



HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

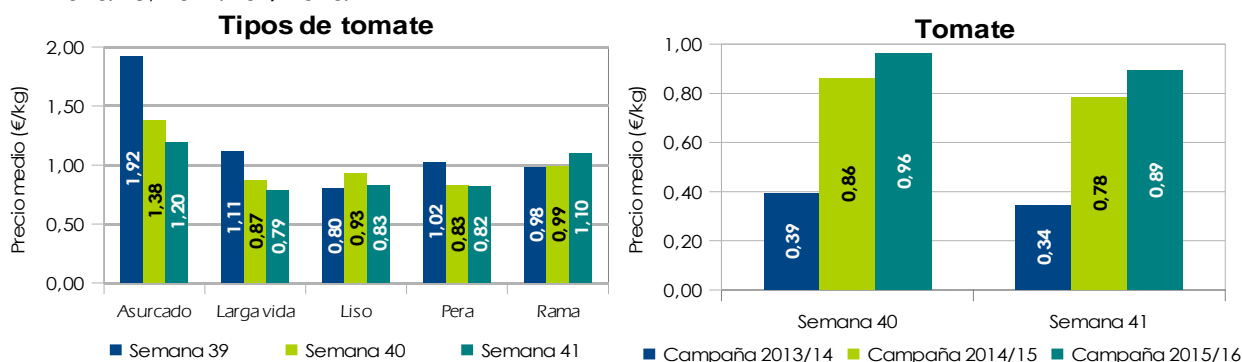
SEMANAS 40 y 41 . CAMPAÑA 2015/16¹COTIZACIONES EXCEPCIONALES PARA TOMATE Y PIMIENTO
EN EL INICIO DE LA CAMPAÑAPRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN²

TOMATE

El inicio de la campaña de tomate está siendo extraordinario en términos económicos. En el mes de septiembre los tipos de tomate más representativos rozaban en origen el valor de 1€/kg. En la primera quincena de octubre los precios continúan siendo elevados, superando todos los tipos analizados un valor medio de 0,79€/kg. La escasez de género en las comercializadoras está condicionando las cotizaciones registradas por el producto. La elevadas temperaturas sufridas durante los meses de julio y agosto han llevado a numerosos agricultores a retrasar la fecha de transplante, intentando evitar el intenso calor de los meses estivales, y el estrés térmico de los cultivos. Los productores que han optado por plantaciones tempranas han sufrido la meteorología estival, las plantas han ralentizado su crecimiento y el cuajado de los frutos se ha visto mermado. Estos factores han conducido a una reducción de la comercialización de tomate en el primer mes de la campaña que oscila entre el 30-35% respecto a la pasada campaña. Hasta mediados del mes de noviembre no es previsible que se produzca una recuperación de los niveles habituales de producción.

Los primeros pasos de la campaña 2015/16 revelan un creciente interés de los productores de tomate de ciertas comarcas del Levante hacia los tipos asurcado y rama, en detrimento del tipo larga vida. Los productores del Levante que esta campaña han decidido abandonar el tomate han apostado principalmente por el calabacín, cultivo con menores costes de implantación y que en las últimas dos campañas ha registrado cotizaciones favorables.

Gráficos³ 1 y 2. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 39, 40 y 41 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 v 2013/14.



¹ El objeto del presente informe es realizar un seguimiento quincenal 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.

² El 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.

³ No incluyen el tomate tipo cherry.



PIMIENTO

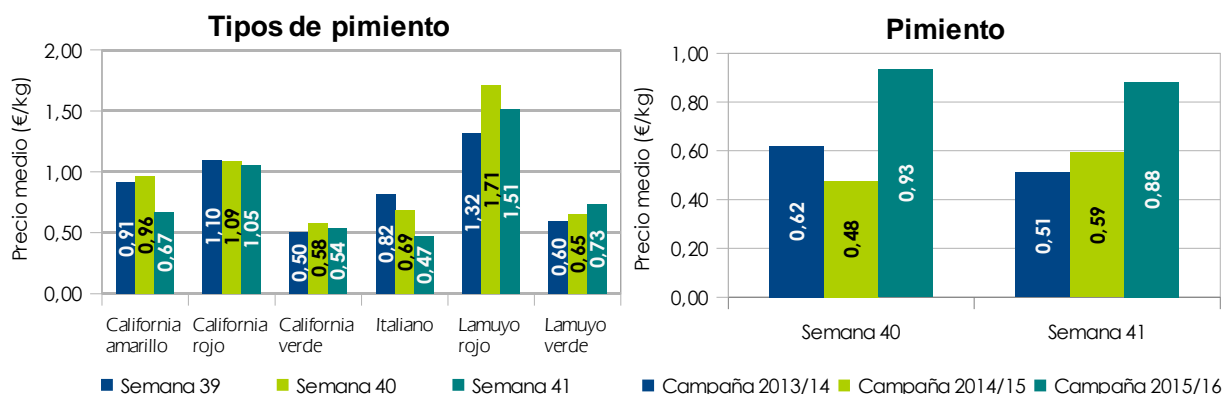
El pimiento se convierte junto con el tomate en el producto mejor valorado en los inicios de la campaña hortícola protegida andaluza.

Las elevadas temperaturas del mes de julio afectaron al desarrollo de las plantaciones tempranas provocando un retraso del crecimiento, un mayor nivel de plagas y problemas en el cuajado del fruto, que ha dado lugar a una escasa oferta de producto. Los volúmenes comercializados hasta la fecha se encuentran por debajo de los registros de la pasada campaña, siendo previsible una estabilización de la producción en el mes de noviembre.

Otra de las consecuencias del calor extremo vivido en el período estival ha sido la finalización anticipada de la campaña de pimiento en Murcia, convirtiéndose Almería en el mes de octubre en una de las escasas zonas nacionales que se encuentran en producción.

Tradicionalmente la gran distribución centroeuropea iniciaba sus compras en Almería a finales de octubre. No obstante, esta campaña la exportación se ha adelantado un par de semanas ante el déficit de producción nacional en Centroeuropa, afectada al igual que España por las altas temperaturas estivales.

Gráficos 3 y 4. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 39, 40 y 41 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



PEPINO

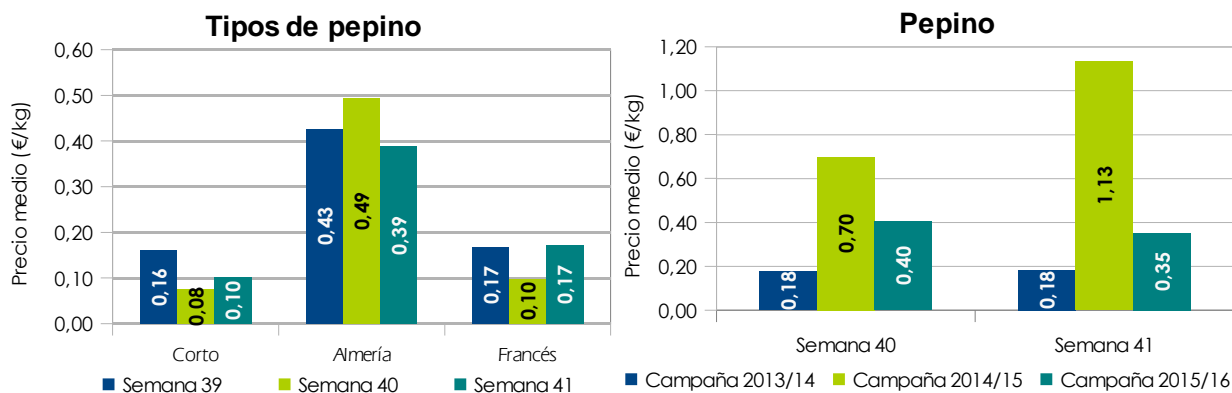
La normalidad es la tónica dominante de la campaña de pepino.

El pepino comienza la campaña con cotizaciones favorables para el tipo Almería, que se aproxima a un precio medio de 0,50-0,40€/kg en la primera quincena de octubre, y con poco interés por los tipos corto y francés, que se han mantenido por debajo de los 0,20€/kg durante las 4 primeras semanas de la campaña. Los tipos corto y francés, orientados principalmente al mercado nacional, se mantienen en niveles bajos de cotización afectados por la competencia de otras regiones productoras del territorio nacional.

La producción de pepino holandesa probablemente finalizará en la primera quincena de noviembre. No obstante, la menor calidad de la producción y la reducción en los volúmenes ofertados, habituales en el final de campaña, ha provocado que numerosas cadenas de supermercados europeos cierren un alto porcentaje de sus pedidos en Almería.



Gráficos 5 y 6. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 39, 40 y 41 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



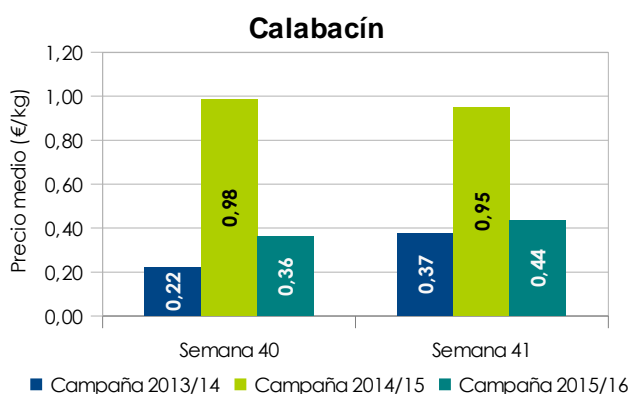
CALABACÍN

La campaña de calabacín ha comenzado con cotizaciones positivas, aunque inferiores a la pasada campaña y una producción comercializada significativamente superior.

Los trasplantes o siembras de otoño se han concentrado principalmente en el mes de agosto, a diferencia de lo sucedido en la campaña pasada. Los productores que han optado por realizar el cultivo en agosto en vez de en septiembre u octubre, han intentado evitar los meses de mayor presión de mosca blanca y por tanto de mayor riesgo del virus Nueva Delhi.

Las plantaciones de agosto se mantendrán hasta el mes de noviembre, cuando se procederá a un nuevo ciclo de cultivo. Esta planificación de los cultivos llevará a un mes de noviembre sin excesiva producción.

Gráfico⁴ 7. Precio medio del calabacín en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



⁴ Al 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.

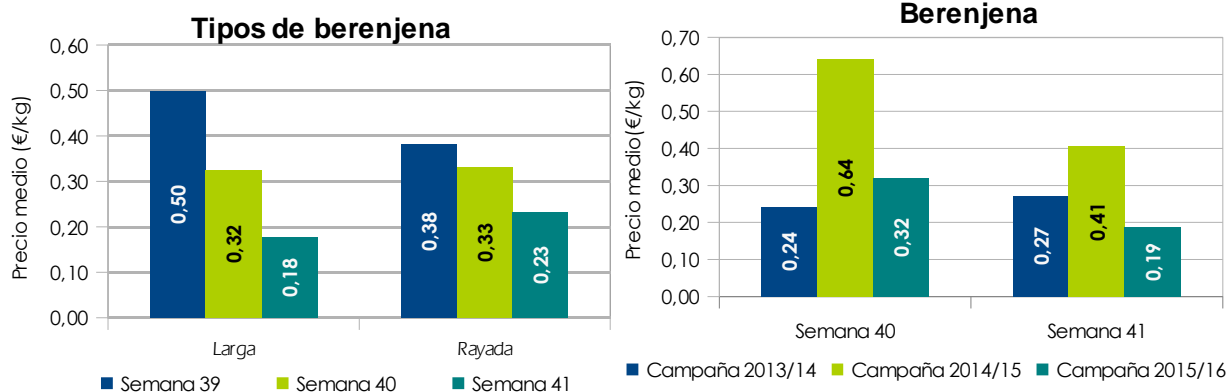


BERENJENA

La campaña de berenjena se iniciaba en el mes de septiembre con cotizaciones favorables: No obstante, el incremento de la oferta en el mes de octubre ha provocado una severa depreciación del producto.

Tras una campaña de verano con cotizaciones positivas, la llegada del otoño con temperaturas cálidas y abundantes horas de sol están propiciando que las nuevas plantaciones de berenjena se estén recolectando cada dos días, y las cotizaciones no consigan repuntar. La oferta en Almería es abundante y la demanda internacional pausada al existir producción propia en Francia, Bélgica, Holanda y Alemania.

Gráficos 8 y 9. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 39, 40 y 41 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.

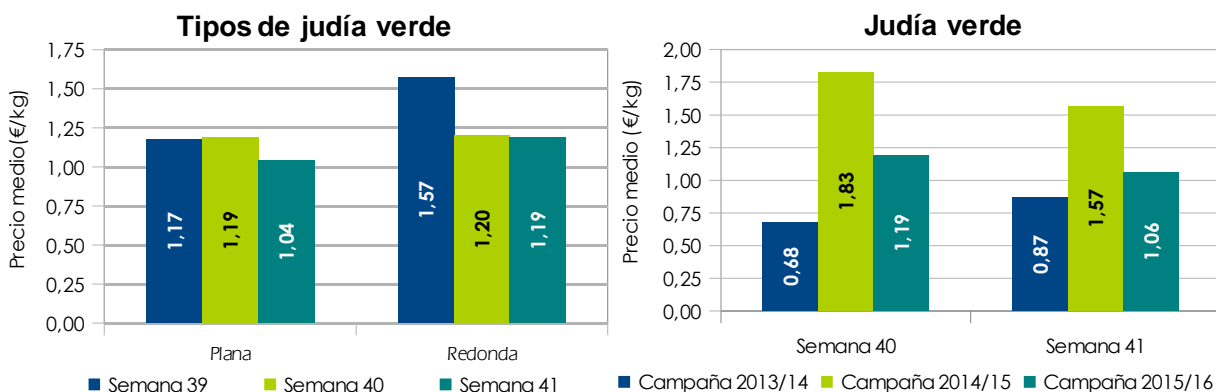


JUDIA VERDE

El primer mes de la campaña arroja un resultado favorable para la judía verde. Según estimaciones del sector, el volumen comercializado hasta la fecha es moderadamente superior a la pasada campaña.

La campaña de judía verde en Marruecos ha comenzado en el mes de septiembre, y al igual que sucede en Almería los volúmenes son minoritarios en estas fechas.

Gráficos 10 y 11. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 39, 40 y 41 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 40 y 41 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.





Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural



Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

MARRUECOS

La campaña de tomate en Marruecos ha empezado con volúmenes minoritarios. La oferta será poco representativa hasta el mes de noviembre cuando entren en producción la mayoría de las plantaciones.

Los primeros cultivos de calabacín marroquí han empezado a recolectarse en el mes de octubre. La campaña pasada se detectó una mayor concentración de plantaciones realizadas entre agosto y septiembre. No obstante, esta campaña se observa una mayor escalonamiento de los cultivos entre los meses de agosto y noviembre.