

**INFORME DE SEGUIMIENTO: SECTOR HORTÍCOLAS PROTEGIDOS. ANDALUCÍA**

**SEMANAS 41 y 42. CAMPAÑA 2019/20**

**INESTABILIDAD DE LAS COTIZACIONES HORTÍCOLAS Y BAJA ACTIVIDAD EXPORTADORA EN EL INICIO DE LA CAMPAÑA ALMERIENSE**

**TOMATE**

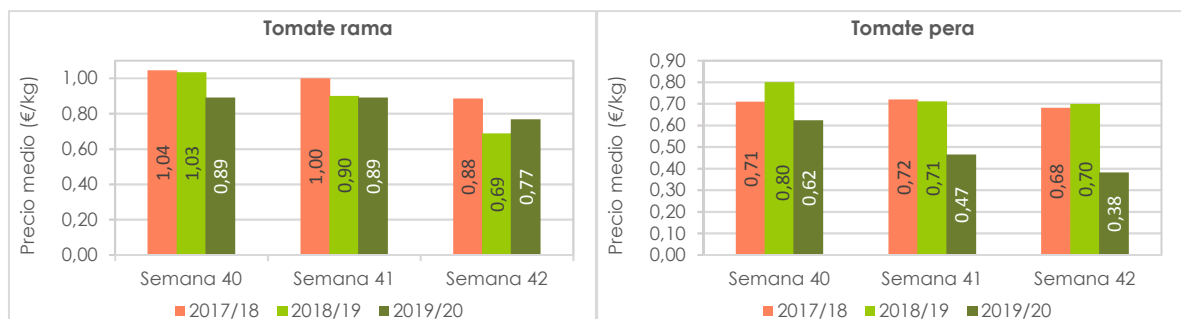
El inicio de la campaña de tomate se ha caracterizado por un regreso a las fechas habituales de trasplante, tras el adelanto observado en la pasada campaña, y un nuevo descenso en la superficie de cultivo siendo los tipos cherry y larga vida los más afectados. Por el contrario, ha aumentado la superficie de tomate pera, y de especialidades de sabor. Calabacín y pimiento están siendo los cultivos refugio de numerosos productores de tomate que abandonan este cultivo ante el aumento de los costes de producción, y la inestabilidad de precios de las últimas campañas. La creciente competitividad de la producción de Marruecos y el incremento de la superficie de tomate en Holanda son otros de los factores que perjudican la comercialización del tomate andaluz.

Las altas temperaturas han acelerado el desarrollo de los cultivos y han originado ciertos fallos de cuaje que complican las primeras recolecciones. La campaña de producción almeriense ganará intensidad a partir del mes de noviembre, al igual que lo hará la campaña de exportación.

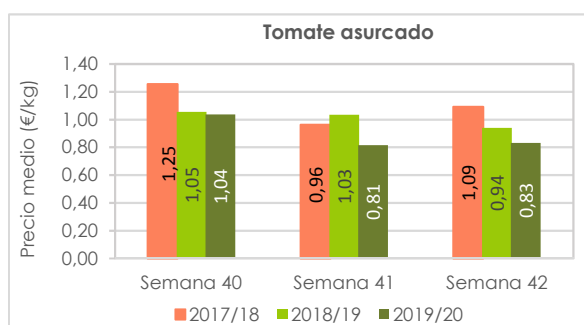
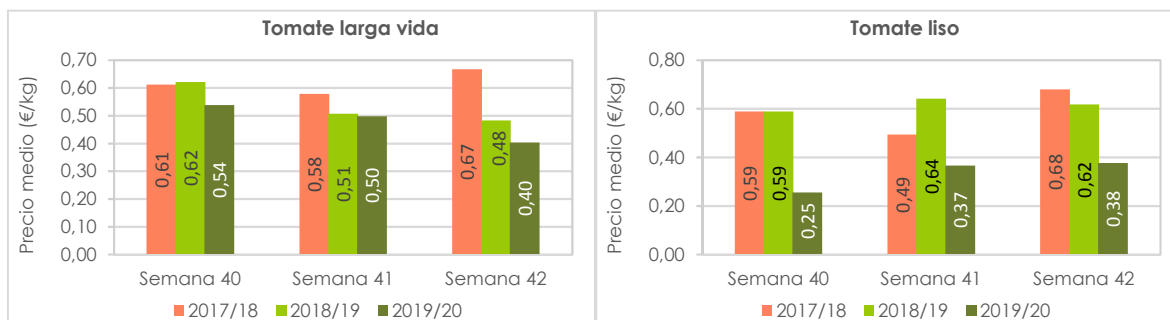
El tomate rama obtiene la mejor cotización en los tipos comerciales orientados a la exportación. La falta de calidad del tomate rama de Bélgica y Holanda, al final de su campaña, beneficia la comercialización del tomate rama producido en Almería.

La exportación del tomate larga vida se ve afectada por la competencia del tomate marroquí, y por la comercialización del tomate rama de Holanda y Bélgica como tomate suelto. El tomate pera obtiene un precio medio inferior a 0,40€/kg, no obstante, el tomate pera de la variedad Caniles registra un precio medio entre 0,58-0,60€/kg.

**Gráfico 1.** Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de tomate.



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



## Marruecos

El período de exportación de tomate bajo contingente a la UE comienza el 1 de octubre (S40) y se prolonga hasta el 20 de abril. El contingente total para la campaña 2019/20 asciende a 285.000 toneladas. En los 20 primeros días de octubre el volumen exportado bajo contingente se aproximó a 5.918 toneladas, un 40% de la cantidad total autorizada para este mes.

| Contingente de exportación de Marruecos a la UE |                 |                             |
|---|-----------------|-----------------------------|
|   | Campaña 2019/20 | Campañas 2019/20 vs 2018/19 |
| Semana 41                                       | 2.878 t         | ↓ 20%                       |
| Semana 42                                       | 2.108 t         | ↓ 6%                        |
| Volumen acumulado                               | 5.918 t         | ↓ 18%                       |

## PIMIENTO

El pimiento se convierte esta campaña en el producto estrella para los productores almerienses por delante del tomate. Según fuentes del sector, la superficie de pimiento se incrementará nuevamente esta campaña, aunque de forma más moderada que en el período precedente. El pimiento temprano será el que experimente un mayor crecimiento en superficie.

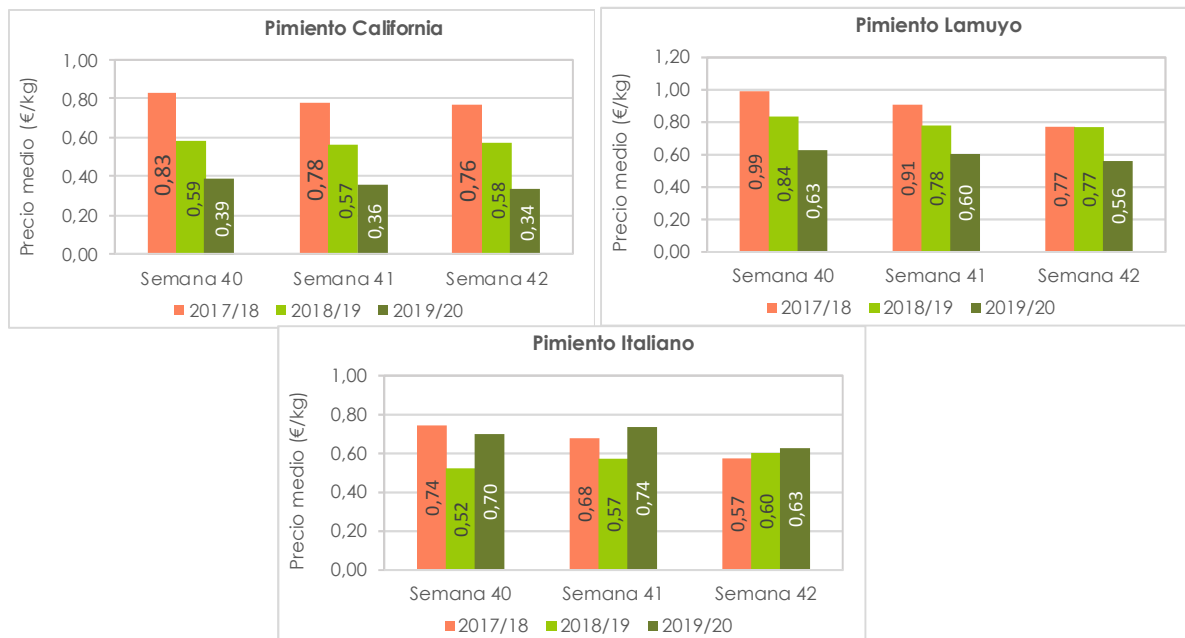
La campaña de pimiento se ha iniciado con precios sensiblemente inferiores a las dos campañas precedentes en los tipos California y Lamuyo. El incremento de la superficie de pimiento temprano, y las temperaturas anormalmente altas para esta época del año en Almería, dan lugar a una elevada oferta durante el mes de octubre, cuando las campañas locales en gran parte de Europa no han terminado. El tramo final de las producciones de Holanda y Polonia, cuyas temperaturas también

están siendo favorables, se solapan con el inicio de la campaña almeriense e influyen negativamente en la comercialización del California andaluz.

Hasta el mes de noviembre la gran distribución europea no completará la transición de sus compras al producto de Almería, y no será previsible una sensible recuperación de los precios en origen.

El pimiento California, que representa aproximadamente el 80% de la producción de pimiento de Almería, gana terreno cada campaña, concretamente el California rojo. Otros tipos comerciales de pimiento que se encuentran al alza en la provincia son las variedades de pimiento dulce cónico y snack. También se prevé que se incrementará esta campaña la superficie de pimiento Lamuyo rojo e italiano.

**Gráfico 2.** Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos comerciales de pimiento.



## PEPINO

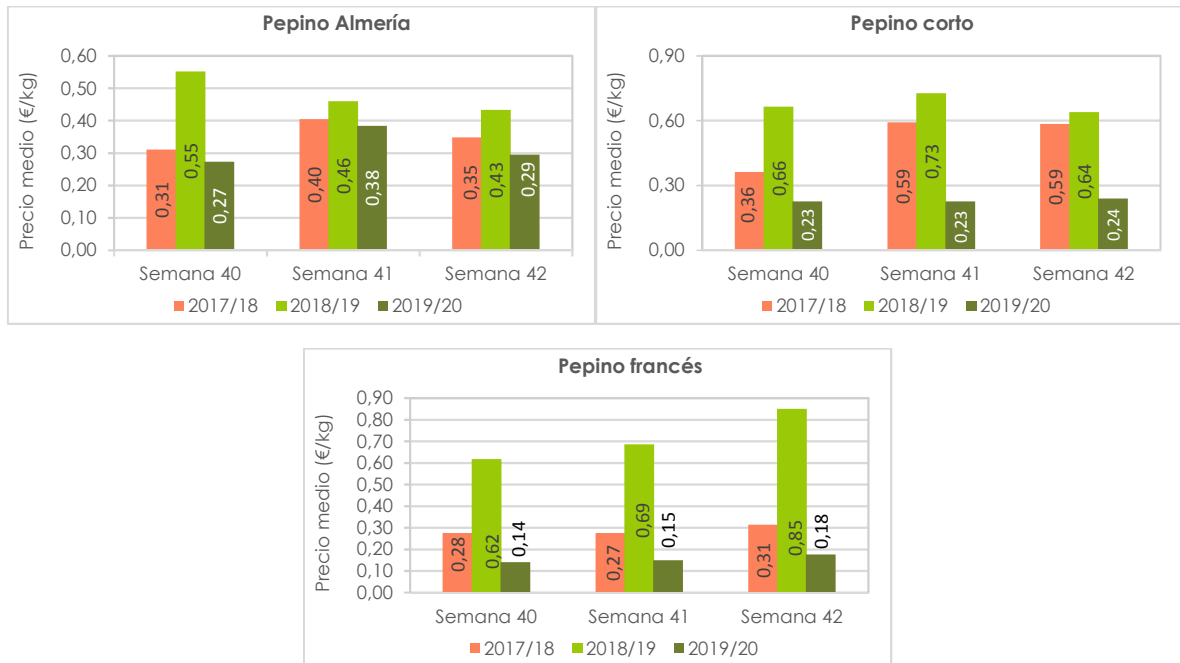
La superficie de pepino se incrementará previsiblemente esta campaña respecto al período precedente, observándose una mayor orientación hacia el pepino temprano.

La campaña de pepino se ha iniciado con precios inferiores a las dos campañas precedentes. Las condiciones meteorológicas en Holanda están permitiendo prolongar la campaña de producción del pepino tipo Almería en este país, con el que las producciones de Almería y Granada no pueden competir en los mercados europeos. Hasta mediados del mes de noviembre no es previsible que el pepino tipo Almería andaluz empiece a dominar en los lineales de la gran distribución europea.

El pepino corto y francés obtienen cotizaciones muy bajas en las primeras semanas de campaña. En el caso del pepino francés, la producción francesa es suficiente para abastecer al mercado galo, principal cliente de este tipo de pepino. El pepino corto, orientado al mercado nacional, compite con producciones locales de diversos orígenes del territorio nacional que han visto posible prolongar la producción debido a las favorables temperaturas vividas hasta mediados de octubre.

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

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

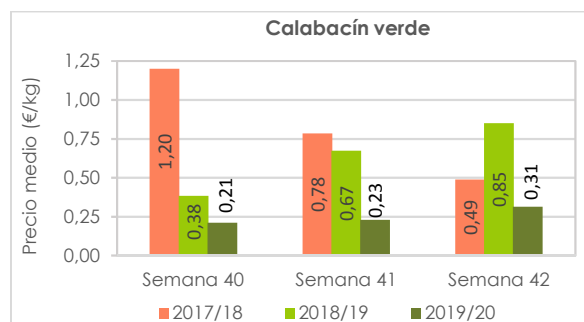


## CALABACÍN

Las previsiones realizadas por el sector para el inicio de campaña prevén un moderado incremento del número de hectáreas de calabacín respecto a la pasada campaña. Este cultivo es especialmente atractivo para los productores por su rápida entrada en producción y unos costes inferiores al resto de hortalizas de invernadero.

El precio del calabacín en el inicio de campaña ha estado por debajo de campañas anteriores. Las favorables condiciones meteorológicas en Francia, principal consumidor europeo de calabacín, han permitido prolongar su producción al aire libre, al igual que ha sucedido con las producciones al aire libre de otras regiones de la Península y con la campaña de calabacín de Centroeuropa. La gran distribución europea no ha realizado la transición hacia Almería, donde la oferta ya es notable, y la competencia en el mercado internacional impide la subida de las cotizaciones.

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

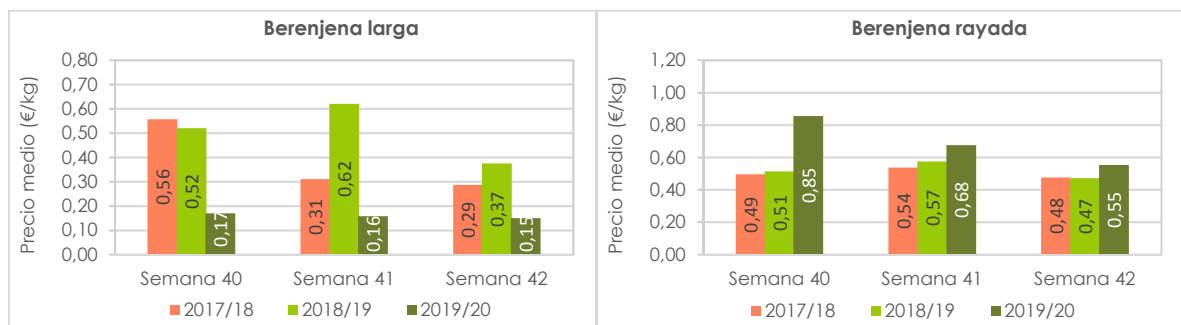


## BERENJENA

La campaña de berenjena, concretamente de berenjena larga que es el tipo principal, ha comenzado con cotizaciones negativas para los productores.

Las altas temperaturas del otoño en Almería han activado la producción de berenjena que, con la campaña de exportación prácticamente parada y un mercado de comercialización limitado, ha reaccionado con precios muy bajos al crecimiento de la oferta. La existencia de producción propia en Centroeuropa no activará la campaña de exportación hasta el mes de noviembre.

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

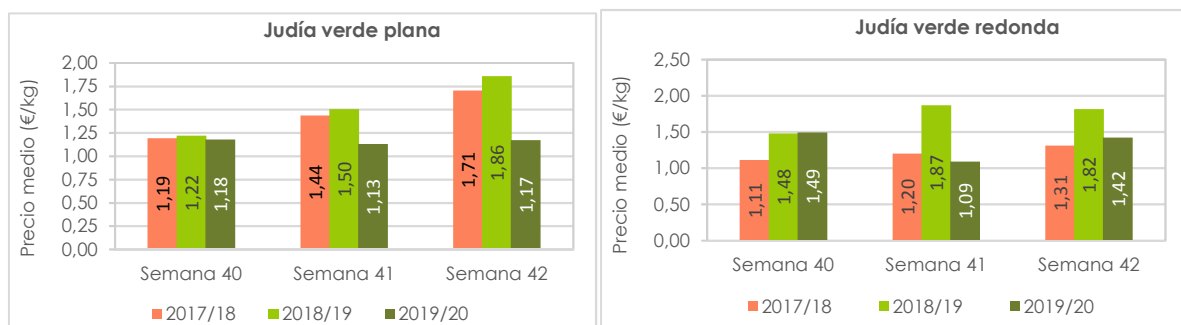


## JUDÍA VERDE

La judía verde comienza la campaña de otoño con cotizaciones inferiores a las dos campañas precedentes. La producción de judía verde andaluza es minoritaria durante el otoño y el invierno, y su precio está condicionado por la disponibilidad de judía marroquí, que domina el mercado internacional durante el invierno.

La campaña marroquí está marcada por un incremento de las plantaciones tempranas, al igual que sucedió la pasada campaña, y unas temperaturas muy cálidas durante el otoño que han propiciado una elevada producción.

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



## FUENTES

- 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 2019/20 son provisionales.
- Los precios han sido facilitados por empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados.

## NOTAS

- Los precios mostrados en este informe corresponden a precios medios percibidos por los agricultores, considerando las cantidades comercializadas asociadas.
- Son precios netos y, por tanto, las comisiones comerciales están descontadas.
- Se tienen en cuenta hortalizas clasificadas como I y II categoría comercial.