

HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

SEMANA 5 . CAMPAÑA 2015/16¹

LA REDUCIDA OFERTA NACIONAL Y LA ESCASA COMPETENCIA INTERNACIONAL IMPULSAN LOS PRECIOS DE PIMIENTO Y PEPINO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN²

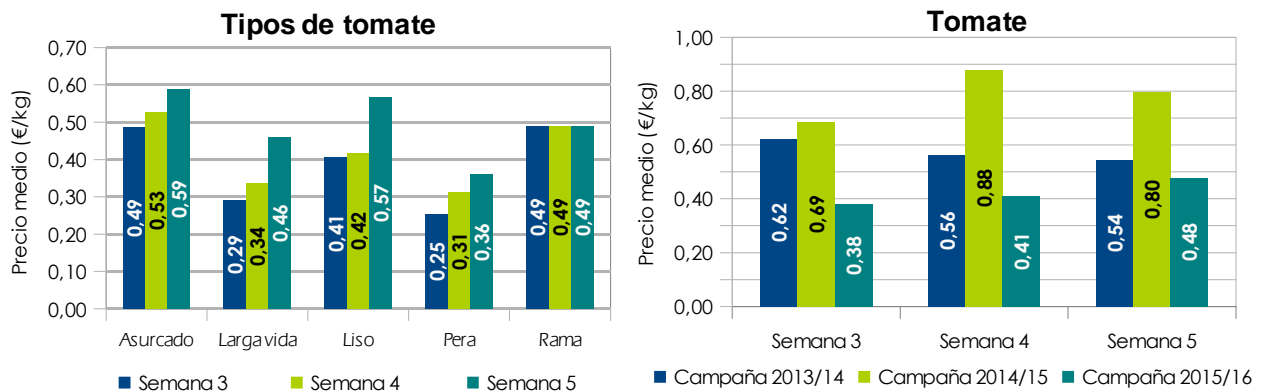
TOMATE

El inicio del mes de febrero se ha caracterizado por una reducción generalizada de los volúmenes comercializados, que se ha traducido en un incremento de las cotizaciones de todas las variedades. El tomate rama es el único que se mantiene en valores similares a la semana pasada. Los tipos larga vida y liso son los que han reducido en mayor medida su oferta en este período, experimentando un incremento proporcional de sus cotizaciones.

En la comarca de Níjar continúa la retirada de las plantaciones de tomate de ciclo corto. Gran parte de los productores que optan a dos ciclos de cultivo ya han retirado el primer ciclo de tomate y el resto mantendrán el cultivo previsiblemente hasta principios de marzo para realizar entonces un segundo ciclo de sandía.

El tomate es uno de los productos que presenta mayor competencia en estos momentos en los mercados internacionales, especialmente los tipos rama y larga vida. A la férrea competencia de las exportaciones de Marruecos, principalmente localizadas en el tomate larga vida, se suman las importaciones que Holanda hace de Sudamérica, la producción propia de Holanda, y las producciones de Israel y Turquía.

Gráficos³ 1 y 2. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 3, 4 y 5 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 v 2013/14.



¹El 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.

²El 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.

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

Las cálidas temperaturas en Europa, están afectando a la organización de los mercados. Países como Polonia registran temperaturas hasta 10°C por encima de lo habitual, lo que está favoreciendo el adelanto de los trasplantes de determinados cultivos, destacando el tomate, y previsiblemente el inicio de la campaña de primavera. Esta circunstancia ocasionará nuevas competencias para la producción andaluza en los próximos meses.

PIMIENTO

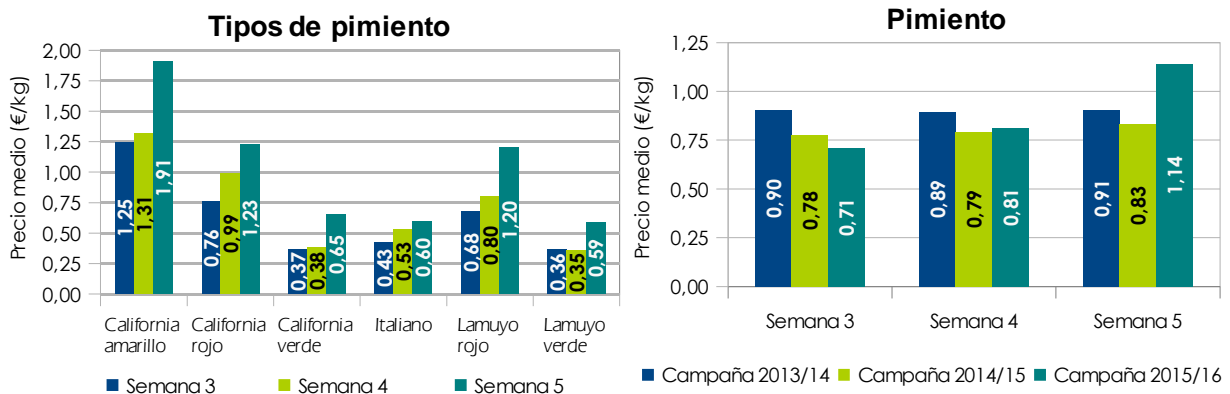
Récord de cotizaciones para el pimiento en la primera semana del mes de febrero. La oferta de pimiento se reduce considerablemente esta semana, especialmente en los tipos California rojo y lamuyo rojo, debido a la escasa disponibilidad de producto en campo. La curva productiva del pimiento muestra un adelanto de 10-15 días respecto a la pasada campaña debido a la práctica ausencia de bajas temperaturas en los meses de otoño e invierno.

El pimiento continúa en la etapa de transición productiva hacia la campaña de primavera. Gran parte de las plantaciones de primer ciclo del Poniente almeriense ya se han arrancado, lo que se deja notar en una menor disponibilidad de producto que incrementa sus cotizaciones.

El California amarillo de calibre pequeño y mediano es el más buscado en estas fechas. La escasez de producto propicia que las cooperativas estén recurriendo a las alhóndigas de la provincia para dar respuesta a sus compromisos comerciales, y que su precio en subasta haya subido notablemente.

El California verde también incrementa sustancialmente su cotización. Los productores que hayan realizado un ciclo único de pimiento optan por recoger mayoritariamente el producto en rojo, con la consiguiente disminución de la oferta de los tipos verdes en las próximas semanas.

Gráficos 3 y 4. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 3, 4 y 5 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.

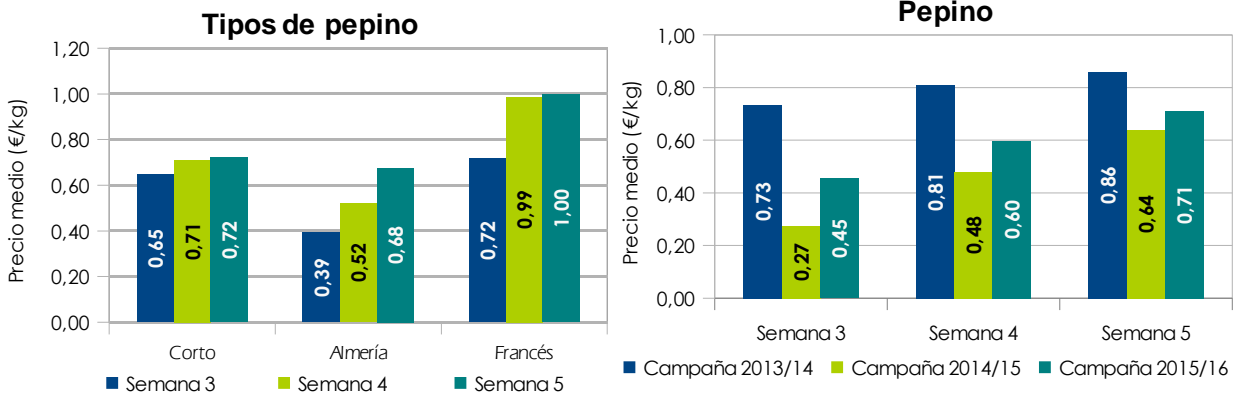


PEPINO

Nueva subida de las cotizaciones de pepino hasta registrar el precio más favorable de la campaña. La oferta de pepino Almería disminuye paulatinamente con la retirada de los trasplantes tempranos e intermedios en Almería y Granada, y las cotizaciones mejoran sensiblemente respecto a las últimas semanas de enero.

La producción holandesa de pepino es aún limitada. No obstante, en unos 20 días si las condiciones climáticas son favorables, Holanda podría tener volúmenes más significativos y ejercer mayor competencia sobre la producción almeriense. En los invernaderos holandeses los sistemas de calefacción están implantados de forma generalizada, no así los sistemas de luz artificial, siendo la luz el factor limitante para las producciones tempranas.

Gráficos 5 y 6. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 3, 4 y 5 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.

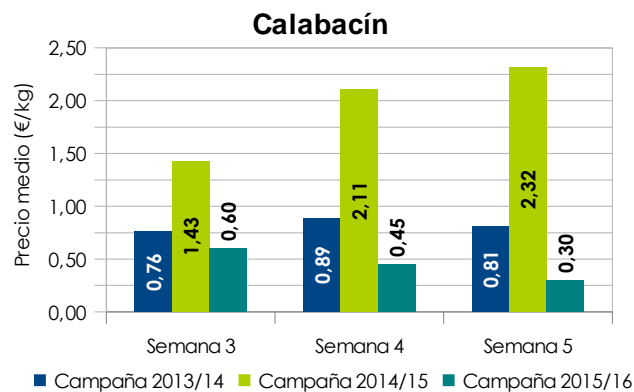


CALABACÍN

El precio del calabacín cae hasta los 0,30€/kg al comenzar el mes de febrero. La oferta de producto es elevada. Existe un desajuste entre oferta y demanda que se prolongará, si las condiciones meteorológicas se mantienen, hasta finales de febrero. En esta semana empieza a reducirse la producción de las plantaciones tardías de otoño.

El calabacín es un producto muy demandado en toda Europa y tiene un consumo muy establecido en países como Reino Unido, Alemania y Francia, como ingrediente para sopas y cremas.

Gráfico⁴ 7. Precio medio del calabacín en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



⁴Al 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.

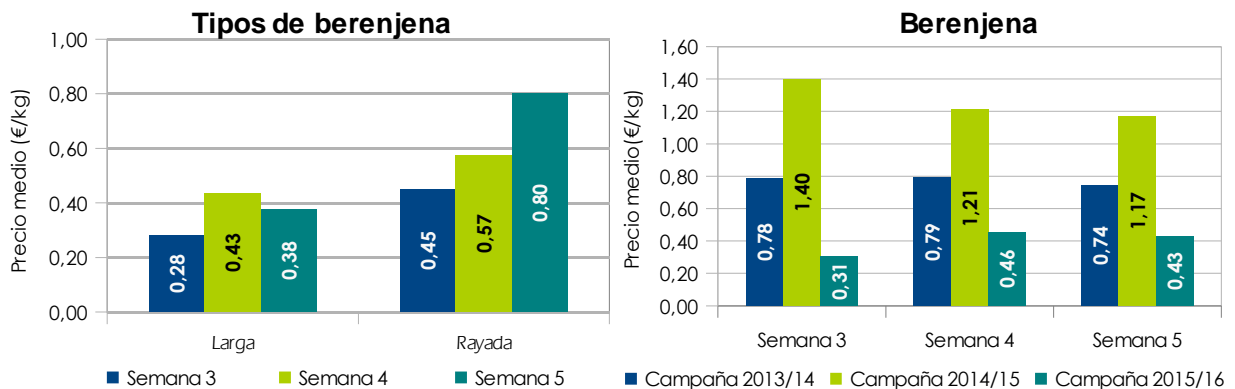
BERENJENA

Descienden las cotizaciones de berenjena en la primera semana del mes de febrero. La bajada de las temperaturas nocturnas ha ralentizado los cortes del producto, pero la oferta de berenjena en las comercializadoras almerienses continúa siendo apreciable.

La berenjena se cultiva en los meses invernales, casi exclusivamente en el Poniente almeriense, siendo en este período Almería la principal suministradora de berenjena del continente europeo. La berenjena no es un producto que sea consumido regularmente por los europeos, a excepción de los italianos, y es por ello que moderadas fluctuaciones en su oferta se suelen trasladar rápidamente al comportamiento de las cotizaciones en origen.

Francia es el principal cliente para las berenjenas españolas, seguido de Alemania, Italia y Holanda. A mayor distancia se encuentran Holanda, Reino Unido, Bulgaria, Lituania, Polonia, Bélgica y Portugal.

Gráficos 8 y 9⁵. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 3, 4 y 5 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



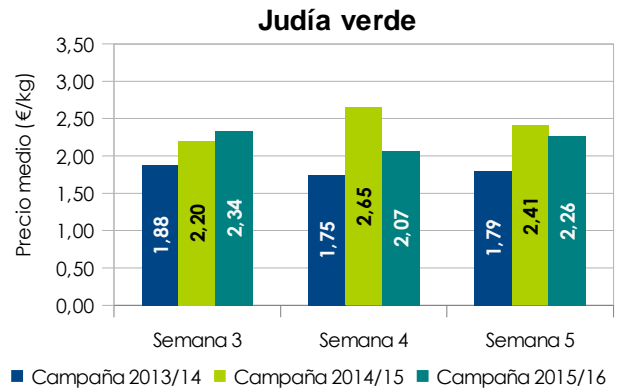
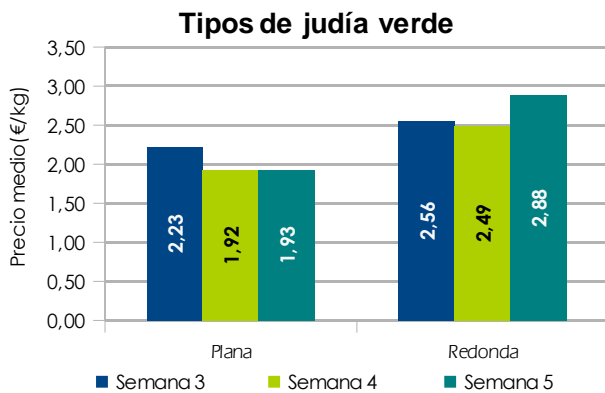
JUDIA VERDE

Estabilidad en las cotizaciones de judía plana e incremento de las cotizaciones de judía redonda. Las plantaciones realizadas en los meses de noviembre y diciembre comenzarán a producir a lo largo del mes de febrero, alcanzando máxima producción con la llegada de la primavera.

En Marruecos, el segundo ciclo de producción de judía también se ha realizado entre noviembre y diciembre, y se empezará a recolectar al igual que la judía andaluza en febrero, alcanzando los picos máximos de producción en marzo.

⁵El precio medio de la berenjena (gráfico 9) incluye berenjena larga, rayada y otros tipos comerciales.

Gráficos 10 y 11. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 3, 4 y 5 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 3, 4 y 5 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



MARRUECOS

TOMATE

El contingente⁶ de tomate marroquí exportado a la UE en la primera semana de febrero asciende a 9.967 toneladas, un 3% más que la semana precedente. El contingente mensual correspondiente al mes de febrero asciende a 43.500 toneladas.

Marruecos ha exportado bajo contingente hasta la fecha un total de 134.351 toneladas, un 47% del contingente autorizado para toda la campaña.

CALABACÍN

El contingente⁷ de calabacín exportado a la UE en la semana 5 se ha cuantificado en 3.604 toneladas, valor similar a la semana precedente y sensiblemente superior a las 1.509 toneladas⁸ de las mismas fechas de la pasada campaña.

FRUIT LOGÍSTICA

Del 3 al 5 de febrero se ha celebrado en Berlín Fruit Logistica, la Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas. Este año la feria ha alcanzado un nuevo récord con la participación de 2.785 expositores de 83 países y la asistencia de 65.000 visitantes de 135 países.

Las empresas andaluzas han asistido a Fruit Logistica con el objetivo de buscar la fidelización de los clientes y promocionar las hortalizas producidas en Andalucía, productos de alta calidad, con el menor índice de residuos de todo el continente, y con un futuro que se basa en dos premisas: el residuo cero y los productos ecológicos. Lo ecológico se está postulando como el

⁶Marruecos dispone de un contingente de tomate adicional de 28.000 toneladas que puede consumir entre octubre y mayo.

⁷El 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.

⁸Gran parte de la producción de calabacín marroquí resultó dañada por las fuertes lluvias torrenciales caídas a finales de noviembre de 2014.



gran segmento de futuro. Su demanda va en aumento, así como la apuesta de las empresas comercializadoras y certificadoras andaluzas por satisfacer esa demanda.