



JUNTA DE ANDALUCÍA



Consejería de Agricultura y Pesca

Observatorio de Precios y Mercados

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

JUDIA VERDE



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

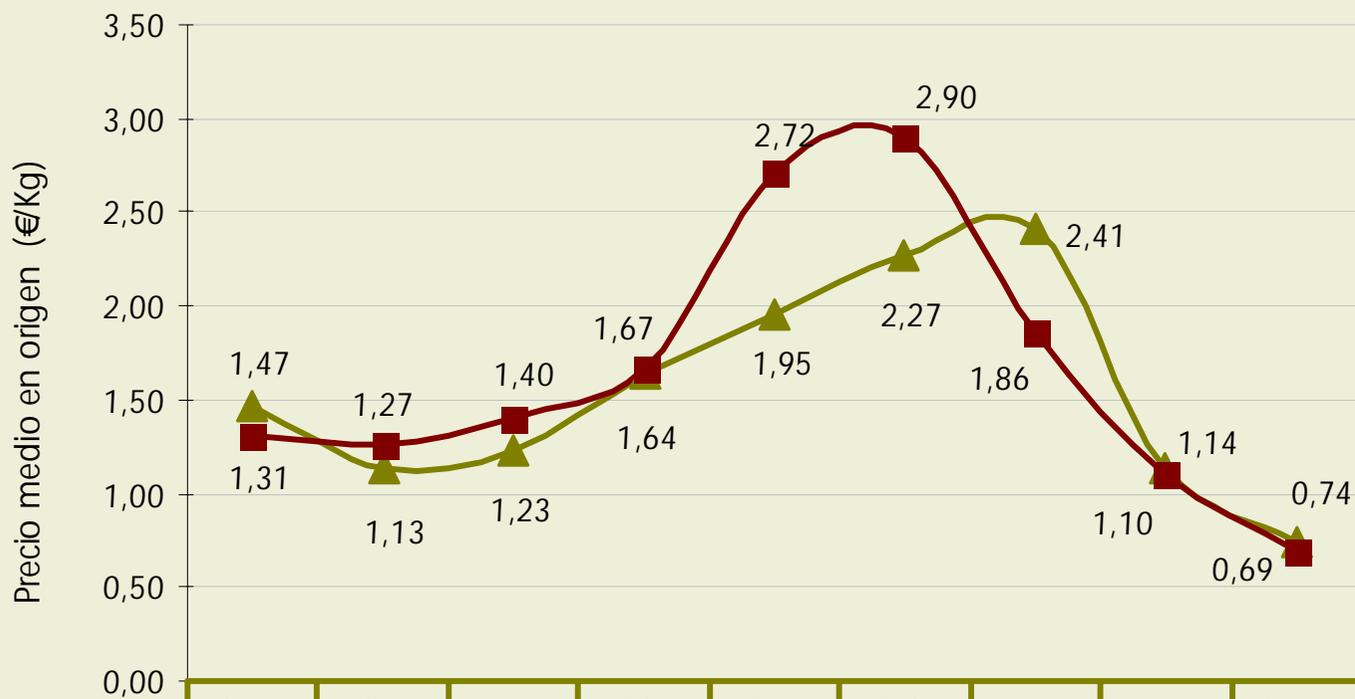
1. Notas metodológicas (I)

- ↪ 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)

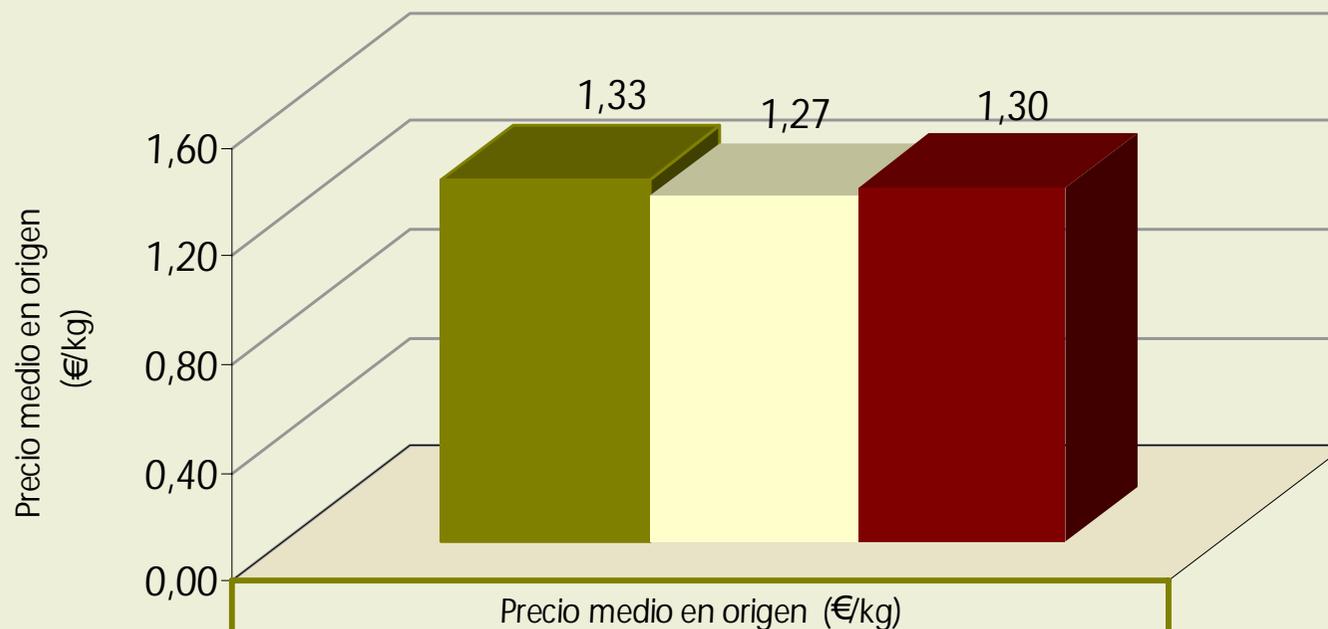
- ↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:
 - ↪ Evolución mensual de los precios medios en origen. Estudia la evolución de la cotización en origen del producto de primera categoría en la campaña vigente en comparación con la anterior.
 - ↪ Precio medio en origen acumulado por producto. Compara 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 judía verde de 1ª categoría



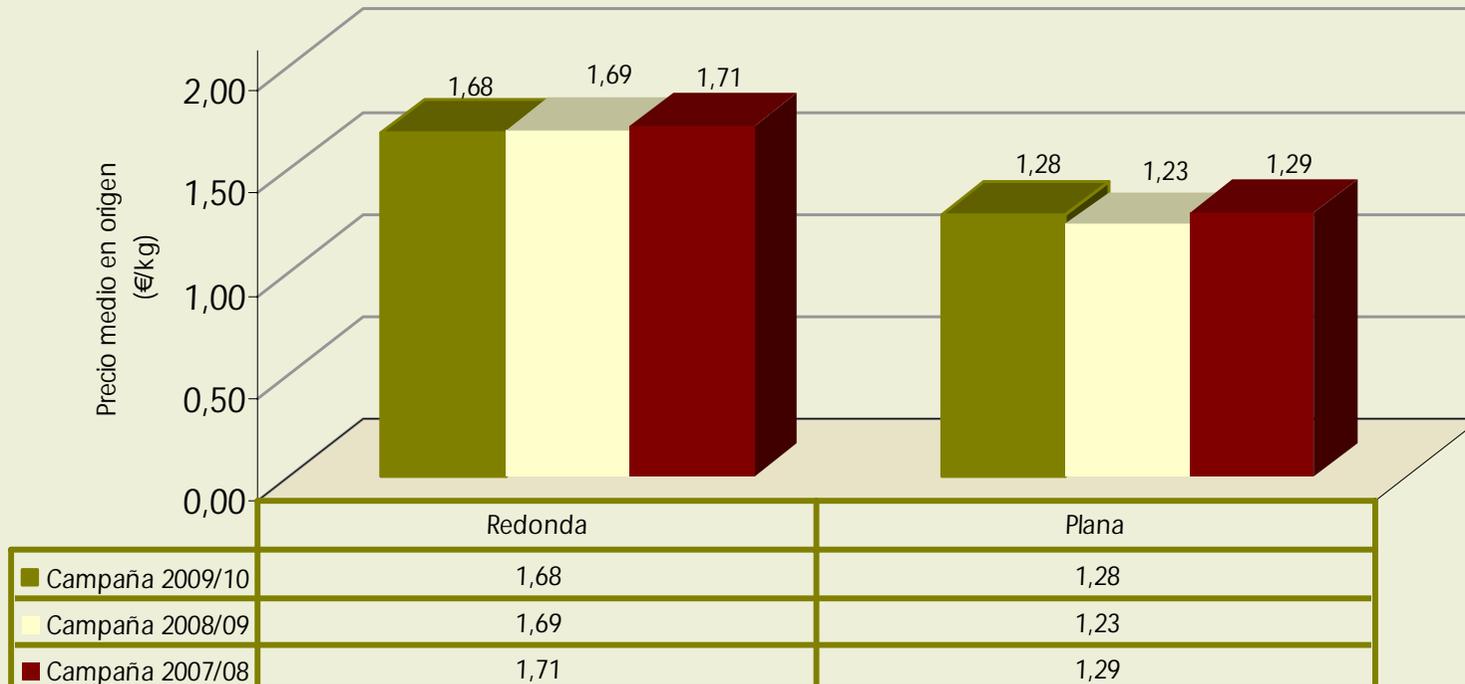
	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
▲ Campaña 2009/2010	1,47	1,13	1,23	1,64	1,95	2,27	2,41	1,14	0,74
■ Campaña 2008/2009	1,31	1,27	1,40	1,67	2,72	2,90	1,86	1,10	0,69

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



	Precio medio en origen (€/kg)
■ Campaña 2009/2010	1,33
■ Campaña 2008/2009	1,27
■ Campaña 2007/2008	1,30

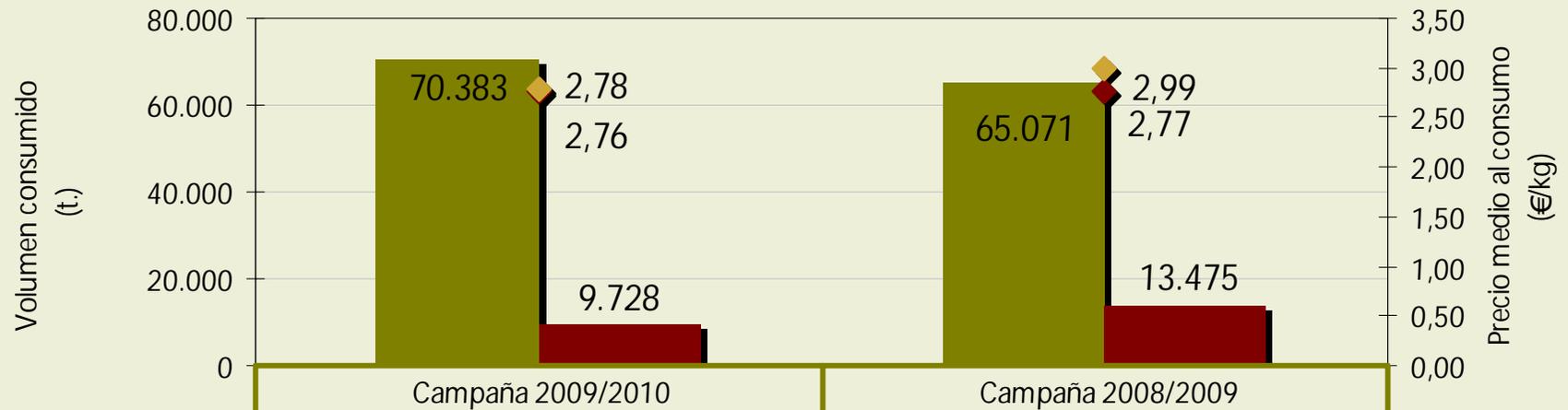
4. Precios medios en origen acumulados por variedad de judía verde de 1ª categoría



5. Incidencias de campaña

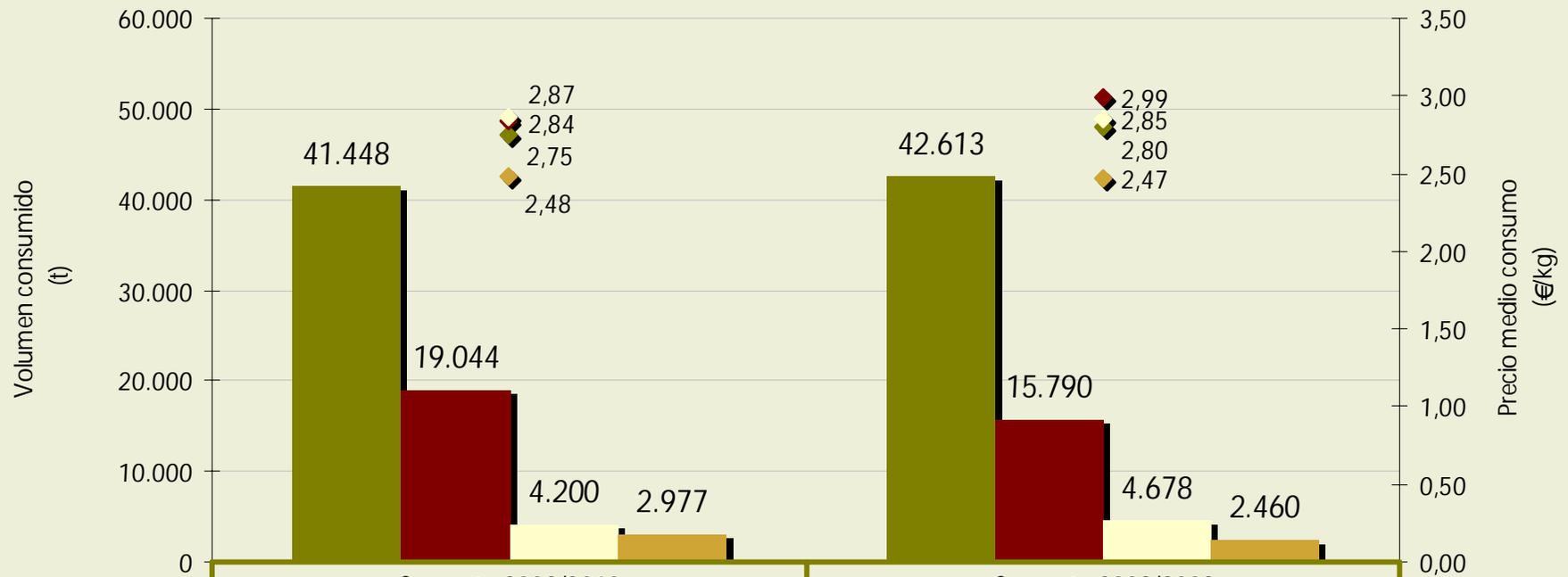
- La producción de judía verde en Almería y costa granadina se redujo respecto a la pasada campaña como consecuencia del decremento de la superficie de cultivo.
- El déficit de radiación solar y los elevados valores de humedad de otoño e invierno provocaron una gran amplitud en el rango de calidades del producto en la entrada a la comercializadora. No obstante, las plantaciones de otoño se alargaron hasta avanzada la primavera favorecidas por las cotizaciones rentables alcanzadas.
- Respecto a los cultivos de primavera, se registró un incremento de las plantaciones de la costa oriental granadina respecto a la primavera anterior, especialmente las de la variedad helda. A diferencia de otras campañas, muchos agricultores de la costa granadina optaron por un segundo ciclo de judía al haber sido la rentabilidad inferior a la esperada en el pepino y el tomate cherry de otoño.

6. Precio y volumen acumulados en consumo de judía verde por formato



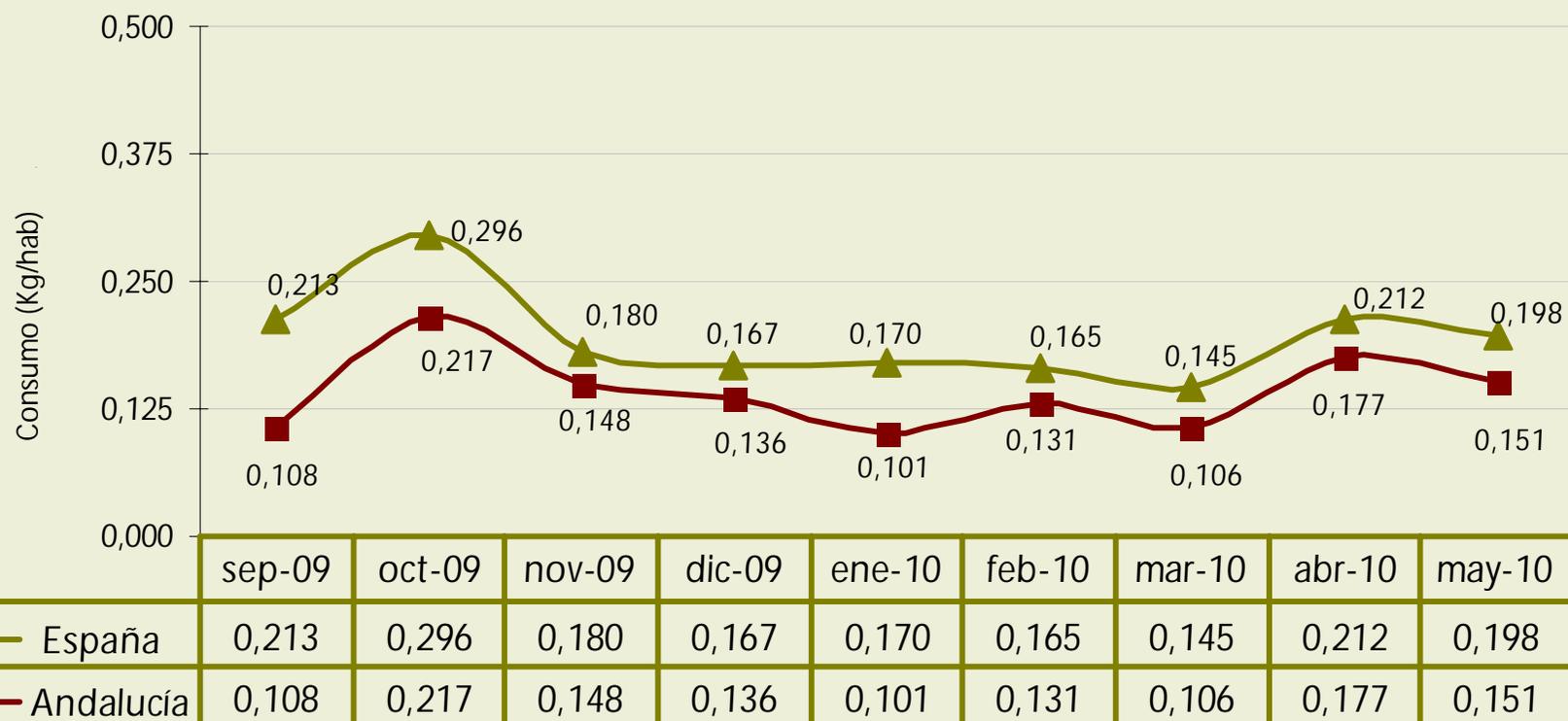
■ Volumen consumo granel	70.383	65.071
■ Volumen consumo envasado	9.728	13.475
◆ Precio medio consumo granel	2,76	2,77
◆ Precio medio consumo envasado	2,78	2,99

7. Precio y volumen acumulados en consumo de judía verde por establecimiento de venta

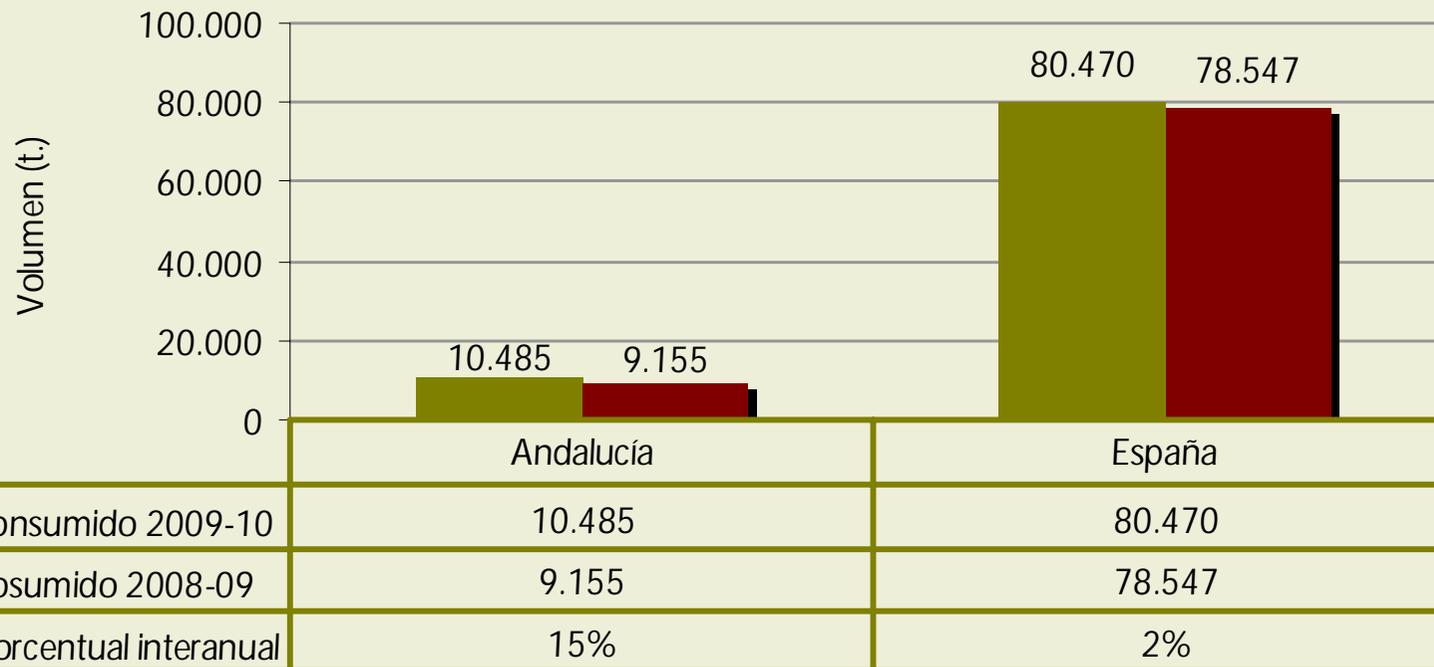


	Campaña 2009/2010	Campaña 2008/2009
Volumen t.tradicional	41.448	42.613
Volumen supermercado	19.044	15.790
Volumen hipermercado	4.200	4.678
Volumen t.descuento	2.977	2.460
P.medio t.tradicional	2,75	2,80
P.medio supermercado	2,84	2,99
P.medio hipermercado	2,87	2,85
P.medio t.descuento	2,48	2,47

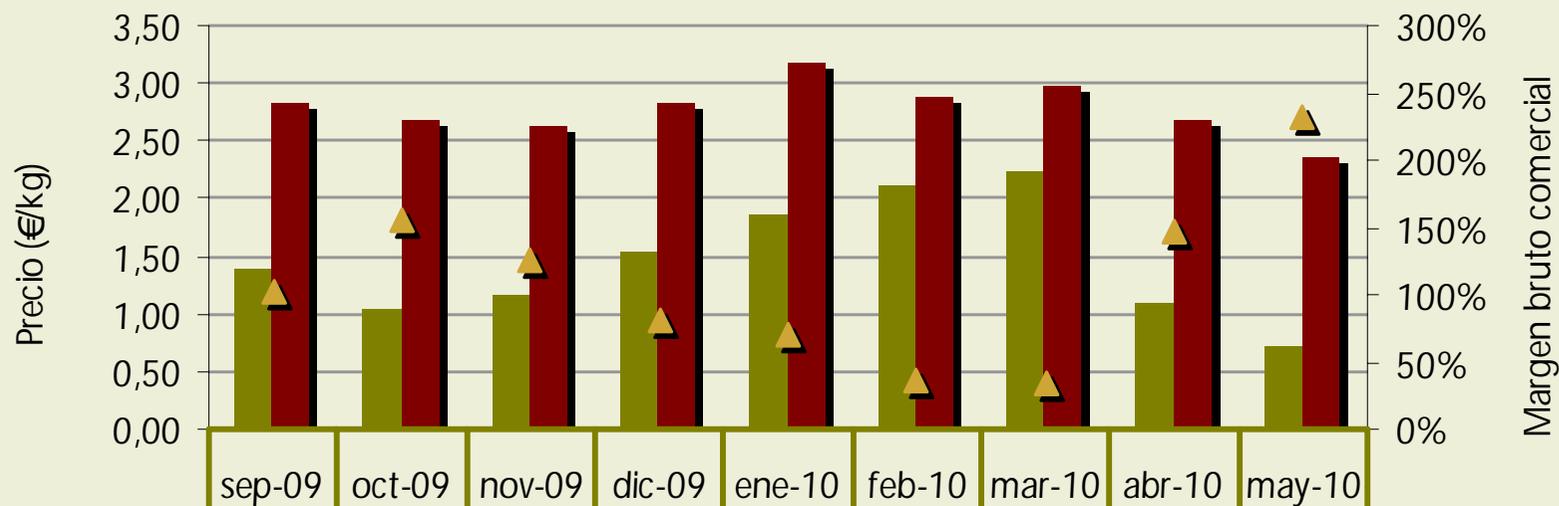
8. Análisis del consumo mensual per cápita de judía verde en Andalucía y España



9. Volumen consumido acumulado de judía verde en Andalucía y España



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



■ P. origen mensual	1,39	1,05	1,16	1,55	1,86	2,10	2,24	1,08	0,71
■ P.consumo mensual	2,83	2,68	2,64	2,82	3,18	2,88	2,98	2,67	2,35
▲ Margen bruto comercial	103%	155%	126%	82%	71%	37%	33%	148%	232%