

INFORME DE SEGUIMIENTO: SECTOR DE HORTÍCOLAS PROTEGIDOS. ANDALUCÍA.

SEMANAS 43 Y 44. INFORME INICIAL CAMPAÑA 2021/22

LAS TEMPERATURAS OTOÑALES AL INICIO DEL MES DE NOVIEMBRE FAVORECEN LA SUBIDA DE LAS COTIZACIONES DE PEPINO, CALABACÍN Y BERENJENA

La campaña hortícola protegida iniciaba su andadura con un ligero adelanto de las plantaciones respecto a la pasada campaña y con precios sensiblemente inferiores. La mayor presencia de trasplantes tempranos de algunos cultivos, junto a la coincidencia con producciones de otras regiones europeas, influían negativamente en la comercialización de los productos andaluces en Europa, destino al que se dirige cerca del 80% de los hortícolas protegidos andaluces.

Uno de los ámbitos más destacados de la actualidad de la campaña andaluza está siendo el incremento de los costes de los insumos, entre ellos la electricidad, el gasóleo y los plásticos, que afectan a todos los procesos de producción desde la fase de cultivo hasta los materiales usados para la construcción y renovación de invernaderos, el envasado y la logística. Este fenómeno afecta al sector hortofrutícola y alimentario, tanto en España como en Europa, y se enmarca en una situación de crisis mundial de suministro de materias primas. En esta coyuntura de alza de costes de producción también hay que considerar el incremento del salario mínimo interprofesional, que entró en vigor esta campaña.

Durante los meses de septiembre y octubre la exportación hortícola ha sido minoritaria, considerándose iniciada la campaña de exportación en el mes de noviembre, en el cual se comercializan volúmenes relevantes.

PIMIENTO

La superficie de pimiento se incrementa ligeramente una campaña más según estimaciones, convirtiéndose en el cultivo predominante en Almería, superando las 12.000 hectáreas. Los factores que inciden en su manejo y recolección, junto con una menor demanda de mano de obra que, por ejemplo, el tomate, y unos precios más estables que la mayoría de los productos, hacen que sea una opción atractiva para el productor.

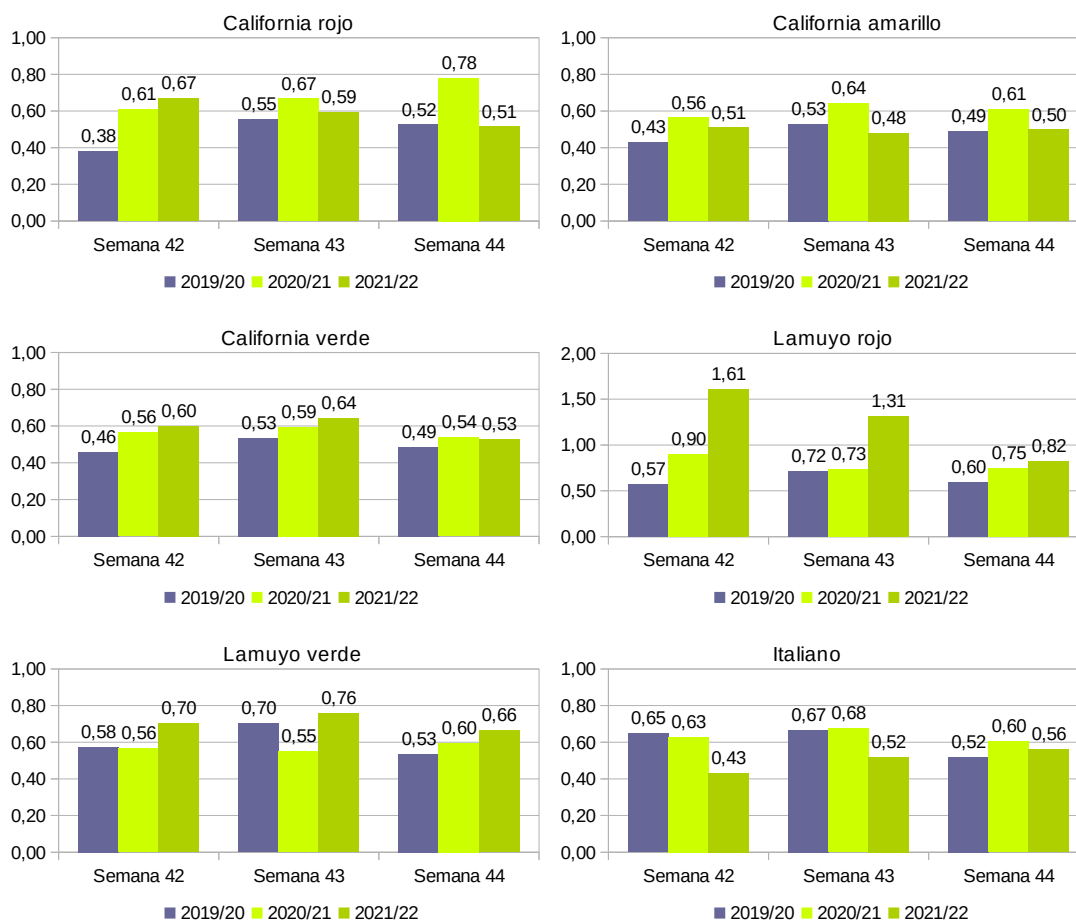
Entre las principales causas que han favorecido su crecimiento en superficie esta campaña se encuentran, por un lado, los ajustados resultados económicos del pepino y del calabacín en la pasada campaña, que no cubrieron las expectativas de los productores y por otro, el previsible nuevo descenso de la superficie de tomate a favor del pimiento, entre otros cultivos.

Los tipos comerciales de pimiento más demandado por los productores esta campaña, según fuentes del sector, son el California rojo, aproximándose al 50-55% de la superficie total de pimiento, seguido del California amarillo y del Lamuyo rojo, representando ambos entre el 10-15% de la superficie total de pimiento.

En el panorama internacional destaca el previsible retraso de parte de las plantaciones holandesas, entre 30 y 40 días respecto a campañas anteriores, para reducir el impacto de la factura energética ante al incremento del precio del gas y del petróleo. Marruecos es otro de los

competidores del pimiento andaluz en los mercados europeos, su producción de pimiento crece cada año, siendo España, Francia y Alemania sus principales destinos de exportación.

Gráfico 1 a-f. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de pimiento.



En el mes de noviembre aumenta la oferta de pimiento en las comercializadoras almerienses y los tipos **California y Lamuyo**, tanto rojo como verde, **reducen el precio** liquidado al productor entre un **12%-18%**. El precio del Lamuyo rojo cae un 37%. El **California amarillo** mejora ligeramente los resultados de semanas anteriores, pero continúa siendo el pimiento **menos valorado**.

Únicamente los pimientos **Lamuyo rojo y verde mejoran los resultados de la pasada campaña** en el inicio del mes de noviembre.

TOMATE

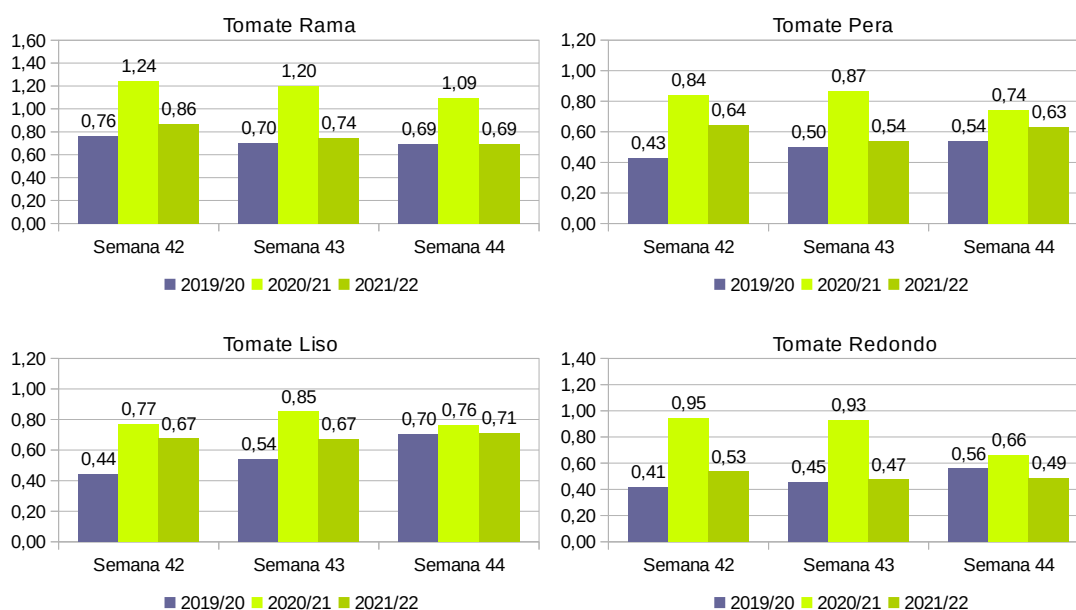
El tomate continúa perdiendo peso en el conjunto de la superficie hortícola protegida andaluza. Según las estimaciones iniciales de campaña reducirá su superficie un 3% respecto a la pasada campaña, en la que se aproximó a las 8.400 hectáreas. Sus altos costes de producción, especialmente de mano de obra, la fuerte competencia internacional, fundamentalmente de Marruecos, así como, los problemas ocasionados por virus y Tuta

absoluta junto con unos precios que no consiguen alcanzar las expectativas de los productores, están llevando a su progresiva sustitución por cultivos con menor impacto salarial como pimiento y calabacín.

Los tipos de tomate que más reducirán su superficie de cultivo esta campaña, según fuentes del sector, serán previsible el tomate redondo y el rama. El tomate pera mantiene un número de hectáreas de cultivo similar a la pasada campaña. Por otro lado, las especialidades con mayor valor añadido y rentabilidad, como los tomates tipo rosa, Corazón de buey, cherrys de diversos colores, etc., ostentan una mayor fortaleza para competir con las producciones de terceros países, y muestran un incremento en su superficie de producción.

En el mes de noviembre, la producción andaluza, aún limitada, coincide en los mercados internacionales con el tramo final de la campaña centroeuropea que, a pesar de ofrecer producto de menor calidad, presiona en la fijación de los precios del tomate español. La producción marroquí se incrementará notablemente a mediados de noviembre compitiendo con mayor intensidad con la oferta de Almería y Granada en los mercados europeos.

Gráfico 2 a-d. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de tomate.



El mes de noviembre comienza con un **incremento de las cotizaciones** de todos los tipos analizados, **a excepción del tomate rama**, que se deprecia un 7% respecto a la última semana de octubre.

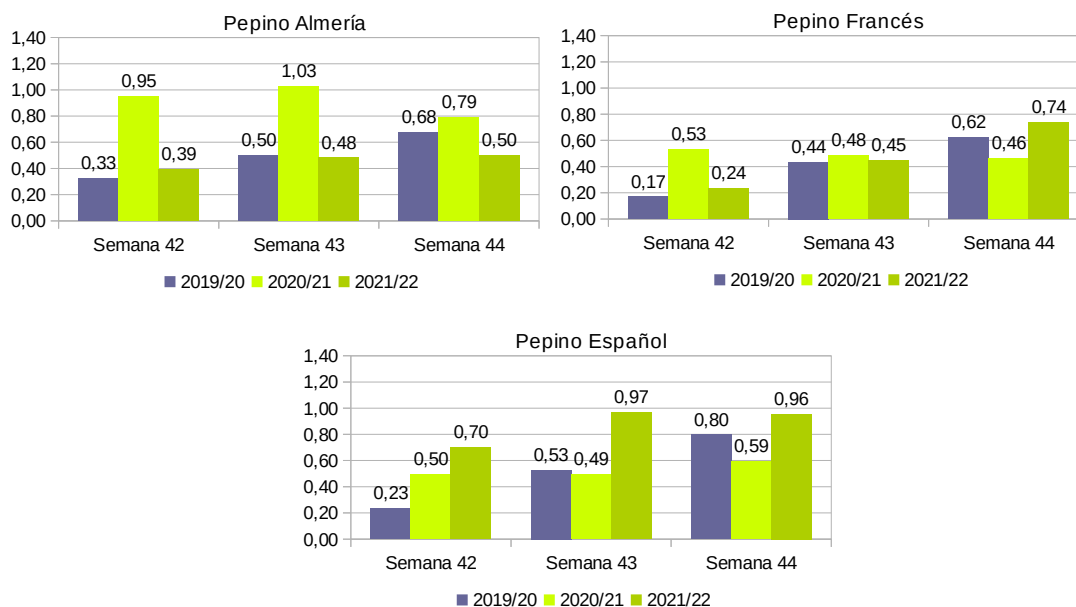
El **tomate rama**, junto con el **tomate liso**, son los tipos comerciales con **mayor precio** en las alhóndigas almerienses esta semana.

PEPINO

El pepino mantendrá una superficie de cultivo similar a la pasada campaña (-1%) según las previsiones.

A diferencia de la campaña 2020/21, que comenzó con unos precios aceptables, el inicio de este año agrícola se ha caracterizado, por un lado, por el adelanto de las plantaciones, que propiciaban la coincidencia de las producciones de Almería, de Granada y del tramo final de la producción holandesa, y por otro, por unos precios totalmente dispares a la pasada campaña.

Gráfico 3. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de pepino.



El pepino tipo Almería registra en las semanas analizadas las **cotizaciones más bajas de las dos campañas precedentes**. No obstante, la bajada de las temperaturas a finales de octubre ha frenado el ritmo productivo, circunstancia que se refleja en una tendencia ascendente de las cotizaciones desde entonces.

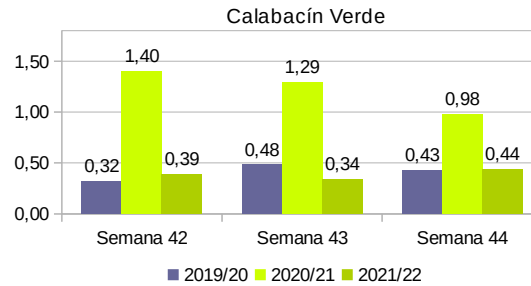
La limitada oferta de **pepino francés y español**, en la primera semana de noviembre, impulsa sus **cotizaciones** marcando los **valores máximos del período** analizado.

CALABACÍN

El calabacín incrementa su superficie de cultivo (2%) respecto a la pasada campaña, sumando tres temporadas de ascenso continuado. Sus bajos costes de producción y su rápida entrada en producción con altas temperaturas lo convierten en una alternativa atractiva para aquellos productores que buscan una rápida recuperación de la inversión realizada.

La elevada oferta de calabacín en las semanas iniciales de campaña se ha traducido en unos precios de liquidación al agricultor más bajos de lo deseado. Además, las altas temperaturas de septiembre y la primera mitad de octubre han favorecido la coincidencia de las producciones de invernadero andaluzas con el calabacín al aire libre nacional y con producciones locales de Centroeuropa, factores que han desembocado en los bajos precios del inicio de la campaña.

Gráfico 4. Precios medios semanales de liquidación al agricultor del calabacín



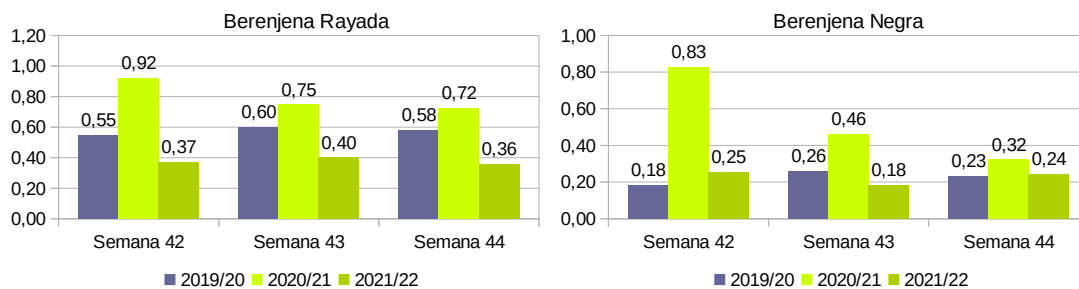
En la primera semana del mes de **noviembre el calabacín** experimenta un **incremento del precio medio liquidado al productor** cercano al **30%**. El valor medio obtenido está muy alejado del registrado la pasada campaña, en la que la disponibilidad de producto era mucho menor.

BERENJENA

La superficie de berenjena crecerá previsiblemente un 1,5% respecto a la pasada campaña gracias a los favorables resultados económicos obtenidos por el producto en el período 2020/21.

La berenjena ha sido el producto que ha registrado las cotizaciones más bajas en el inicio de campaña. Las cálidas temperaturas del otoño han activado la producción de berenjena en la provincia de Almería en unas fechas con abundante producción tanto en otras regiones nacionales como en Europa y el precio en origen se vio rebajado para dar salida al producto.

Gráfico 5. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de berenjena.



La berenjena negra se aprecia un 33% en la semana 44 respecto a la semana precedente, posicionándose como uno de los productos con peor resultado de la semana.

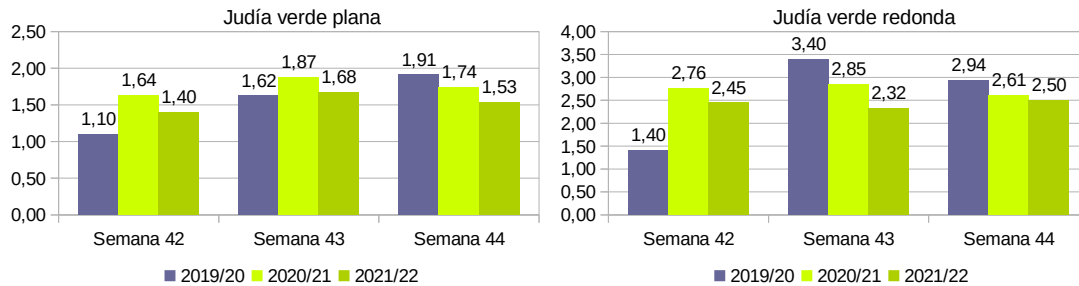
La berenjena rayada, con un mercado de distribución muy limitado, sufre **escasas fluctuaciones de cotización** en las semanas analizadas, situándose muy por debajo de los registros de pasadas campañas.

JUDÍA VERDE

La superficie de judía verde en Almería y Granada, según fuentes del sector, se reduce una campaña más siguiendo la tendencia de la última década.

La producción de judía verde andaluza es minoritaria durante el otoño y el invierno y su precio está fuertemente influenciado por la judía verde marroquí. La campaña marroquí de judía verde se ha caracterizado por un incremento de las plantaciones tempranas, y un mes de septiembre con temperaturas muy elevadas.

Gráfico 6. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de judía verde.



La judía verde plana se deprecia un 9% en la semana 44 respecto a la semana precedente. La judía redonda mejora su cotización un 8%.

FUENTES DE INFORMACIÓN:

- La información reflejada se ha obtenido mediante consultas a expertos del sector y datos del Observatorio de Precios y Mercados. Los precios de la campaña 2020/21 son provisionales.
- Los precios han sido facilitados por empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados.
- Las estimaciones de superficie han sido realizadas por la Delegación Territorial de Almería. En el caso de la judía verde la evolución de la superficie ha sido facilitada por empresas comercializadoras.

NOTAS RELATIVAS AL PRECIO DE LIQUIDACIÓN AL AGRICULTOR:

- Es un precio medio ponderado, calculado a partir de los precios medios percibidos por el agricultor y las cantidades comercializadas asociadas.
- Es un precio neto en el que no se incluyen las comisiones comerciales.
- El precio contempla el producto de I y II categoría comercial.