



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural



Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía  
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL



HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

SEMANA 52,53 y 1. CAMPAÑA 2015/16<sup>1</sup>

## EL AÑO COMIENZA CON LA SUBIDA DE LAS COTIZACIONES DE PIMIENTO Y CALABACÍN, QUE CONTRASTA CON EL ESTANCAMIENTO DE PRECIOS DE PEPINO Y TOMATE.

### PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN<sup>2</sup>

Después del aprovisionamiento de la distribución centroeuropea previo al periodo navideño, la tranquilidad ha sido la tónica general de las semanas 52 y 53. Nochebuena y Nochevieja han caído en jueves y algunos mercados han cerrado el resto de la semana. El año comienza con la reactivación de la demanda y una subida importante de los precios de pimiento y calabacín. Las cotizaciones de la judía ascienden de manera más suave. La berenjena ve significativamente reducido su valor en este tiempo.

Sin embargo, las cotizaciones del tomate y del pepino se han mantenido estables. El pepino arrastra una campaña complicada con resultados no muy positivos por la gran afluencia del volumen producido. Se está tratando de regular la oferta a través de las retiradas voluntarias del pepino comercializado de calidad inferior, según el acuerdo adoptado por las empresas asociadas a COEXPHAL. Se espera un comportamiento similar al de la pasada campaña, que despuntó la demanda de este producto en breve, hecho que debe traer consigo un incremento de precios.

#### TOMATE

El precio medio del tomate desciende ligeramente a lo largo de la segunda quincena del mes de diciembre y se mantiene estable en la primera semana de enero. Se alcanzaron precios similares a las mismas fechas de la pasada campaña.

Todos los tipos analizados a excepción del tomate "larga vida" disminuyen su cotización en el período analizado. El "larga vida" recupera en la semana 1 el descenso registrado en la semana 53 aunque siguiendo la tendencia de semanas anteriores. Es el tipo rama el tomate más cotizado al encontrar menor competencia de otros orígenes en el mercado europeo. Especialmente significativa ha sido la depreciación del tomate pera, destinado a exportación, que inicia el año por debajo de los 30 céntimos.

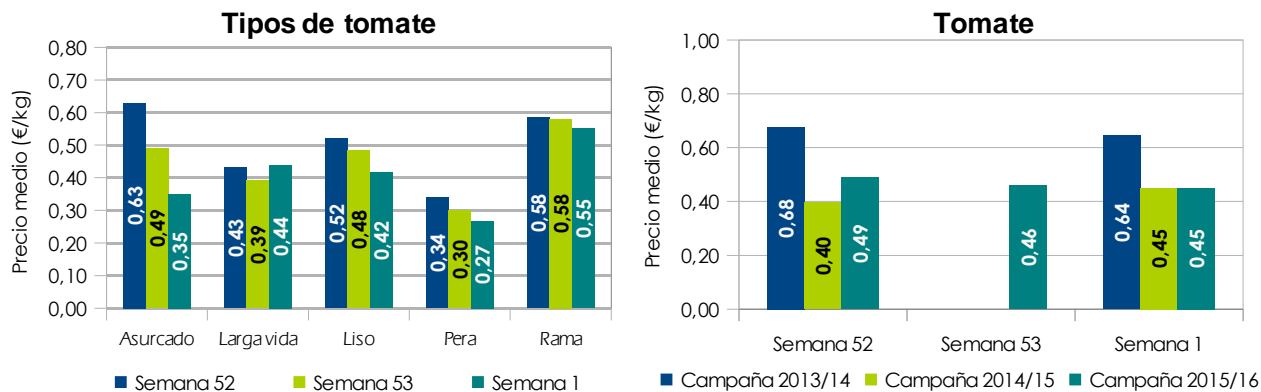
Las temperaturas, aunque han descendido, no son invernales y el ritmo productivo es alto.

<sup>1</sup> El objeto del presente informe es realizar un seguimiento de la campaña 2015/16, exponiendo una visión del estado del sector de forma periódica. La información reflejada se ha obtenido mediante consultas a expertos del sector y al Observatorio de Precios y Mercados. Los precios de la campaña 2015/16 son provisionales.

<sup>2</sup> El análisis de las cotizaciones corresponde a precios medios ponderados de I+II categoría comercial de empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada facilitados por el Observatorio de Precios y Mercados.



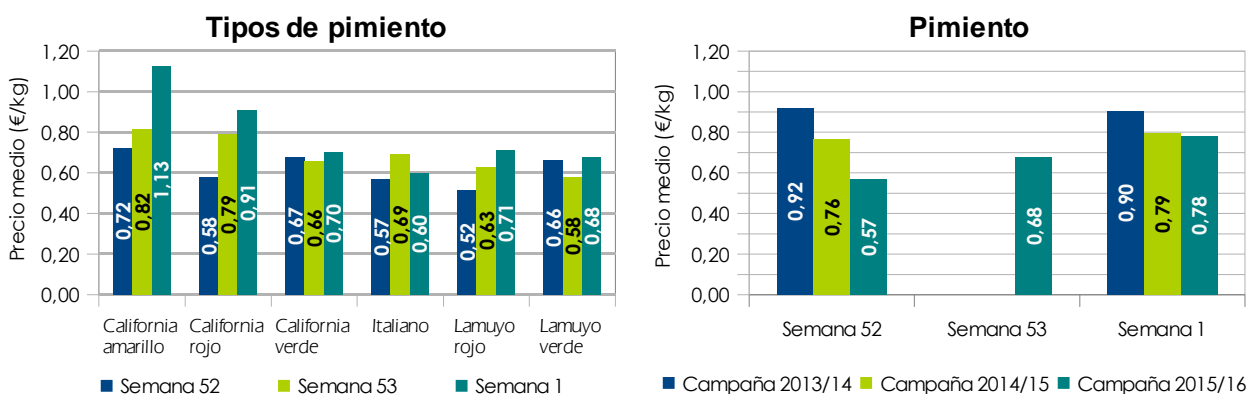
**Gráficos<sup>3</sup> 1 y 2.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 52, 53 y 1 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



### PIMIENTO

Aumenta un 37% el precio del pimiento en el período analizado. Todos los tipos comerciales experimentan un incremento de la cotización con excepción del pimiento italiano, aunque son destacables las subidas de precio experimentadas por el California amarillo y California rojo (57% en los dos colores). Los calibres de estos colores son grandes y se dificulta el formato tricolor, favoreciendo la comercialización de granel envasado de un color. En próximas fechas se espera menor volumen de California verde, por el cambio de ciclo en los trasplantes más tempranos.

**Gráficos<sup>3</sup> 3 y 4.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 52, 53 y 1 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



La suspensión de la exportación de pimiento español en EEUU por parte de APHIS<sup>4</sup> al comienzo del periodo (1/12-30/4), no tiene una repercusión importante respecto al volumen

<sup>3</sup> No incluyen el tomate tipo cherry. El tipo comercial asurcado incluye también variedades de tomate asurcado larga vida, que se comercializan habitualmente en rojo.

<sup>4</sup> Animal and Plant Health Inspection Service. Agencia perteneciente al Departamento de Agricultura Estadounidense (USDA)



total de las exportaciones almerienses, aunque los precios de venta alcanzados en las operaciones llevadas a cabo han sido altos comparativamente.

Esta suspensión no afectó a Canadá, realizándose las transacciones con este país sin incidencias.

## PEPINO

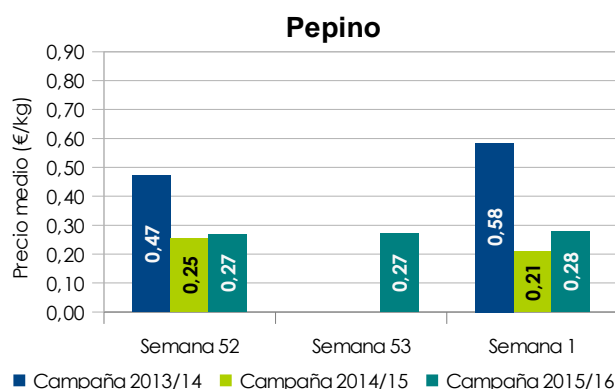
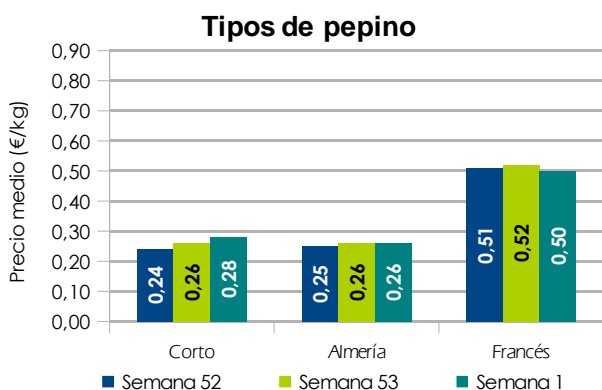
Las suaves temperaturas otoñales y del comienzo del invierno han propiciado un ritmo productivo alto que ha saturado el mercado, como ya ocurrió en las mismas fechas de la pasada campaña.

En estas tres semanas, el pepino muestra un estancamiento en un nivel de precios por debajo de los 30 céntimos que se arrastra desde la semana 47. El precio del producto está marcado por el tipo comercial holandés, mayoritario en volumen. El precio del tipo francés prácticamente duplica el precio del tipo Almería y se mantiene estable en el período analizado aunque, es el pepino con menor superficie cultivada.

Ante esta situación de bajos precios, que afecta especialmente a Granada y a Almería, la mayor parte de las comercializadoras han acordado en la semana 1 continuar con la retirada de volúmenes importantes de pepino, medida de gestión de crisis contemplada en la PAC con una compensación por kilo de 16 céntimos. Esta unión del sector persigue descongestionar el mercado. Otros factores previsibles como la bajada de las temperaturas, la finalización de muchas plantaciones (con adelanto respecto al año pasado) y entrada en el mercado de nueva producción de calidad pueden ayudar a regular la oferta en origen. No obstante, estas medidas debe ir acompañadas por un incremento de la demanda.

En Holanda, algunas empresas relevantes están a punto de iniciar la temporada de pepino protegido.

**Gráficos 5 y 6.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 52, 53 y 1 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



## CALABACÍN

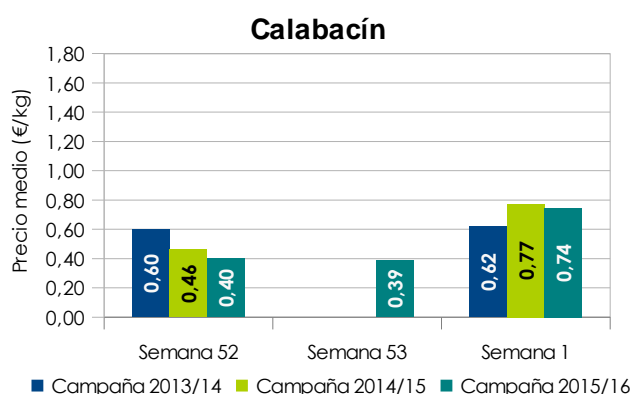
El precio medio del calabacín registra un brusco ascenso en la semana 1 después del estancamiento de las dos semanas precedentes, superando cotizaciones previas al periodo navideño.



Por otro lado, fuentes del sector hacen notar un aumento de la presencia de calabacín marroquí en Europa, que hasta el momento no está interfiriendo en el predominio del origen “Almería”.

Expertos consultados de comercializadoras almerienses señalan que el precio del calabacín es oscilante hasta que se supera un “precio barrera” que trae consigo la reducción de la demanda de los supermercados europeos, cayendo posteriormente el precio hasta situarse en un nivel aceptable para el consumidor. El precio máximo semanal registrado en esta campaña no ha alcanzado 1 euro, pero ha estado cerca. Los comerciales perciben positivamente los resultados de este producto en lo que ha transcurrido de la campaña.

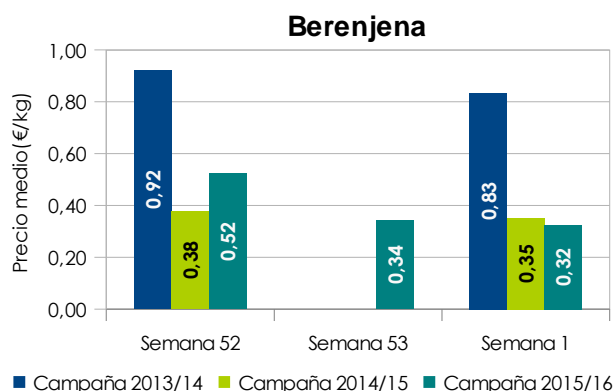
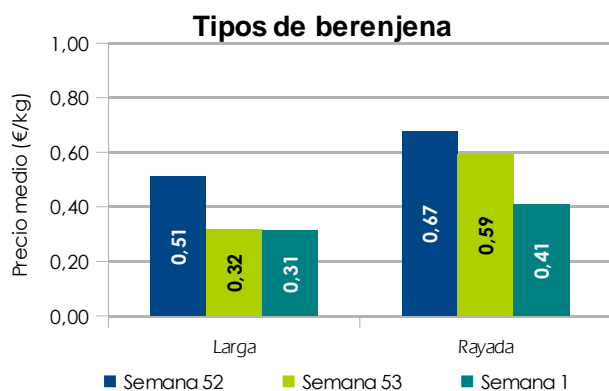
**Gráfico<sup>5</sup> 7.** Precio medio del calabacín en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



## BERENJENA

Los dos tipos comerciales ven reducidas sus cotizaciones en el período analizado aunque la rayada tiene mayor valor económico. Este tipo comercial es demandado por Francia, Italia y Holanda, y se cotiza mejor al disponer de una oferta limitada.

**Gráficos 8 y 9<sup>6</sup>.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 52, 53 y 1 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



<sup>5</sup> Al ser el calabacín verde el tipo de calabacín mayoritario, 98% de la producción comercializada según datos del Observatorio de Precios y Mercados, no se realiza en este apartado el gráfico de precio medio por tipo de producto.

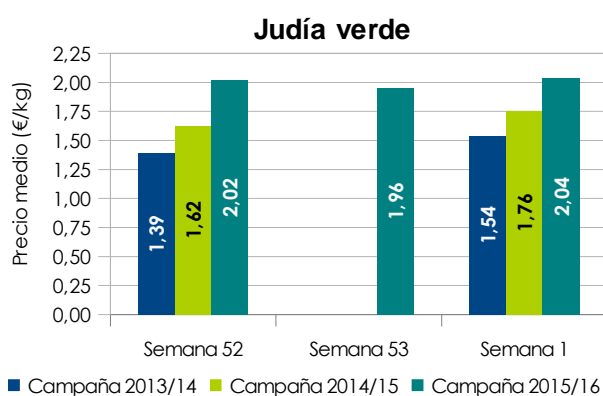
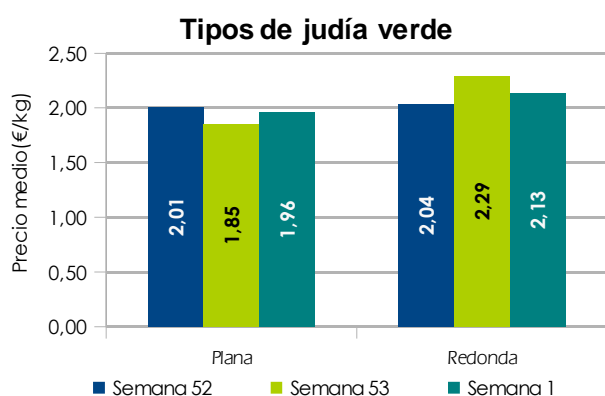


## JUDIA VERDE

Después del descenso registrado en la semana 53, el año comienza con la recuperación del precio de la judía que se sitúa por encima de los dos euros. Este incremento se debe a la judía plana, más importante en volumen.

A lo largo del mes de enero se prevé el arranque de las plantaciones tempranas y una reducción del volumen ofertado.

**Gráficos 10 y 11.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 52, 53 y 1 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 52, 53 y 1 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



## MARRUECOS

### TOMATE

El contingente<sup>7</sup> de tomate marroquí exportado a la UE en las semanas 52, 53 y 1 asciende progresivamente en estas semanas, alcanzando un total de 28.490 toneladas. Comparando con el mismo período de la campaña precedente, el volumen disminuye un 22%.

En el mes de diciembre Marruecos ha consumido 39.521 toneladas, el 91% del contingente mensual de tomate autorizado para su exportación a la UE. En diciembre de 2015 el contingente disponible asciende a 43.500 toneladas.

### CALABACÍN

En la semanas 52,53 y 1 el contingente<sup>8</sup> de calabacín exportado a la UE se ha cuantificado en 6.798 toneladas, muy superior a las 3.543 toneladas<sup>9</sup> exportadas bajo contingente en las mismas fechas de la pasada campaña.

<sup>6</sup> El precio medio de la berenjena (gráfico 9) incluye berenjena larga, rayada y otros tipos comerciales.

<sup>7</sup> Marruecos dispone de un contingente de tomate adicional de 28.000 toneladas que puede consumir entre octubre y mayo.

<sup>8</sup> El calabacín marroquí dispone de un contingente de exportación a la UE de 54.500 toneladas distribuido entre el mes de octubre y el 20 de abril.



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural



Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

El contingente total consumido por Marruecos en diciembre asciende a 9.751 toneladas, frente a los 4.229 toneladas de la misma fecha de la pasada campaña.

---

<sup>9</sup> Gran parte de la producción de calabacín marroquí resultó dañada por las fuertes lluvias torrenciales caídas a finales de noviembre de 2014.