

Boletín final de seguimiento de la Campaña 2009/10 Sector hortícolas protegidos

BERENJENA



Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en origen
3. Precio medio en origen acumulado por producto
4. Precio medio en origen acumulado por variedad
5. Incidencias de campaña
6. Precio y volumen acumulados en consumo por formato
7. Precio y volumen acumulados en consumo por establecimiento de venta
8. Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España
9. Volumen consumido acumulado en Andalucía y España
10. Evolución mensual del margen bruto origen-destino

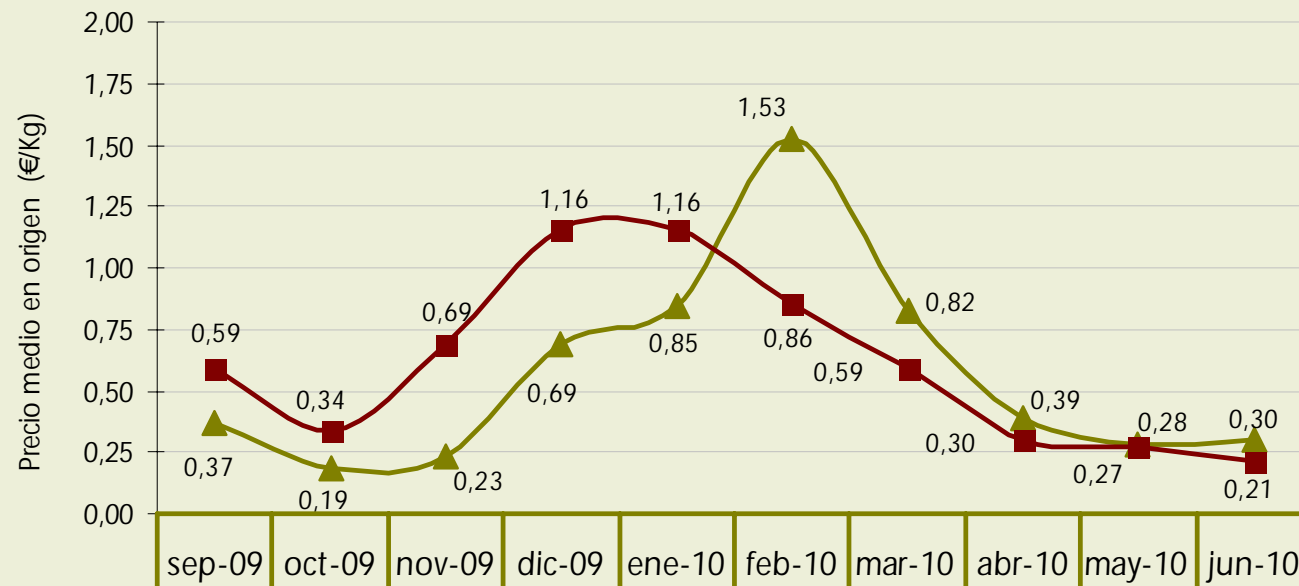
1. Notas metodológicas (I)

- ↪ Los precios presentados en este boletín son extraídos de las consultas al Observatorio de precios y mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios>).
- ↪ El precio medio en origen se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora. Se diferencian dos tipos de precios medios en origen:
 - ↪ Precio medio en origen por producto. Se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas de producto 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 diferenciar por variedades en la ponderación.
- ↪ El precio medio al consumo se define como el precio final del producto, en un establecimiento determinado, e incluye el IVA (4%). Esta información se obtiene a partir de un universo muestral de 2.111 hogares andaluces y 12.000 españoles que declaran lo que consumen diariamente. El precio se obtiene utilizando una ponderación semanal del volumen consumido. Las dos variables que definen el precio al consumo son:
 - ↪ El formato de presentación. Distinguiéndose el producto a granel y envasado.
 - ↪ El establecimiento de venta. Diferenciándose dentro del canal de distribución tradicional, la tienda tradicional; y dentro del canal moderno, los supermercados, hipermercados y supermercados de descuento. Además se diferencia un quinto tipo de establecimiento, otros canales, que engloba mercadillos, ventas telemáticas y ventas a domicilio.
- ↪ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

1. Notas metodológicas (II)

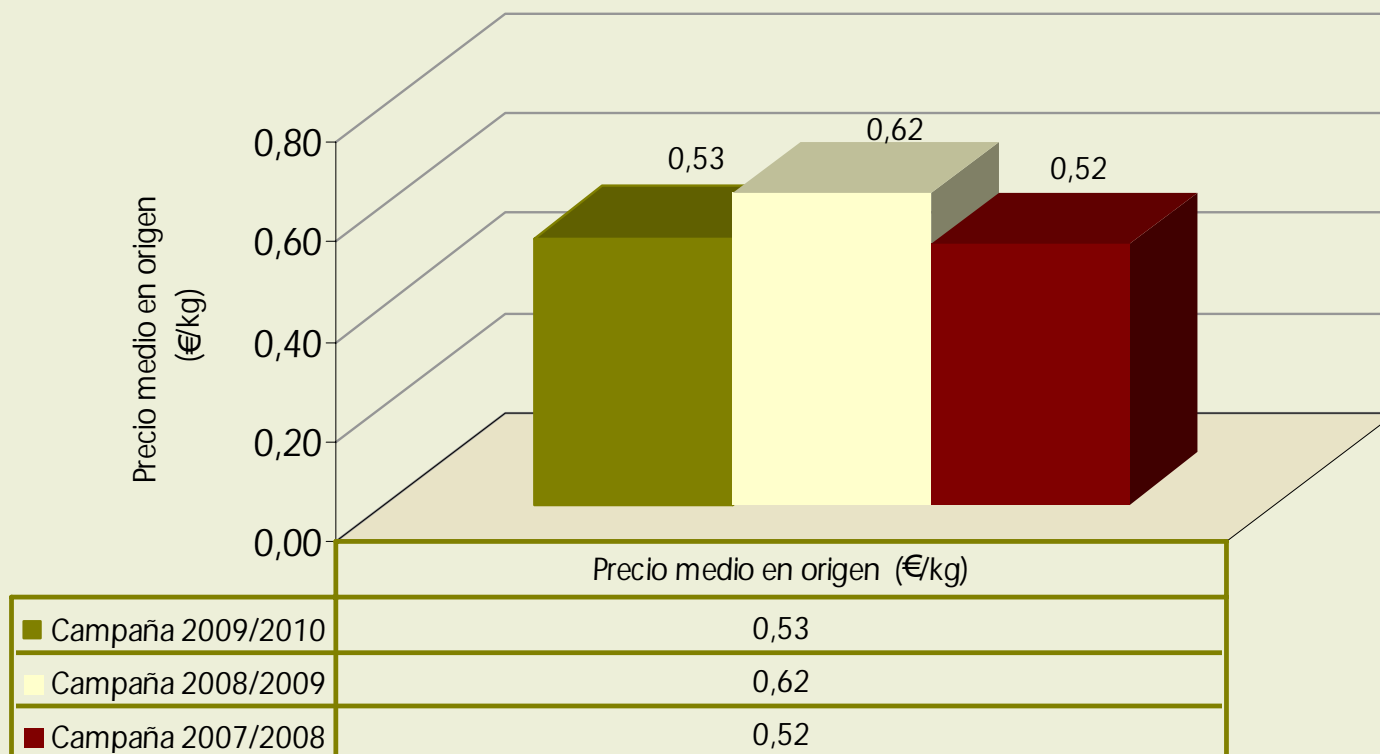
- ↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:
 - ↪ Evolución mensual de los precios medios en origen. Estudia la evolución de la cotización en origen del producto de primera categoría en la campaña vigente en comparación con la anterior.
 - ↪ Precio medio en origen acumulado por producto. Compara el precio medio acumulado del producto de primera categoría de la campaña actual con las dos anteriores.
 - ↪ Precio medio en origen acumulado por variedad. Compara el precio medio acumulado por variedad de primera categoría de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.
 - ↪ Incidencias de campaña. Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.
 - ↪ Precio y volumen acumulado en consumo por formato. Compara el volumen y precio medio al consumo acumulado durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.
 - ↪ Precio y volumen acumulado en consumo por establecimiento de venta. Compara los datos de consumo acumulado en la campaña actual, en España, con los de la campaña anterior diferenciando por establecimiento de venta.
 - ↪ Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España. Estudia la evolución del consumo mensual en Andalucía y en España a lo largo de la campaña actual.
 - ↪ Volumen consumido acumulado en Andalucía y en España. Analiza el volumen consumido acumulado durante la campaña actual y la pasada, en Andalucía y España.
 - ↪ Evolución mensual del margen bruto origen-destino. Compara los precios medios mensuales percibidos por el agricultor de 1ª categoría con el precio de venta al público en España, y el margen bruto comercial.

2. Evolución mensual de los precios en origen de la berenjena de 1ª categoría

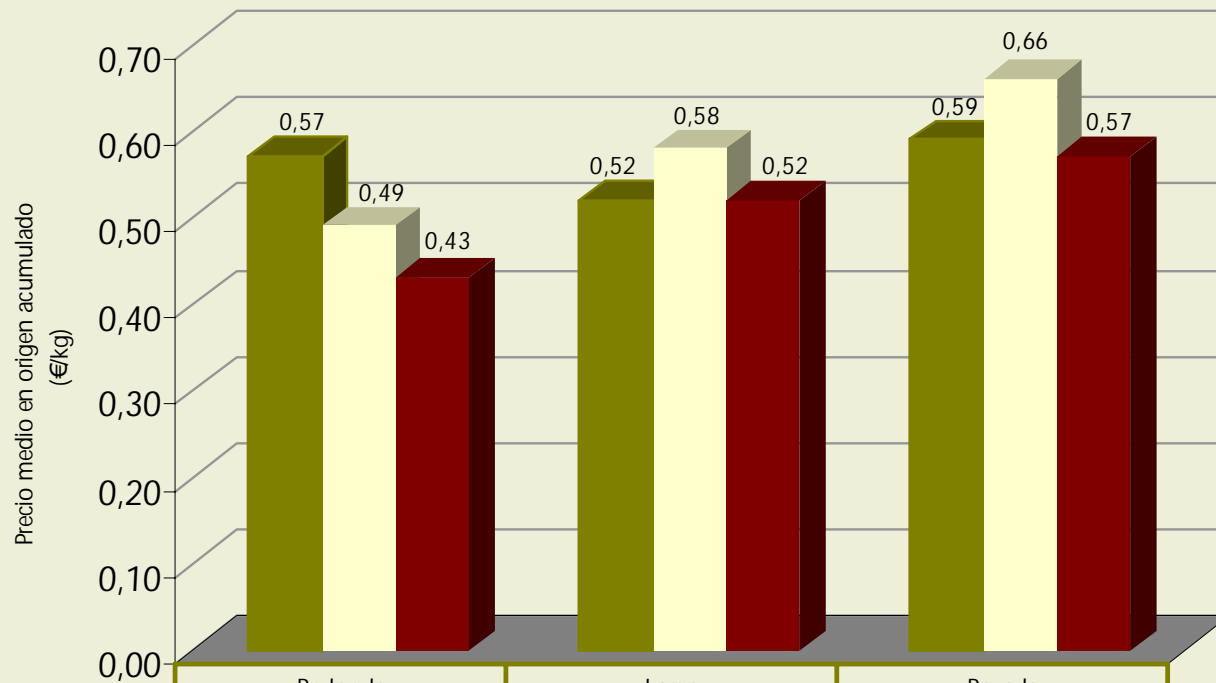


▲ Campana 2009/2010	0,37	0,19	0,23	0,69	0,85	1,53	0,82	0,39	0,28	0,30
■ Campana 2008/2009	0,59	0,34	0,69	1,16	1,16	0,86	0,59	0,30	0,27	0,21

3. Precio medio en origen acumulado de la berenjena de 1ª categoría



4. Precios medios en origen acumulados por variedad de la berenjena de 1ª categoría

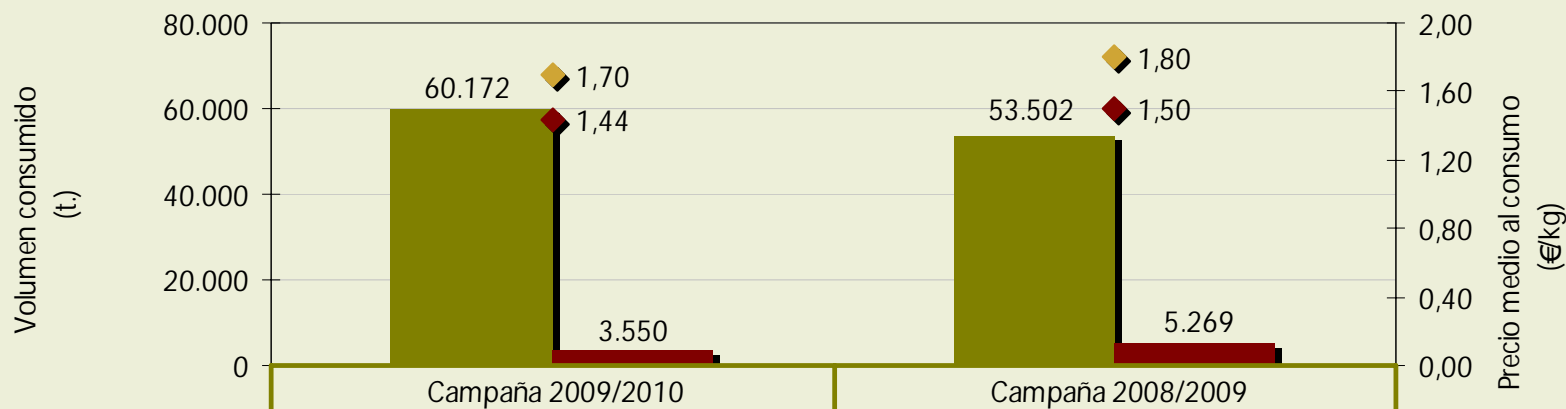


■ Campaña 2009/10	0,57	0,52	0,59
■ Campaña 2008/09	0,49	0,58	0,66
■ Campaña 2007/08	0,43	0,52	0,57

5. Incidencias de campaña

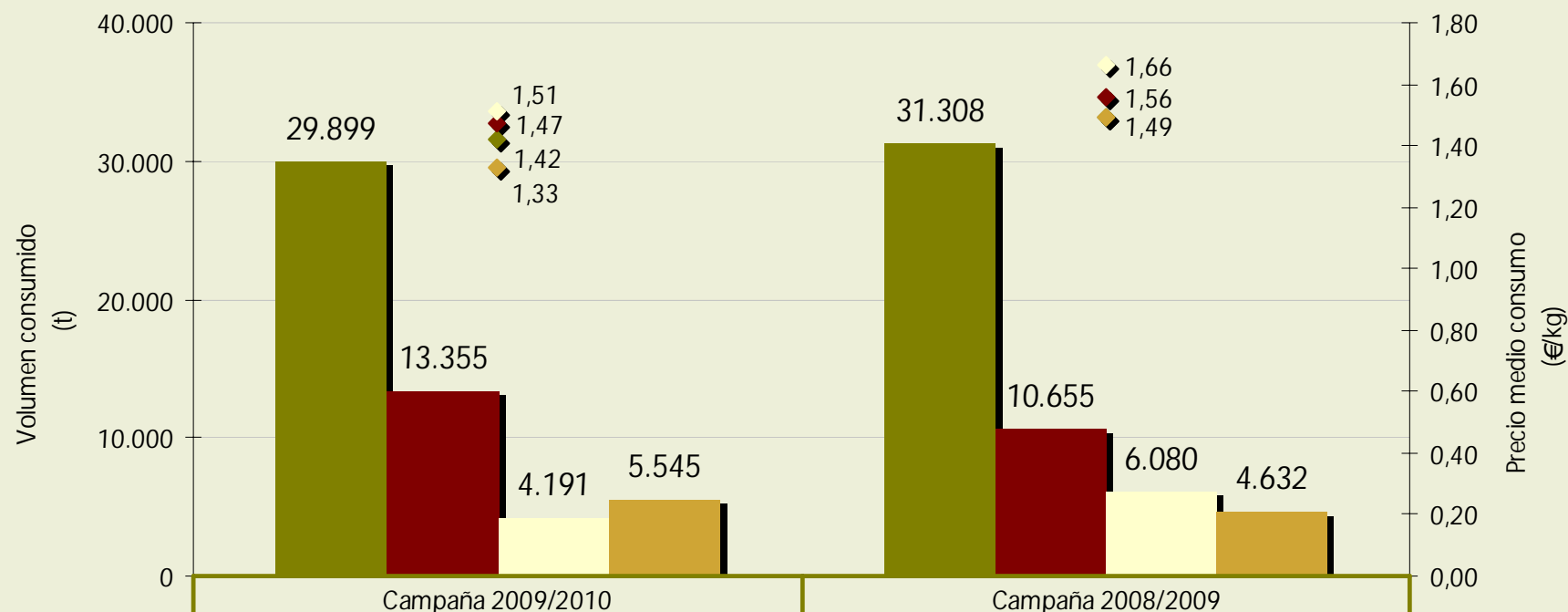
- El inicio de la campaña se caracterizó por las elevadas temperaturas que provocaron una aceleración de la maduración del fruto y la presencia de un importante volumen de género en el mercado. Estas mismas condiciones climáticas tenían lugar de forma paralela en el resto de Europa, lo que permitió alargar sus producciones y dificultar la comercialización de la berenjena española en estos países. En consecuencia, las cotizaciones caían fuertemente en origen.
- En Diciembre se producía un cambio radical en las condiciones meteorológicas de toda Europa y, con ello, la regulación de la producción nacional y la escasez de producciones domésticas en los países centroeuropeos. Hecho que permitió reactivar la demanda de la berenjena española y el incremento de los precios en origen; destacando el precio medio alcanzado en febrero.
- La prolongada situación de frío y precipitaciones continuas durante el invierno afectaron a los volúmenes producidos y a la calidad de la producción. Los daños en frutos derivados de las oscilaciones térmicas y la alta humedad ambiental se mostraron en forma de microroturas de la piel y, en algunos casos, de rajado completo del fruto.
- A pesar de haber sufrido un importante freno productivo en los meses invernales, con la llegada del periodo primaveral el cultivo se comenzó a recuperar lentamente, iniciando el rebrote y superando la falta de consistencia que había padecido.

6. Precio y volumen acumulados en consumo de la berenjena por formato



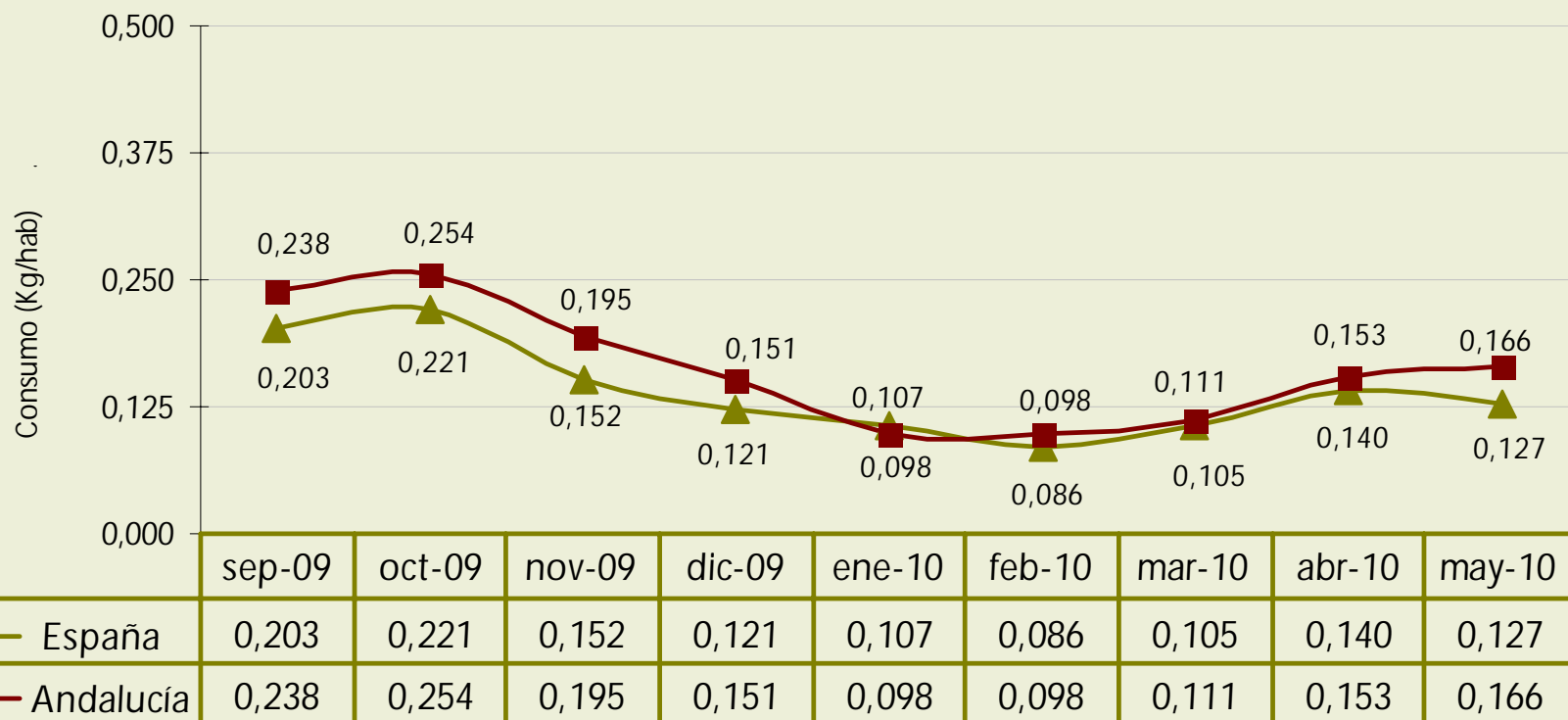
■ Volumen consumo granel	60.172	53.502
■ Volumen consumo envasado	3.550	5.269
◆ Precio medio consumo granel	1,44	1,50
◆ Precio medio consumo envasado	1,70	1,80

7. Precio y volumen acumulados en consumo de la berenjena por establecimiento de venta

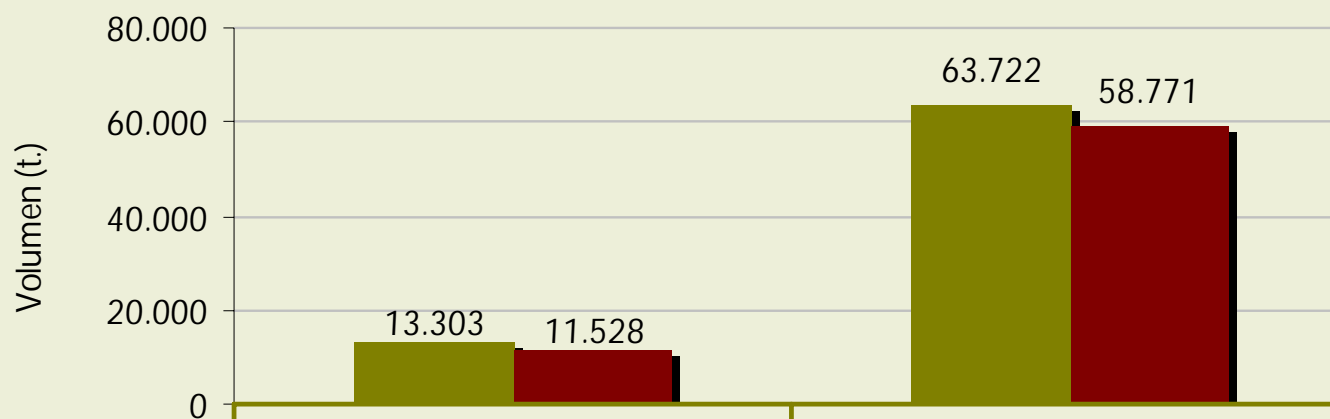


Volumen t.tradicional	29.899	31.308
Volumen supermercado	13.355	10.655
Volumen hipermercado	4.191	6.080
Volumen t.descuento	5.545	4.632
P.medio t.tradicional	1,42	1,49
P.medio supermercado	1,47	1,56
P.medio hipermercado	1,51	1,66
P.medio t.descuento	1,33	1,49

8. Análisis del consumo mensual per cápita de la berenjena en Andalucía y España

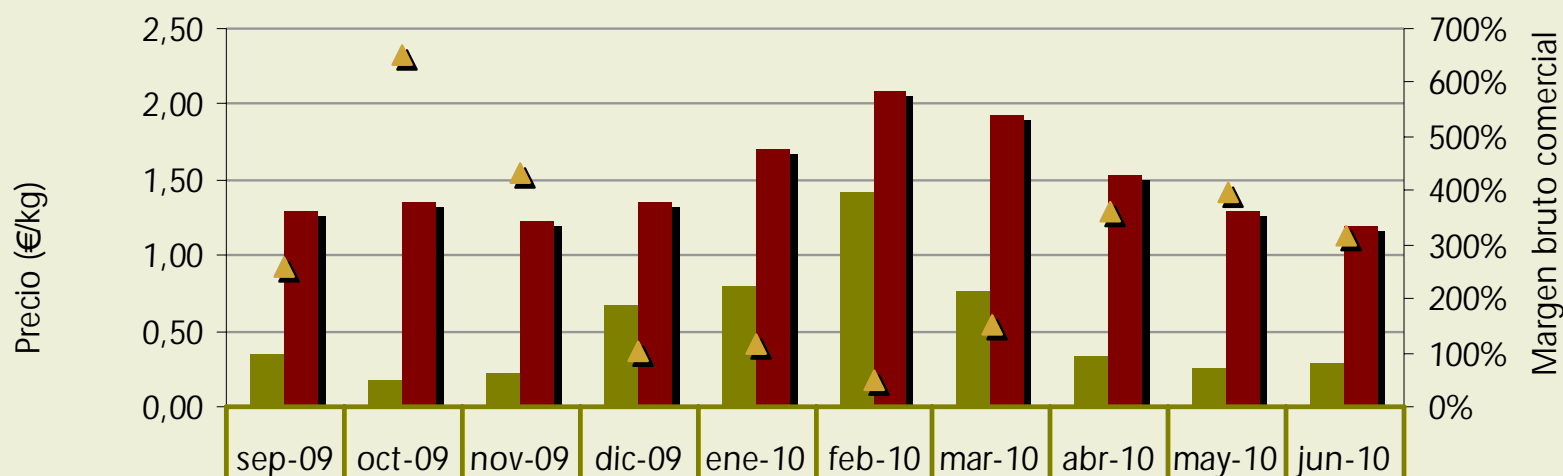


9. Volumen consumido acumulado de la berenjena en Andalucía y España



■ Volumen consumido 2009-10	13.303	63.722
■ Volumen consumido 2008-09	11.528	58.771
Variación porcentual interanual	15%	8%

10. Evolución mensual del margen bruto comercial origen-destino de la berenjena



■ P. origen mensual	0,36	0,18	0,23	0,67	0,79	1,42	0,76	0,33	0,26	0,29
■ P.consumo mensual	1,29	1,36	1,23	1,36	1,71	2,09	1,92	1,53	1,3	1,19
▲ Margen bruto comercial	260%	652%	432%	103%	115%	47%	154%	361%	395%	315%