



Boletín de seguimiento. Campaña 2011/12 Sector hortícolas protegidos



Mayo 2012



Índice

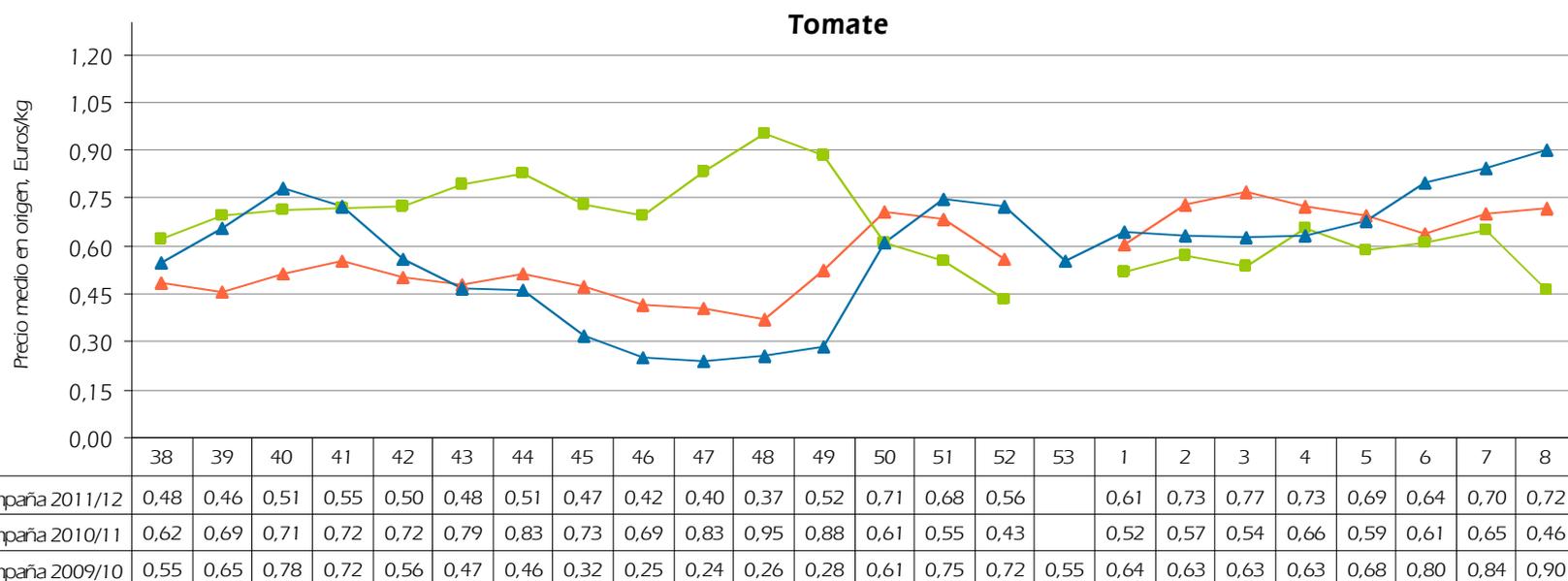
1. Notas metodológicas
2. Evolución semanal de los precios medios en origen. I categoría
3. Precio medio en origen acumulado por producto
4. Precio medio en origen acumulado por tipo
5. Incidencias de campaña



1. Notas metodológicas

- ↪ Los precios presentados en este boletín son extraídos de las consultas al Observatorio de precios y mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>).
- ↪ El **precio medio en origen** se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora. Se diferencian dos tipos de precios medios en origen:
 - ↪ **Precio medio en origen por producto.** Se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas de producto, utilizando una ponderación semanal del volumen.
 - ↪ **El precio medio en origen por tipo.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en origen por producto, con la salvedad de diferenciar por variedades en la ponderación..
- ↪ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).
- ↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:
 - ↪ **Evolución semanal de los precios medios en origen.** Estudia la evolución de la cotización en origen del producto en la campaña vigente en comparación con la anterior.
 - ↪ **Precio medio en origen acumulado por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.
 - ↪ **Precio medio en origen acumulado por tipo.** Compara el precio medio acumulado por variedad de primera categoría de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.
 - ↪ **Incidencias de campaña.** Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.

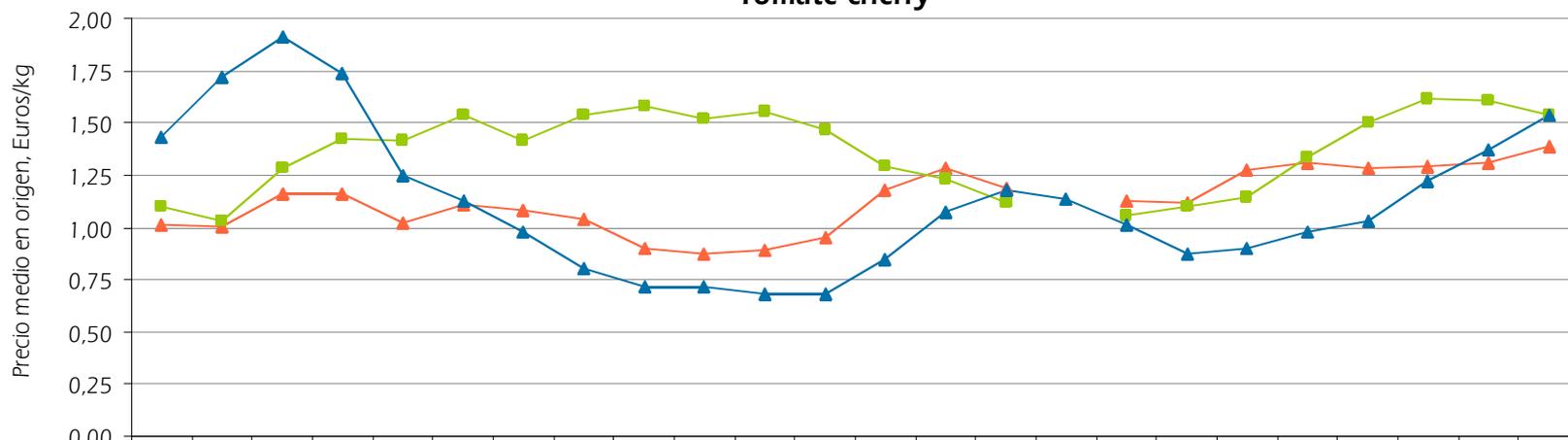
2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría



Nota: El precio del tomate del gráfico no incluye el tipo cherry.

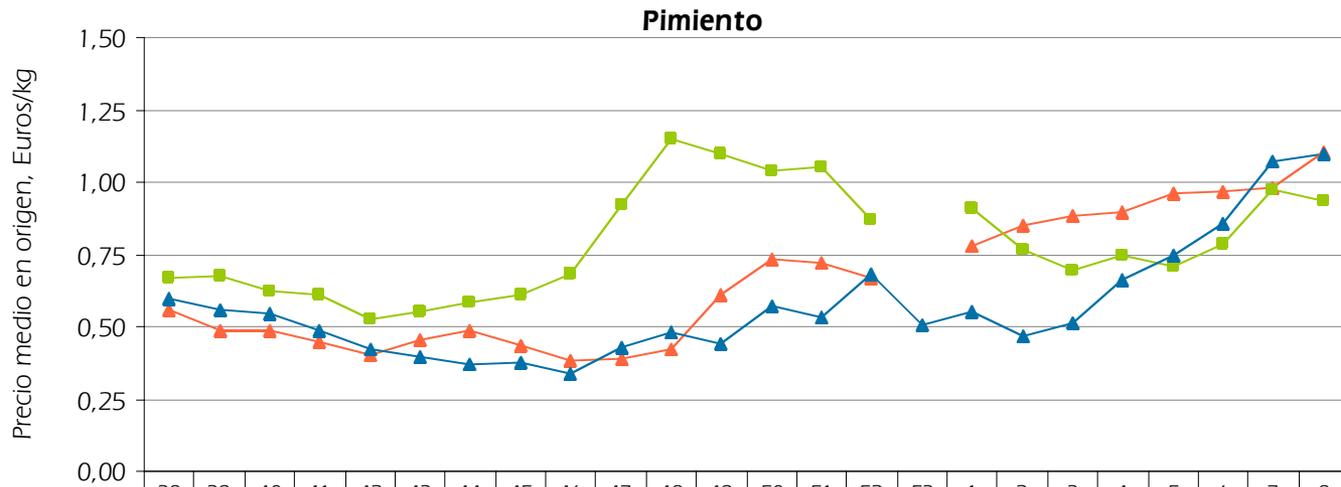
2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría

Tomate cherry



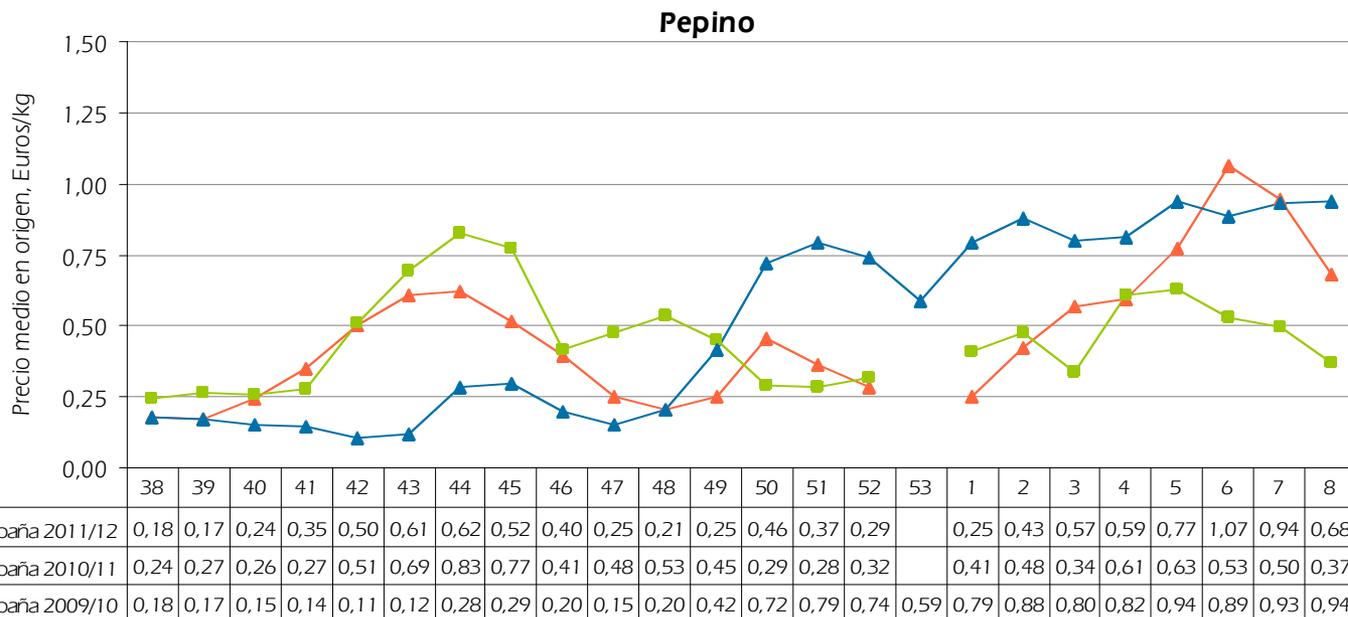
	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	1	2	3	4	5	6	7	8
—▲— Campaña 2011/12	1,01	1,01	1,16	1,16	1,02	1,11	1,08	1,04	0,90	0,87	0,89	0,96	1,18	1,28	1,19		1,12	1,11	1,28	1,31	1,28	1,29	1,31	1,39
—■— Campaña 2010/11	1,10	1,03	1,29	1,42	1,41	1,54	1,42	1,54	1,58	1,52	1,56	1,46	1,29	1,23	1,12		1,06	1,10	1,14	1,34	1,50	1,61	1,61	1,53
—▲— Campaña 2009/10	1,43	1,72	1,91	1,74	1,25	1,12	0,98	0,80	0,71	0,71	0,69	0,68	0,85	1,07	1,18	1,14	1,01	0,87	0,90	0,98	1,03	1,22	1,37	1,54

2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría

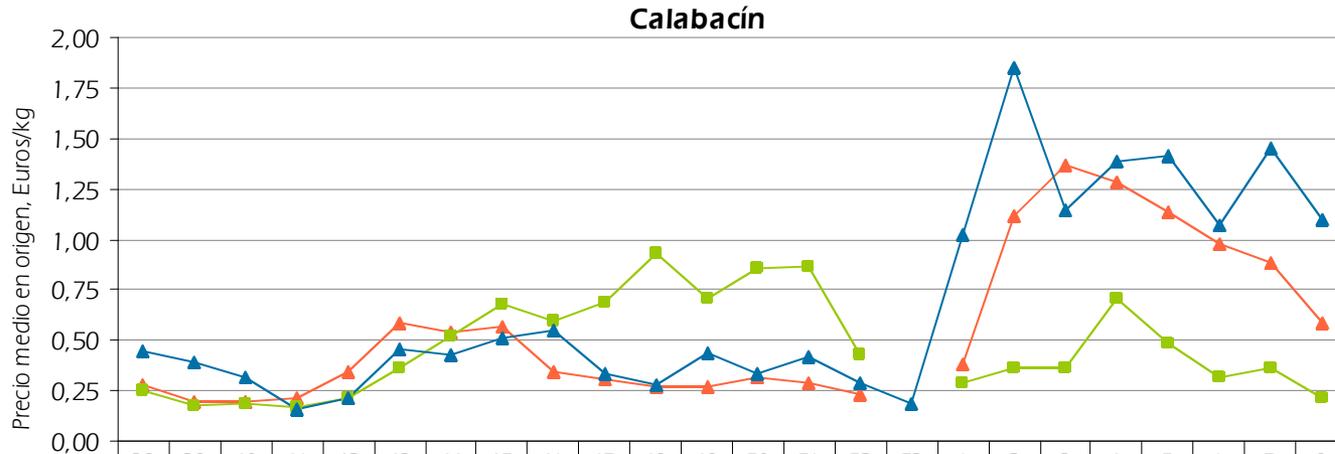


	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	1	2	3	4	5	6	7	8
—▲— Campaña 2011/12	0,56	0,49	0,49	0,45	0,41	0,45	0,49	0,44	0,38	0,39	0,42	0,61	0,73	0,72	0,67		0,78	0,85	0,89	0,90	0,96	0,97	0,98	1,10
—■— Campaña 2010/11	0,67	0,68	0,62	0,61	0,53	0,55	0,59	0,61	0,68	0,92	1,15	1,10	1,04	1,05	0,87		0,91	0,77	0,70	0,75	0,71	0,79	0,98	0,94
—▲— Campaña 2009/10	0,60	0,56	0,54	0,49	0,42	0,39	0,37	0,38	0,34	0,43	0,48	0,44	0,57	0,53	0,68	0,51	0,55	0,47	0,51	0,66	0,74	0,86	1,07	1,10

2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría

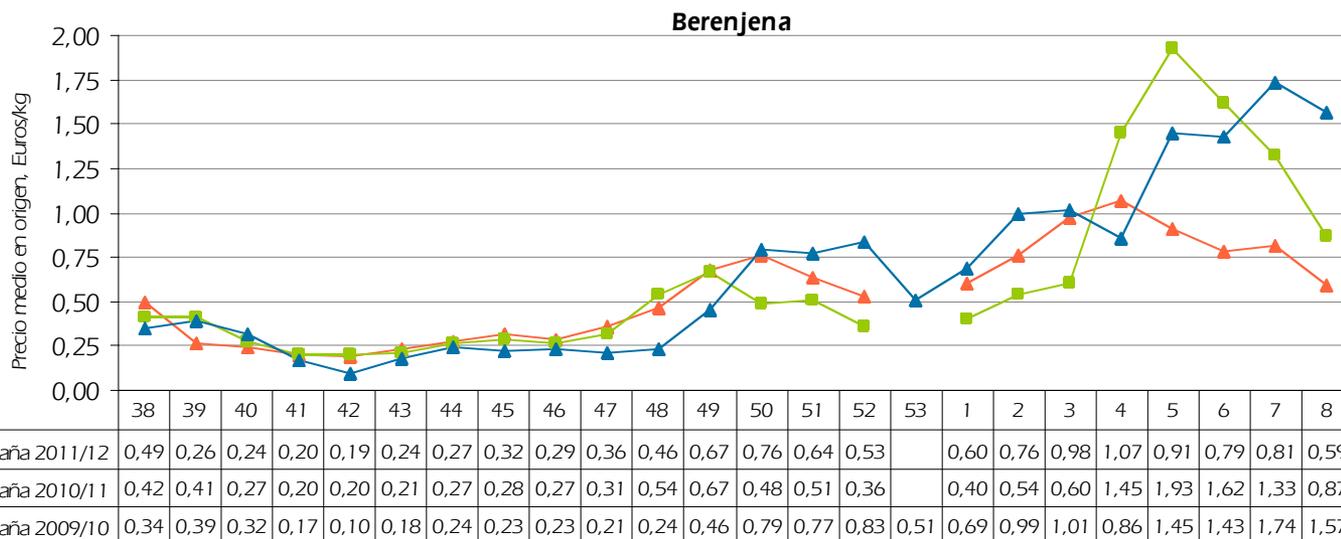


2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría

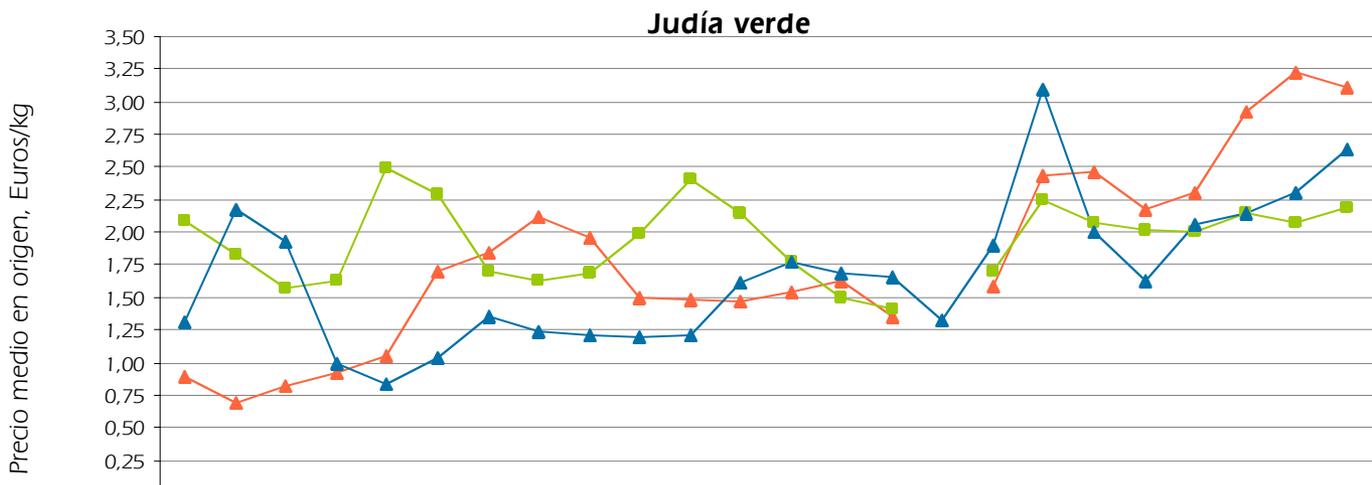


	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	1	2	3	4	5	6	7	8
—▲— Campaña 2011/12	0,27	0,19	0,19	0,21	0,35	0,59	0,54	0,56	0,35	0,31	0,27	0,27	0,32	0,29	0,23		0,38	1,12	1,37	1,29	1,14	0,98	0,89	0,58
—■— Campaña 2010/11	0,25	0,18	0,18	0,17	0,22	0,37	0,52	0,68	0,59	0,69	0,93	0,71	0,86	0,86	0,42		0,29	0,36	0,36	0,71	0,49	0,31	0,37	0,22
—▲— Campaña 2009/10	0,45	0,39	0,32	0,16	0,21	0,46	0,43	0,52	0,55	0,34	0,28	0,44	0,33	0,42	0,28	0,19	1,02	1,85	1,14	1,39	1,41	1,07	1,45	1,10

2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría

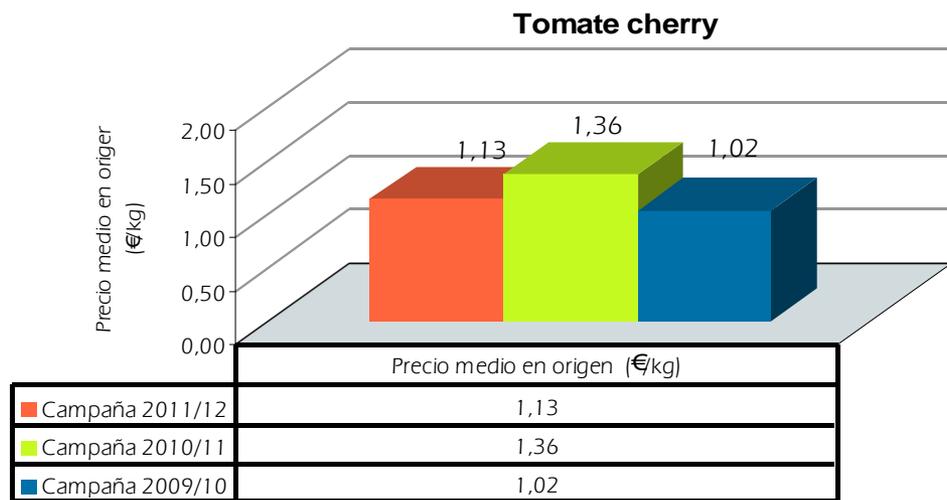
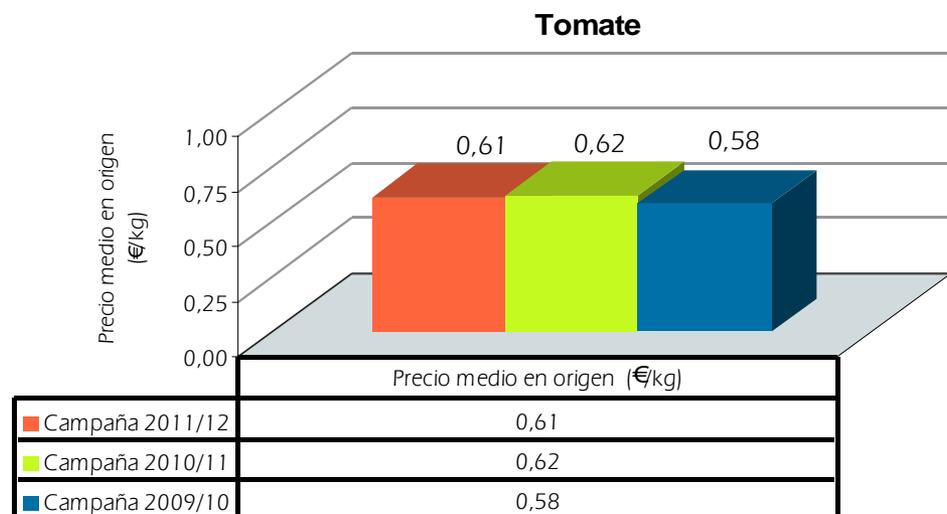


2. Evolución semanal de los precios en origen. I categoría



	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	1	2	3	4	5	6	7	8
—▲— Campaña 2011/12	0,89	0,70	0,83	0,92	1,05	1,70	1,84	2,12	1,96	1,49	1,48	1,47	1,54	1,62	1,36		1,58	2,43	2,46	2,17	2,30	2,92	3,23	3,10
—■— Campaña 2010/11	2,09	1,83	1,57	1,63	2,50	2,29	1,70	1,63	1,69	1,99	2,41	2,15	1,76	1,50	1,42		1,71	2,25	2,07	2,02	2,00	2,14	2,07	2,20
—▲— Campaña 2009/10	1,31	2,18	1,92	1,00	0,84	1,04	1,35	1,24	1,21	1,20	1,21	1,62	1,77	1,69	1,65	1,33	1,90	3,10	2,00	1,63	2,06	2,14	2,30	2,64

3. Precio medio en origen acumulado. I categoría

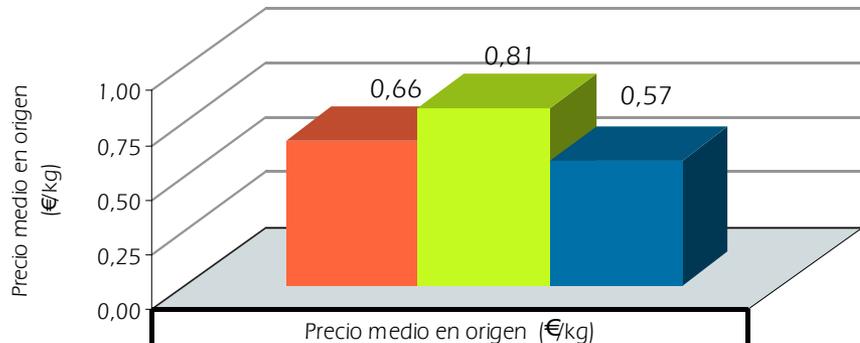


Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Nota: Precio acumulado desde la semana 38 de 2011 hasta la semana 08 de 2012

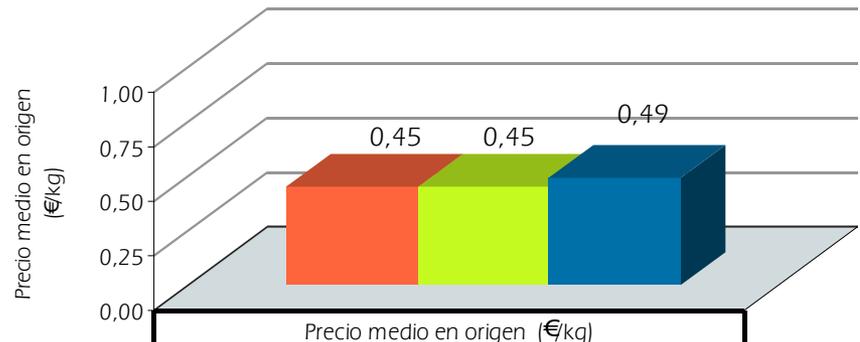
3. Precio medio en origen acumulado. I categoría

Pimiento



Campaña 2011/12	0,66
Campaña 2010/11	0,81
Campaña 2009/10	0,57

Pepino



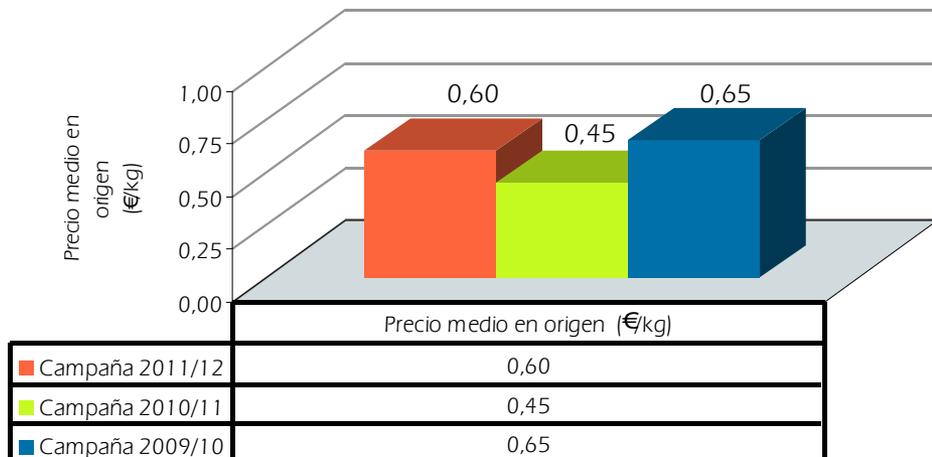
Campaña 2011/12	0,45
Campaña 2010/11	0,45
Campaña 2009/10	0,49

Nota: Precio acumulado desde la semana 38 de 2011 hasta la semana 08 de 2012

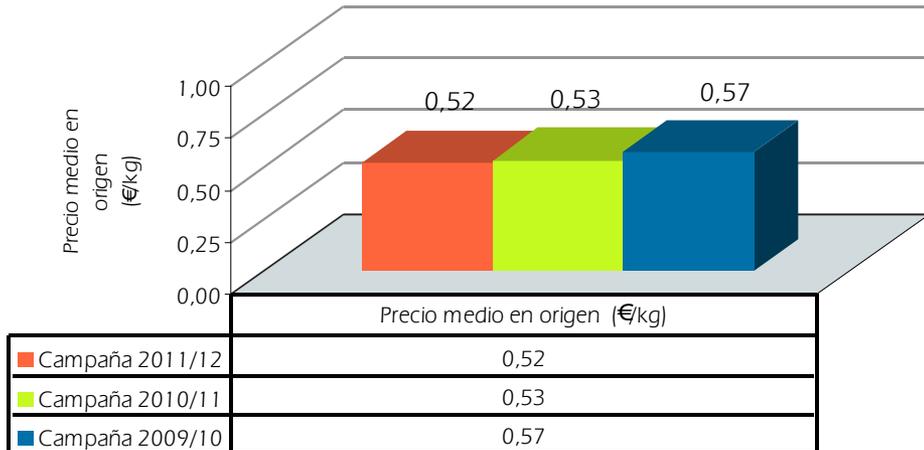
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

3. Precio medio en origen acumulado. I categoría

Calabacín



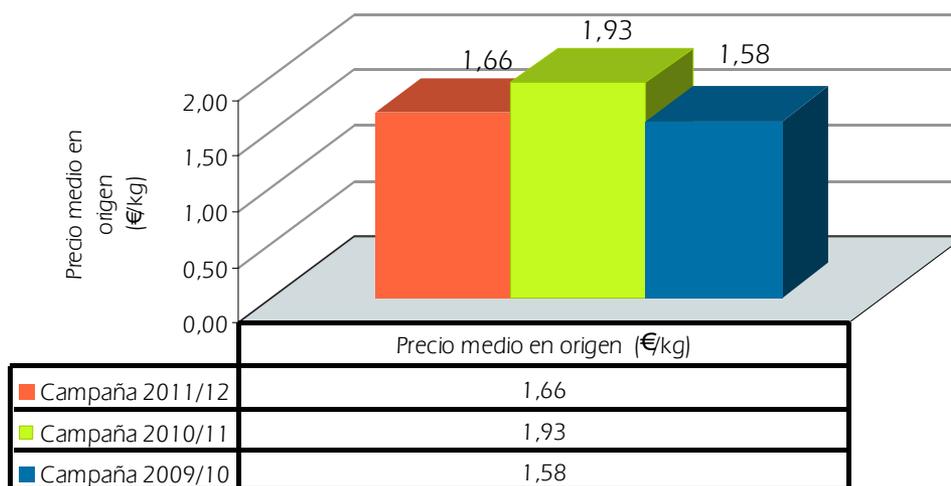
Berenjena



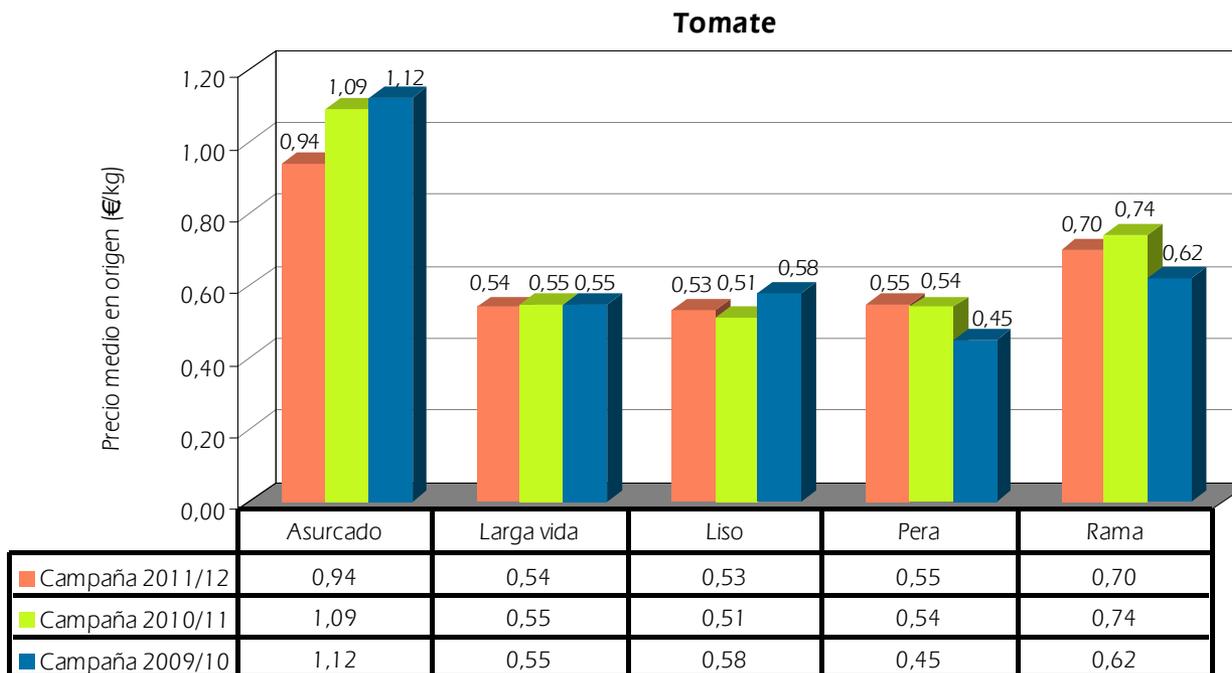
Nota: Precio acumulado desde la semana 38 de 2011 hasta la semana 08 de 2012

3. Precio medio en origen acumulado. I categoría

Judía verde

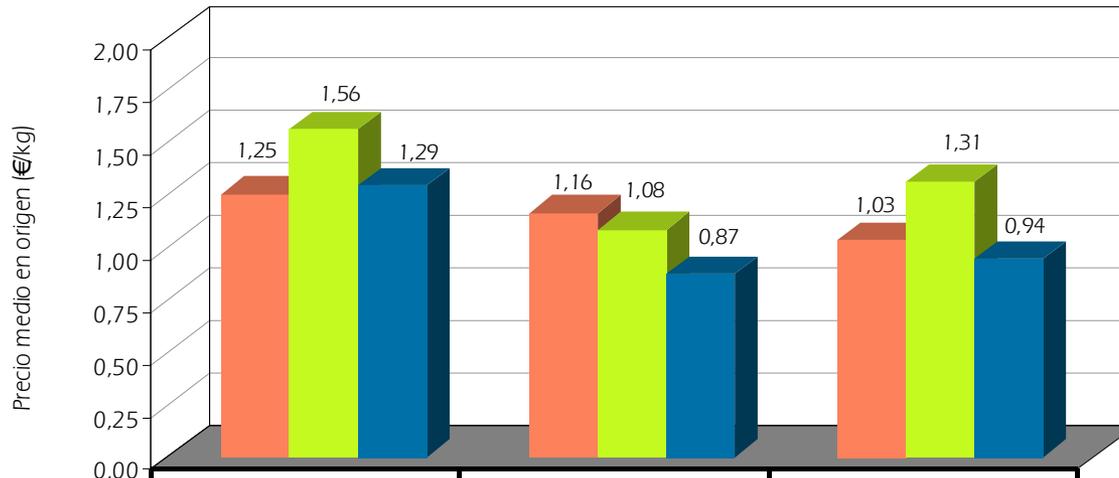


4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría



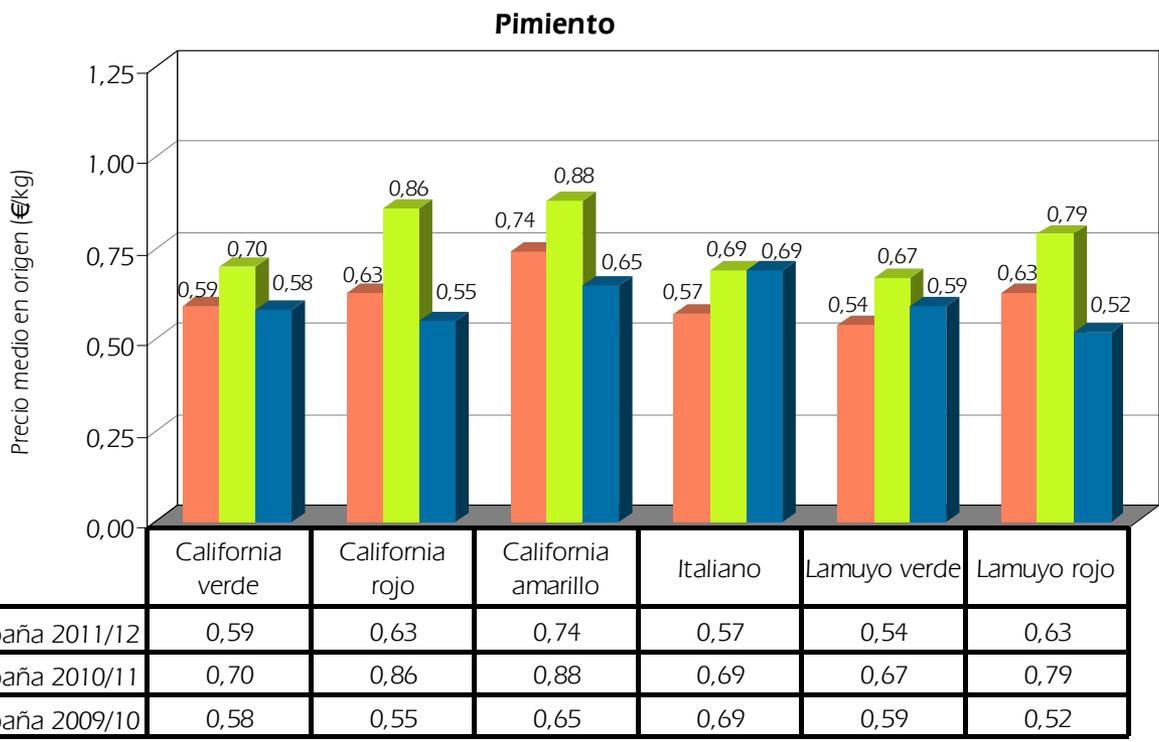
4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría

Tomate cherry



	Pera suelto rojo	Redondo rama rojo	Redondo suelto rojo
Campaña 2011/12	1,25	1,16	1,03
Campaña 2010/11	1,56	1,08	1,31
Campaña 2009/10	1,29	0,87	0,94

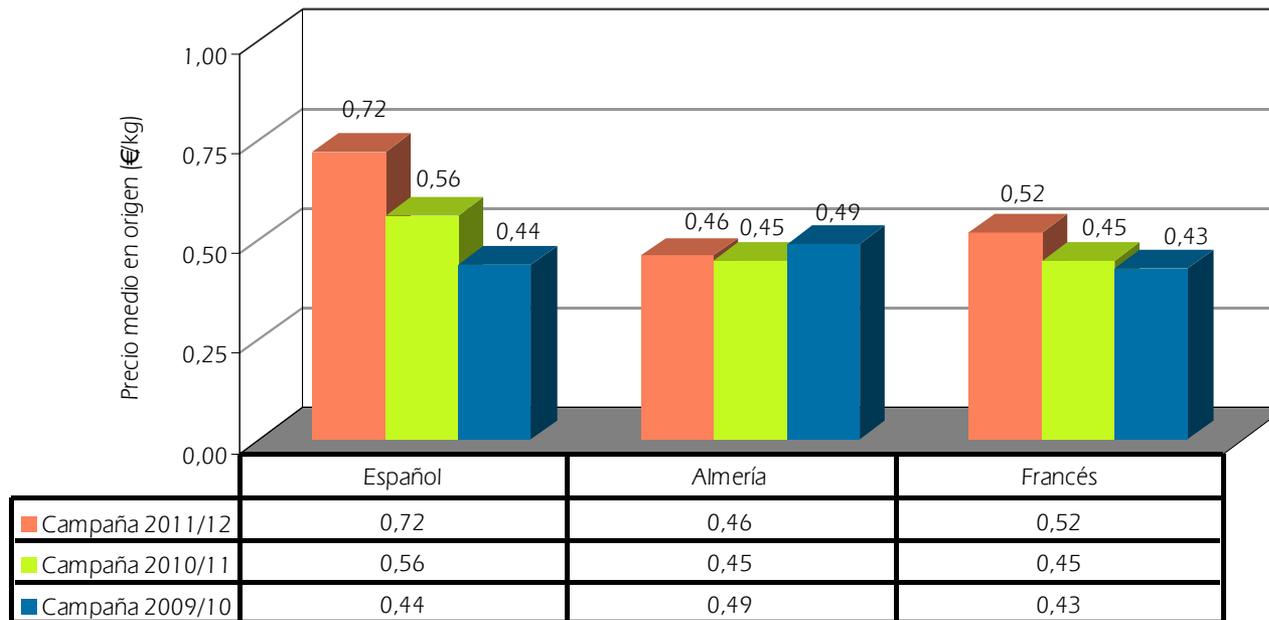
4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría

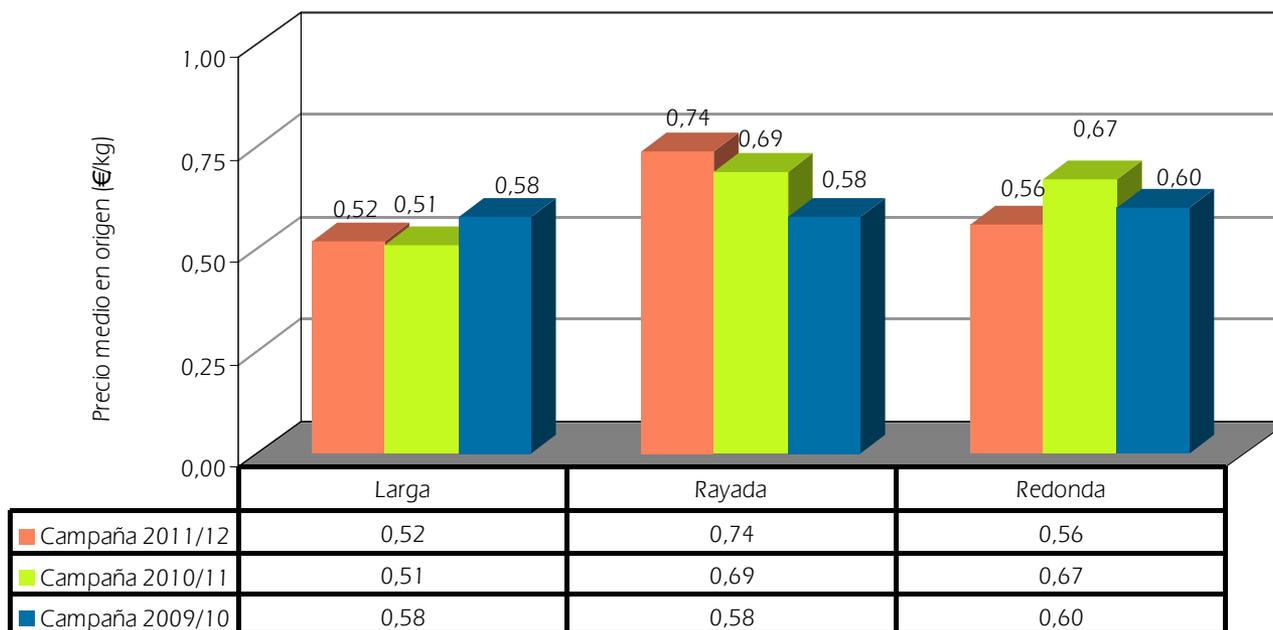
Pepino



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

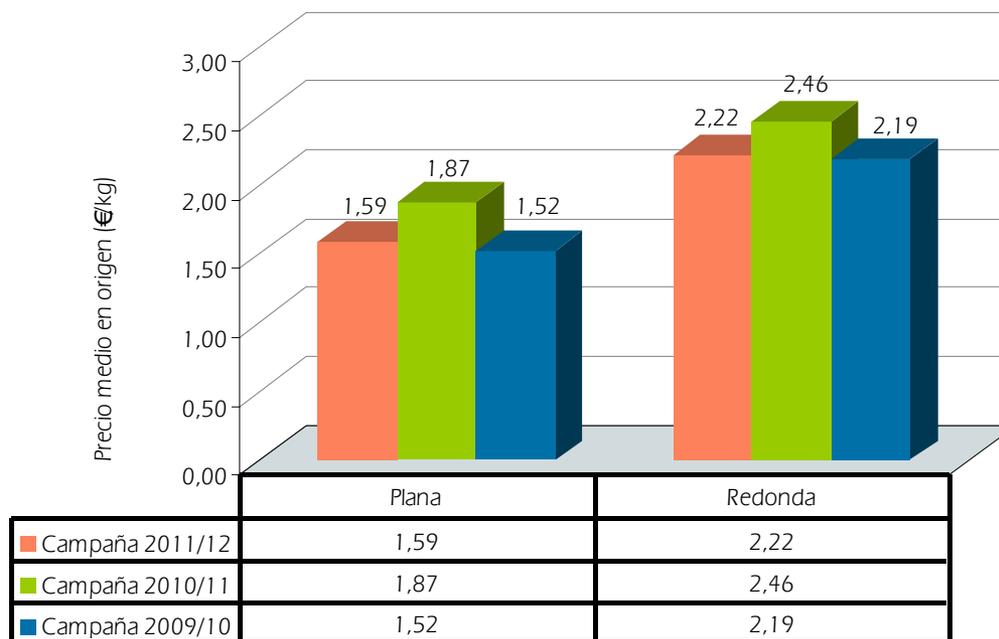
4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría

Berenjena



4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto. I categoría

Judía verde





observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura y Pesca

Europa
invierte en las zonas rurales

5. Incidencias de campaña

Tomate. El inicio de la campaña de otoño no fue positivo para el tomate. Las elevadas temperaturas registradas en los primeros meses de cultivo fueron determinantes en el adelanto de la curva de producción y en la fijación a la baja de las cotizaciones en origen. Sin embargo, en el mes de diciembre, cuando las condiciones climáticas cambiaban drásticamente ocasionando un importante freno en la producción, se reflejaba un inmediato repunte de los precios percibidos por el agricultor. En el mes de enero, con la producción regulada por la climatología invernal y una intensa demanda, las cotizaciones llegaron a alcanzar el valor más alto de las últimas campañas.

Pimiento. La superficie de pimiento, especialmente los trasplantes tempranos se han incrementado respecto a la pasada campaña en detrimento de cultivos como pepino y calabacín. La climatología ha marcado los primeros pasos de la campaña de pimiento, favoreciendo una mayor celeridad de los cortes del fruto con respecto a campañas precedentes y propiciando que las plantaciones de pimiento California alcanzaran fases avanzadas de producción antes de lo esperado. La bajada de las temperaturas del mes de diciembre resultó un factor muy positivo para la regulación de la oferta. Las cotizaciones iniciaron desde entonces una tendencia ascendente que marcó máximos históricos a finales del mes de enero y principios de febrero.

Pepino. La campaña de pepino se ha desarrollado con gran irregularidad de cotizaciones y un descenso en la superficie de cultivo. En el mes de noviembre se acentuaba la situación de preocupación ante las bajas cotizaciones y empezaban a retirarse las plantaciones tempranas más avanzadas ante la falta de rentabilidad. El pepino es uno de los productos más sensibles a las bajas temperaturas invernales y por tanto uno de los que más vio reducida su producción en estos meses. No es hasta principios del mes de enero cuando las cotizaciones empezaban a recuperarse, iniciando un importante ascenso que alcanzaba el punto álgido de la campaña de otoño en las primeras semanas de febrero.



observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura y Pesca

Europa
invierte en las zonas rurales

5. Incidencias de campaña

Calabacín. La campaña inició su andadura sin grandes oscilaciones de precios. No fue hasta finales del mes de octubre y principios de noviembre con el arranque de las exportaciones, cuando las cotizaciones mostraron una ligera mejoría. Con la llegada del mes de enero la reducción de los volúmenes recolectados se hacía patente en los centros de comercialización, llegando a detectarse escasez de producto en el mercado. Esta situación disparó las cotizaciones hasta superar 1,25€/kg y el calabacín registraba los precios más favorables de la campaña. Hasta el mes de febrero el precio medio del producto superaba ampliamente el valor de la pasada campaña y se afianzaba como uno de los productos con mejor comportamiento.

Berenjena. La estabilidad en las cotizaciones y la similitud en la producción comercializada respecto a la pasada campaña, han definido los primeros meses de la campaña de berenjena. Durante el mes de diciembre y enero, al igual que sucede en el resto de los cultivos analizados es la reducción de la oferta, la que consigue dar un respiro a las cotizaciones e incrementar el valor del producto hasta registrar los precios más elevados de la campaña de otoño.

Judía verde. Las bajas cotizaciones han caracterizado la campaña de otoño para la judía verde, sufriendo un inicio de campaña excesivamente cálido que disparó la producción en campo, y un mes de septiembre y principios de octubre donde las cotizaciones registraron mínimos históricos al verse fuertemente afectadas por la competencia de terceros países. En los primeros meses de 2012, las condiciones climáticas invernales tanto en España como en terceros países provocan un reducción considerable de los volúmenes ofertados y un alza de los precios en origen que culmina con un máximos históricos a finales de febrero.



Boletín de seguimiento. Campaña 2011/12 Sector hortícolas protegidos



Mayo 2012