

Boletín Mensual de Precios en Origen del Sector Hortícola Protegido en Andalucía: Marzo de 2009

Notas metodológicas	1
Comportamiento de las cotizaciones en origen	2
Anexo: Distribución mensual de la producción (%)	15

Notas metodológicas

El sector hortícola intensivo agrupa los 8 principales productos¹ cultivados en invernadero en las provincias de Almería y de Granada.

Los precios medios en origen presentados en este boletín son extraídos de las consultas del sector hortícola del Observatorio de precios y mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca. El precio medio en origen se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora. Los precios presentados en el documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo.

En el observatorio se diferencian dos tipos de precios medios en origen:

El precio medio en origen por producto, se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas del producto en cuestión, utilizando una ponderación semanal del volumen.

El precio medio en origen por variedad, se obtiene de forma semejante al precio medio en origen por producto, con la salvedad de incluir un sistema de ponderación por variedades.

La presentación de los precios se realiza en los formatos que se desglosan a continuación:

- Evolución semanal del precio en origen. Analiza la variación semanal del precio medio de primera y segunda categoría, para cada producto hortícola a lo largo del mes, comparándolo a su vez, con el precio medio mensual.
- Evolución mensual del precio en origen. Estudia la evolución de la cotización en origen de la primera categoría en la campaña vigente, en comparación con la media de las tres últimas campañas.
- Precio medio mensual por variedad. Compara para las principales variedades de productos hortícolas, el precio medio de primera categoría en el mes vigente, con la media de las últimas tres campañas.

¹ Tomate, pimiento, pepino, berenjena, calabacín, judía, melón y sandía.

- Comparativa de la evolución mensual de precios en origen y destino. Estudia la marcha de los precios percibidos en origen y los pagados por el consumidor, a lo largo del presente mes, así como el margen comercial entre ellos.

A partir de esta campaña se desglosa para su análisis la variedad de tomate cherry en las siguientes subvariedades: cherry redondo suelto rojo, cherry redondo rama rojo y cherry pera suelto rojo. No se dispone de histórico con el desglose mencionado, por lo que durante esta campaña no se podrá comparar su cotización con la media de campañas anteriores.

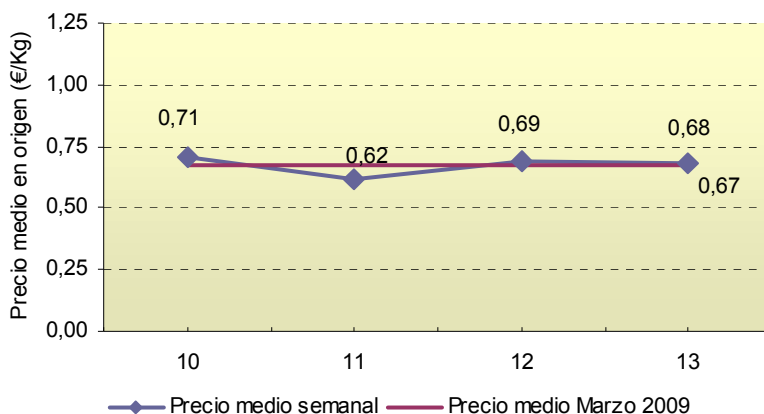
La distribución mensual de la producción hortícola de Almería se obtiene a partir de los datos facilitados por el sector y los recogidos en la “Valoración de la Campaña Hortícola Almeriense 2007/08”.

Comportamiento de las cotizaciones en origen

I. TOMATE

I.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen del tomate

Gráfico 1 Evolución semanal del precio en origen del tomate



Las cotizaciones se mantuvieron estables durante todo el período, con un pequeño descenso en la semana 11, influido principalmente por la merma en la calidad del producto.

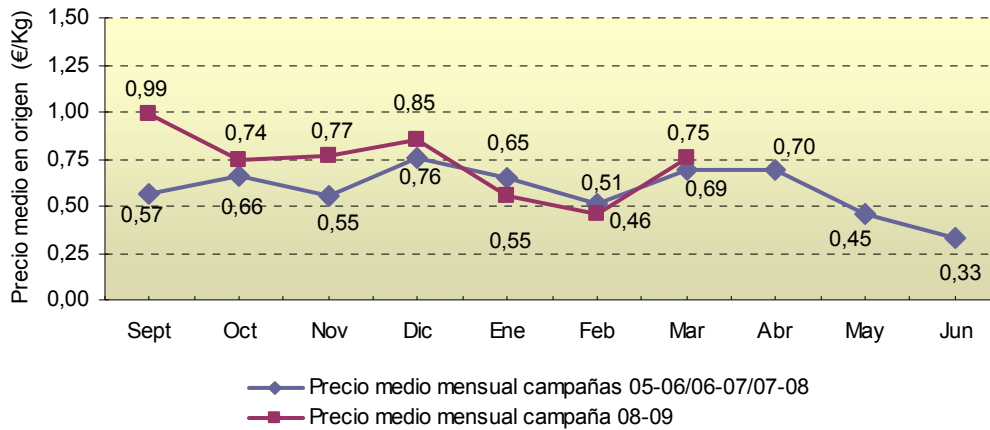
El volumen acumulado hasta el mes de marzo se estimó entre el 50-60% de las previsiones de campaña, apreciándose un déficit respecto a la anterior campaña entre 15-20%.

El precio medio de marzo superó en un 63% la media del mes de febrero.

La finalización anticipada de parte de las plantaciones de otoño, afectadas por las bajas temperaturas de meses atrás, provocaron una reducción en la oferta de producto de primera categoría y un incremento en sus precios, que tras dos meses consecutivos en niveles inferiores a la media de campañas anteriores, en marzo llegaron a superarla en un 9%.

La merma en la calidad de la producción cosechada, fue más apreciable en las últimas semanas del mes. La permanencia de la producción en planta más tiempo del aconsejable, a la espera de un mejor precio, ha ocasionado falta de consistencia del producto e incremento del porcentaje de desvío entre un 2-10% respecto a la pasada campaña.

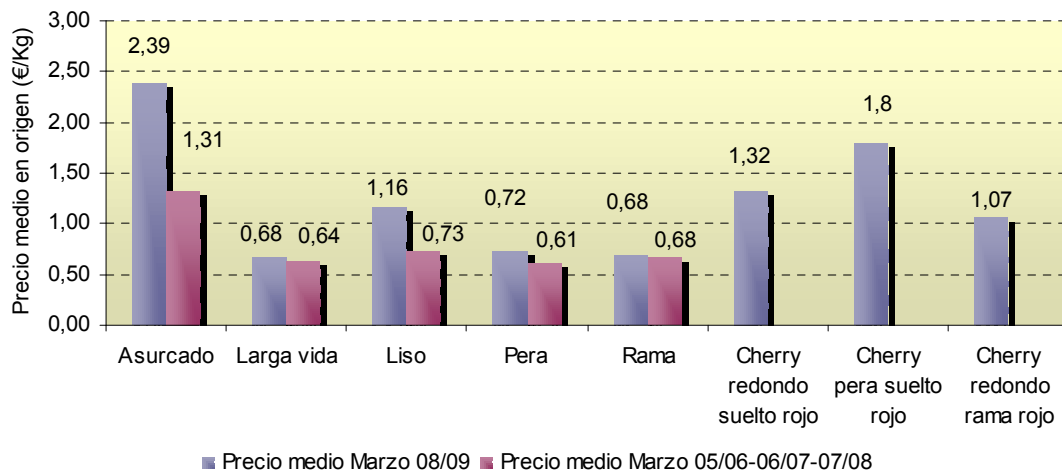
Gráfico 2 Evolución mensual del precio en origen del tomate de primera categoría



I.2 Precio medio mensual por variedades de tomate de primera categoría²

El tomate asurcado fue junto con el tomate cherry la variedad más cotizada durante este período. Todos los tipos de tomate a excepción del rama mejoraron su cotización respecto a la media de campañas anteriores, siendo esta variación más significativa en el caso del tomate asurcado y del tomate liso. El primero incrementó su cotización aproximadamente en un 82%, mientras que el segundo se revalorizó en torno al 59%.

Gráfico 3 Comparativa del precio medio mensual en origen de primera categoría por variedades de tomate



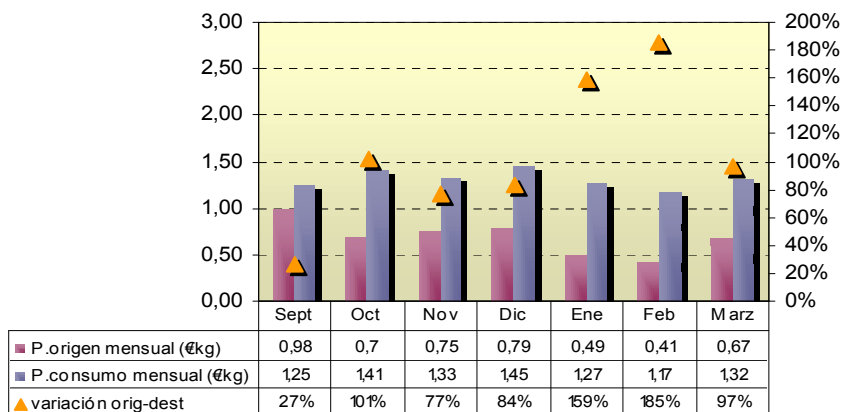
² Sólo se disponen de datos de las variedades de cherry correspondientes a la campaña 2008/09.

I.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del tomate

La recuperación de las cotizaciones en origen a lo largo del mes de marzo, se elevó en un 67% respecto al mes de febrero. En los precios al consumo se refleja la misma tendencia alcista aunque más atenuada, cifrándose en este caso el incremento de precios en un 13%. Estas circunstancias se tradujeron en una reducción del margen comercial respecto al mes precedente, en torno al 88%.

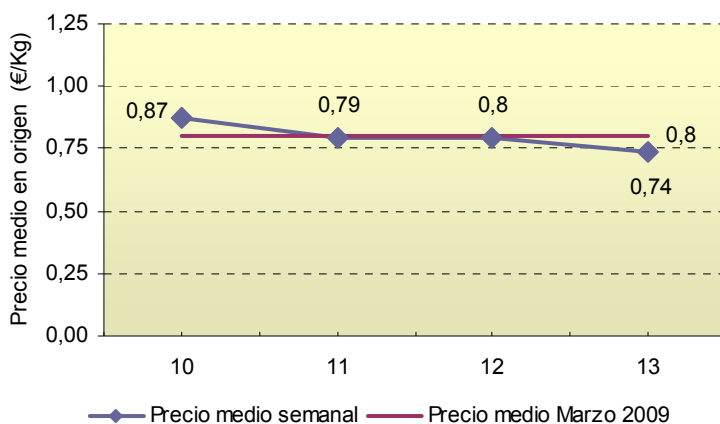
La competencia del tomate marroquí no influyó en gran medida en estas fechas, en la fijación a la baja del precio del producto en los mercados de destino. Sin embargo, el inicio de la producción en Holanda y su estrategia inicial de captación de clientes a través de precios bajos, si ha podido afectar a las fluctuaciones experimentadas por los precios de exportación.

Gráfico 4 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del tomate



II. PIMIENTO

I.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen del pimiento



La cotizaciones de pimiento se incrementaron sensiblemente en la primera semana de marzo, motivadas por una reducción del volumen ofertado, ante el arranque de parte de las plantaciones de primer ciclo, al preparar el suelo para los cultivos de primavera.

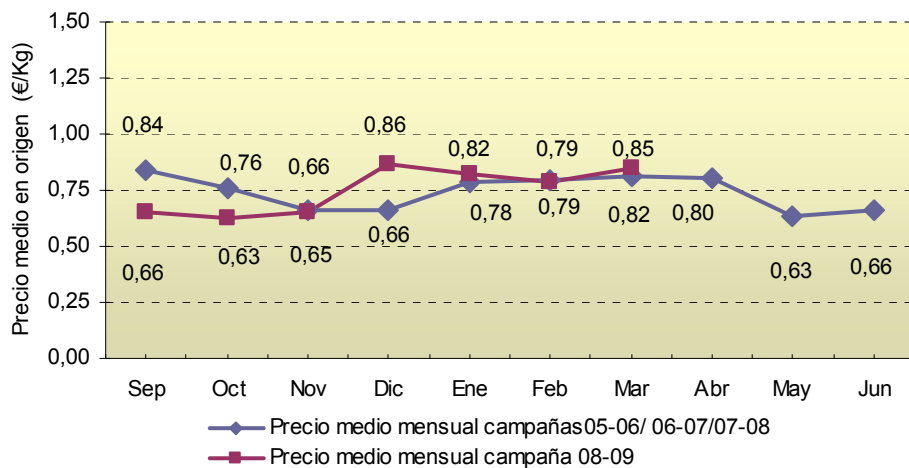
A partir de la semana 11, los precios se estabilizaron, manteniéndose en todo momento por encima de las cotizaciones registrada en el mes de febrero.

La producción acumulada se aproximó al 80-85% de las previsiones de campaña.

El precio medio de primera categoría en el mes de marzo superó en un 4% la media de pasadas campaña. Mientras que la producción acumulada respecto al mismo período, se ha reducido entre un 10-15%, por efecto de las adversidades climatológicas de los meses de diciembre y enero principalmente.

En gran número de explotaciones se ha arrancado el cultivo y se ha procedido a la corta de producto en verde, con el consiguiente detrimento de la calidad del mismo y del incremento del volumen de segunda categoría y de destrio.

Gráfico 5 Evolución mensual del precio en origen del pimiento de primera categoría.



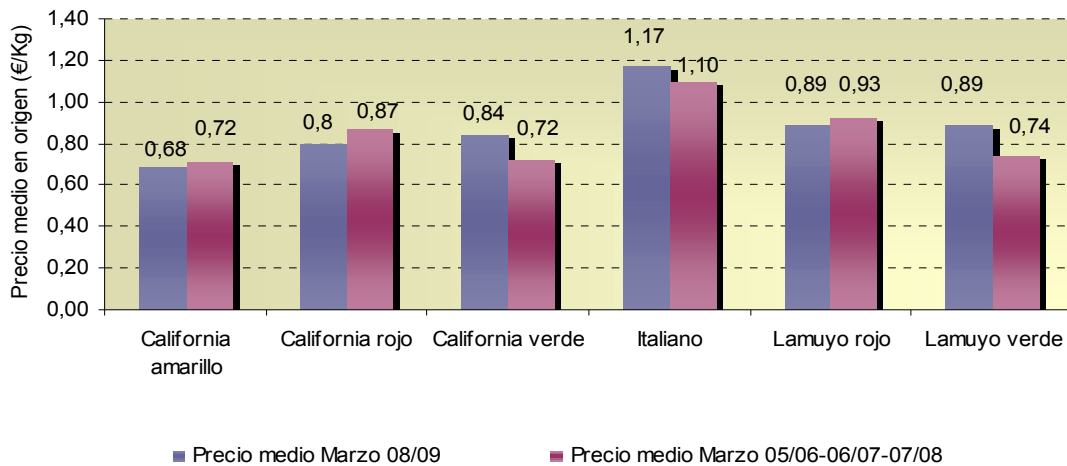
II.2 Precio medio mensual por variedades de pimiento de primera categoría

Las variedades más cotizadas siguen siendo el italiano y el lamuyo tanto rojo como verde. Los productores intentaron prolongar todo el mes de marzo las plantaciones de lamuyo, debido al buen precio alcanzado por este tipo de pimiento.

Dentro de los tipos de california la variedad peor valorada fue el california amarillo, seguido del california rojo. La demanda del california amarillo se redujo por problemas de calidad, mientras que el california verde de primera categoría, experimentó una merma en el volumen ofertado respecto al pasado mes y alcanzó el mejor precio dentro de su variedad.

La competencia con el pimiento california procedente de Israel, principalmente rojo y amarillo, que se cotizó durante determinados días por debajo del producto nacional, afectó a la fijación a la baja de los precios de esta variedad en los mercados de exportación.

Gráfico 6 Comparativa del precio medio mensual en origen de primera categoría por variedades de pimiento



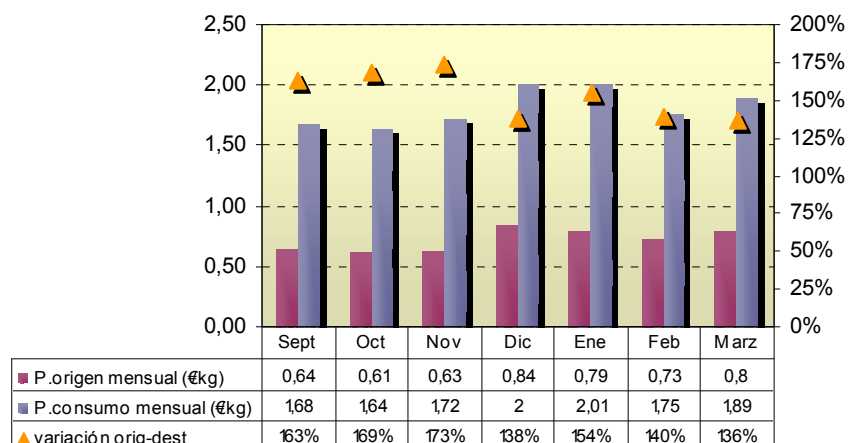
II.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del pimiento

En el mes de marzo se apreció un incremento tanto de los precios en origen, como de los precios al consumo respecto al pasado mes de febrero.

Los precios percibidos por el agricultor mejoraron aproximadamente un 10% y las cotizaciones al consumo lo hicieron en un 8%, dando como resultado un margen comercial del 136%, un 4% inferior al registrado el pasado mes de febrero.

En el análisis del comportamiento de las cotizaciones en origen, debemos significar que el pimiento tipo california es el más representativo de la producción almeriense, mientras que el italiano lo es de la producción granadina. Sin embargo, los precios al consumo se corresponden principalmente con las variedades lamuyo e italiano, que son las destinadas mayoritariamente al consumo nacional.

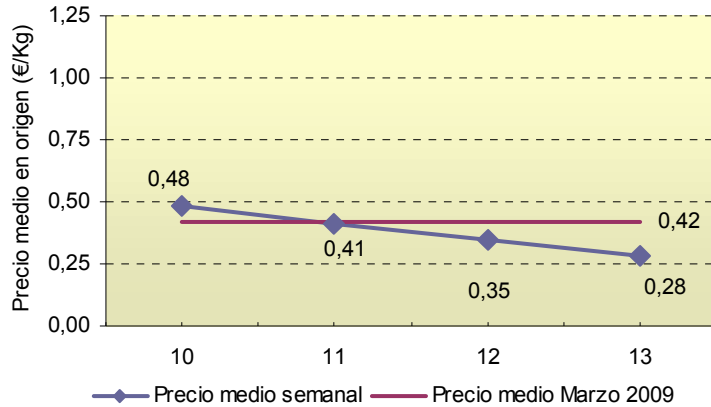
Gráfico 7 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del pimiento.



III. PEPINO

II.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen del pepino

Gráfico 8 Evolución semanal del precio en origen del pepino



Las cotizaciones de pepino continuaron la tendencia decreciente observada desde la segunda quincena del mes de febrero.

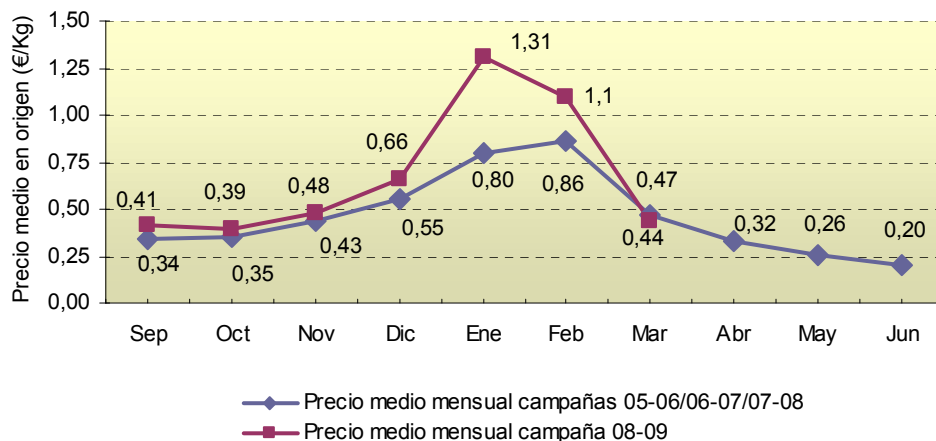
Los volúmenes cosechados disminuyeron de forma continuada a lo largo de todo el mes, al igual que la calidad del producto. Se procedió al arranque sucesivo de gran número de plantaciones de primer ciclo en proceso de envejecimiento, que se vio acelerado por los efectos de las bajas temperaturas de principios de año.

El volumen cosechado desde inicios de campaña se redujo entre un 20-30% respecto a la pasada campaña.

En la evolución de las cotizaciones de pepino de primera categoría, destacó la brusca subida del mes de enero. La sensibilidad de la planta al frío provocó que las condiciones climáticas de los meses de diciembre y enero paralizaran el crecimiento vegetativo y el desarrollo productivo de la planta y produjeron daños en las raíces que impidieron la recuperación productiva de los cultivos.

La falta de calidad de las producciones en el mes de marzo, al encontrarse gran parte de las plantaciones en fase final de recolección y de arranque, no es la más adecuada para exportación, factor que unido a la entrada en el mercado de la producción holandesa y francesa y a la escasez de producto nacional en determinados calibres, condujeron a la pérdida de la hegemonía del pepino nacional en el mercado europeo y a la fuerte caída de las cotizaciones.

Gráfico 9 Evolución mensual del precio en origen del pepino de primera categoría.

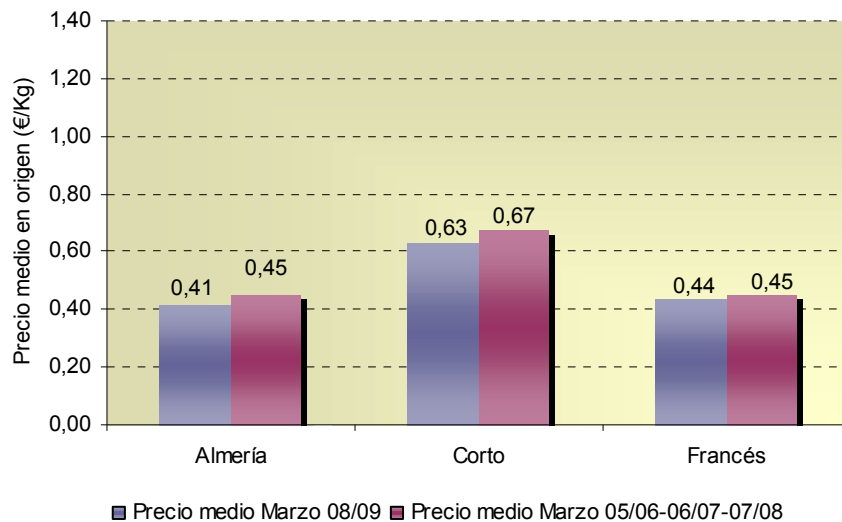


III.2 Precio medio mensual por variedades de pepino de primera categoría

El pepino corto fue por segundo mes consecutivo la variedad mejor valorada. A diferencia de lo sucedido en el mes de febrero, el pepino tipo almería se convierte en la variedad peor valorada.

Las tres variedades analizadas se situaron por debajo de los niveles medios de las tres campañas precedentes, apreciándose el mayor descenso de precio en el tipo almería y la cotización más aproximada en el tipo francés.

Gráfico 10 Comparativa del precio medio mensual en origen de primera categoría por variedades de pepino



III.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del pepino

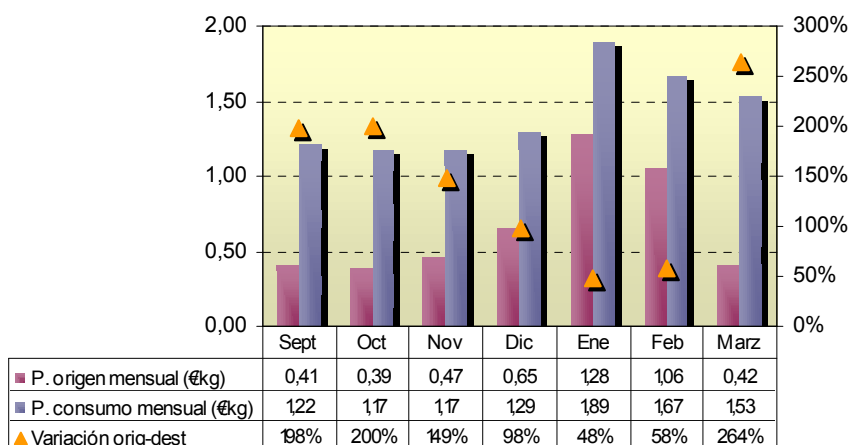
En marzo se alcanzó el margen comercial más alto de toda la campaña, obteniéndose un incremento del 206% respecto al mes de febrero, que se convirtió en el período con el segundo margen más bajo de lo que llevamos de campaña.

Este notable incremento del margen comercial estuvo ocasionado por una reducción considerable de los precios en origen, aproximadamente un 60% inferior al registrado en febrero. Mientras que los precios pagados por el consumidor únicamente se depreciaron un 8%.

A principios de campaña se obtuvo un precio en origen similar a registrado en el mes de marzo. No obstante, los precios al consumo se situaron un 25% más bajos en septiembre que en marzo, por lo que el margen comercial fue en este primer mes de la campaña un 66% inferior.

En el análisis del comportamiento de las cotizaciones en origen, debemos tener en cuenta que el pepino tipo almería es el más representativo en las explotaciones almerienses y granadinas y el de menor precio durante el mes de marzo. Sin embargo, este tipo de pepino se destina principalmente a exportación, por lo que los precios al consumo indicados se refieren principalmente a los tipos francés y corto, con mayor precio en el período analizado.

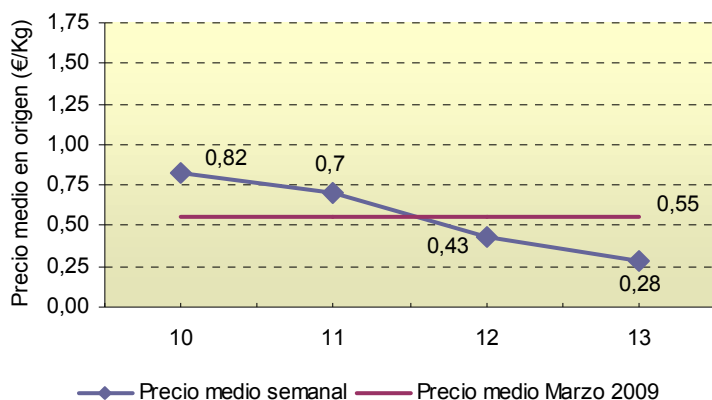
Gráfico 11 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del pepino



IV. BERENJENA

IV.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen de la berenjena

Gráfico 12 Evolución semanal del precio en origen de la berenjena



Las cotizaciones de berenjena se incrementaron en la primera semana de marzo, para iniciar una caída continuada a partir de la semana 11.

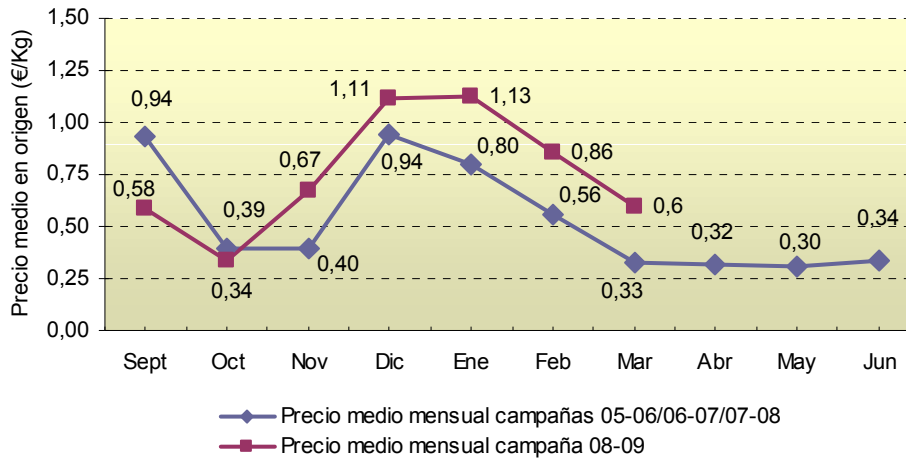
El ascenso de los volúmenes cosechados al mejorar las condiciones climáticas de meses atrás, provocaron este comportamiento decreciente de las cotizaciones, a pesar de recolectarse un 20% menos de producto que en las mismas fechas de la pasada campaña.

El decremento de precios experimentado a lo largo del mes de marzo se elevó al 65%.

Las cotizaciones de la berenjena de primera categoría, se mostraron un mes más por encima de la media de anteriores campañas. La evolución seguida en ambos períodos es similar, advirtiéndose el mayor incremento de precio en el mes de marzo, donde las cotizaciones se elevaron un 81% respecto a las del período comparado.

El volumen de producto perteneciente a la segunda categoría se incrementó de forma considerable a lo largo del mes, al encontrarse algunas plantaciones en su recta final y otras en proceso de arranque.

Gráfico 13 Evolución mensual del precio en origen de primera categoría de berenjena

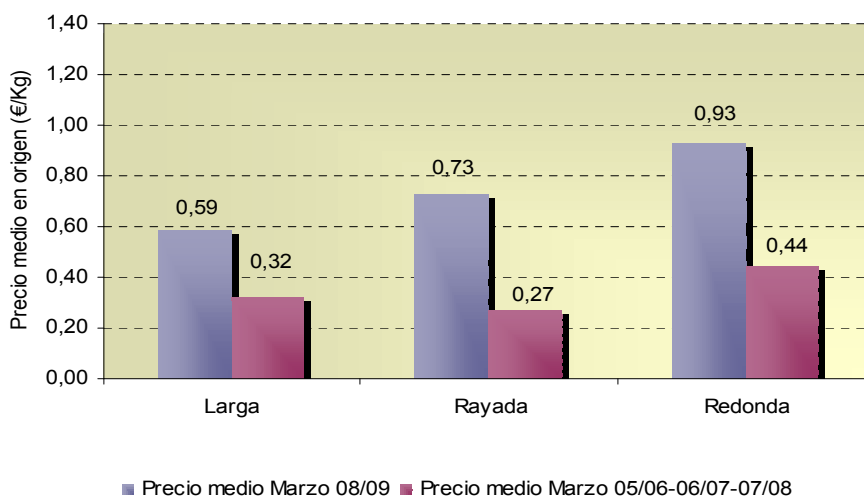


IV.2 Precio medio mensual por variedades de la berenjena de primera categoría

Las tres variedades de berenjena analizadas mejoraron su cotización respecto a la media de campañas precedentes.

La berenjena rayada es la que consiguió un mayor incremento de precio con respecto al período comparado, aproximándose al 170%. La berenjena larga más demandada por los consumidores y más representativa en volumen, es la que menos mejora su cotización respecto a la media de anteriores períodos, a pesar de ello llegó a incrementar su valor en un 84%.

Gráfico 14 Comparativa del precio medio mensual en origen por variedades de la berenjena de primera categoría

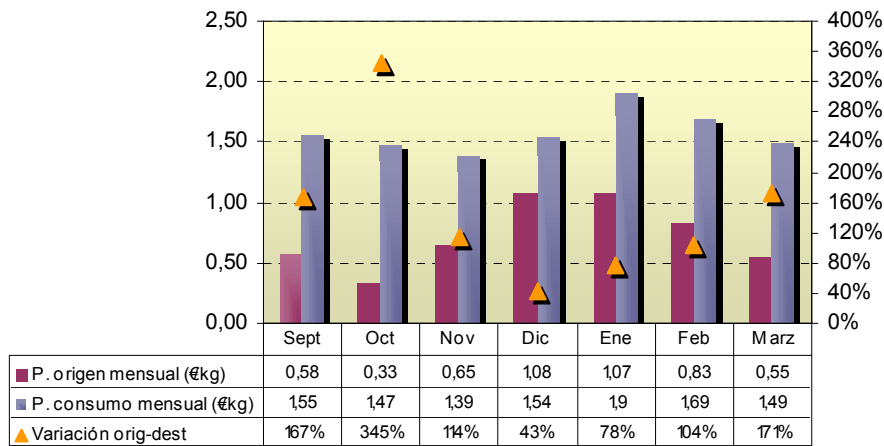


IV.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino de la berenjena

Los precios en origen se situaron en el mes de marzo un 34% por debajo del pasado mes, sufriendo los efectos derivados de la competencia ejercida principalmente por las producciones de

Holanda y Francia en los mercados de destino, que bajaron de forma notable el precio del producto. Los precios pagados por los consumidores decrecieron un 12% respecto al mes de febrero y el margen comercial se elevó al 147%, segundo valor más alto de toda la campaña, indicando un incremento del 67% respecto al obtenido en febrero.

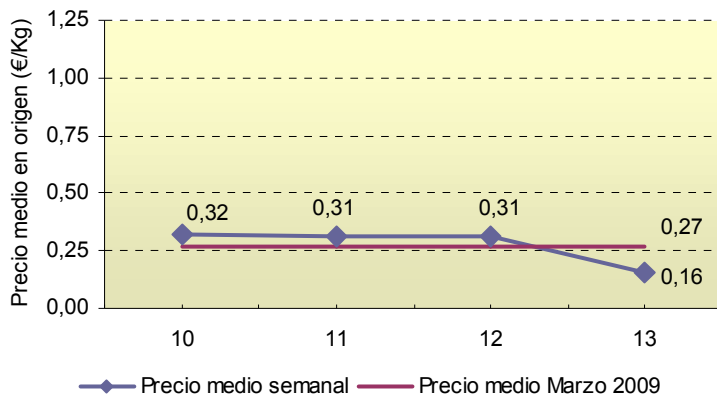
Gráfico 15 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino de la berenjena



V. CALABACÍN

V.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen del calabacín

Gráfico 16 Evolución semanal del precio en origen del calabacín



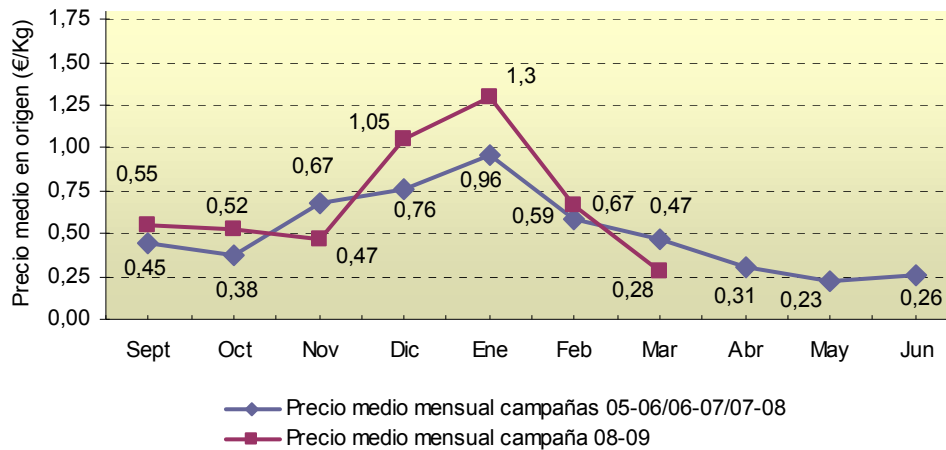
El calabacín mantuvo la estabilidad en las cotizaciones hasta la última semana de marzo, en la que se produjo un hundimiento de los precios.

El aumento de las temperaturas ocasionó la recolección diaria del producto y por tanto un incremento del volumen cosechado que provocó la reducción del valor del producto en el mercado.

Al igual que sucedía en el mes de noviembre, en marzo los precios registrados por el calabacín no alcanzaron los obtenidos en la media de anteriores períodos, cifrándose esta diferencia en un 40%.

A finales del mes se producía la coincidencia en el mercado de las últimas producciones de otoño y el inicio de las de primavera, siendo mayoritario el volumen de producciones finales de ciclo, con gran volumen de producto perteneciente a la segunda categoría, que afecta a la fuerte bajada de los precios.

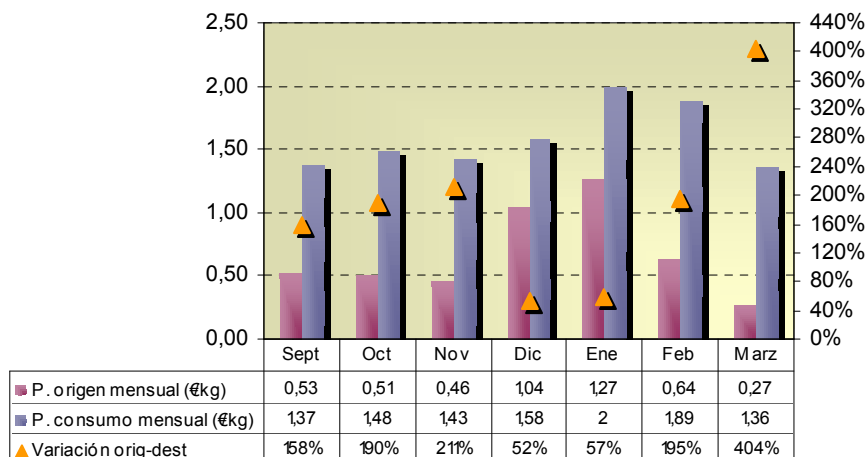
Gráfico 17 Evolución mensual del precio en origen de primera categoría del calabacín



V.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del calabacín

Los precios en origen sufrieron una fuerte depreciación, que se aproximó al 58%. Los precios al consumo cayeron un 28%, mientras que el consumo continua con la estabilidad de meses anteriores. Todos estos factores condujeron a elevar el margen comercial del período al 404%, el valor más alto de toda la campaña.

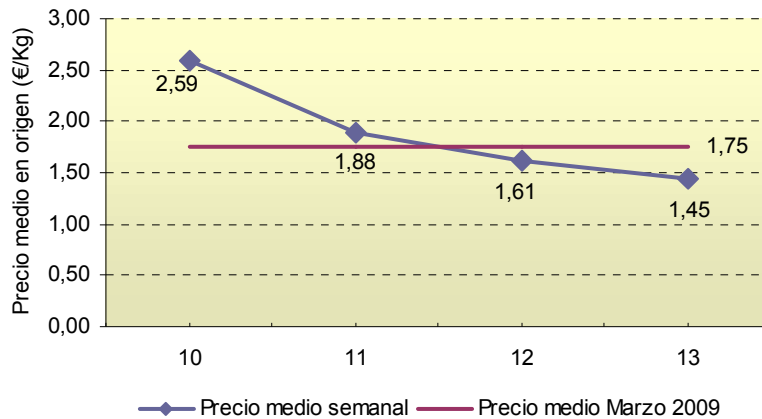
Gráfico 18 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino del calabacín.



VI. JUDÍA VERDE

VI.1 Evolución semanal y mensual del precio en origen de la judía verde

Gráfico 19 Evolución semanal del precio en origen de la judía verde



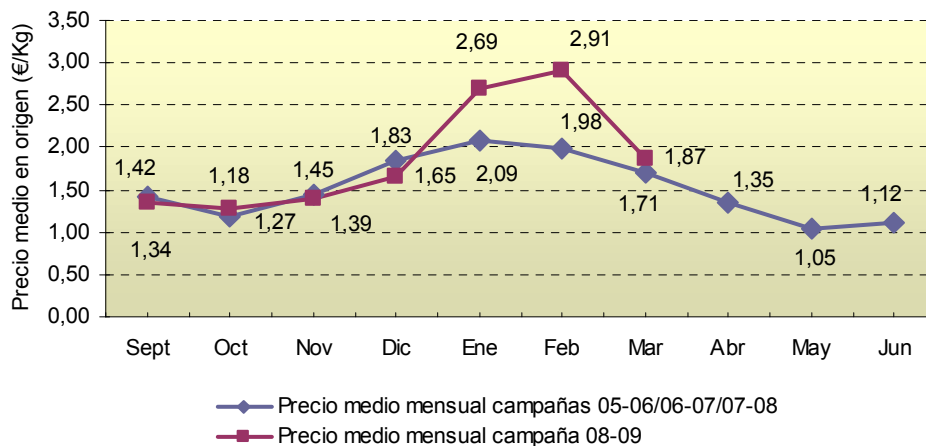
La judía verde se depreció de forma continuada a lo largo del mes de marzo.

La elevada oferta de producto durante estas fechas, al encontrarse en plena producción las plantaciones de la provincia de Almería y estar limpiándose las plantaciones de primer ciclo de la costa oriental granadina, trajeron como consecuencia una depreciación del producto entre las semanas 10 y 13 cercana al 44%.

En el mes de marzo se rompió la tendencia ascendente seguida en los dos últimos meses y las cotizaciones en origen de producto de primera categoría descendieron bruscamente. Sin embargo, continuó situándose un 9% por encima de la media de campañas anteriores.

El volumen de segunda categoría fue importante en estas fechas, al proceder gran parte de la producción de la finalización de cultivos de primer ciclo.

Gráfico 20 Evolución mensual del precio en origen de la judía verde

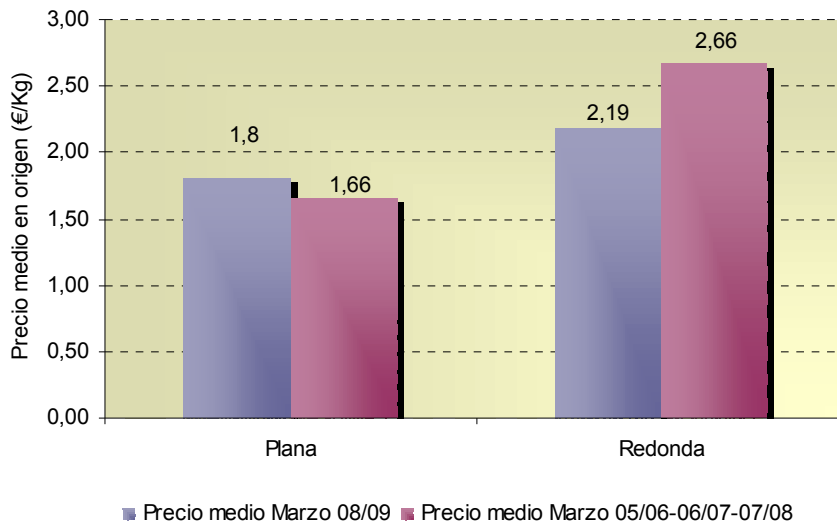


VI.2 Precio medio mensual por variedades de la judía verde

Las dos variedades analizadas de judía verde presentaron un comportamiento totalmente divergente respecto a la media de campañas precedentes.

Mientras que la judía plana, más apreciada por los consumidores mejoró su cotización un 8%, la judía redonda con mayor precio en el mercado se depreció un 18%

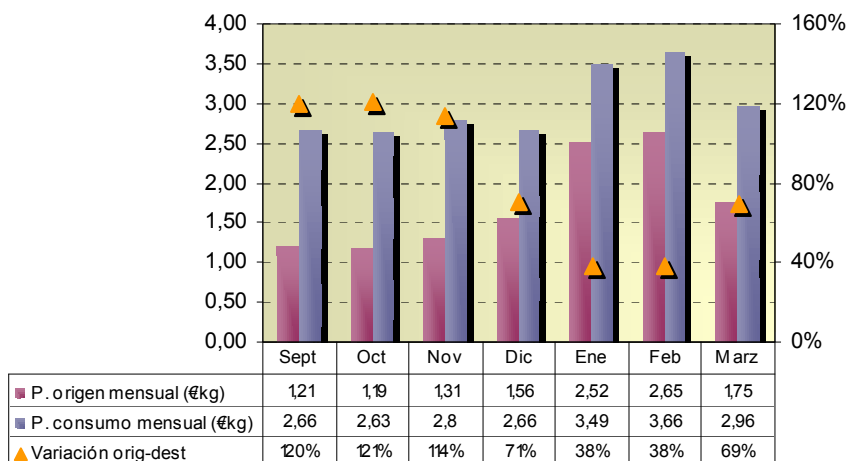
Gráfico 21 Comparativa del precio medio mensual en origen por variedades de la judía verde



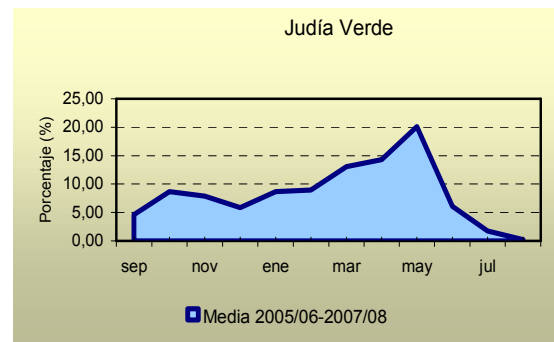
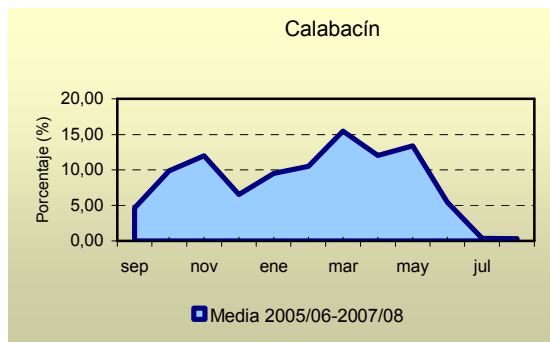
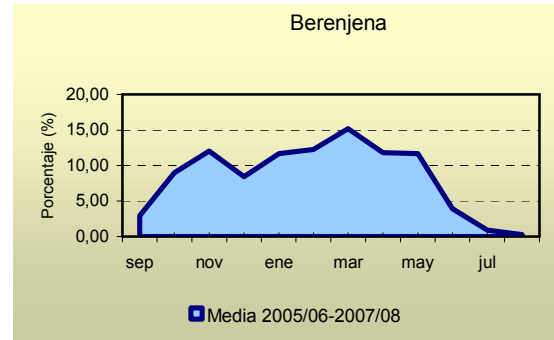
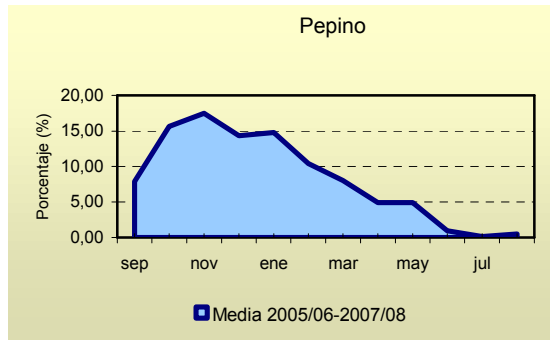
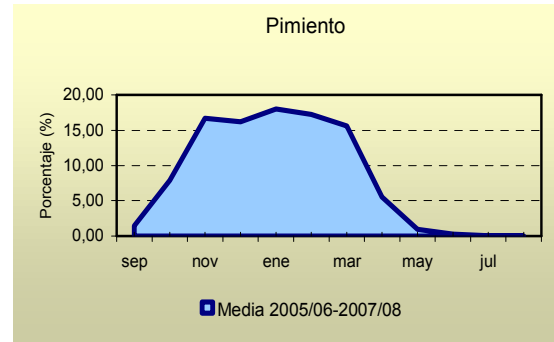
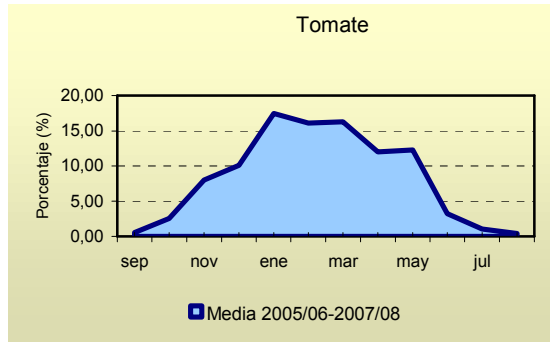
VI.3 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino de la judía verde

Los precios en origen de judía se redujeron en marzo un 34% respecto a los registrados en el mes anterior, en respuesta a la elevada oferta de producto y al incremento del volumen de segunda categoría. Los precios al consumo bajaron un 19% respecto al mes precedente y el margen comercial se elevó un 31% sobre el dato de febrero, separándose de la trayectoria seguida desde inicio de campaña hasta principios de año.

Gráfico 22 Comparativa de la evolución mensual de los precios en origen y destino de la judía verde.



Anexo: Distribución mensual de la producción hortícola protegida de la provincia de Almería (%)



Fuente: Evaluación de la campaña hortícola almeriense 2007/08. Consejería de Agricultura y Pesca.