

Coexphal alerta de los malos datos en el comienzo de la campaña hortofrutícola 2014-2015



Noticias

La organización ha hecho un balance del primer cuatrimestre que arroja una caída del 16% en los ingresos

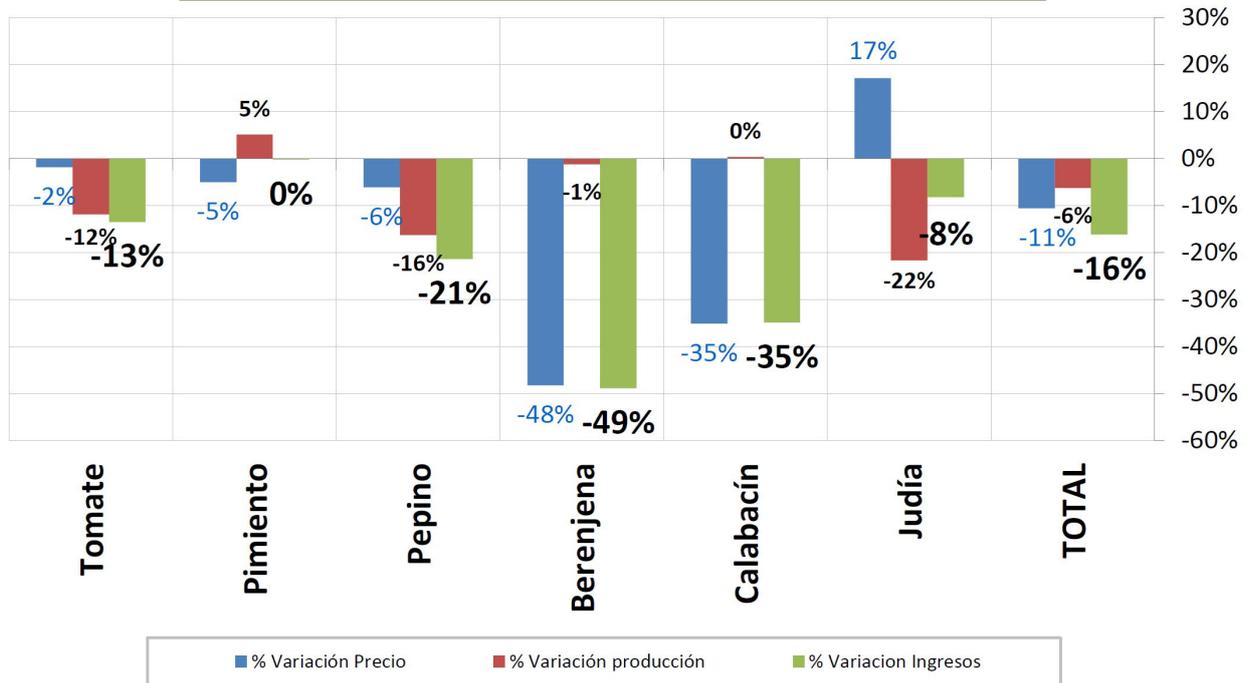
La campaña actual no presenta unos datos favorables para el sector. Desde septiembre hasta el pasado mes de diciembre **los ingresos han caído un 16 %** respecto al mismo periodo de la campaña anterior. Asimismo, los precios para los principales productos de la provincia también han acusado un descenso del 11 % de media, y el volumen comercializado ha experimentado una merma del 6 % en el primer cuatrimestre de la campaña.

El precio medio del **tomate** ha descendido un 2 %. La producción comercializada ha caído un 12 % y los ingresos un 13 %. El **pimiento** mantiene sus ingresos debido al aumento de la comercialización del 5% (es el único producto que crece en producción vendida) y el descenso del 5% en su precio medio. El precio del pimiento en diciembre ha sido un 17% más bajo que en el mismo mes del ciclo pasado.

Esta temporada el precio del **pepino** no ha aumentado en diciembre, algo que sí ocurrió en la pasada: en diciembre de 2013 el precio pepino era 1,5 veces más alto. Para este producto, en este cuatrimestre, los ingresos han caído un 21%, el volumen comercializado un 16% y el precio medio un 6%. Si bien los precios de **calabacín** en la segunda parte de enero de 2015 son bastante elevados, hasta el mes de diciembre han experimentado un desplome del 35%; los ingresos sufren la misma variación que el precio y el volumen comercializado se mantiene.

La **berenjena** es el producto que mayor caída ha experimentado en su precio e ingresos, con un descenso del 48% y 49% respectivamente; el precio en el mes de diciembre ha sido un 66% inferior al de la campaña pasada. El volumen ha mostrado una ligera merma del 1%. En cuanto a la **judía**, se aprecia una bajada en la producción comercializada del 22%, así como en sus ingresos (-8%). Sin embargo, es el único producto que ha incrementado su precio (un 17%).

SEGUIMIENTO DE CAMPAÑA: SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2014/2015
RESPECTO CAMPAÑA ANTERIOR



Coexphal