

Boletín de seguimiento. Campaña 2012/13

Sector hortícolas protegidos



Marzo 2013

Indice

1. Notas metodológicas
2. Tomate
3. Tomate cherry
4. Pimiento
5. Pepino
6. Calabacín
7. Berenjena
8. Judía verde
9. Melón y Sandía

Cada producto presenta los siguientes análisis:

1. Evolución de los precios medios semanales en origen
2. Precio medio acumulado de campaña
3. Precio medio acumulado por tipo de producto



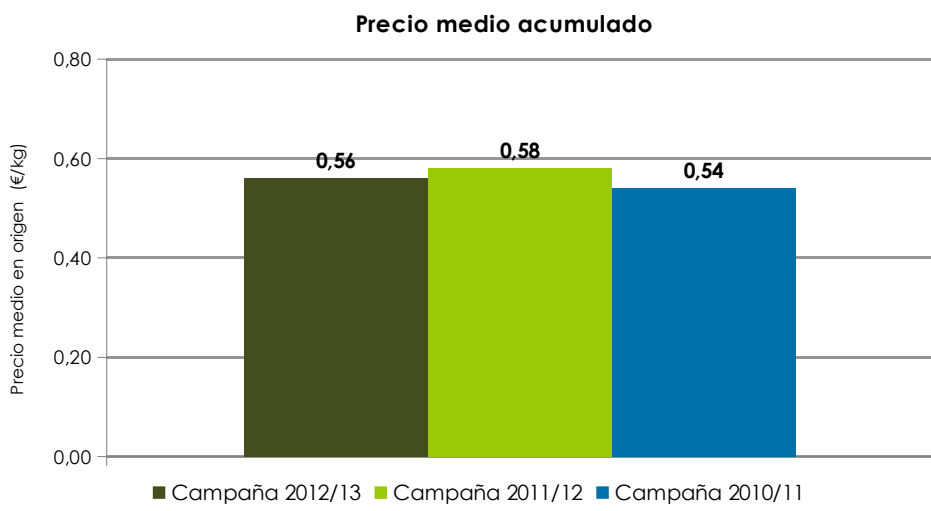
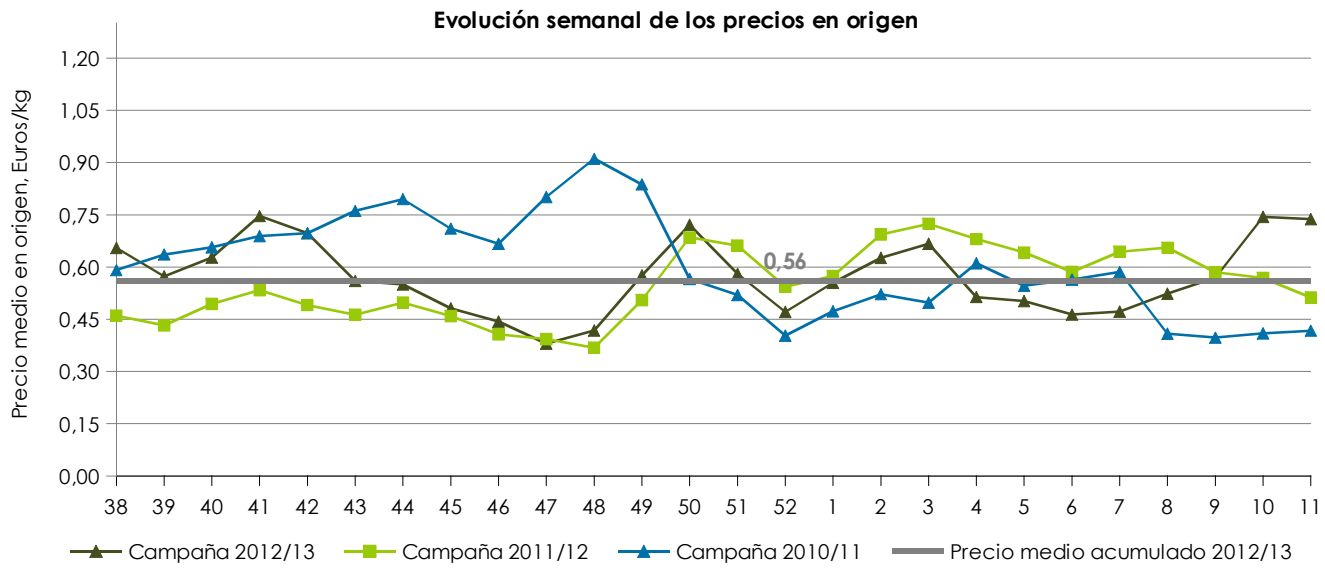
1. Notas metodológicas

- ➔ 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.
 - ➔ **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).
- ➔ Todos los análisis presentados se realizan con los precios medios de 1ª y 2ª categoría.
- ➔ 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.
 - ➔ **Síntesis 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. Tomate

Análisis de los precios medios en origen del tomate de 1ª y 2ª Categoría

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	0,66
39	0,57
40	0,63
41	0,75
42	0,70
43	0,56
44	0,55
45	0,48
46	0,44
47	0,38
48	0,42
49	0,58
50	0,72
51	0,58
52	0,47
01	0,55
02	0,63
03	0,67
04	0,51
05	0,50
06	0,46
07	0,47
08	0,52
09	0,57
10	0,74
11	0,74
Precio acumulado	0,56



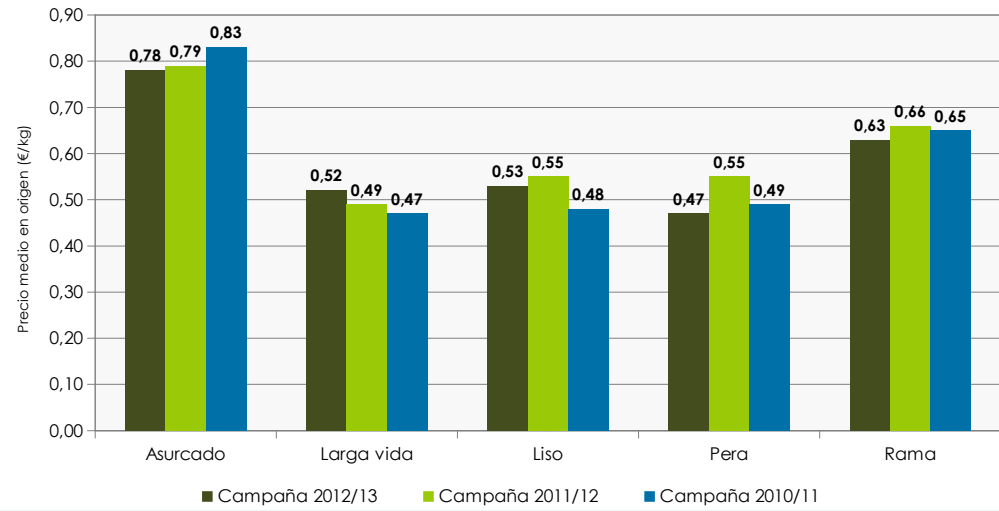
Notas:
 - El precio no incluye el tomate cherry.
 - Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013

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

2. Tomate

Análisis de los precios medios en origen del tomate de 1ª y 2ª Categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

La superficie de tomate en Almería se ha incrementado respecto a la pasada campaña alentado por los favorables resultados del período 11/12. La campaña se iniciaba con cotizaciones favorables y con un retraso de 10-15 días debido a problemas en la fase de semillero. El precio del producto se veía beneficiado en sus orígenes por una importante reducción de la producción marroquí, aquejada por los efectos de un fuerte viento cálido. A finales de octubre Marruecos recuperaba su capacidad productiva y el tomate se depreciaba. Este descenso se prolongó en noviembre, cuando el país alahuita introducía producto por debajo del mínimo establecido en el Acuerdo de Asociación con la UE y la producción nacional coincidía en el mercado europeo con tomate holandés ofertado a precios bajos. En la primera quincena de diciembre el incremento de la demanda propia del periodo prenavideño favorecía el alza de las cotizaciones, que volvían a descender en la segunda quincena tras el acopio de las cadenas de distribución. Enero presentaba un comportamiento dispar en términos económicos, en la primera quincena la escasez de producto favorecía su apreciación y en la segunda el freno de la demanda hacía caer el precio en origen. A finales de febrero y principios de marzo el sur de España es azotado por varios temporales de frío y lluvia que provocaban una reducción de la oferta y un paulatino incremento de las cotizaciones en origen.

La producción comercializada hasta la primera quincena de marzo asciende al 60-65% de las previsiones de campaña.

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

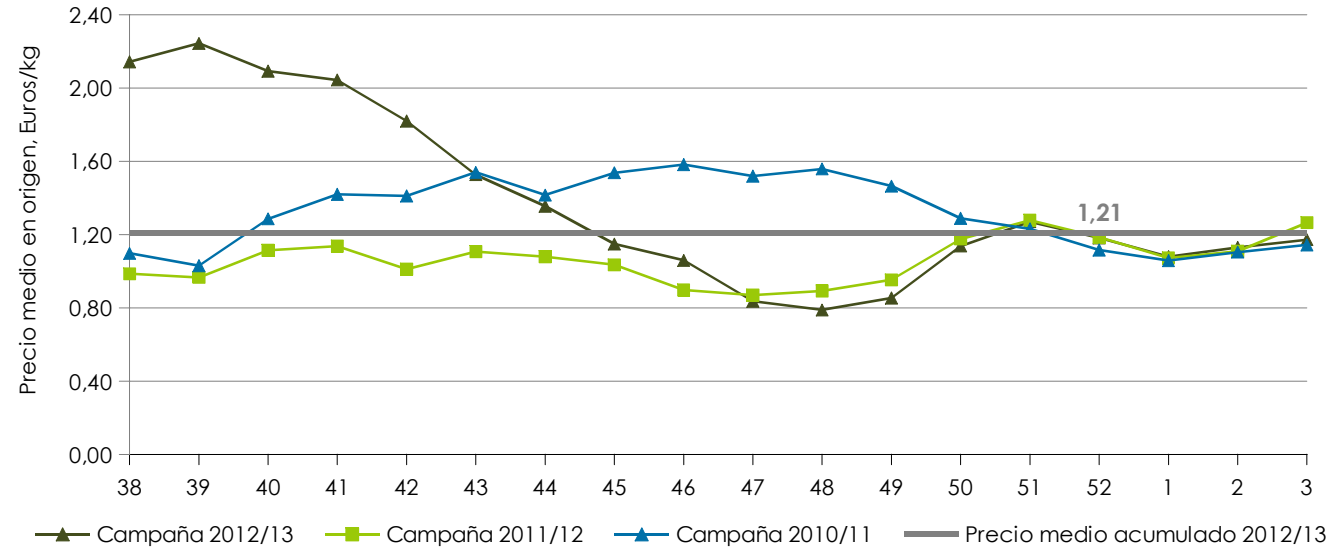
3. Tomate cherry

Análisis de los precios medios en origen del tomate cherry de 1ª y 2ª Categoría

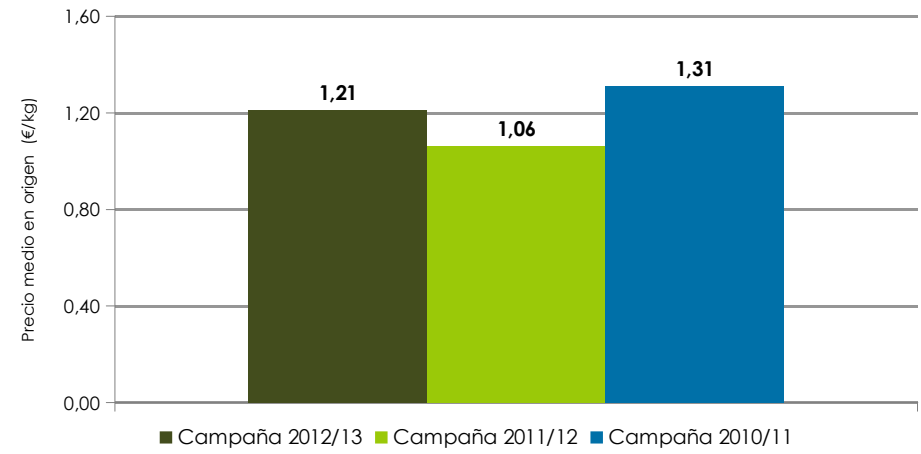
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	2,14
39	2,24
40	2,09
41	2,04
42	1,82
43	1,53
44	1,35
45	1,15
46	1,06
47	0,84
48	0,79
49	0,85
50	1,14
51	1,27
52	1,18
01	1,08
02	1,13
03	1,17
Precio acumulado	1,21

Evolución semanal de los precios en origen



Precio medio acumulado

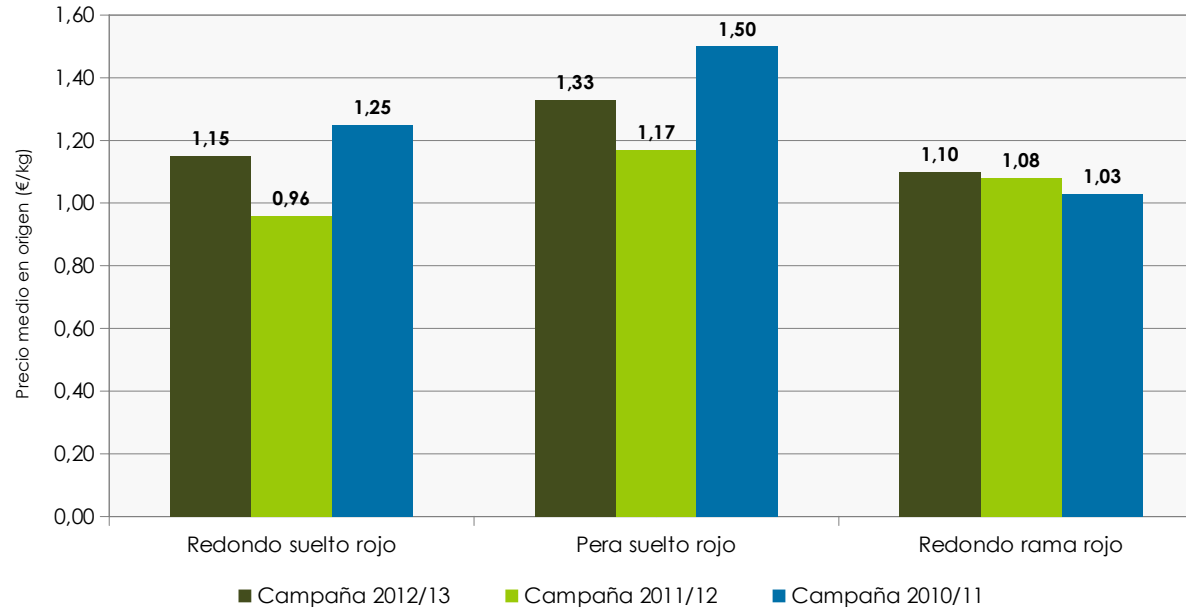


Nota:
- Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 03 de 2013

3. Tomate cherry

Análisis de los precios medios en origen del tomate cherry de 1ª y 2ª Categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

La campaña se iniciaba con un incremento de la superficie de tomate cherry respecto al período 2011/12.

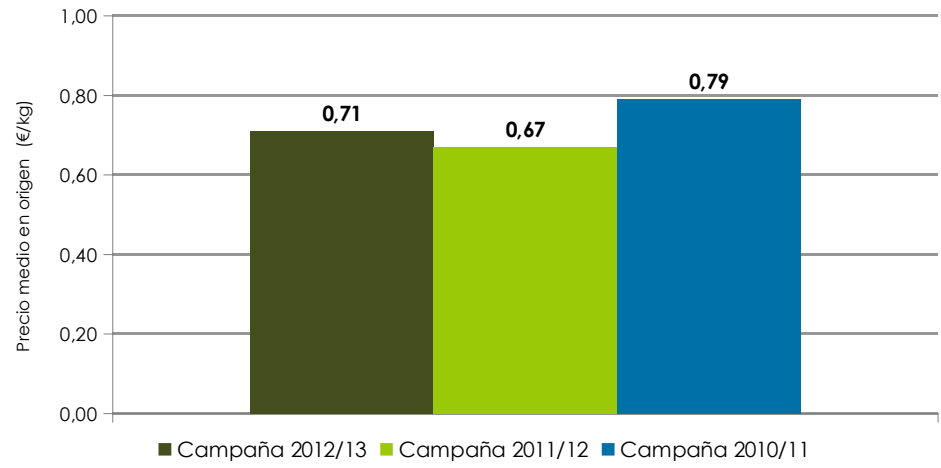
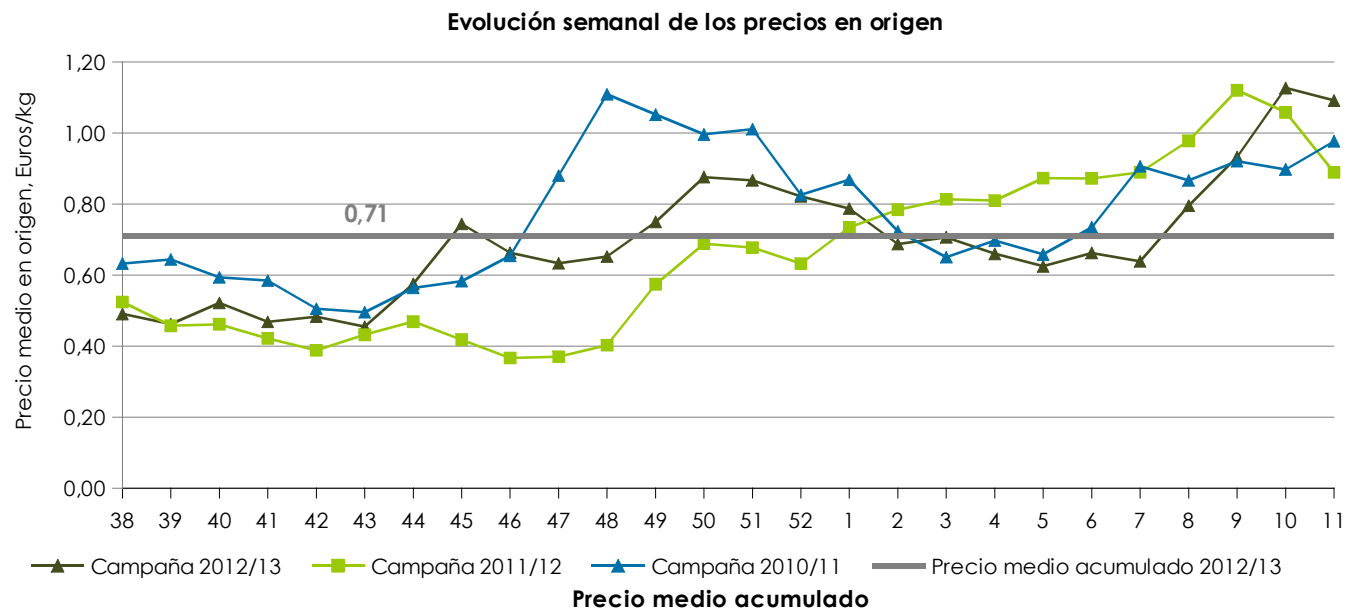
En los meses de septiembre y octubre la escasa competencia internacional favorecía el alza de los precios, llegando a cotizarse el producto a más de 2€/kg. En estos meses la producción de Holanda no era suficiente para satisfacer la demanda europea y la oferta marroquí era mínima. La adversa climatología sufrida en el país alahuita al inicio de los cultivos había obligado a retirar numerosas plantaciones dañadas y a volver a cultivar.

En noviembre los precios caían de forma acusada al recuperar Marruecos sus niveles de producción. En diciembre, el aumento de la demanda previa al período navideño frenaba el descenso de cotizaciones y favorecía una pequeña recuperación del precio medio del producto que se situaba en niveles similares a la pasada campaña. Tras la habitual pérdida de valor del producto a finales de diciembre, enero comenzaba con buenas perspectivas y ascenso de precios.

4. Pimiento

Análisis de los precios medios en origen del pimiento de 1ª y 2ª Categoría

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	0,49
39	0,46
40	0,52
41	0,47
42	0,48
43	0,46
44	0,58
45	0,74
46	0,66
47	0,63
48	0,65
49	0,75
50	0,88
51	0,87
52	0,82
01	0,79
02	0,69
03	0,71
04	0,66
05	0,63
06	0,66
07	0,64
08	0,80
09	0,93
10	1,13
11	1,09
Precio acumulado	0,71



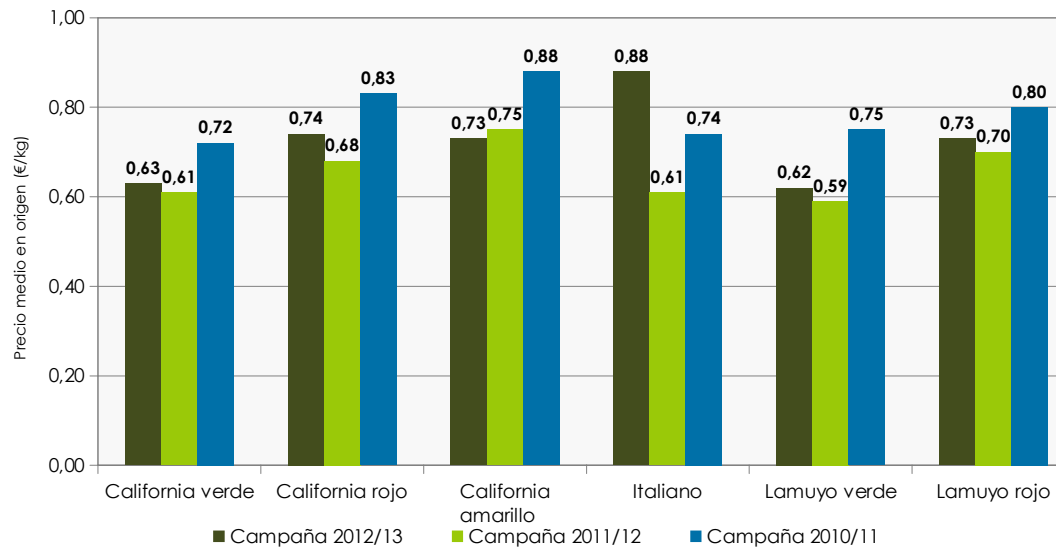
Nota:
 - Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013

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

4. Pimiento

Análisis de los precios medios en origen del pimiento de 1ª y 2ª Categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

La campaña se iniciaba con un incremento de la superficie de pimiento, centrada especialmente en los trasplantes medios y tardíos.

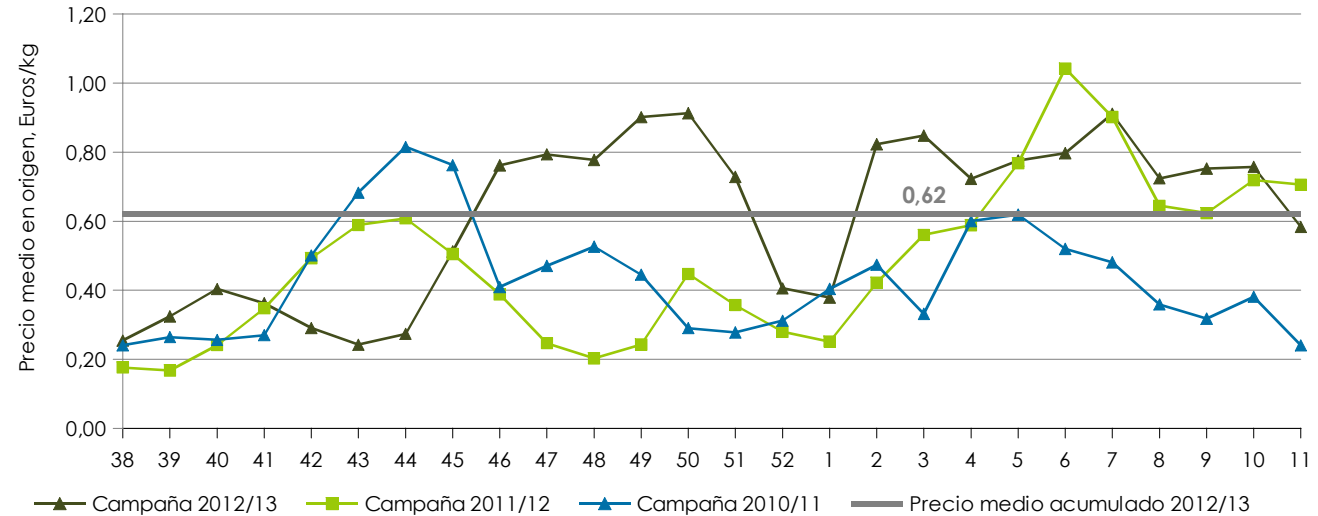
El precio medio del producto se mantuvo sin grandes oscilaciones hasta finales del mes de octubre, cuando la exportación comienza a intensificarse. A principios de noviembre se producía un importante incremento en el precio del pimiento ante la activación de la demanda y la escasez de producto en origen. La finalización de la producción holandesa y el lento inicio de la campaña de pimiento en Israel, orientaban la demanda centroeuropa hacia el pimiento almeriense. En la primera quincena de diciembre la intensificación de la demanda europea coincidía con una reducción de las cantidades comercializadas, mientras que en la segunda, la ligera mejoría de las temperaturas se reflejaba en un incremento de la entrada de género a las comercializadoras y una reducción de las cotizaciones en origen que se prolongaba hasta el mes de enero. Durante los meses de febrero y principios de marzo, la ralentización del ritmo productivo y la escasez de producto en Israel, potenciaba la demanda del pimiento almeriense que repercutía en el mayor ascenso de las cotizaciones de la campaña. La producción comercializada hasta la fecha se estima entre el 75-80% de las previsiones de campaña.

5. Pepino

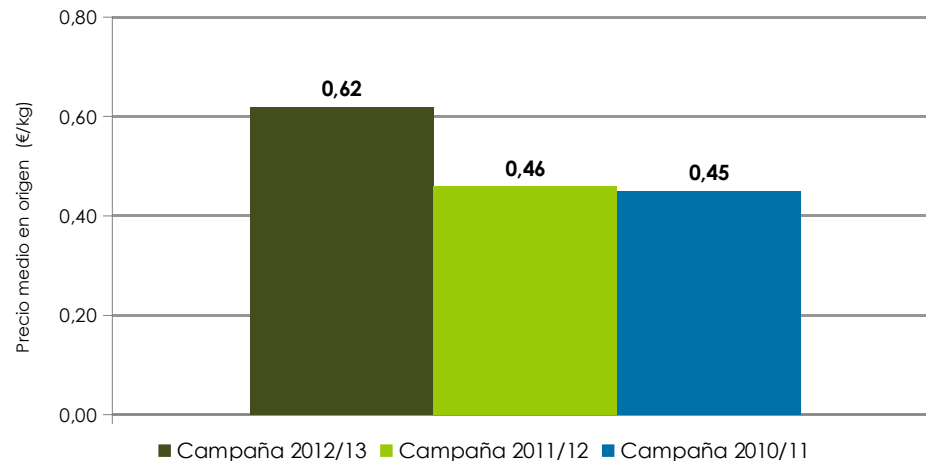
Análisis de los precios medios en origen del pepino de 1ª y 2ª Categoría

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	0,25
39	0,32
40	0,40
41	0,36
42	0,29
43	0,24
44	0,27
45	0,51
46	0,76
47	0,79
48	0,78
49	0,90
50	0,91
51	0,73
52	0,41
01	0,38
02	0,82
03	0,85
04	0,72
05	0,78
06	0,80
07	0,91
08	0,72
09	0,75
10	0,76
11	0,58
Precio acumulado	0,62

Evolución semanal de los precios en origen



Precio medio acumulado

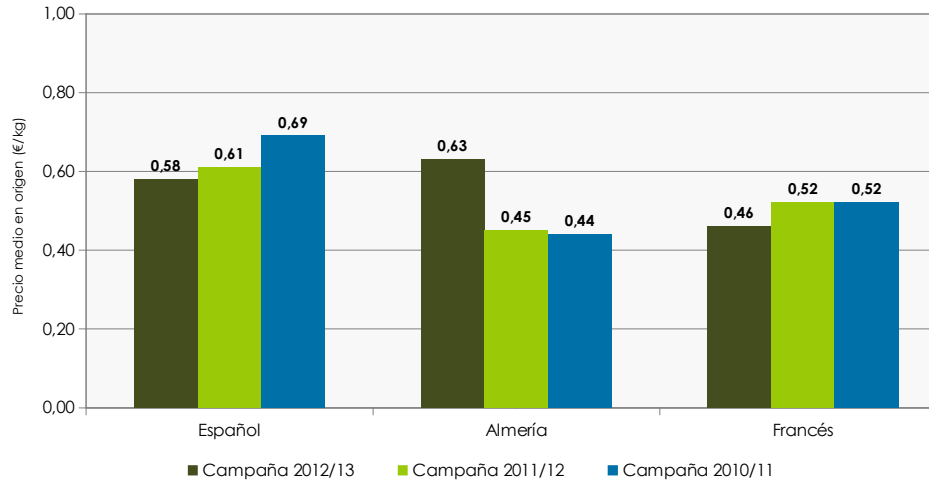


Nota:
 - Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013

5. Pepino

Análisis de los precios medios en origen del pepino de 1ª y 2ª Categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

Durante el periodo analizado, el pepino registraba el mejor precio medio de las últimas campañas. Las malas cotizaciones registradas durante el mes de octubre, debido a la coincidencia en el mercado de las producciones de Almería y Granada con gran parte de las producciones nacional y holandesa, fueron ampliamente superadas a partir de noviembre, con precios que se movieron mayoritariamente entre 0,71-0,94€/kg.

Este comportamiento alcista de las cotizaciones tiene su origen en un desajuste entre los volúmenes de oferta y demanda. Mientras esta última se mantenía estable, la oferta presentaba niveles inferiores a pasadas campañas. Las desfavorables condiciones climáticas de los meses de octubre y principios de noviembre y una cierta dilación en la fecha de transplante, mantuvieron retrasada la producción respecto a la campaña precedente.

Durante las fiestas navideñas el pepino registra una caída en los precios en origen, observándose un amplio rango de calidades en las comercializadoras en esas fechas, con producto procedente de plantaciones nuevas y avanzadas.

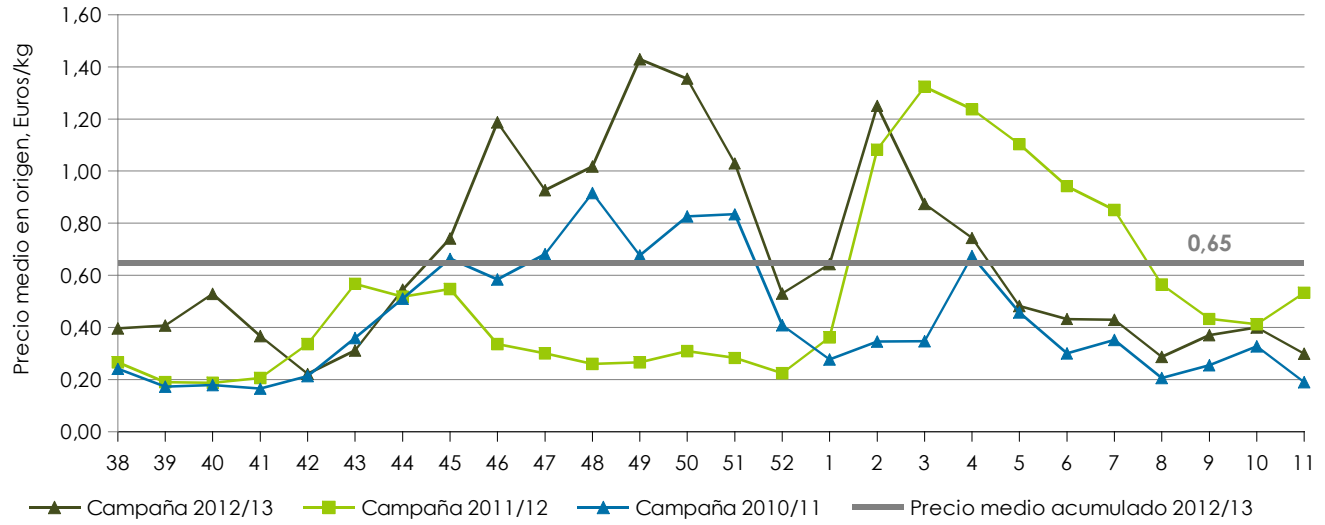
La contracción del consumo a final de enero provocaba una moderada depreciación de los productos que se aliviaba en febrero con la caída productiva que originaba la llegada de varios frentes fríos a la Península. La producción comercializada de pepino asciende hasta la primera quincena de marzo al 80-85% de las previsiones de campaña.

6. Calabacín

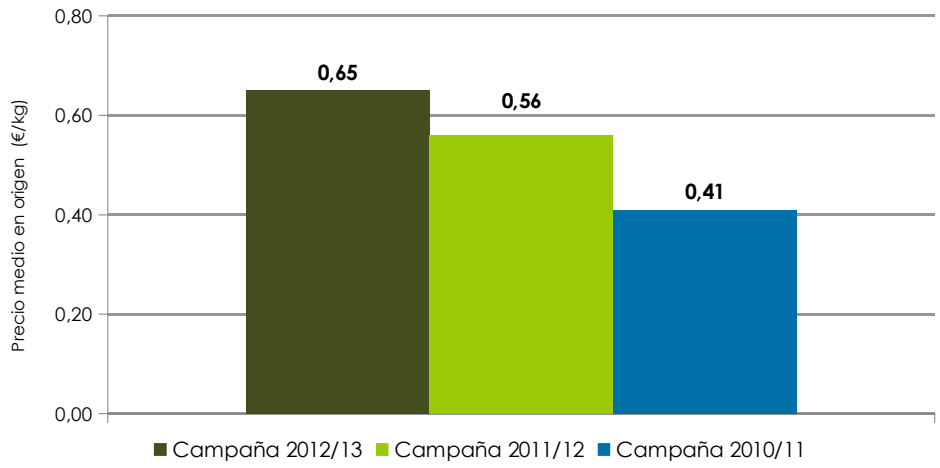
Análisis de los precios medios en origen del calabacín de 1ª Y 2ª Categoría

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	0,40
39	0,41
40	0,53
41	0,37
42	0,22
43	0,31
44	0,55
45	0,74
46	1,19
47	0,93
48	1,02
49	1,43
50	1,36
51	1,03
52	0,53
01	0,64
02	1,25
03	0,87
04	0,74
05	0,48
06	0,43
07	0,43
08	0,29
09	0,37
10	0,40
11	0,30
Precio acumulado	0,65

Evolución semanal de los precios en origen



Precio medio acumulado



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

Nota:
- Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013



6. Calabacín

Análisis de los precios medios en origen del calabacín de 1ª Y 2ª Categoría

No se analiza el precio medio por tipo de producto, ya que según datos del Observatorio de Precios y Mercados (CAPMA) el 98% del calabacín comercializado es del tipo verde, correspondiendo el 2% restante a otros tipos comerciales minoritarios como el calabacín redondo o blanco.

Síntesis de campaña:

Tras alcanzar un precio mínimo de 0,23€/kg a mediados de octubre, el calabacín logra superar las bajas cotizaciones de inicio de campaña, al reducirse los volúmenes ofertados y llegar a su fin las producciones de Holanda y Francia. Hacia mitad de noviembre, el arranque de las plantaciones de ciclo más temprano junto a una retracción productiva debido a las adversas condiciones climatológicas en origen, situaba los volúmenes acumulados por debajo de los niveles de pasadas campañas y elevaba los precios de liquidación del agricultor hasta alcanzar 1,24€/kg. Esta situación favorable se mantendrá durante las semanas previas a la navidad. Los precios alcanzan techo (1,46€/kg) favorecidas por el lento desarrollo de las nuevas plantaciones que acusan el rigor térmico y por el descenso de la producción marroquí, cuyos cultivos al aire libre se han visto ralentizados por las bajas temperaturas. En el mercado, los elevados precios en origen provocaban que alguna plataforma de compra alemana anunciara la retirada del producto de centros comerciales puntuales al ir en contra de su estrategia de precios bajos. A partir de enero, el crecimiento productivo provocado por la suavidad de las temperaturas vuelve a establecer una tendencia descendente de los precios, que se interrumpe a finales de febrero con la llegada de un frente frío que provoca una reducción de las cantidades recolectadas. No obstante, las cotizaciones del calabacín son inferiores en estas semanas a las registradas en el período precedente. Se estima que la producción comercializada hasta esta semana asciende al 60-65% de las previsiones de campaña.

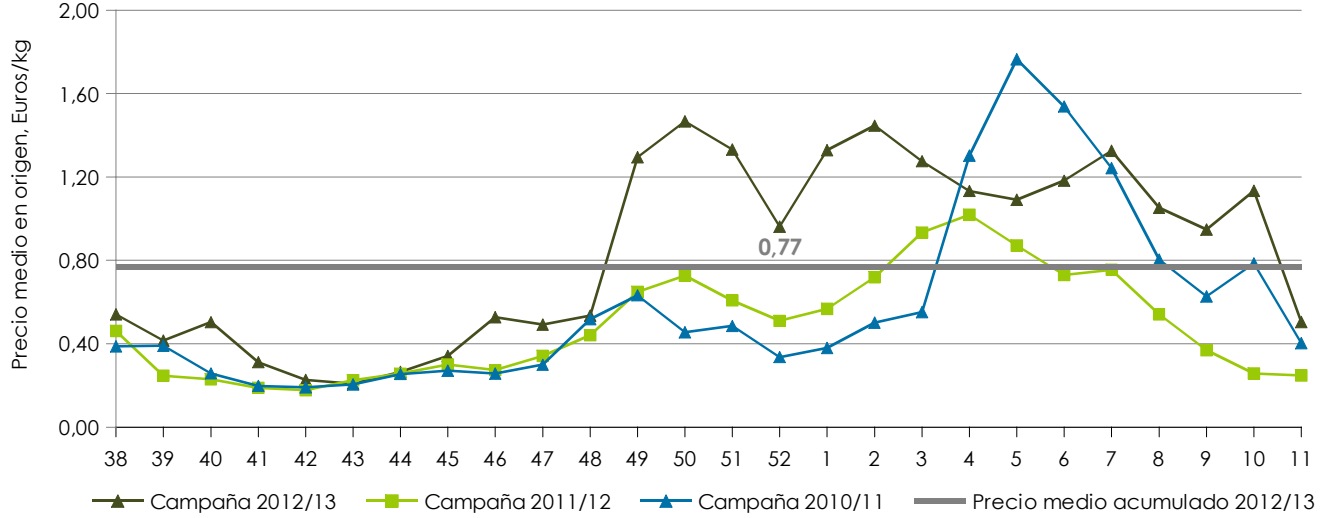
7. Berenjena

Análisis de los precios medios en origen de la berenjena de 1ª Y 2ª Categoría

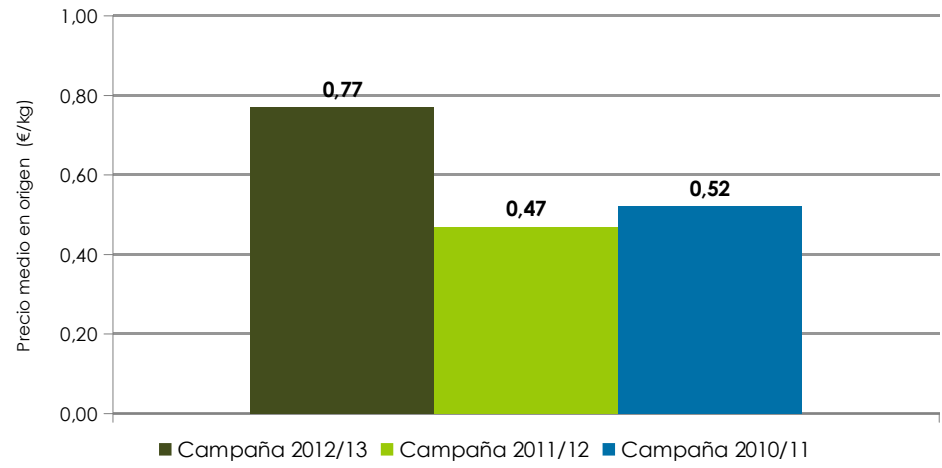
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Semana	Precio (€/kg)
38	0,54
39	0,42
40	0,50
41	0,31
42	0,23
43	0,21
44	0,27
45	0,34
46	0,53
47	0,49
48	0,53
49	1,29
50	1,47
51	1,33
52	0,96
01	1,33
02	1,45
03	1,28
04	1,13
05	1,09
06	1,18
07	1,33
08	1,05
09	0,95
10	1,13
11	0,50
Precio acumulado	0,77

Evolución semanal de los precios en origen



Precio medio acumulado

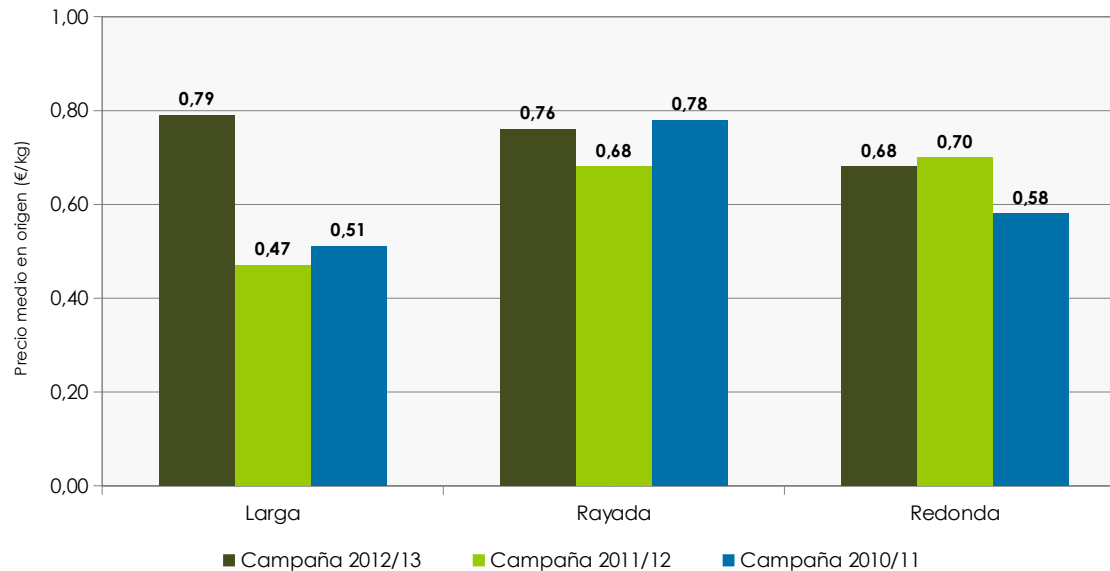


Nota:
- Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013

7. Berenjena

Análisis de los precios medios en origen de la berenjena de 1ª Y 2ª Categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

La berenjena ha afrontado la primera mitad del período con las mejores cotizaciones de los últimos años.

En los meses iniciales de campaña la abundante oferta de producto unido a una exportación aún en niveles reducidos, propician unas cotizaciones por debajo al precio medio de campaña, pero superiores a las obtenidas en las dos campañas precedentes.

En diciembre se producía una notable reducción productiva, acusando los efectos de la inestabilidad climatológica de los meses de octubre y noviembre sobre la floración y el cuajado del fruto. La buena aceptación de la berenjena en los mercados internacionales y la ralentización del ritmo de producción durante los meses invernales ocasionaba escasez puntual de producto y el precio medio de la berenjena alcanzaba el máximo de la campaña. Con la proximidad de la primavera, las temperaturas aumentan al igual que el volumen recolectado; la demanda no absorbe el incremento de oferta y a mediados del mes de marzo las cotizaciones se precipitan.

La producción comercializada hasta la primera quincena de marzo oscila entre el 65-70% de las previsiones de campaña.

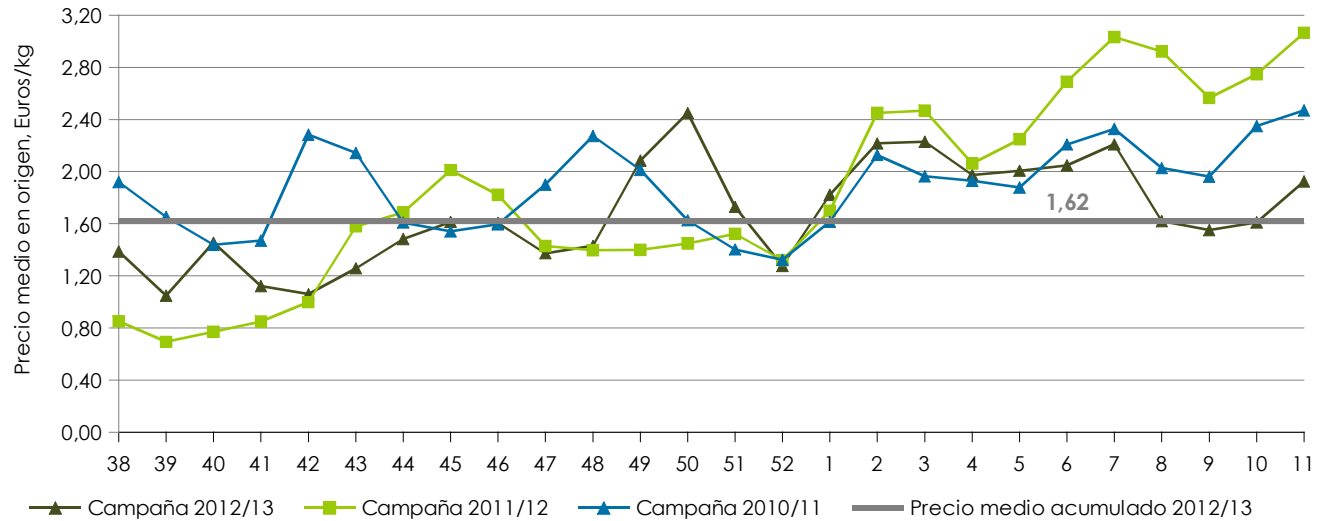
8. Judía verde

Análisis de los precios medios en origen de la judía verde de 1ª y 2ª Categoría

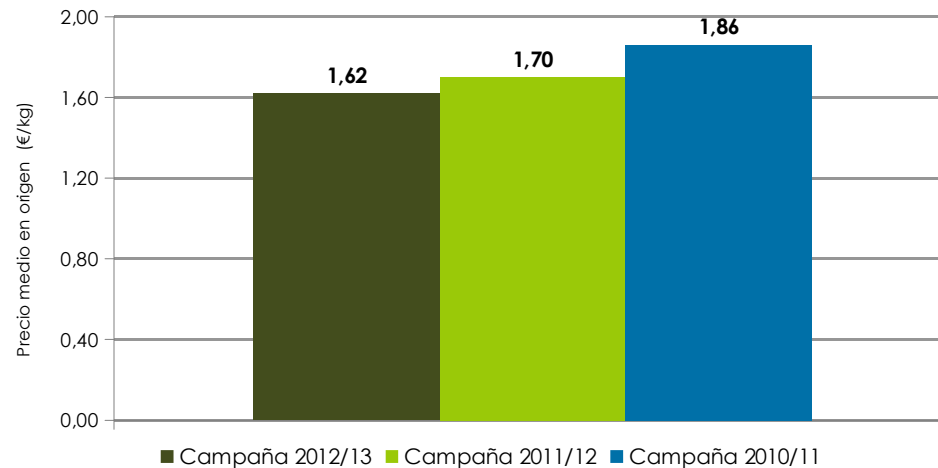
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Campaña 2012/13	
Semana	Precio (€/kg)
38	1,39
39	1,05
40	1,46
41	1,12
42	1,06
43	1,26
44	1,48
45	1,61
46	1,61
47	1,37
48	1,43
49	2,08
50	2,45
51	1,73
52	1,28
01	1,82
02	2,22
03	2,23
04	1,97
05	2,01
06	2,05
07	2,21
08	1,62
09	1,55
10	1,61
11	1,93
Precio acumulado	1,62

Evolución semanal de los precios en origen



Precio medio acumulado

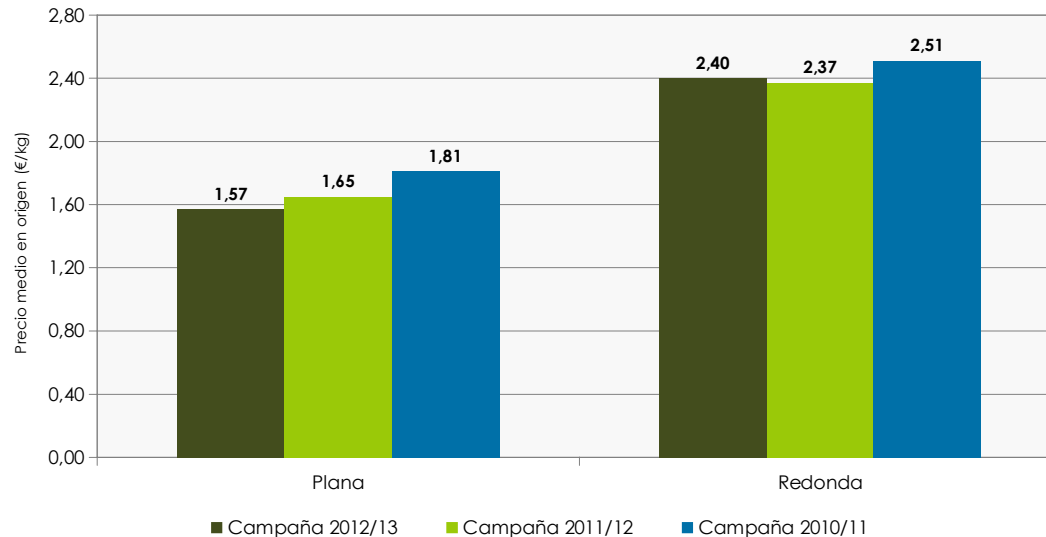


Nota:
- Precio medio acumulado desde la semana 38 de 2012 hasta la semana 11 de 2013

8. Judía verde

Análisis de los precios medios en origen de la judía verde de 1ª y 2ª categoría

Precio medio en origen acumulado por tipo de producto



Síntesis de campaña:

La primera mitad de la campaña se ha desarrollado con cotizaciones favorables, superando en líneas generales los registros del período 2011/12.

La judía es un producto minoritario en el contexto del sector hortícola protegido, cuyas cotizaciones se ven influidas de forma considerable por la producción marroquí. En los primeros meses de la campaña la escasez de judía marroquí favorece las cotizaciones del producto andaluz. A principios de noviembre la producción de judía de Marruecos se normaliza y las cotizaciones de la judía nacional comienzan a descender. En diciembre el precio del producto se incrementa de forma considerable favorecido por la intensidad de la demanda en el período prenavideño. A finales de diciembre, cuando la gran distribución ya había realizado acopio de género, las cotizaciones descienden para volver a incrementarse en enero superando los registros de las dos campañas precedentes. En febrero se produce una subida puntual de precios y un progresivo descenso hasta invertir la tendencia a inicios del mes de marzo. Las cotizaciones en ambos meses son inferiores a las del período precedente.

Las cantidades comercializadas de judía hasta mediados del mes de marzo ascienden al 45-50% del global previsto para la campaña.

9. Melón y Sandía

Avance de campaña:

Se incrementan las plantaciones de melón y sandía realizadas a finales de febrero y primeros de marzo, en detrimento de la superficie dedicada a trasplantes tempranos en el mes de enero y primera quincena de febrero. Esta mayor concentración en la fecha de inicio de cultivo podría dar lugar a una concentración productiva en el mes de junio.

En la costa oriental granadina los trasplantes de sandía se han realizado de mediados de febrero a mediados de marzo, siendo previsible un incremento de la superficie respecto a la pasada campaña.

Los primeros frutos de primavera entrarán en el mercado previsiblemente a finales del mes de abril.

