

Boletín de seguimiento. Campaña 2014/15

Sector flor cortada.

Clavel



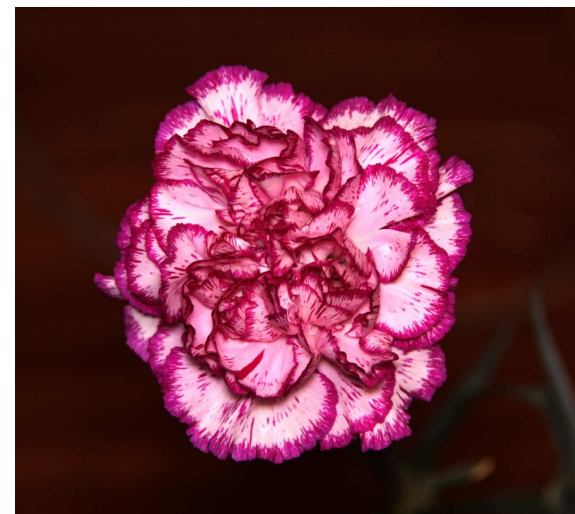
Observatorio de precios y mercados

Indice

1. Notas metodológicas
2. Precios de clavel
3. Conclusiones

Este boletín presenta los siguientes análisis en origen:

1. Evolución de los precios medios semanales
2. Precio medio ponderado de campaña
3. Precio medio ponderado por tipo de producto





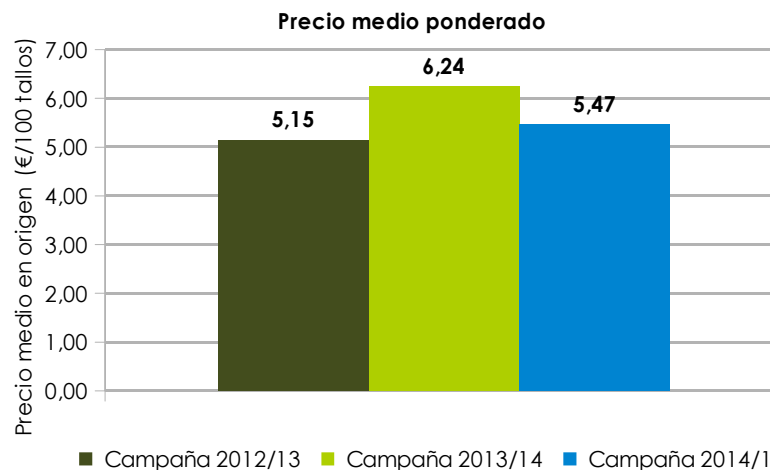
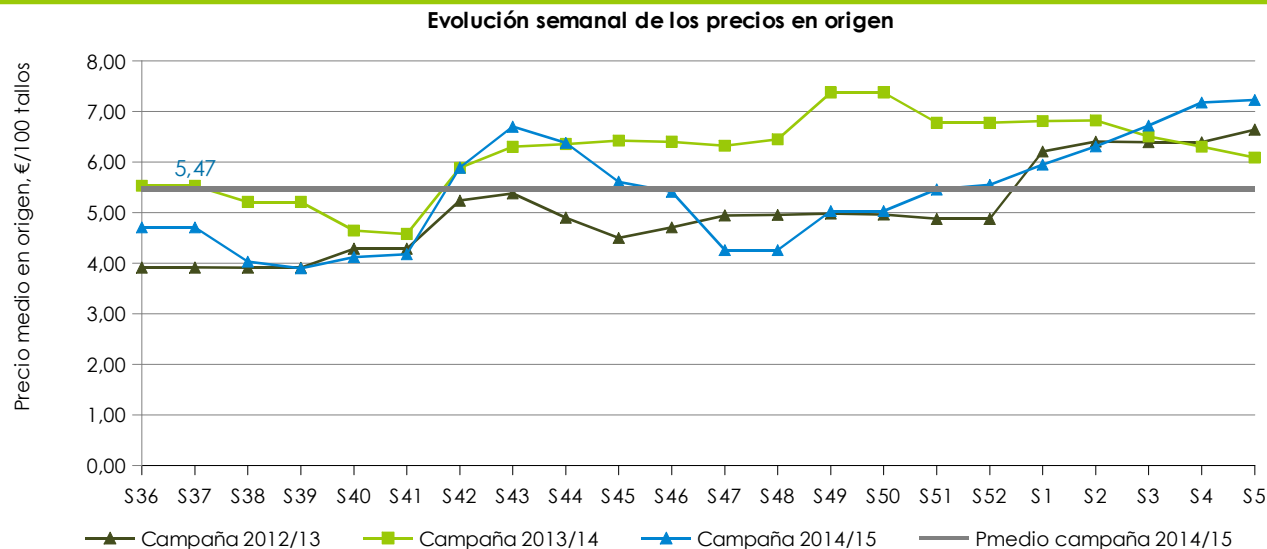
1. Notas metodológicas

- ➔ 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, Pesca y Desarrollo Rural
<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>
- ➔ **El precio medio en origen** se define como el precio liquidado al agricultor a la entrega en el almacén o comercializadora sin IVA. 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.
 - ➔ **Precio medio en origen por tipo.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en origen por producto, con la salvedad de diferenciar por variedades en la ponderación.
- ➔ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por 100 tallos.
- ➔ Este boletín presenta los siguientes análisis:
 - ➔ **Evolución semanal de los precios medios en origen.** Estudia la evolución de la cotización en origen del producto en la campaña vigente en comparación con las dos anteriores.
 - ➔ **Precio medio en origen ponderado por producto.** Compara el precio medio ponderado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.
 - ➔ **Precio medio en origen ponderado por tipo.** Compara el precio medio ponderado por variedad de primera categoría de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.
 - ➔ **Síntesis 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.

2. Clavel

Análisis de los precios medios en origen del Clavel.

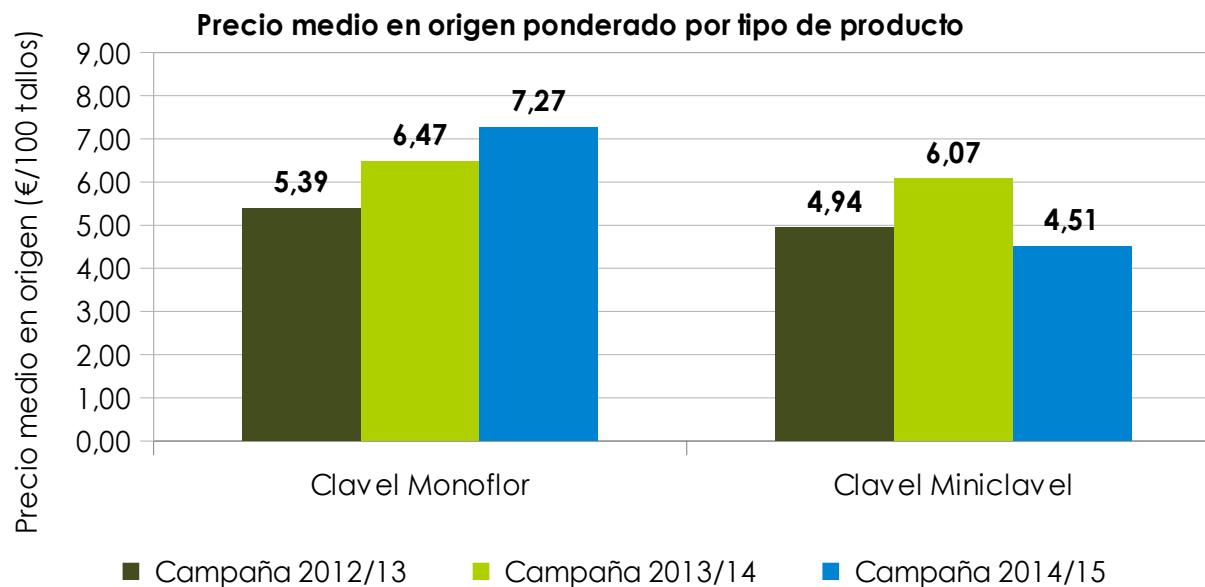
Campaña 2014/15	
Semana	Precio (€/100 tallos)
36	5,53
37	5,53
38	5,21
39	5,21
40	4,65
41	4,58
42	5,89
43	6,30
44	6,36
45	6,43
46	6,40
47	6,32
48	6,45
49	7,38
50	7,38
51	6,78
52	6,78
01	6,81
02	6,82
03	6,51
04	6,30
05	6,09
Precio ponderado	5,47



Nota: Todos los precios medios ponderados de las diferentes campañas se corresponden al período entre la semana 36 y la semana 5

2. Clavel

Análisis de los precios medios en origen del clavel.



Nota: Todos los precios medios ponderados de las diferentes campañas se corresponden al período entre la semana 36 y la semana 5

3. Conclusiones

Los precios medios ponderados han diferido en sus comportamientos según el tipo de producto considerado. Así, si se analiza la tendencia de las últimas campañas para el clavel monoflor, se observa un incremento continuado de los precios hasta valores un 35% y 12% superiores a los datos de las campañas 2012/13 y 2013/14, respectivamente. Por el contrario, si se analiza el miniclavel, en la actual campaña se invierte la tendencia creciente de la pasada, posicionándose en valores un 9% inferiores al dato de 2012/13, pero un 26% más bajos que para la campaña pasada.

La campaña 2014/15 de comercialización de clavel está registrando mejores resultados económicos para los agricultores que la 2012/13, aunque inferiores a los obtenidos a lo largo de la 2013/14.



Boletín de seguimiento. Campaña 2014/15

Sector flor cortada.

Clavel



Observatorio de precios y mercados