



observatorio  
de precios y mercados

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



# SITUACIÓN DEL SECTOR DE LOS CÍTRICOS EN ANDALUCÍA

2014



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

1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.



- 1. Caracterización.**
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.



## 1.1. Datos del sector a nivel nacional

- En 2009 el sector contaba con 316.623 hectáreas de cítricos, destacando el naranjo dulce con un 50% y el mandarino con un 40%.

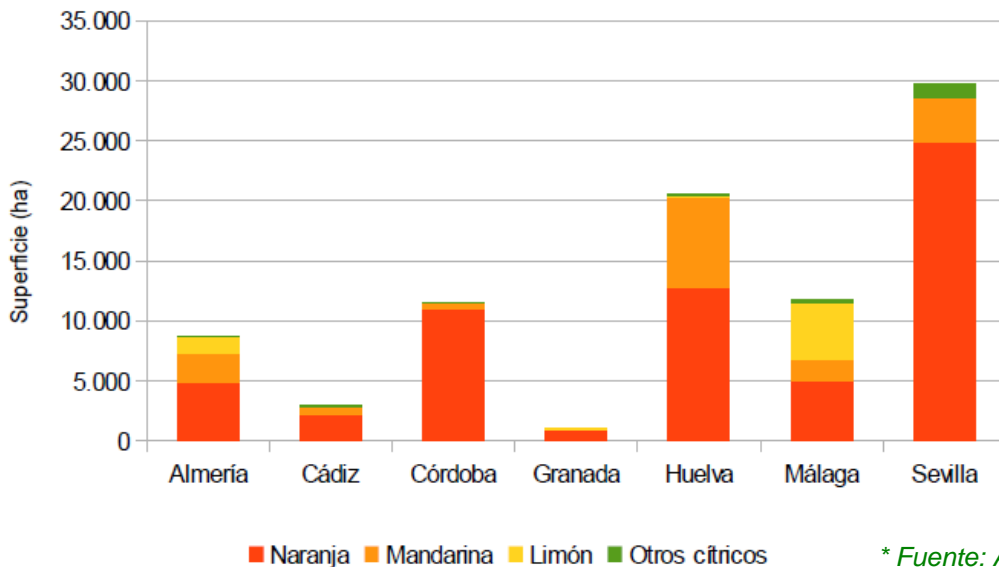
	Superficie (ha)	Producción (toneladas)
<b>Naranjo dulce</b>	152.776	2.669.355
<b>Naranjo amargo</b>	639	6.545
<b>Mandarino</b>	119.154	2.000.149
<b>Limonero</b>	39.371	558.180
<b>Pomelo</b>	1.699	40.339
<b>Otros cítricos</b>	2.984	17.251
<b>Total cítricos</b>	<b>316.623</b>	<b>5.291.819</b>

- España 1º productor de cítricos de la UE y 4º mundial, con 5,29 MTn (más de la mitad de la producción europea)
- El 51% de la producción se exporta, el 36% se destina a consumo en fresco y el 15% a transformación



## 1.2. Datos del sector en Andalucía

- Andalucía ha incrementado en los últimos años su superficie citrícola a 85.656 hectáreas (2012/13), destacando el naranjo con 61.287 ha.
- El 40% corresponde a plantaciones de menos de 10 años (SIG citrícola 2009)
- Existen explotaciones citrícolas en casi todas las provincias. En 1<sup>er</sup> lugar, por superficie, se sitúa Sevilla, seguida de Huelva, Málaga y Córdoba.
- Más de 11.800 explotaciones con una superficie media de 12 ha, siendo el 90 % gestionadas por agricultores individuales (42% superficie)



- La producción andaluza alcanzó en la campaña 2012/13 un total de 1,75 MTm, correspondiendo un 74% a naranjas.



## 1.3. Importancia socioeconómica

### GENERADOR DE RIQUEZA Y EMPLEO

- Valor de la producción: 580M€\*,
  - Supone el 6% de toda la Producción de la Rama Agraria Andaluza
  - Con respecto al año anterior, el sector ha mantenido el importe así como la representatividad sobre el total.
- Empleo: el conjunto de cítricos genera en Andalucía más de 3,9 millones de jornales, que equivale a 14.000 UTAs



## 1.4. Distribución varietal

### Naranja

**53,5 % Navel** (Navelate-LaneLate, Navelina)

**32,5 % Blancas** (Salustiana, Valencia Late)

### Mandarino

**60% Clementinas** (27,9% Temprana, 33,9% Media Temporada)

### Limonero

**38,6% Fino**  
**58,8% Verna**

Especie	Grupo/Subgrupo de variedades	% SIG CITRÍCOLA	
Naranja	Grupo Navel	Navelate - Lane Late	29,88%
		Navelina	23,67%
		W - T Navel	7,19%
		Otras navel	0,12%
	Grupo Blancas	Salustiana	15,43%
		Valenciana Late	17,09%
		Verna	0,63%
		Otras Blancas	2,76%
		Grupo Sanguinas	0,31%
	Sin especificar	2,92%	
<b>TOTAL NARANJO</b>		<b>100%</b>	
Mandarino	Grupo Clementinas	C. Temprana	27,93%
		C. Media-Temporada	33,93%
		C. Tardía	1,89%
		Sin especificar	0,64%
	Grupo Mandarinos e Híbridos	29,54%	
	Mandarino Común	0,42%	
Grupo Satsumas	2,79%		
Otros	2,87%		
<b>TOTAL MANDARINO</b>		<b>100%</b>	
Limonero	Fino o Mesero	38,63%	
	Verna	58,86%	
	Otros	2,51%	
<b>TOTAL LIMONERO</b>		<b>100%</b>	



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SIC Citrícola 2009. CAPMA.

## 1.5. Sector comercializador

Según la encuesta realizada a empresas del sector, el 42% son cooperativas y el 33% son S.L.

- Las empresas cuentan con una media de 15 empleados fijos, que se incrementan hasta 122 empleados de media en campaña.
- El nivel de endeudamiento no es muy elevado. El 27% no presentan deuda y el 18% la tienen inferior al 15% de su facturación (2011/12). Por otro lado, existe un 18% que tiene un nivel de deuda superior al 70% de su facturación.
- La mitad de las empresas han mostrado que existe cierta dificultad a la hora de la concesión de créditos.
- En la mayoría de los casos un alto nivel de deuda se relaciona con una mayor dificultad de acceso al crédito.





## 1.6. Organización sectorial

- Baja concentración en OPFH: 36 OPFH comercializan cítricos, pero tan sólo 9 son específicas de cítricos.
- Concentran 24% de superficie de cítricos, el 22% de la producción y el 14% valor producción.
- Incluyen 1.394 agricultores (un 15% de las explotaciones de cítricos andaluzas).

### Situación actual

- PO con poca ayuda debido al bajo VPC.
- Hasta ahora las OP de cítricos realizan pocas inversiones.
- Creadas en el marco de las ayudas a la transformación.

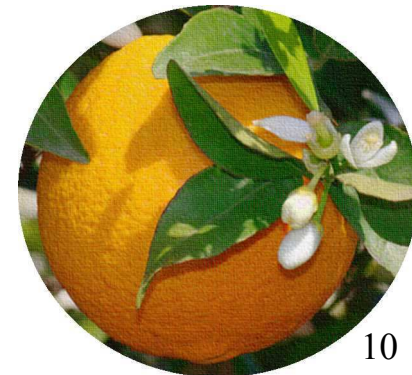
### Posibilidades de la nueva PAC

- Las OPFH son una herramienta destacada en la nueva PAC para lograr concentración de la oferta.
- Se incrementan los niveles de ayuda para PO de agrupaciones de OPFH.
  - Las ayudas a los PO se establecen en el 4,6% del VPC (destinando el 0,5% a gestión de crisis)
  - La cofinanciación se mantiene en el 50% de ayuda comunitaria ampliando los casos en que puede llegar al 60%.
- Medidas para equilibrar el mercado en caso de perturbaciones graves (retiradas o excepciones en aplicación de normas de competencia)



## 1.7 Situación campaña 2013/14

- El aforo para la campaña 2013/14 arrojaba un total de 1.927.078 toneladas de cítricos (+10,4% que en 2012/13).
- El inicio de la campaña estuvo condicionado por la escasez de precipitaciones y las suaves temperaturas, que derivaron en un retardo en la maduración de entre 10 y 14 días.
- Las partidas más precoces de naranja y mandarina, acusaron una cierta falta de calibre, que se corrigió a con las lluvias otoñales.
- El precio provisional en origen para la campaña 2013/14 (Marzo 2014) arroja valores medios de 0,17€/kg para la naranja, 0,30€/kg para la mandarina y de 0,27€/kg para el limón.

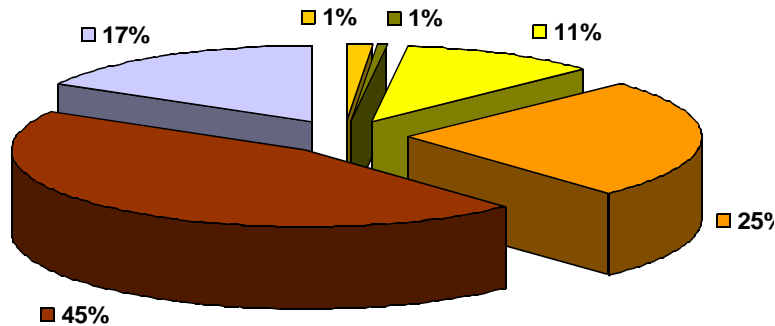


1. Caracterización.
- 2. Comercialización.**
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.



## 2.1. Formas de comercialización

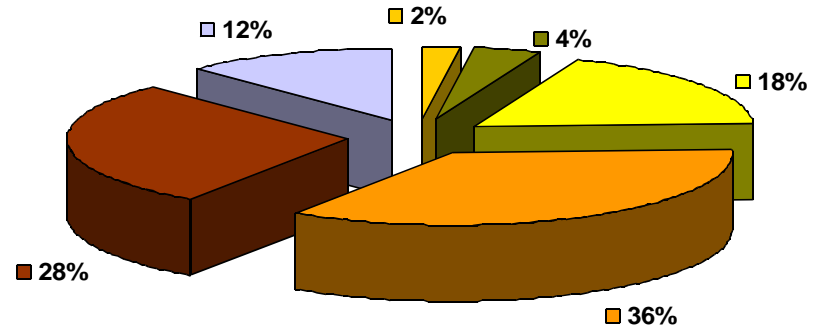
Canales de venta de la NARANJA en fresco



■ Mayoristas con destino a merca tradicional en Andalucía  
■ Venta directa a fruterías  
■ Intermediarios de Andalucía con destino gran distribución  
■ Empresas o intermediarios del Levante español  
■ Exportadores  
■ Resto

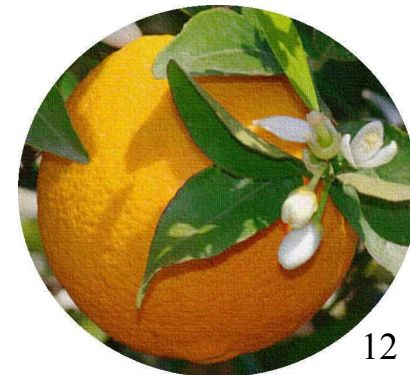
Fte: Encuesta realizada a empresas comercializadoras de cítricos.

Canales de venta de la MANDARINA en fresco

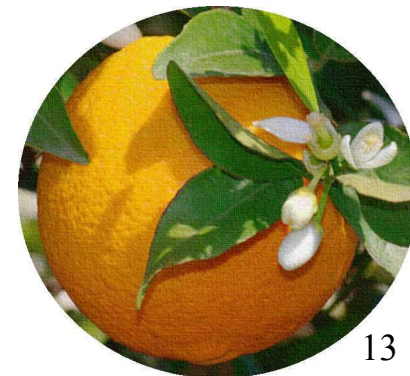


■ Mayoristas con destino a merca tradicional en Andalucía  
■ Venta directa a fruterías  
■ Intermediarios de Andalucía con destino gran distribución  
■ Empresas o intermediarios del Levante español  
■ Exportadores  
■ Resto

- En la naranja la exportación es la principal vía de comercialización (45%).
- En la mandarina el canal de venta más empleado (36%) es a través de empresas del Levante español y adquieren más importancia los intermediarios de Andalucía con destino la gran distribución y la venta directa en fruterías.
- **Formatos:** Tres formatos son los más utilizados: encajado de madera (20%), el granel (20%) y el girsack (15%). El 10% de la producción se comercializa sin ningún tipo de envase, directamente sobre el camión

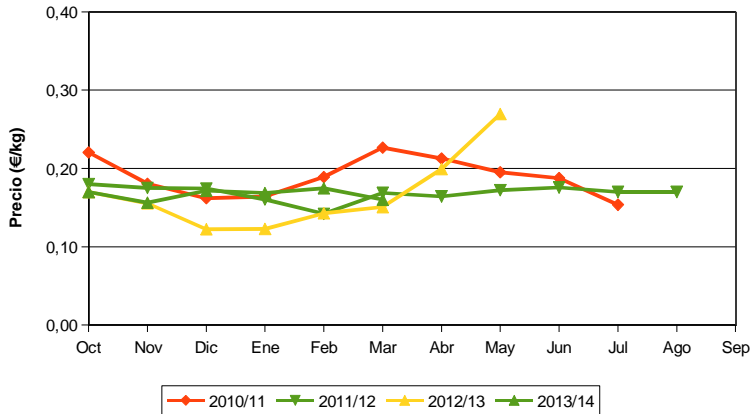


1. Caracterización.
2. Comercialización.
- 3. Precios.**
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.

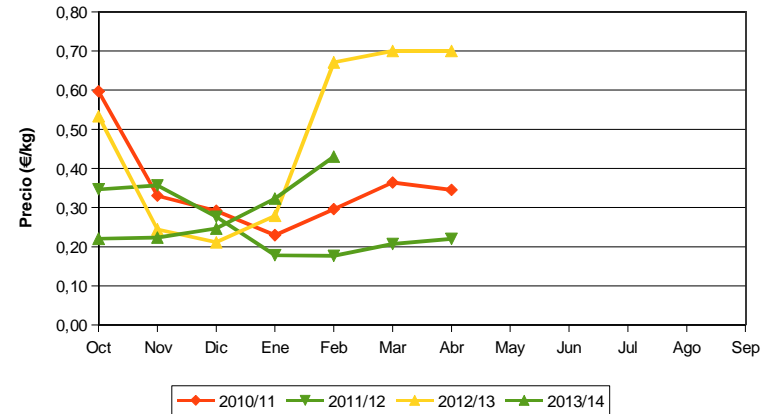


## 3.1. Precios

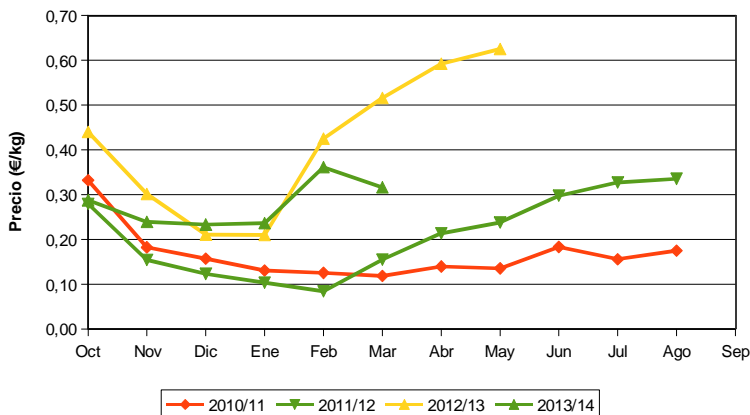
Naranja origen Andalucía



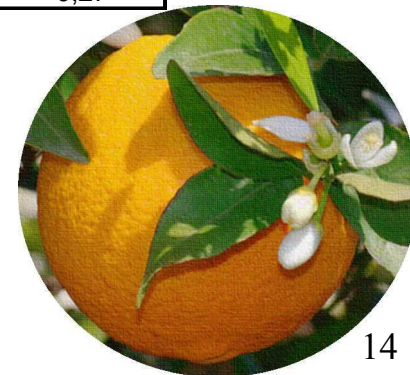
Mandarina origen Andalucía



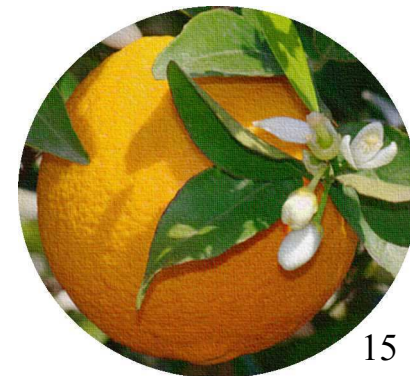
Limón origen Andalucía

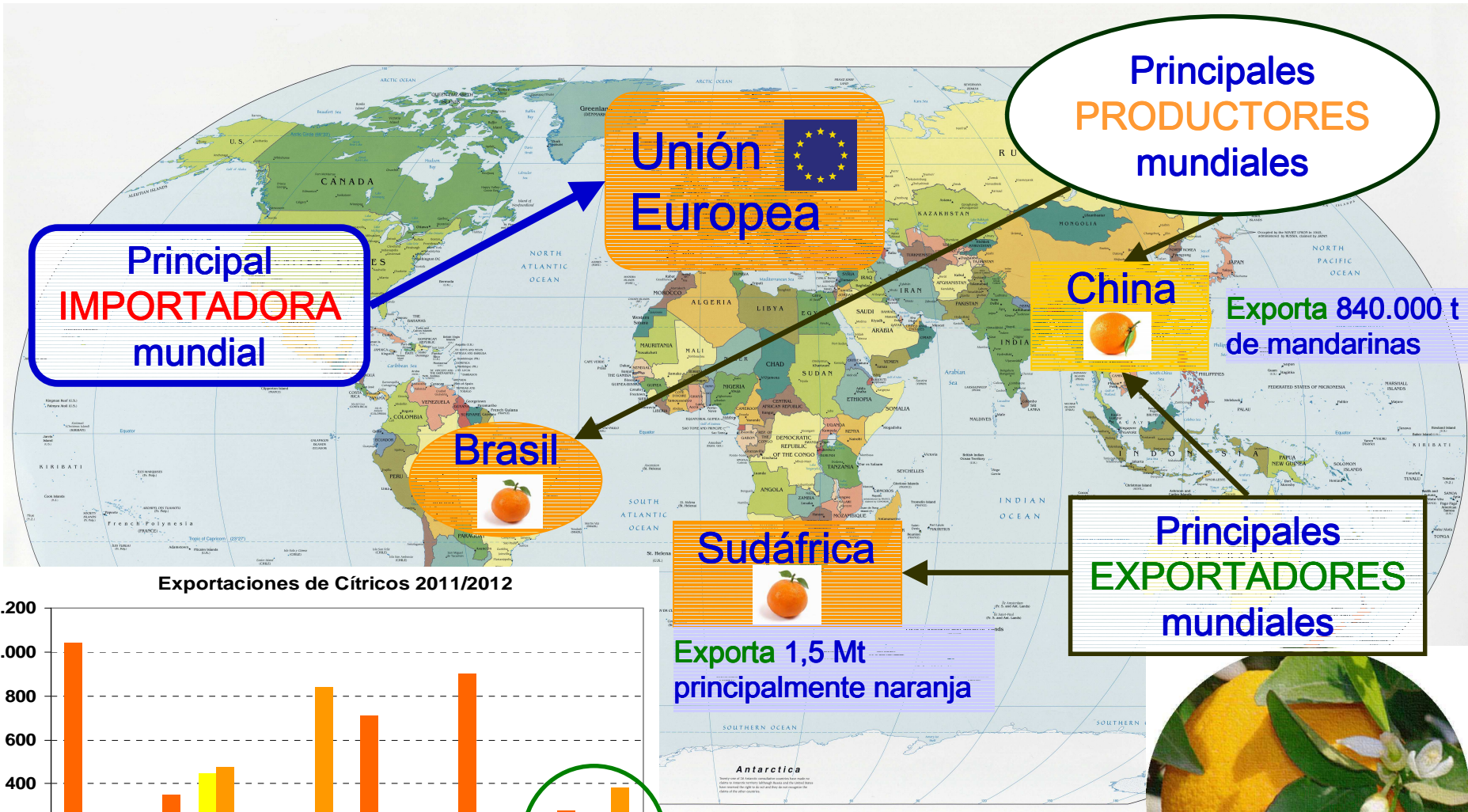


Campaña	Precio medio		
	Naranja	Mandarina	Limón
2010/11	0,19	0,33	0,14
2011/12	0,16	0,25	0,21
2012/13	0,15	0,34	0,41
2013/14	0,17	0,3	0,27

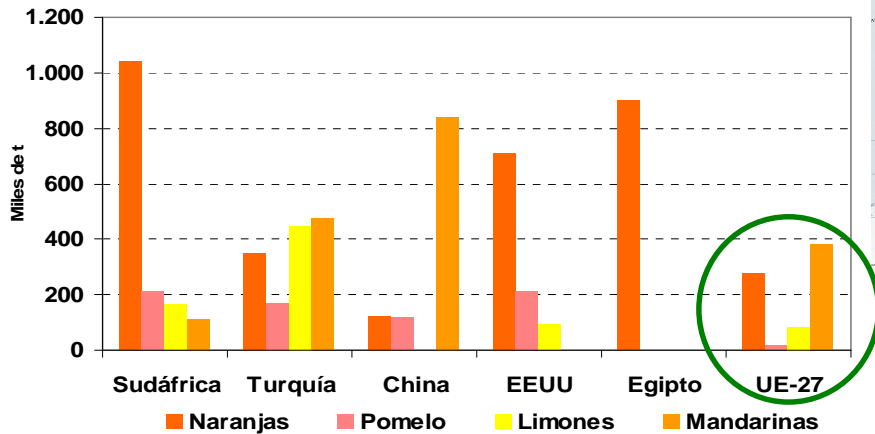


1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
- 4. Comercio exterior.**
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.





Exportaciones de Cítricos 2011/2012



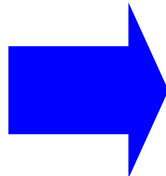
Fuente: Citrus World Markets and Trade (USDA, enero 2013) y Datacomex.





## 4.1. A nivel comunitario

Datos básicos del mercado cítrico en la UE



**Produce:** 10,4 Mt (12% total mundial)  
**Importa:** 1,5 Mt (23% total mundial)  
**Exporta:** 775.000 t (10% total mundial)  
**Consume:** 9,3 Mt (16% total mundial)

La UE es netamente **importadora** de cítricos

### IMPORTACIONES

#### Principales orígenes:

**Naranja:** El 60% importaciones proceden Sudáfrica y Egipto.

**Mandarina:** El 70% importaciones proceden de Marruecos, Sudáfrica, Perú y Turquía.

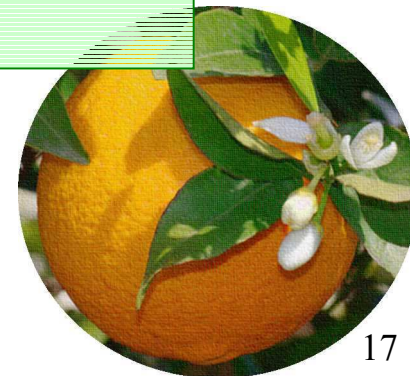
**Limón:** El 80% importaciones proceden de Argentina y Turquía.

### EXPORTACIONES

#### Principales destinos:

Rusia  
 Suiza  
 Noruega  
 Estados Unidos

El volumen de **importación** se mantiene estable, salvo para el limón (incremento del 22%)



## 4.2. A nivel andaluz

Andalucía es netamente **exportadora** de cítricos

### EXPORTACIONES 2012/13

		<u>Evolución</u> <u>2009/13</u>	<u>Evolución</u> <u>2009/13</u>
<b>NARANJAS</b>	<b>205.731 t</b> (96% a UE)	<b>+42%</b>	<b>114,89 M€</b> +20%
<b>MANDARINAS</b>	<b>34.415 t</b> (93% a UE)	<b>-1%</b>	<b>27,70 M€</b> - 13%
<b>LIMONES</b>	<b>21.304 t</b> (97% a UE)	<b>+105%</b>	<b>20,72 M€</b> +104%
<b>TOTAL</b>	<b>261.450 t</b> (95% UE)	<b>+38%</b>	<b>163,30 M€</b> +18.2%

Mayor incremento en volumen que en valor

### IMPORTACIONES 2012/ 13

Las importaciones de Andalucía ascendieron a 5.124t y 3,81M€ de las cuales el 52% proceden de países de la UE (2.691t y 1,85M€) siendo Portugal el principal origen de las mismas (2.184t y 1,44M€).



## 4.2. A nivel andaluz

### EXPORTACIONES

El principal destino de las exportaciones andaluzas es la UE.

Por especies destacan los siguientes países:

**NARANJAS**

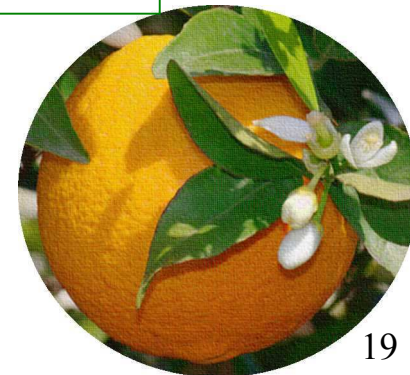
Alemania, Países Bajos y Francia

**MANDARINAS**

Alemania, Francia y Portugal

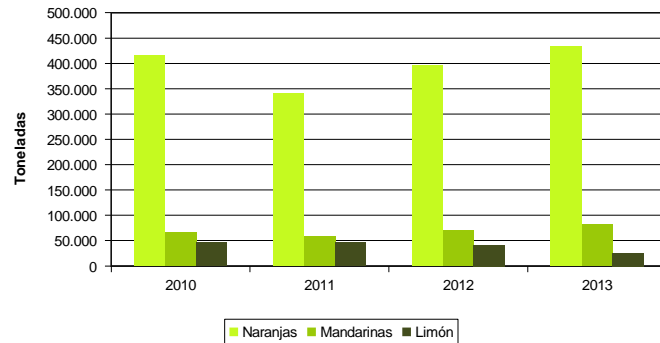
**LIMONES**

Alemania, Francia e Italia

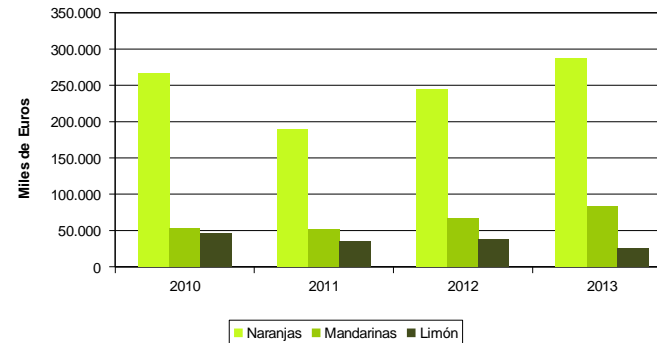


## 4.3. Importaciones desde Sudáfrica

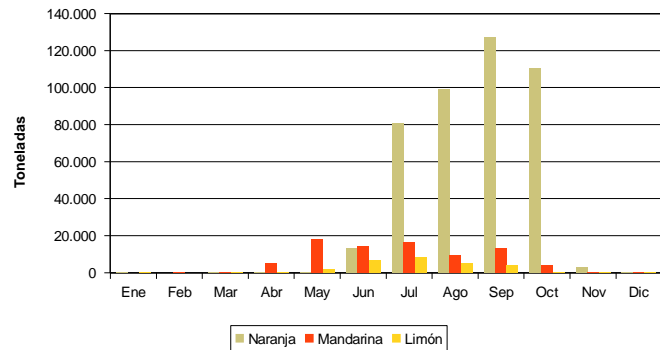
Importaciones de Sudáfrica



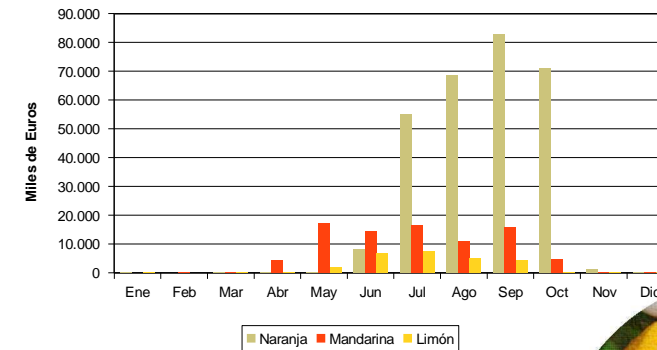
Importaciones de Sudáfrica



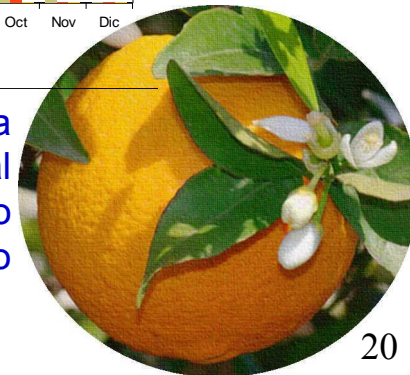
2013



2013



Las importaciones de Sudáfrica a lo largo del año 2011 experimentaron una disminución del 18%, recuperándose posteriormente hasta alcanzar un nivel similar al de la campaña 2010 durante el año 2013. El período exportador sudafricano complementa a las producciones españolas, ya que se concentra en los meses del año en los que prácticamente no existe producto nacional.



### 4.3. Importaciones desde Sudáfrica

Noviembre 2012: La Comisión Europea anuncia medidas de lucha contra el riesgo de infección en los cítricos con *Guignardia citricarpa* (Black Spot) procedentes de Sudáfrica, para dar respuesta al incremento de partidas de cítricos contaminadas registradas a lo largo del año 2011.

Entre las acciones figura la paralización de las importaciones de cítricos con la quinta interceptación, siempre que la administración sudafricana no aportara suficientes garantías de seguridad.

Agosto de 2013: Se detecta por quinta vez partidas de cítricos infectadas por *Guignardia citricarpa*. por lo que deberían haberse puesto en marcha las medidas preventivas adoptadas por la Comisión. No obstante, tras la interceptación de 35 partidas con presencia de “mancha negra”, suspende sus exportaciones unilateralmente hacia la UE ante la presión del sector citrícola europeo.

La “mancha negra” es un hongo de la familia Ascomycetos\*, que no está presente en el territorio de la UE. Provoca lesiones circulares deprimidas, en número que puede superar las 50 por fruto, de color marrón, que progresivamente viran hacia un color blanco y gris en el centro con márgenes negros rodeados por tejido corteza verde.

Esta enfermedad está incluida de cuarentena de la EPPO por la dificultad para realizar su control, la facilidad de dispersión del inóculo y las cuantiosas pérdidas económicas que puede provocar en la citricultura Mediterránea.

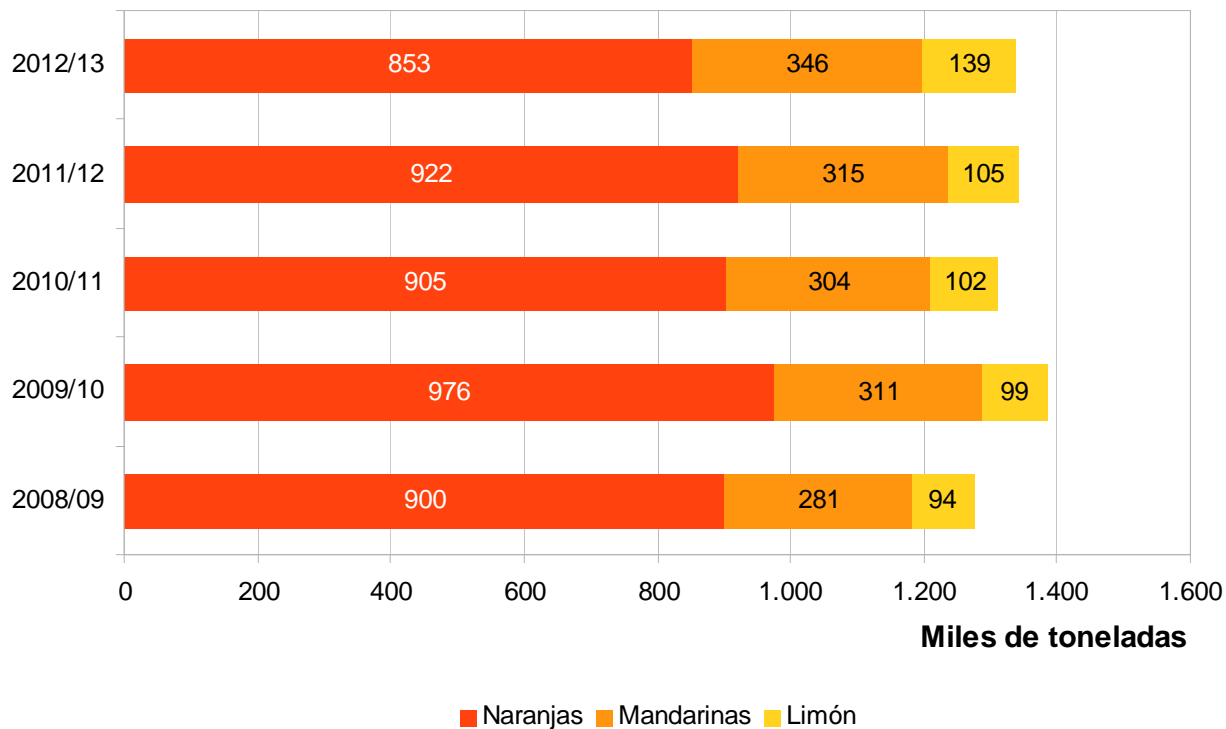


\*Fuente: EPPO (European and Mediterranean Plant Protection Organization).

1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
- 5. Evolución del consumo.**
6. Conclusiones.
7. DAFO.
8. Necesidades.



## 5.1. Consumo nacional



Media anual: 1,36 Mt

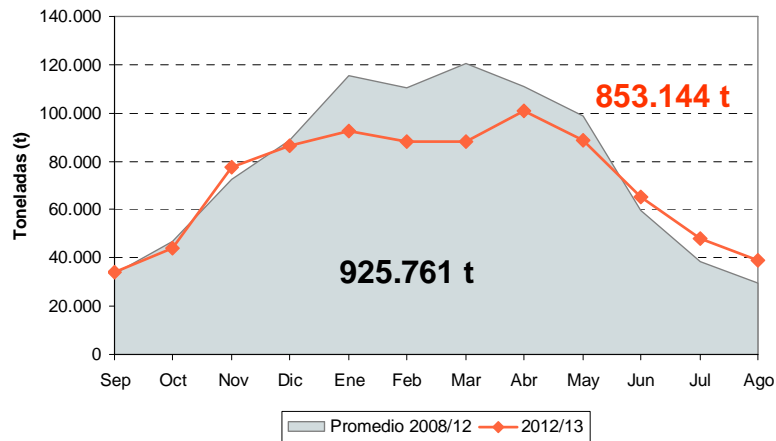


El consumo de cítricos en los hogares españoles ha sufrido ligeras fluctuaciones en los últimos años

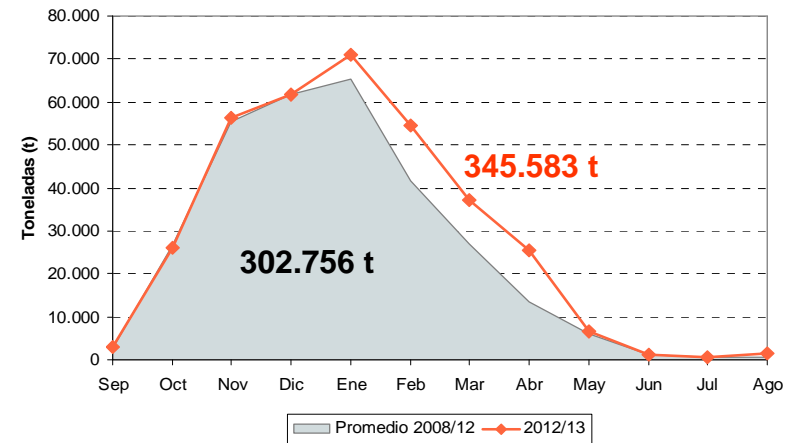


## 5.1. Consumo nacional

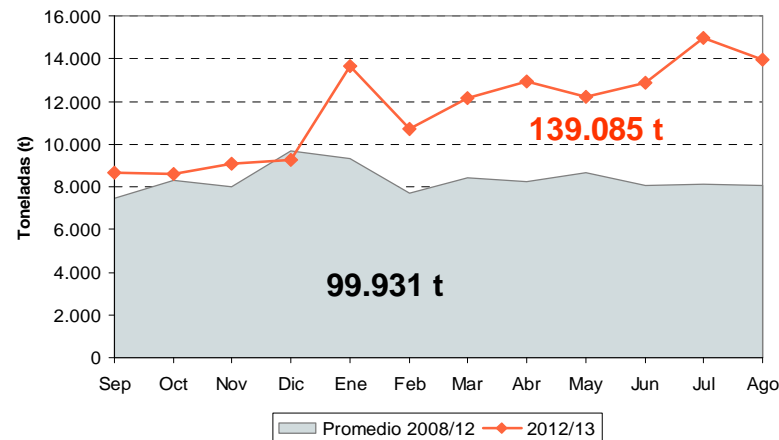
Naranja



Mandarina



Limón





1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
- 6. Conclusiones**
7. DAFO.
8. Necesidades.



## Conclusiones

- España es el 1<sup>er</sup> productor de cítricos a nivel comunitario.
- El sector cítrico andaluz se ha expandido en los últimos años.
- El sector cítrico representa el 7% de la PFA en Andalucía y generó 14.000 UTAs en 2011.
- En Andalucía existen multitud de variedades cítricas, principalmente de naranjo y mandarino.
- Las empresas comercializadoras son principalmente S.C.A. y no tienen gran dificultad de acceso al crédito.
- Escasa concentración de la oferta en OPFH.
- La producción andaluza de cítricos en fresco se destina principalmente a la exportación o a intermediarios del Levante.



## Conclusiones

- Los precios de los cítricos han marcado una tendencia a la baja en las últimas campañas.
- Los costes de comercialización de los cítricos representan un porcentaje superior al 60% del precio final del producto.
- China y Brasil son los principales productores de cítricos y Sudáfrica y China los principales exportadores.
- La UE es importadora neta y está a la cabeza del ranking mundial.
- Andalucía es exportadora neta, y está incrementando el volumen de sus exportaciones de cítricos.
- El consumo de cítricos en los hogares españoles es estable.



1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
- 7. DAFO.**
8. Necesidades.



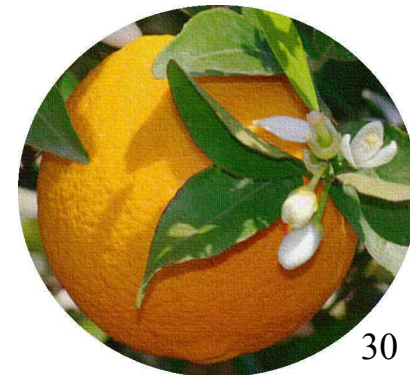
## 5.1. Sistema interno: Debilidades

- Desajuste oferta-demanda.
- Precios bajos al agricultor. Reducción de la rentabilidad.
- Dispersión de la oferta.
- Falta de diferenciación en los mercados.
- Falta de capacidad para comercializar la totalidad de la producción.
- Escasas inversiones en promoción.
- Escasa pertenencia a OPFH.
- Deficiencias en infraestructuras.
- Falta de definición entre explotaciones destinadas a fresco e industria.
- Falta de planificación en elección de variedades.
- Excesivo crecimiento de la oferta sin un análisis previo de mercado.
- Reducida dimensión de las explotaciones.
- Bajo nivel de contratación del seguro agrario.
- Falta de formación y profesionalización del sector.
- Elevado número de intermediarios en el proceso de comercialización.



## 5.1. Sistema interno: Fortalezas

- Mayor productor de la UE y 4º mundial.
- España es uno de los principales exportadores a nivel mundial con una tendencia creciente.
- Beneficios nutricionales reconocidos de los cítricos
- Elevado nivel de adaptación al mercado, gracias a la implantación de sistemas de calidad
- Explotaciones nuevas que generan producto de elevada calidad



## 5.1. Sistema externo: Amenazas

- Eliminación reciente de ayudas a la transformación.
- Desaparición de empresas de transformación de cítricos
- Saturación del mercado en fresco con productos antes destinados a industria
- Incremento de las importaciones de terceros países a precios bajos
- Bajo nivel de control en los pasos fronterizos



## 5.1. Sistema externo: Oportunidades

- Cercanía a los mercados de destino (UE).
- Disponibilidad de técnicas respetuosas con el medio ambiente (producción integrada, ecológica, ...)
- Marco jurídico regional que permite la creación de una interprofesional andaluza
- Nuevo marco financiero con ayudas a la innovación
- Posibilidad de avanzar en la agrupación de la oferta, promoción, etc.





1. Caracterización.
2. Comercialización.
3. Precios.
4. Comercio exterior.
5. Evolución del consumo.
6. Conclusiones.
7. DAFO.
- 8. Necesidades.**



## Necesidades

- Concentración de la oferta
- Equilibrio en la cadena de valor
- Fomento de la calidad y garantías sanitarias
- Dotación de mayor transparencia al mercado citrícola
- Regulación de mercado
- Adaptación de la oferta a la demanda
- Fomentar la promoción del consumo de cítricos
- Fomento y apoyo a la instauración de marcas de calidad





observatorio  
de precios y mercados

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



# SITUACIÓN DEL SECTOR CÍTRICOS EN ANDALUCÍA

2014



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