

Precios en los mercados mayoristas internacionales Hortícolas al aire libre Campaña 2013/14



Observatorio de precios y mercados

Julio 2015

CONTENIDOS

1. Notas metodológicas
2. Tomate (cherry y otros)
3. Pimiento
4. Calabacín
5. Berenjena
6. Melón
7. Sandía
8. Ajo
9. Cebolla
10. Espárrago
11. Lechuga
12. Zanahoria
13. Síntesis de la campaña



Cada producto presenta los siguientes análisis:

- a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto.
- b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto (si procede).
- c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto.

1. Notas Metodológicas

Definiciones

Precio medio más frecuente en mercado mayorista internacional

El precio en mercado mayorista se define como el precio medio de productos comercializados en los principales mercados mayoristas internacionales. Refleja el precio de venta del comercio mayorista al comercio detallista.

Los precios mostrados en este informe se corresponden con la media de los precios más frecuentes correspondientes a diferentes variedades o tipologías, sin tener en cuenta calibres ni tipos de envase y tomados de lunes a viernes en los mercados más representativos internacionales.

Fuentes de información

Aplicación IPRECOM. Ministerio de Economía y Competitividad

Los precios en mercados mayoristas internacionales proceden de consultas realizadas a la Aplicación IPRECOM (<http://iprecom.comercio.es/>) del Ministerio de Economía y Competitividad. Las consultas recogen los precios más frecuentes para los diferentes productos en los principales mercados europeos y de EE.UU., identificando el origen del producto, el formato, calibre, categoría, etc. El período tenido en cuenta para la realización de las consultas varía en función del producto:

Para el tomate, tomate cherry, pimiento, calabacín, berenjena, melón y sandía, este periodo está comprendido entre 1 de julio de 2014 y 30 de septiembre de 2014 (Campaña 2013/14).

Para la lechuga el periodo está comprendido entre octubre de 2013 y septiembre de 2014 (Campaña 2013/14).

Para el espárrago el periodo está comprendido entre enero y octubre de 2014 (campaña 2013/2014).

Para la zanahoria el periodo está comprendido entre noviembre de 2013 y octubre de 2014 (Campaña 2013/14)

Para el ajo y la cebolla el periodo está comprendido entre enero y diciembre de 2014, es decir abarcará parte de las campañas de producción 2012/13 y 2013/14.

1. Notas Metodológicas

Consideraciones previas I

Los precios presentados en este documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg) y en todos los casos se refieren a productos cuyo origen es España. En el caso de los productos hortícolas al aire libre, los datos solo están disponibles para los mercados europeos. No se han analizado el pepino ni la judía verde por falta de datos para esta campaña.

Consideraciones previas II

Las diferencias de precios entre los distintos mercados se pueden deber a factores que no han sido analizados, como los distintos formatos o los distintos tipos de producto, en muchas ocasiones por falta de información. Por tanto, las conclusiones deben tomarse con precaución.

Mercados mayoristas analizados

Los mercados internacionales consultados se han analizado agrupándolos en base a su país de origen, mostrándose de la siguiente manera:

Mercados franceses

Lyon

París

Perpignan

Toulouse

Mercados alemanes

Colonia

Frankfurt

Hamburgo

Otros mercados europeos

Londres

Milán



2. TOMATE

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

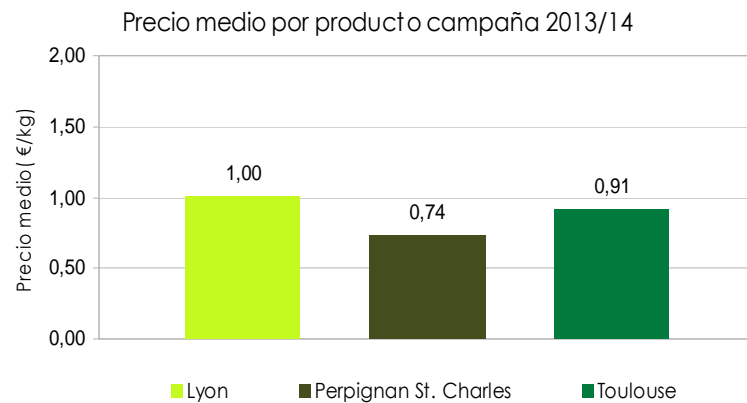


2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

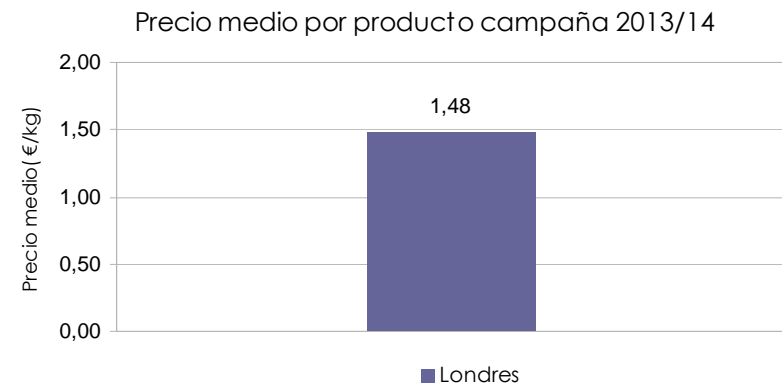
2.1.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la
campaña: 0,97 €/kg

Mercados franceses



Otros mercados europeos



No es significativa la presencia de tomate con origen España producido al aire libre en los mercados internacionales. La existencia de tomate se produce en pocos mercados y únicamente en las primeras y últimas semanas del periodo analizado.

Entrando a analizar esta pequeña presencia:

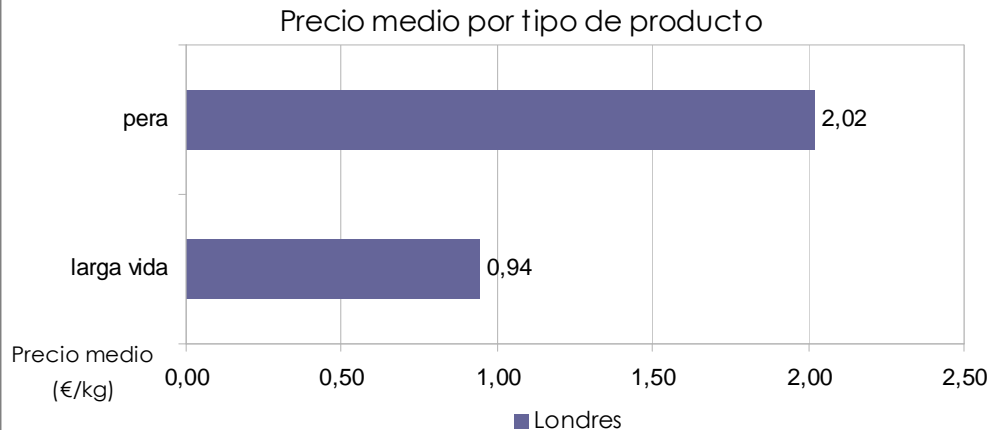
Los **mercados franceses** registraron unos precios medios muy dispares entre ellos. De ellos, el de Lyon fue el que registró un precio más alto.

Por otro lado, destaca **Londres**, ya que registró las mayores cotizaciones de los mercados consultados con **1,48 €/kg**.

2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

2.1.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Otros mercados europeos



En base a los datos que se manejan, los **mercados franceses** comercializaron el tomate **sin especificar** el tipo, por lo que su precio coincide con el anteriormente mostrado por producto.

El mercado de **Londres** fue el único que comercializó tomate bajo diversos tipos siendo el precio muy diferente entre ellos. Esta diferencia es debido a que el **tipo pera** se comercializó al **principio de la campaña**, mientras que el **larga vida** se comercializó **al final de ésta**.

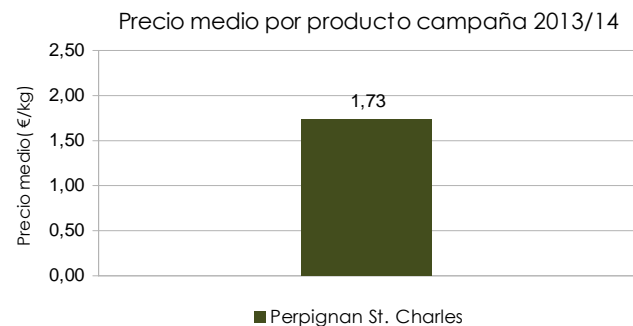
En relación a la evolución semanal de las cotizaciones, Toulouse presenta 5 semanas con cotizaciones al principio y al final del periodo analizado. El resto de mercados sólo tienen 3 semanas con presencia de tomate.

Llama la atención el comportamiento de este producto en el mercado de Londres respecto a la campaña pasada, en la que hubo presencia durante todas las semanas.

2.2. Tomate Cherry

2.2.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses



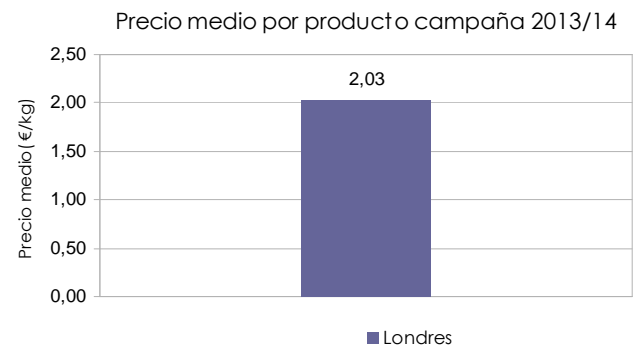
Precio medio de la campaña: 1,89€/kg

El tomate cherry con origen España tuvo presencia en un número reducido de mercados de los nueve analizados.

El mercado de **Perpignan** mostró un precio medio inferior a la media del producto.

En el lado opuesto se encuentra el mercado de **Londres** con un precio medio superior a la media de la campaña, con **2,03 €/kg**.

Otros mercados europeos



2.2 Tomate Cherry

2.2.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

Los mercados de **Perpignan** y **Londres** registraron durante casi todas las semanas cotizaciones de tomate cherry con origen España.

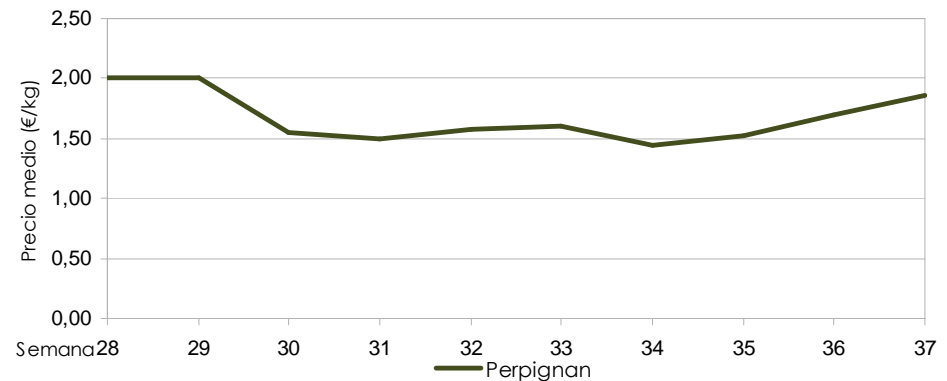
Ambos mercados tuvieron un comportamiento similar: El comienzo de campaña fue con el precio medio más alto registrado, para luego sufrir una marcada bajada y más tarde continuar con cotizaciones sin demasiadas oscilaciones.

Particularizando en el mercado de **Perpignan**, al final de la campaña se produjo un repunte en el precio medio para terminar con un precio cercano al inicial de campaña.

Respecto al mercado de **Londres**, destaca el elevado precio de partida y la fuerte bajada producida en pocas semanas.

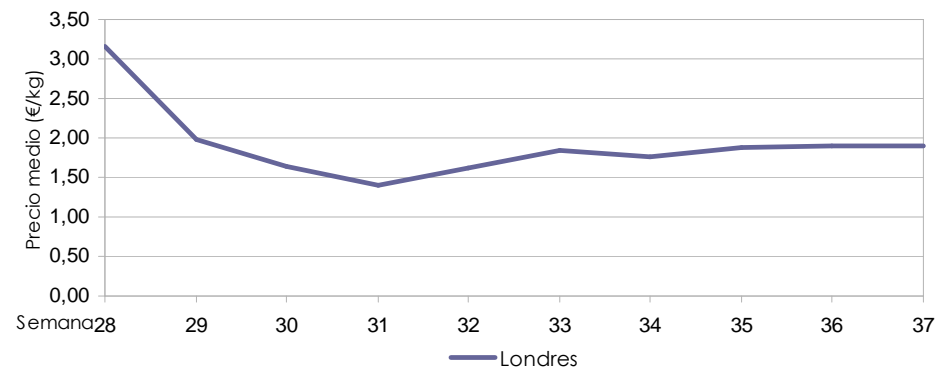
Mercados franceses

Evolución del precio semanal campaña 2012/13 por mercados



Otros mercados europeos

Evolución del precio semanal campaña 2012/13 por mercados



3. PIMIENTO

Precios mercados internacionales.

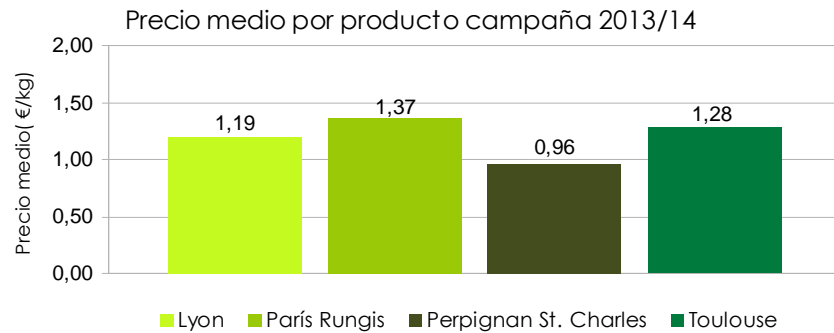
Campaña 2013/14.



3. Pimiento

3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

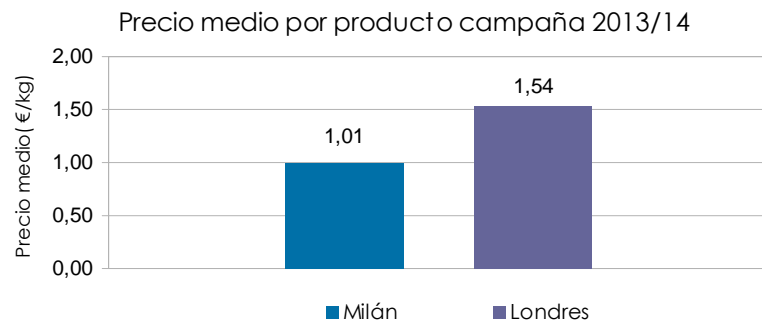
Mercados franceses



**Precio medio de la
campaña: 1,18 €/kg**

Entre los mercados franceses no hubo grandes diferencias, salvo en **Perpignan** que alcanzó el precio **más bajo** de estos siete mercados analizados con **0,96 €/kg**.

Otros mercados europeos



Destaca el bajo precio medio registrado en el mercado de **Londres** respecto al del año pasado (*), aunque sigue siendo el más alto de los mercados analizados con **1,54 €/kg**.

El mercado de Milán registró el segundo precio medio más bajo de los mercados analizados.

(*) Los precios del año pasado pueden consultarse en la web del observatorio de precios y mercados

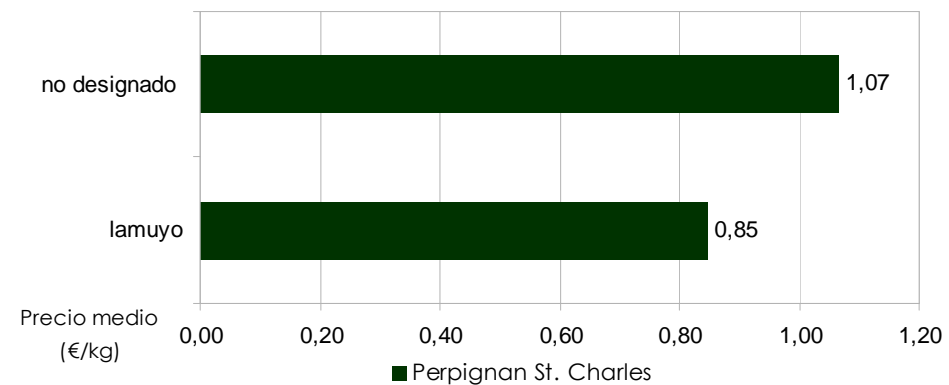
3. Pimiento

3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

En términos generales los mercados no realizaron clasificación por tipo de producto, a excepción de dos mercados:

- El mercado de **Milán**, que comercializó todo el producto bajo el **tipo california**.
- El mercado de **Perpignan**, que realizó cotizaciones de pimiento origen España bajo el **tipo Lamuyo**, para el que se registró un precio medio de **0,85 €/kg**. En este mercado también se produjeron otras cotizaciones, pero sin especificar la variedad del producto y a un precio medio superior.

Precio medio por tipo de producto

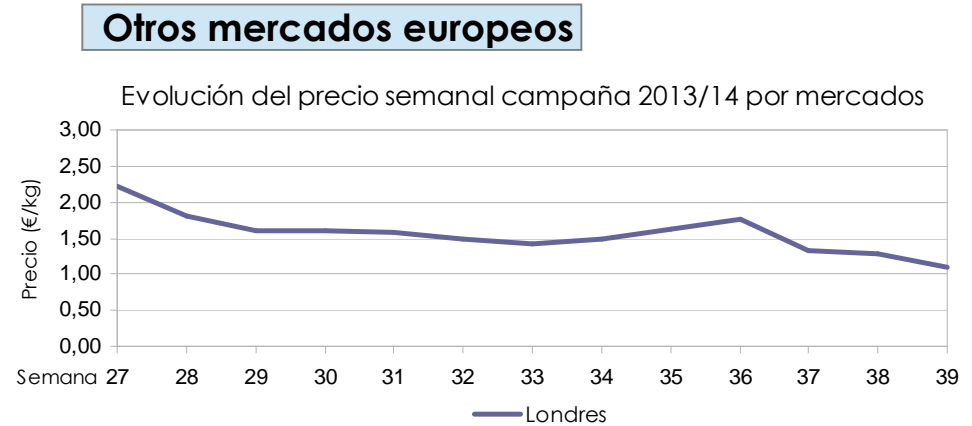
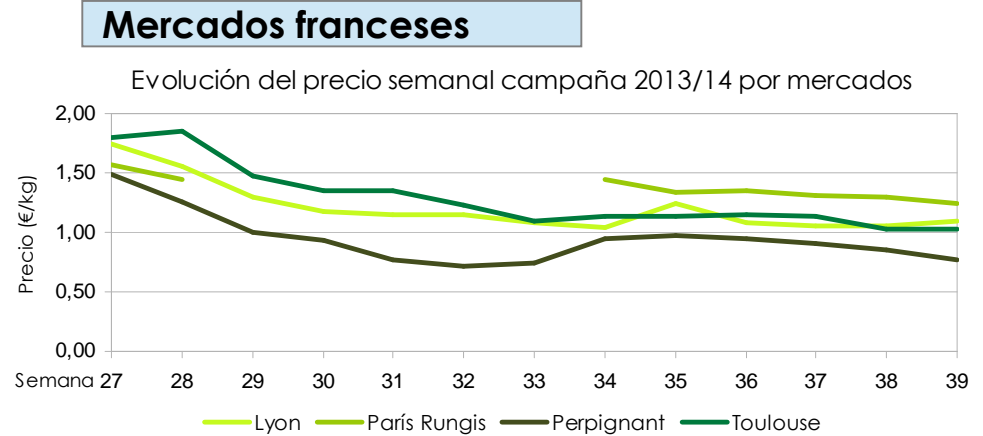


3. Pimiento

3.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

La evolución semanal de las cotizaciones en la campaña 2013/14 en todos los **mercados franceses**, en términos generales, mostró un comportamiento análogo, con un comienzo de campaña con el precio más alto y con una bajada de precios progresiva sin marcadas oscilaciones. París fue el mercado que tuvo un menor número de semanas con presencia de este producto.

La presencia de este producto en el mercado de **Londres** fue bastante más importante en esta campaña 2013/14 que en la pasada. El comportamiento en este mercado fue similar a los mercados franceses, aunque con un nivel de precios medios superior.

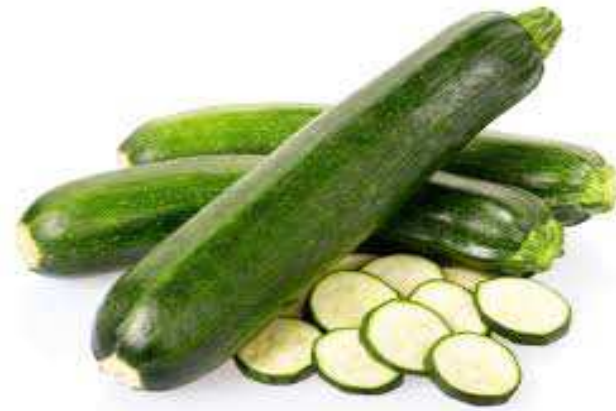


Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,75	27	1,05	34
París	1,57	27	1,25	39
Perpignan	1,48	27	0,71	32
Toulouse	1,85	28	1,03	38 y 39
Londres	2,23	27	1,09	39

4. CALABACÍN

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

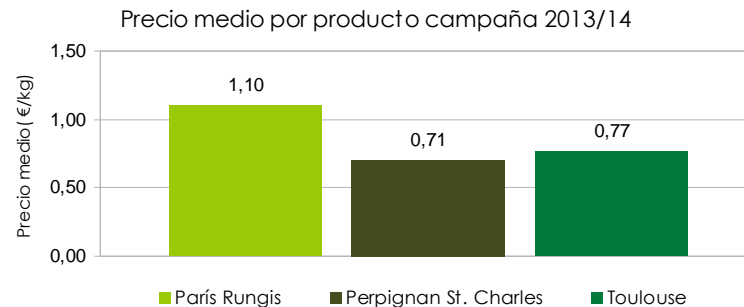


4. Calabacín

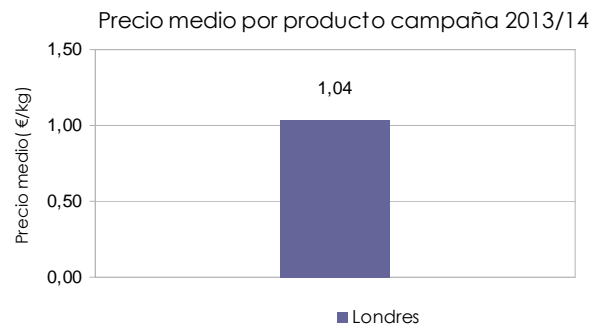
4.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 0,97 €/kg

Mercados franceses



Otros mercados europeos



Hubo poca presencia de calabacín al aire libre con origen España en los mercados internacionales analizados. Solamente tuvo una presencia significativa en el mercado de París y en el de Londres, con 11 y 10 semanas de cotizaciones respectivamente.

El mercado de **París** fue el que registró un precio medio más alto de los mercados analizados, con **1,10 €/kg**.

El mercado de **Perpignan** fue el que obtuvo un precio medio más bajo con **0,71 €/kg**.



4. Calabacín

4.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de calabacín (€/kg)

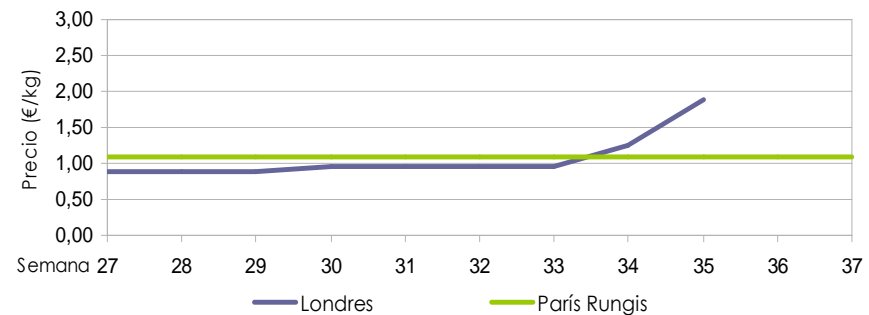
Tipo	Frankfurt	Lyon	París Rungis	Perpignan St. Charles	Toulouse	Londres
no designado	0,95		1,10			1,04
verde		0,56		0,69	0,77	

En todos los mercados sólo se **comercializó un tipo** de calabacín, por lo que el precio del producto coincide con el tipo.

Respecto a la evolución semanal, la presencia es significativa a lo largo de toda la campaña en los mercados de **París y Londres**, mientras que en el resto se reduce a unas pocas semanas con cotizaciones al comienzo y final de la campaña.

En el mercado de París, las cotizaciones han sido lineales a lo largo de la campaña, mientras que en el de Londres, se han producido semanas con repetición de cotizaciones y al final de la campaña se produjo un fuerte incremento de éstas.

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



5. BERENJENA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

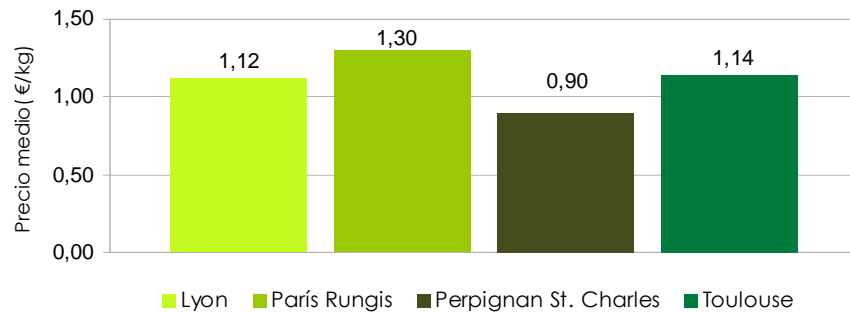


5. Berenjena

5.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



Precio medio de la campaña: 1,07 €/kg

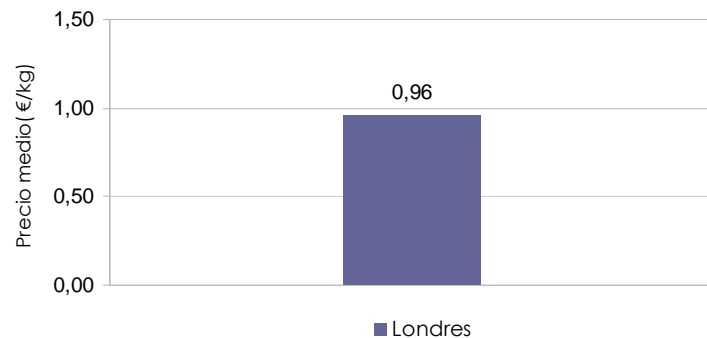
El mercado de **París** fue el que obtuvo un precio medio más alto de los mercados analizados, con **1,30 €/kg**, aunque con pocas semanas con presencia de este producto.

El mercado de **Perpignan** fue el que registró un precio medio más bajo de todos ellos, con **0,90 €/kg**, seguido de cerca por el mercado de Londres.

Fundamentalmente, ningún mercado diferenció por tipos, salvo el mercado de **Lyon** que comercializó berenjena **tipo larga**.

Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



5. Berenjena

5.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

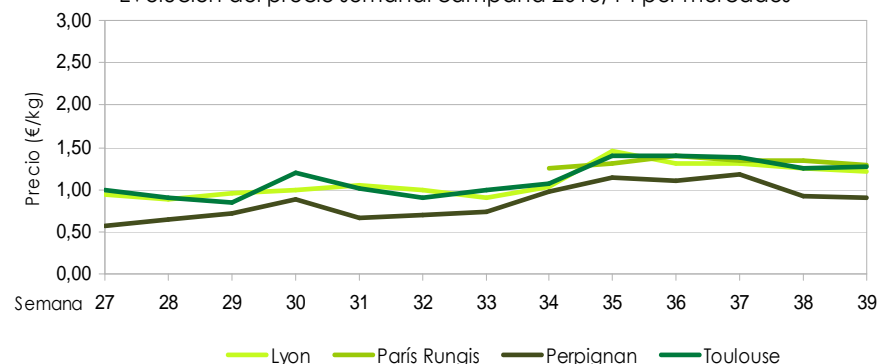
Todos los mercados franceses muestran una **evolución similar** en sus cotizaciones, con presencia de este producto a lo largo de toda la campaña, salvo en el mercado de París, en el que comenzaron las cotizaciones a partir de la semana 34.

En términos generales, los mercados comenzaron con un precio inferior al de finalización de campaña, experimentándose ligeras oscilaciones a lo largo de ella.

En relación al mercado de Londres, la campaña se caracterizó por presentar varias semanas con repetición de cotizaciones. El comienzo de la campaña fue a un precio inferior al que se finalizó. Durante las semanas 36 y 37 hubo un cese en las cotizaciones de este producto.

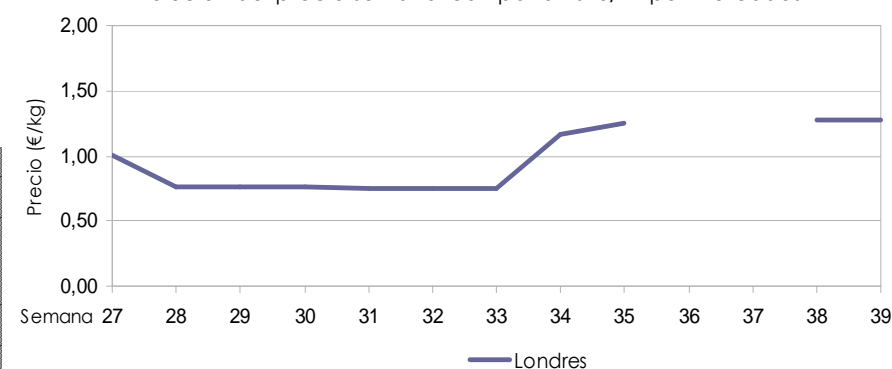
Mercados franceses

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



Otros mercados europeos

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,45	35	0,88	28
París	1,40	36	1,25	34
Perpignan	1,18	37	0,58	27
Toulouse	1,40	35 y 36	0,84	29
Londres	1,28	39	0,75	33

6. MELÓN

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

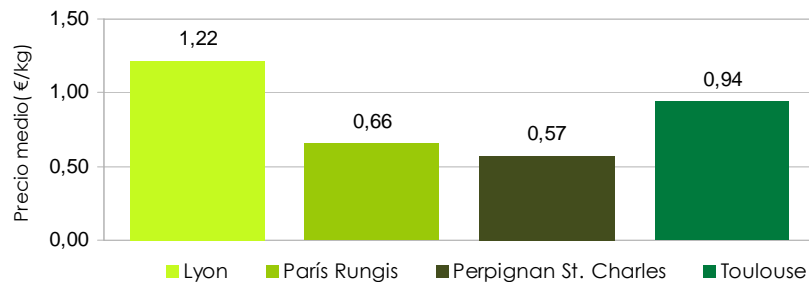


6. Melón

6.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



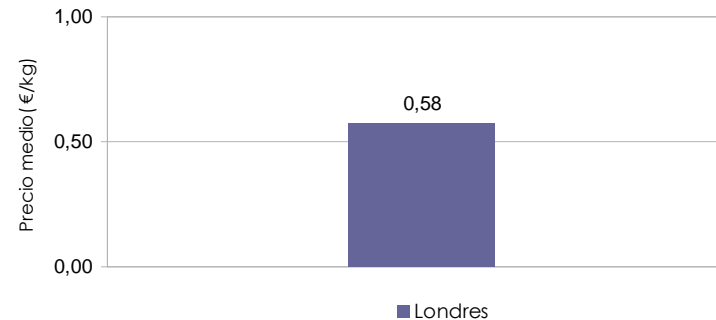
Precio medio de la campaña: 0,75 €/kg

Los mercados franceses mostraron una gran disparidad en los precios medios obtenidos para este producto. Destaca el mercado de **Lyon** con el precio medio más **alto** con **1,22 €/kg** mientras que en el lado opuesto se encuentra el mercado de **Perpignan** con **0,57 €/kg**.

Este año se ha incorporado este producto al mercado de **Londres**, aunque con un precio medio similar al de Perpignan.

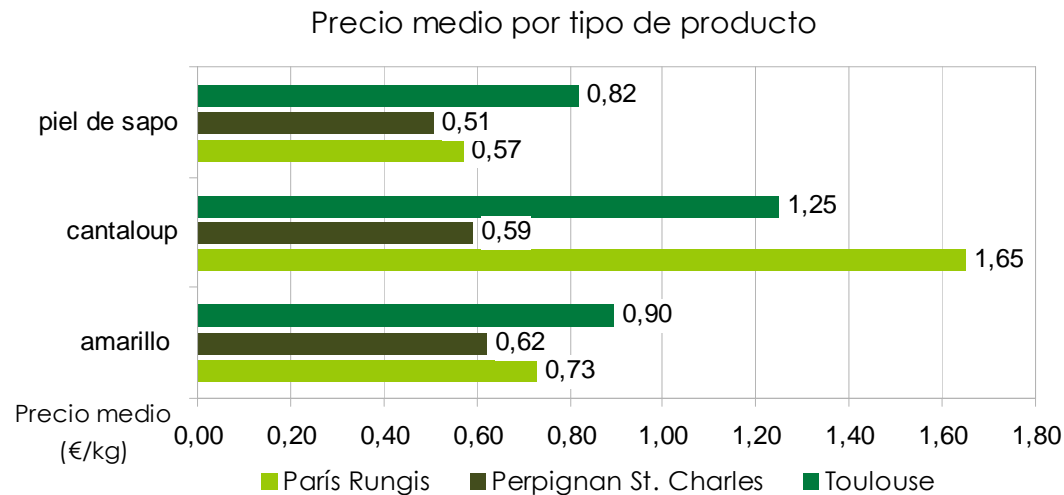
Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



6. Melón

6.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto



La **mayoría** de los **mercados franceses** realizaron distinciones en base a **tres tipos** de melón, salvo el mercado de **Lyon**, que comercializó todo el producto bajo el tipo **cantaloup**.

Por su parte, el mercado de **Londres** comercializó todo este producto clasificado como tipo **amarillo**.

El tipo piel de sapo fue el que registró el precio medio más bajo en todos los mercados.

Destacan las altas cotizaciones registradas para el tipo cantaloup en los mercados de París y Toulouse.

6. Melón

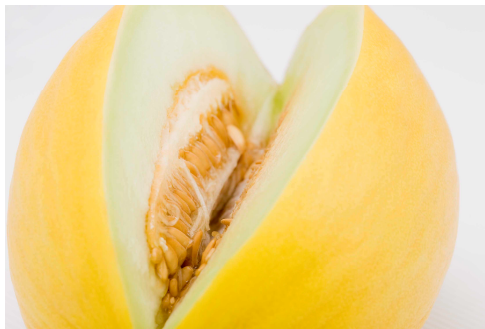
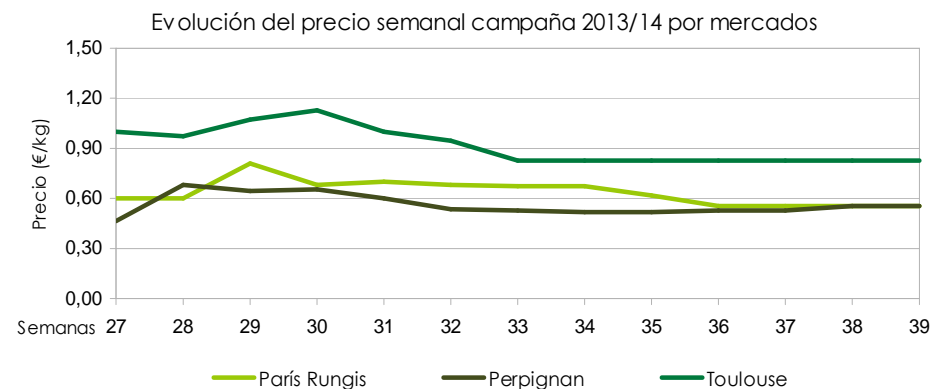
6.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

Los tres mercados representados en la gráfica presentaron un **comportamiento bastante similar** entre ellos, aunque el mercado de Toulouse aportó cotizaciones a un nivel superior a las de los otros dos mercados.

Estos mercados registraron cotizaciones a lo largo de todo el periodo analizado, mientras que los de Lyon y Londres sólo tuvieron presencia de este producto durante 4 semanas, motivo por el que no se representa su curva de evolución.

La primera mitad de la campaña se caracterizó por sufrir un leve incremento en las cotizaciones entre las semanas 28 y 30, dependiendo del mercado, para más adelante volver a descender. En la segunda parte de la campaña las cotizaciones fue de carácter más lineal.

Mercados franceses

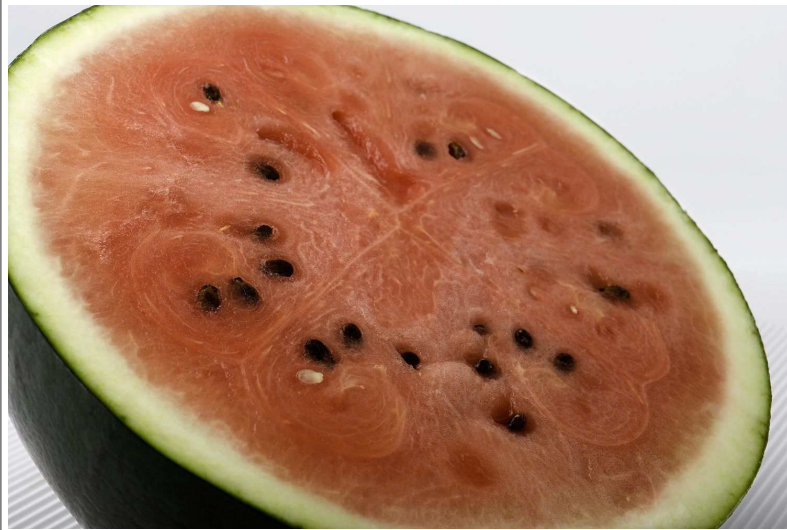


Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,30	28	1,08	27
París	0,81	29	0,55	36-39
Perpignan	0,69	28	0,47	27
Toulouse	1,12	30	0,83	33-9
Londres	0,62	34	0,56	37

7. SANDÍA

Precios mercados internacionales.

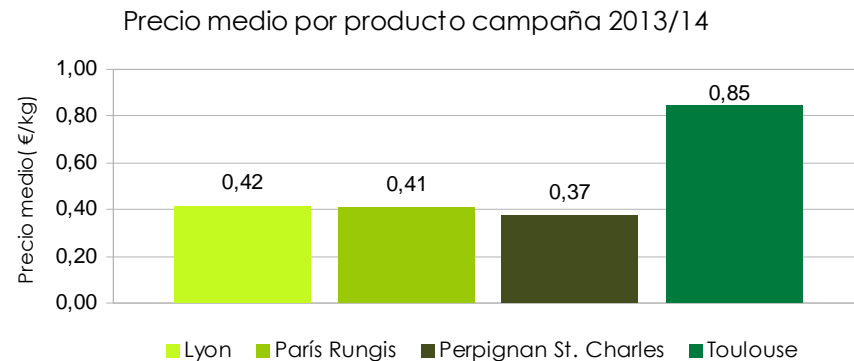
Campaña 2013/14.



7. Sandía

7.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses



Precio medio de la
campaña: **0,46 €/kg**



En base a los datos que se manejan, la sandía al aire libre con origen España tuvo un comportamiento similar en todos los mercados franceses, excepto en el de **Toulouse** cuyo precio medio es bastante más **elevado** al resto de mercados con **0,85 €/kg**.

Los mercados de Lyon y París registraron prácticamente el mismo precio medio y próximo a la media de la campaña, mientras que el de **Perpignan** obtiene un precio medio bastante **menor** que el del resto de mercados.

No se clasificó el producto bajo ningún tipo.

7. Sandía

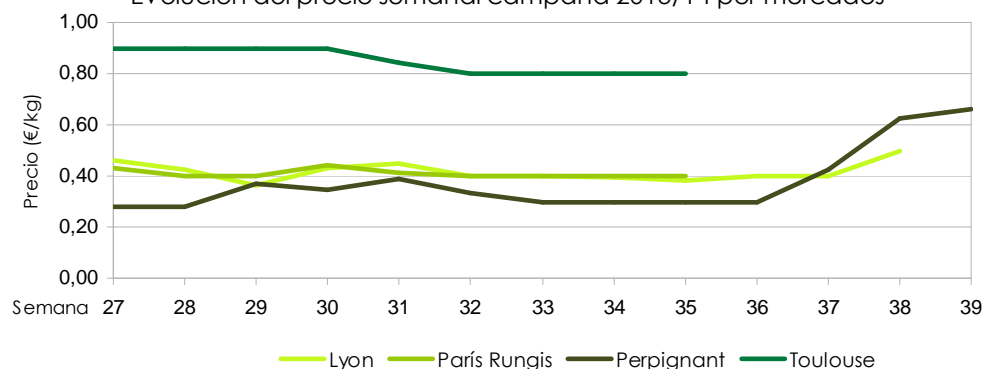
7.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

La evolución de la campaña fue **similar** entre estos mercados aunque con Toulouse con un nivel superior de sus precios.

La primera mitad de la campaña se caracterizó por presentar un mayor número de oscilaciones en sus cotizaciones para finalizar ésta de manera más constante. Sólo el mercado de Lyon registró cotizaciones hasta la semana 39.

Mercados franceses

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	0,50	38	0,36	29
París	0,44	30	0,40	28, 29 y 32-35
Perpignan	0,66	39	0,28	28
Toulouse	0,90	27-30	0,80	32-35



8. AJO

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

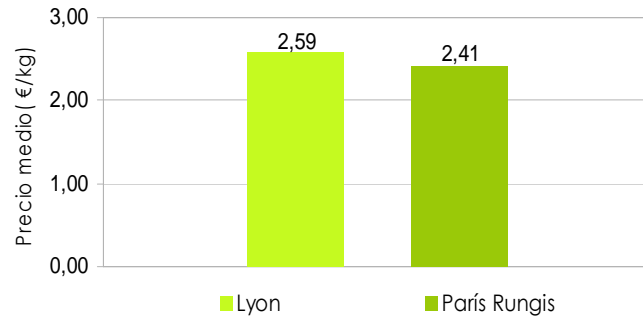


8. Ajo

9.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Precio medio por producto año 2014

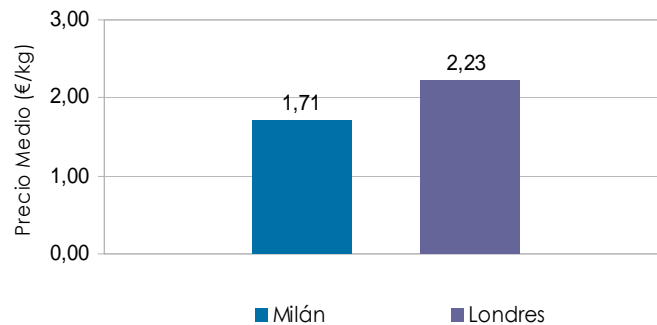


Precio medio año 2014:
2,22 €/kg

En los **mercados franceses**, el precio medio registrado fue superior a la media de la campaña, con el mercado de **Lyon** con el precio más alto de los mercados analizados con **2,59 €/kg**.

Otros mercados europeos

Precio medio por producto año 2014



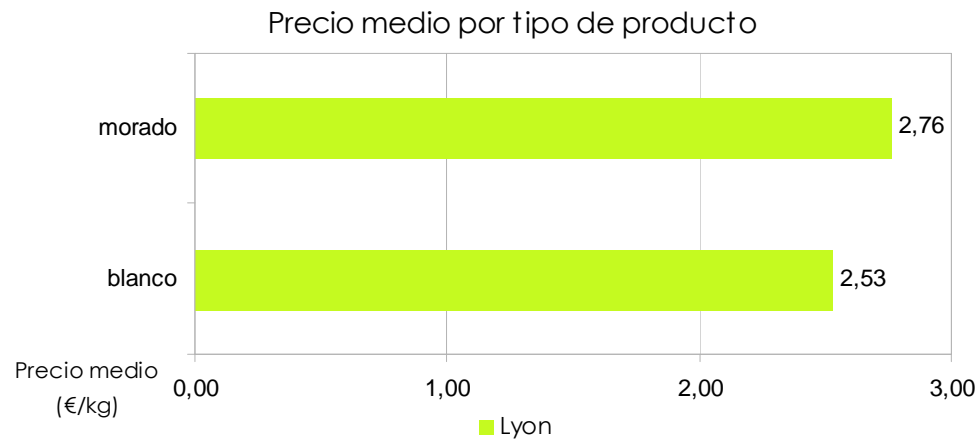
Al contrario de lo que ocurre con otros productos hortícolas, el mercado de **Londres** registró un precio medio inferior a los registrados por los mercados franceses, con **2,23 €/kg**.

Por último, el mercado de **Milán** registró el precio medio más bajo de los mercados analizados, con **1,96 €/kg**.

8. Ajo

9.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Mercados franceses



En el mercado de **Lyon** se realizaron distinciones en base al tipo de ajo, clasificándose bajo los tipos **blanco** y **morado**. El tipo morado fue el que registró cotizaciones más elevadas.

Respecto a **otros mercados europeos**, tanto el mercado de Londres como el de Milán no realizaron clasificaciones por tipo, por lo que todo el año se comercializó bajo el **tipo no designado**.



8. Ajo

9.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Las cotizaciones de ajo tuvieron un comportamiento bastante **estable** en los mercados franceses. El mercado de Lyon empezó la campaña con los precios más altos, sufriendo un par de oscilaciones en los meses de febrero y abril. A partir de entonces registró cotizaciones prácticamente sin cambios, para finalizar con una tendencia descendente.

El mercado de París comenzó con el precio medio más bajo, para continuar con una suave tendencia ascendente. En la mitad de la campaña se produjo un repunto y posterior campaña para seguir la segunda mitad de la campaña con cotizaciones lineales.

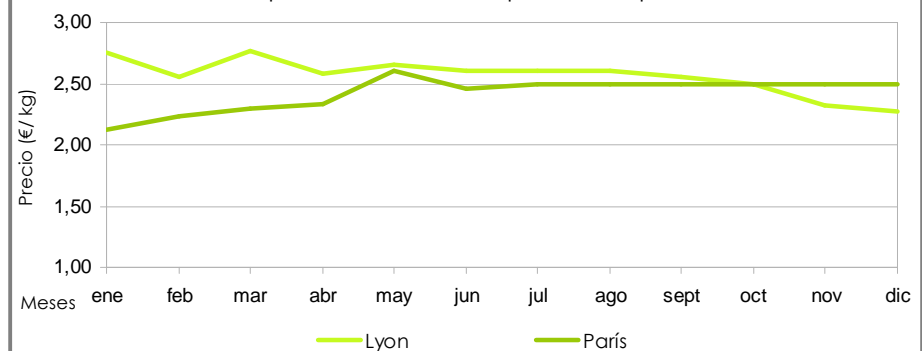
El mercado de Londres registró cotizaciones prácticamente lineales hasta el mes de septiembre en el que se produjo una fuerte caída.

El mercado de Milán registró cotizaciones bastante estables, sólo interrumpidas por una fuerte subida y posterior baja entre los meses de marzo y junio, y otra marcada subida en el último mes de campaña.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	2,80	3, 4, 11 y 12	1,80	49
París	2,60	19-21 y 23	2,10	3 y 4
Londres	2,42	39	1,68	50
Milán	2,59	17	1,51	42-47

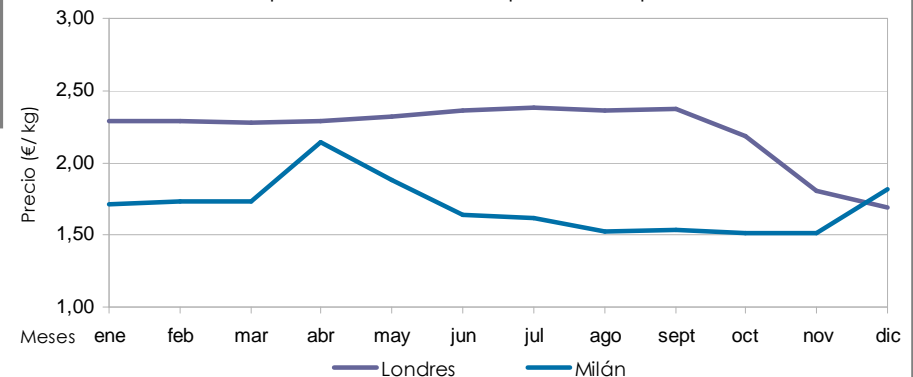
Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2014 por mercados



Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2014 por mercados



9. CEBOLLA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.



9. Cebolla

9.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

En los **mercados franceses** no hubo una gran diferencia entre las cotizaciones medias, siendo el de **Lyon** el que registró el precio más alto de los siete mercados consultados, con **0,58 €/kg**.

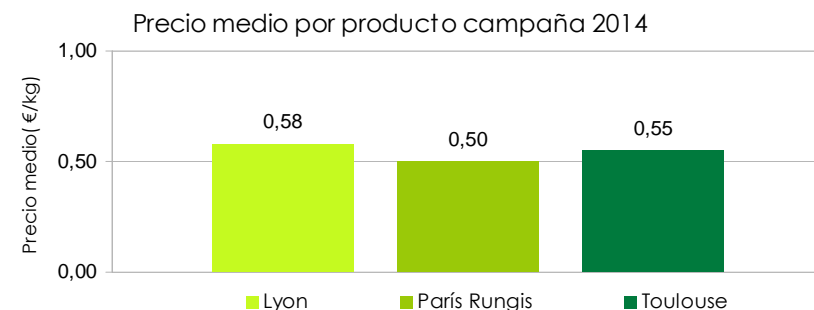
Los **mercados alemanes** registraron un precio medio muy similar entre ellos, e inferior al precio medio de la campaña en todos los mercados.

Respecto a **otros mercados europeos**, Londres obtiene un precio intermedio entre los mercados franceses y los alemanes.

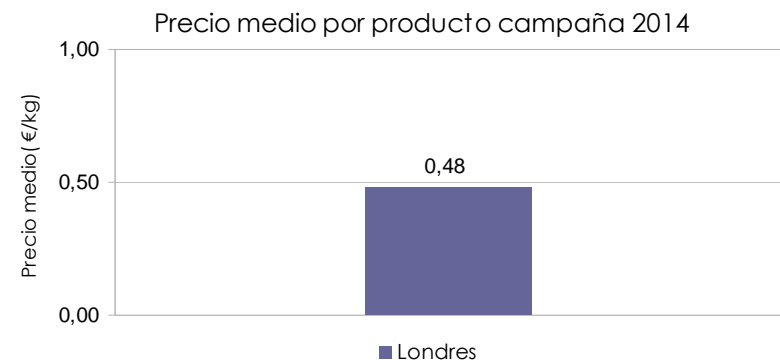
En ningún mercado se realizó distinción por tipo de cebolla.

Precio medio año 2013:
0,49 €/kg

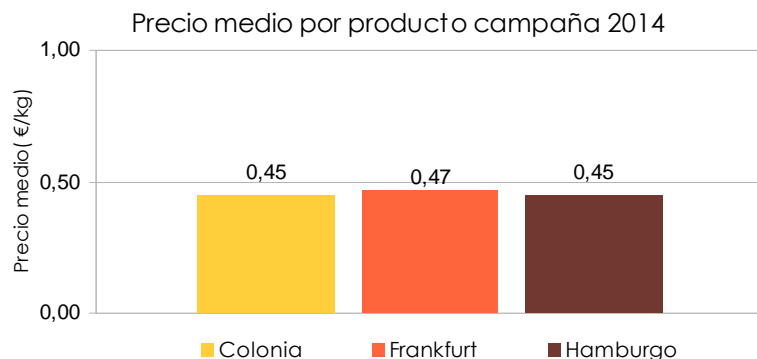
Mercados franceses



Otros mercados europeos



Mercados alemanes



9. Cebolla

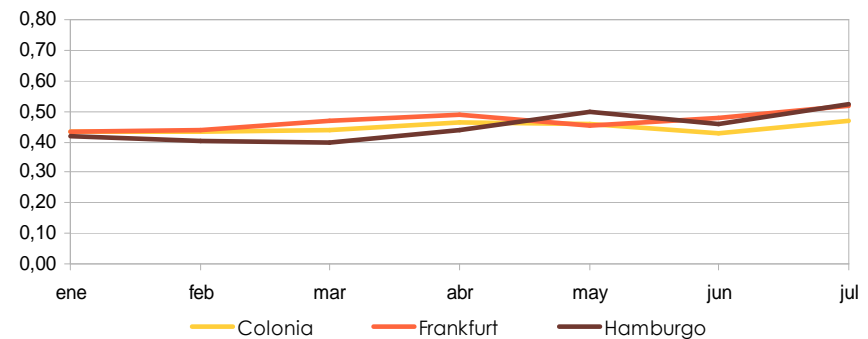
10.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Los **mercados alemanes** se caracterizaron por mostrar un comportamiento similar entre ellos. Las cotizaciones registradas fueron muy estables, comenzando la campaña a un precio ligeramente inferior al de cierre. La campaña finalizó en el mes de julio.

El mercado de **Londres** registró fluctuaciones a lo largo de toda la campaña. El comienzo fue con una tendencia descendente hasta el mes de mayo, momento en el que se produce una marcada subida hasta recuperar el precio de partida. En el mes de julio vuelven a bajar las cotizaciones, para cerrar la campaña, con cotizaciones cercanas a los precios medios más bajos.

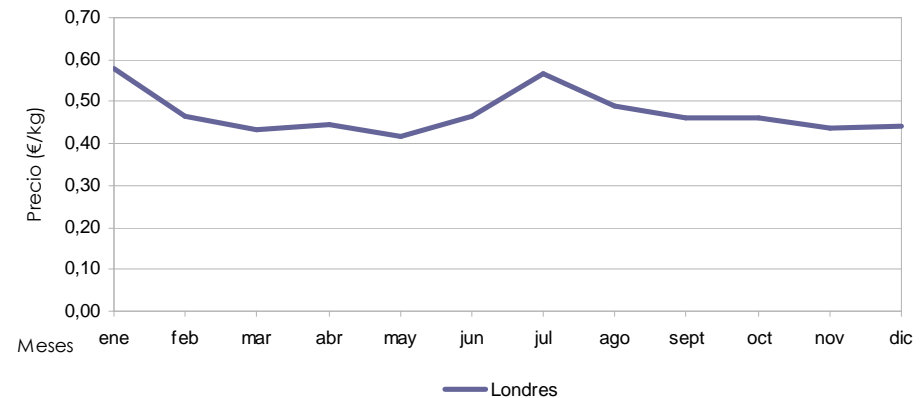
Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2014 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	0,48	16 y 18-20	0,40	22-24
Frankfurt	0,56	27	0,39	2
Hamburg	0,53	27	0,38	8
Londres	0,59	5	0,42	22



10.ESPÁRRAGO

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

10. Espárrago

10.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

El espárrago con origen España tuvo presencia en casi todos los mercados analizados.

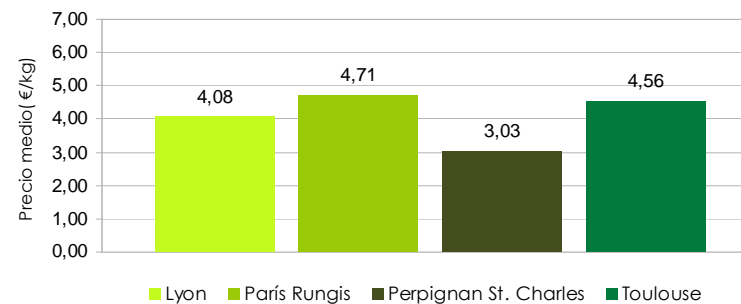
En los **mercados franceses** destaca el bajo precio medio registrado por el mercado de Perpignan.

Los **mercados alemanes** registraron un precio medio superior al precio medio de la campaña en todos los mercados, con Colonia y Frankfurt bastante por encima de Hamburgo.

Precio medio de la campaña: 4,08 €/kg

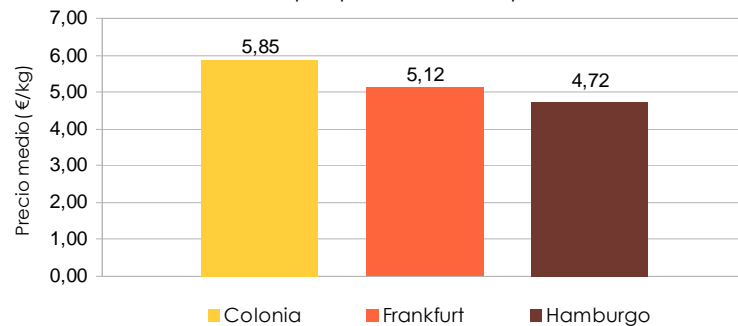
Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



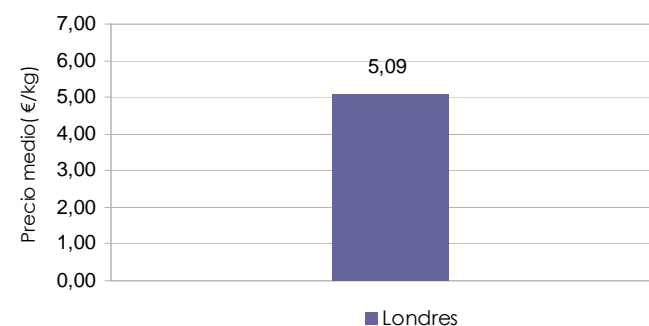
Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14

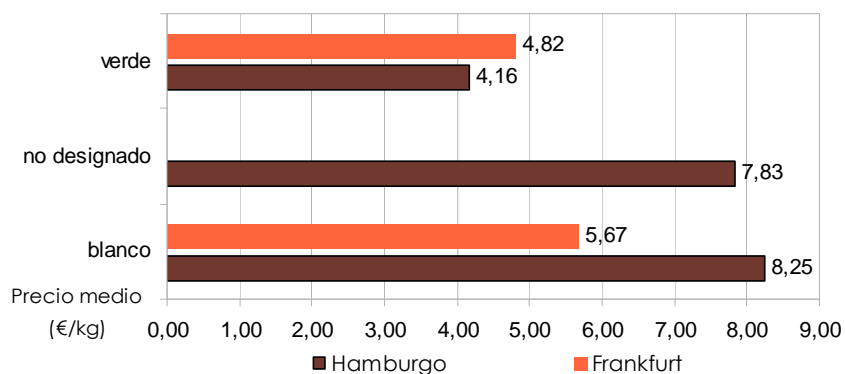


10. Espárrago

10.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

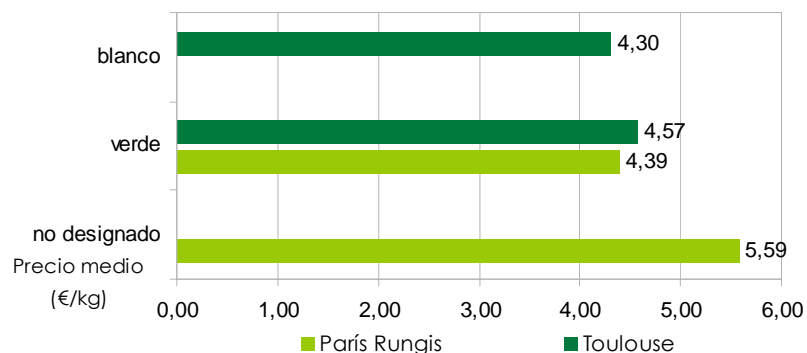
Mercados alemanes

Precio medio por tipo de producto



Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



La mayor parte de los mercados analizados comercializaron espárrago clasificado bajo el **tipo verde**.

Los mercados de **Toulouse, Frankfurt y Hamburgo** comercializaron el espárrago bajo los tipos **blanco y verde**.

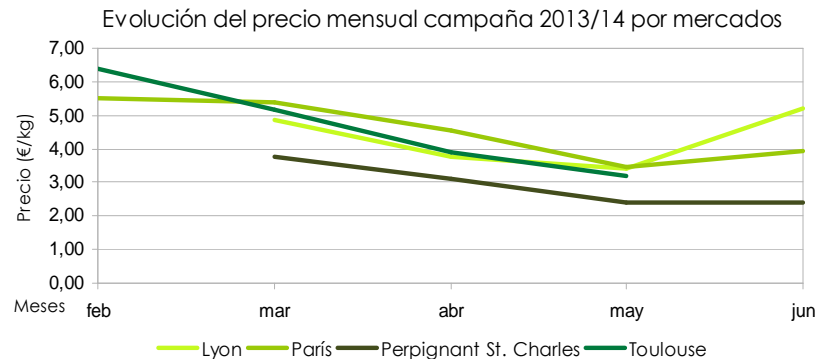
Salvo en el mercado de Toulouse, el espárrago **tipo blanco** registró **cotizaciones superiores** a las del tipo verde.

El mercado de **Londres** fue el único que comercializó todo el producto sin especificar el tipo.

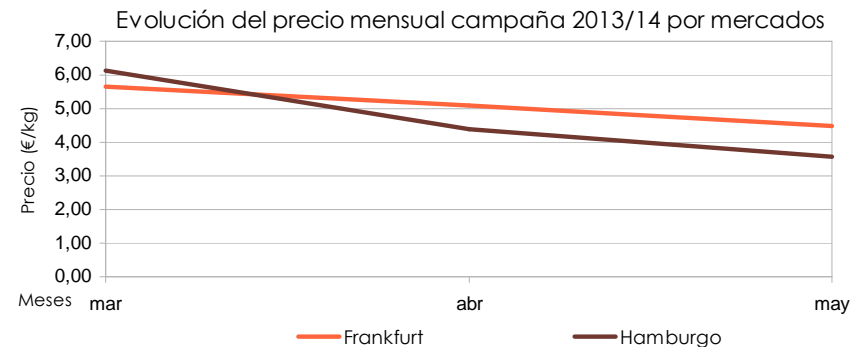
10. Espárrago

10.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses



Mercados alemanes



El comienzo de la campaña en todos los mercados analizados fue a un precio superior al de cierre de campaña, excepto en el mercado de Lyon.

El mercado de Colonia sólo tuvo presencia de este producto durante 4 semanas, motivo por el que no se muestra su curva de evolución.

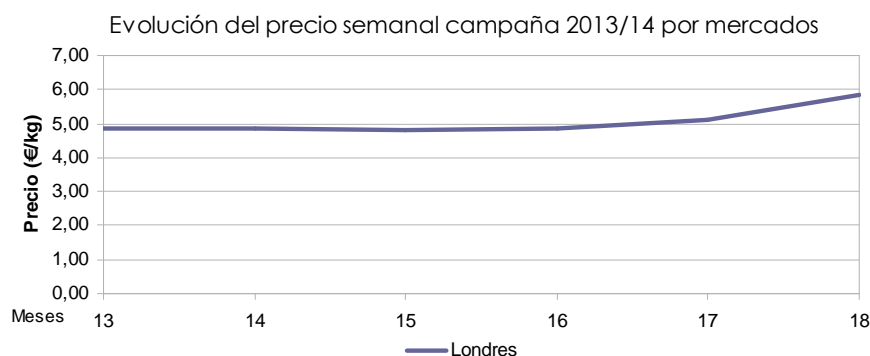
El mercado que registró un mayor número de semanas con cotizaciones de este producto fue Toulouse, además de ser el primero en comenzar la campaña.

La evolución de las cotizaciones fue similar en todos estos mercados. Empezaron con el precio medio más alto para seguir con una tendencia descendente hasta el mes de mayo. En ese momento cesan las cotizaciones en Toulouse y los mercados alemanes, para continuar un mes más el resto de mercados, registrando Perpignan cotizaciones lineales y Lyon y París cotizaciones ascendentes.

10. Espárrago

10.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

Otros mercados europeos



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	6,38	12 y 20	5,29	14
Frankfurt	5,71	13	4,13	17
Hamburgo	6,95	12	2,80	20
Londres	5,84	18	4,82	15
Lyon	5,20	11, 12 y 23	3,05	17
París	5,85	12	3,20	18
Perpignan	4,03	11	2,36	18
Toulouse	6,50	7 y 8	2,87	18

El espárrago con origen España tuvo presencia en el mercado de Londres únicamente durante 6 semanas.

Las cotizaciones registradas fueron prácticamente lineales, experimentándose un incremento en éstas las dos últimas semanas.



11. LECHUGA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

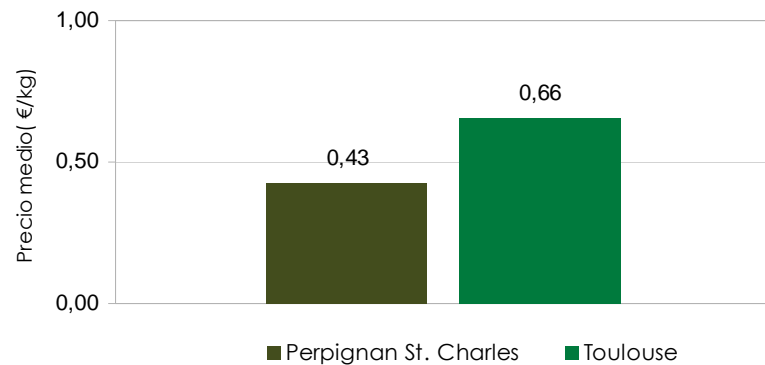


11. Lechuga

11.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



Precio medio de la campaña: 0,65 €/kg

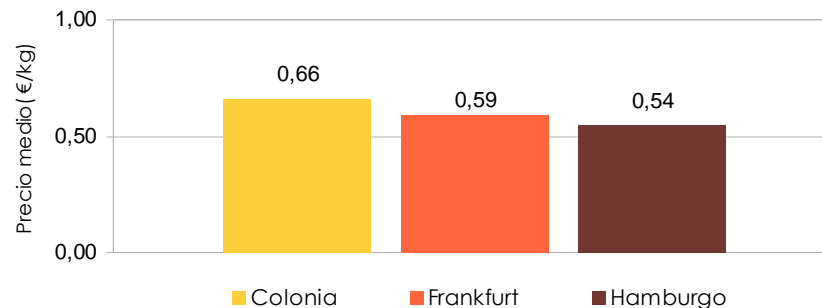
Respecto a los **mercados franceses**, el de **Perpignan** fue el que registró el precio medio más bajo de los mercados consultados, con **0,43 €/kg**.

Los mercados alemanes muestran precios medios cercanos al precio medio de la campaña.

El mercado de **Milán** fue el que registró el precio medio más alto de los mercados analizados alcanzando **0,91 €/kg**.

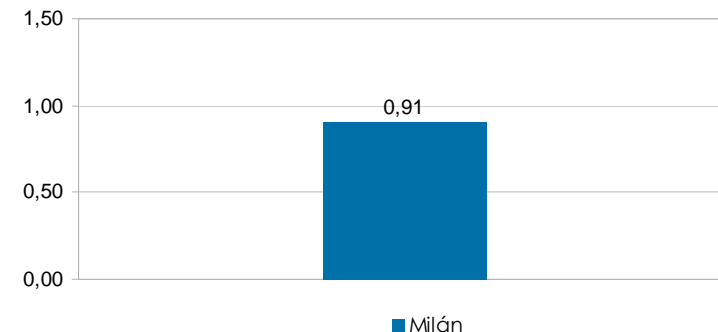
Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



11. Lechuga

11.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Todos los mercados analizados comercializaron lechuga clasificada bajo el **tipo iceberg**.

Los **mercados alemanes**, además de comercializar la lechuga **tipo iceberg**, registraron cotizaciones de este producto **sin especificar el tipo**.



Tipo	Perpignan St. Charles	Toulouse	Colonia	Frankfurt	Hamburgo	Milán
iceberg	0,43	0,66	0,59	0,55	0,55	0,91
no designado			0,76	0,61	0,49	

11. Lechuga

11.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

El mercado de **Perpignan** y los tres **mercados alemanes** analizados mostraron una curva de evolución de las cotizaciones **similares** entre ellos.

Comenzaron en el mes de octubre registrando cotizaciones casi lineales, para sufrir un fuerte ascenso, hasta alcanzar el punto más alto en el mes de diciembre.

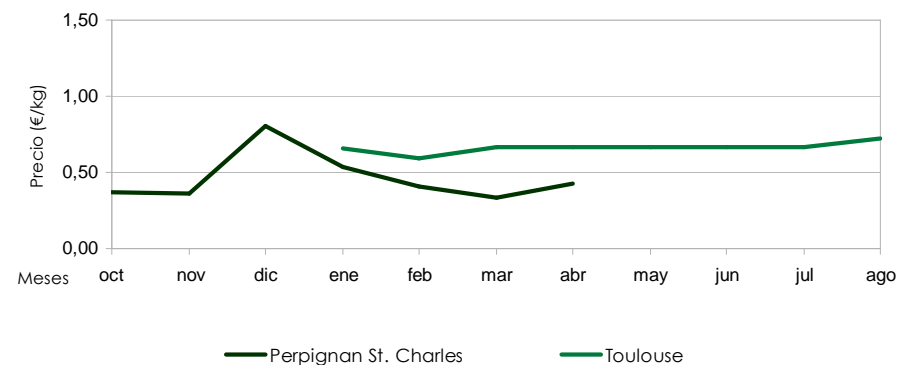
A partir de ese momento las cotizaciones tuvieron un carácter descendente hasta el mes de marzo para volver a sufrir un incremento en abril.

El primer mercado en cesar las cotizaciones de este producto fue Perpignan, en abril y un mes después cesaron las cotizaciones en los mercados alemanes.

El mercado de **Toulouse** se comportó de manera diferente. Empezó a registrar cotizaciones en el mes de enero. Las cotizaciones registradas a lo largo de la campaña fueron casi **constantes**, alargándose la campaña hasta el mes de agosto.

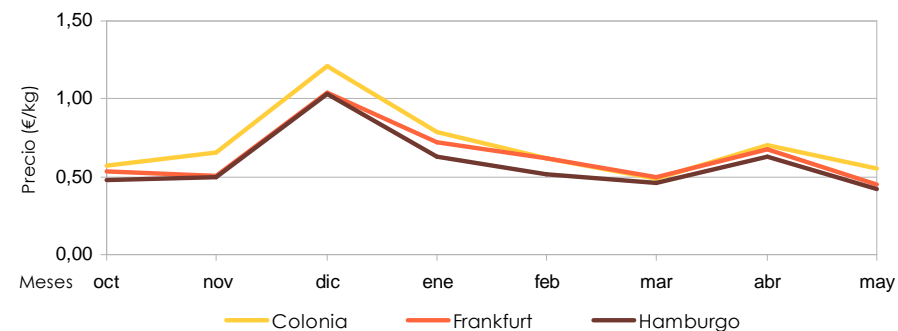
Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



11. Lechuga

11.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

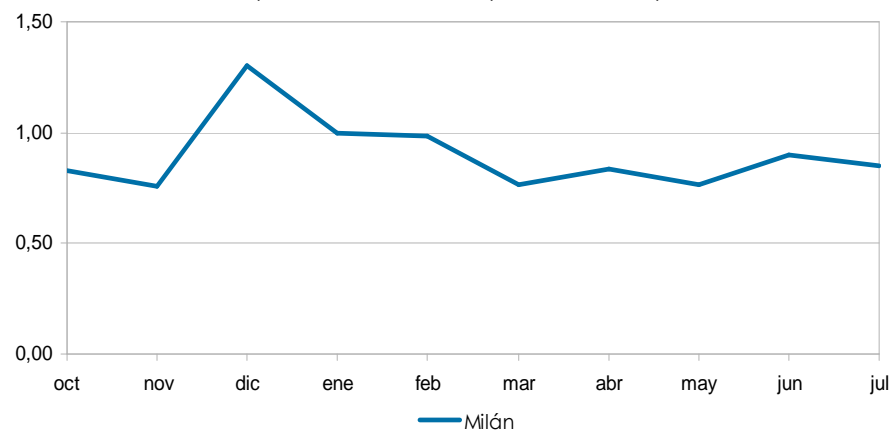
El mercado de Milán registró 36 semanas con cotizaciones de este producto, siendo este mercado el que tuvo una mayor presencia de lechuga origen España.

El comienzo y cierre de la campaña fue con un precio medio similar.

La evolución de las cotizaciones muestra múltiples oscilaciones, registrándose el punto más bajo en el mes de noviembre y el más alto en el mes de diciembre.

Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Perpignan	0,94	50	0,31	10
Toulouse	0,88	37	0,49	5
Milán	0,94	51	0,31	48 y 13
Colonia	1,21	49	0,44	20
Frankfurt	1,04	50	0,40	20 y 21
Hamburgo	1,03	50	0,40	10 y 20

12.ZANAHORIA

Precios mercados internacionales.

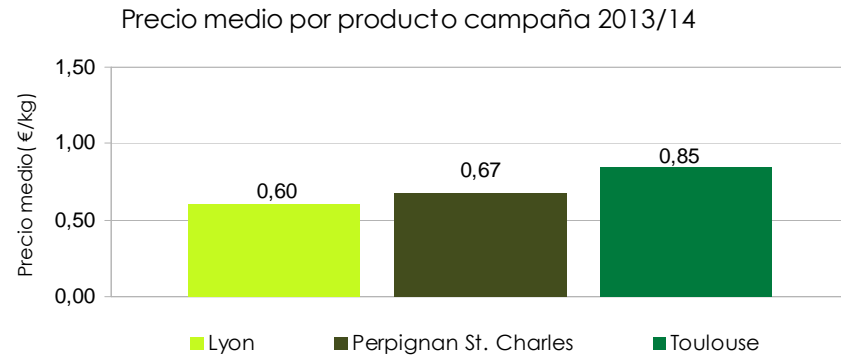
Campaña 2013/14.



12. Zanahoria

12.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses



Precio medio de la campaña: 0,73 €/kg

La zanahoria al aire libre con origen España sólo tuvo una presencia significativa en los mercados franceses, con **Toulouse** con el precio medio más alto, con **0,85 €/kg** y **Lyon** con el más bajo con **0,60 €/kg**.

Toda la zanahoria se comercializó bajo el tipo **no designado**.



12. Zanahoria

12.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

La curva de evolución de las cotizaciones de este producto en los mercados franceses analizados se caracterizan por presentar **repeticiones** en el valor de las cotizaciones.

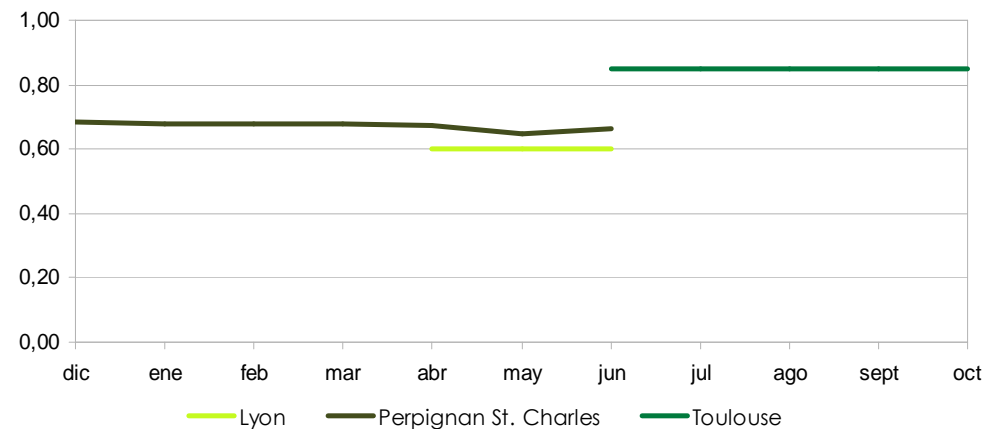
El primer mercado en tener presencia de este producto fue Perpignan, cesando las cotizaciones en junio.

El segundo mercado en incorporarse en las cotizaciones de este producto fue Lyon, aunque solamente tuvo presencia durante 6 semanas.

Una vez terminados estos dos mercados, se incorpora Toulouse, registrando cotizaciones, todas ellas a 0,85 €/kg hasta el mes de octubre.

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



13. Síntesis de la campaña

En líneas generales se puede concluir:

En primer lugar se van a analizar los productos cuyo periodo de consulta abarca del 1 de julio al 30 de septiembre, es decir: tomate, tomate cherry, pimiento, calabacín, berenjena, melón y sandía.

Los precios medios alcanzados por todos estos productos respecto a la campaña pasada se han comportado de manera diferente dependiendo del producto analizado.

Los precios de la pasada campaña se pueden consultar en la web del observatorio de precios y mercados (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>).

El tomate y el calabacín han experimentado una subida del precio medio de campaña de alrededor del 20%, mientras que el melón ha sufrido una bajada del 35%. Esta campaña no hay presencia de judía verde en los mercados analizados. El resto de mercados no muestran un cambio significativo.

Al igual que en la campaña pasada, no se realiza clasificación del producto por tipo o el grado de clasificación es bajo. Solamente el melón realiza clasificación bajo varios tipos en la mayor parte de los mercados franceses.



13. Síntesis de la campaña

Por otro lado, se encuentran una serie de productos cultivados al aire libre, que muestran una mayor importancia en estos mercados:

Ajo: Al igual que la campaña pasada, está presente sólo en cuatro mercados, aunque durante toda la campaña. La clasificación por tipo sólo se realiza en el mercado de Lyon.

Cebolla: El comportamiento de este producto durante la campaña analizada es similar a la pasada: tiene presencia en numerosos mercados, aunque con importancia real en el mercado de Londres durante toda la campaña, seguida del mercado alemán, donde se produjo un cese de cotizaciones en julio. Las cotizaciones se realizaron sin clasificar en base al tipo.

Espárrago: Ha tenido presencia en numerosos mercados, aunque siguen concentrándose las cotizaciones durante los primeros meses de la campaña.

Lechuga: Destaca esta campaña la presencia de este producto en el mercado de Milán. Registrándose cotizaciones durante casi toda la campaña y con el precio más alto de todos los mercados.

Zanahoria: La importancia de este producto en los mercados internacionales esta campaña ha diferido considerablemente respecto a la pasada: Aparece este producto en los mercados de Perpignan y Toulouse a lo largo de un número significativo de semanas. Sigue sin realizarse clasificación por tipo.



Precios en los mercados mayoristas internacionales Hortícolas al aire libre Campaña 2013/14



Observatorio de precios y mercados

Julio 2015