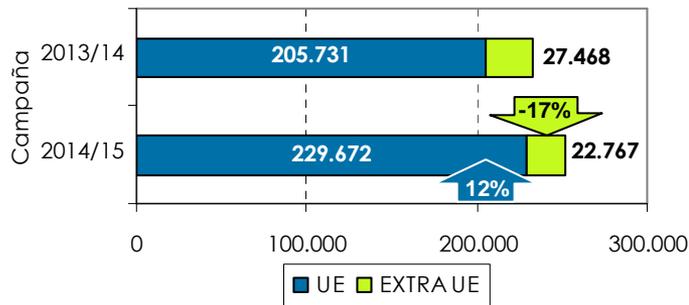
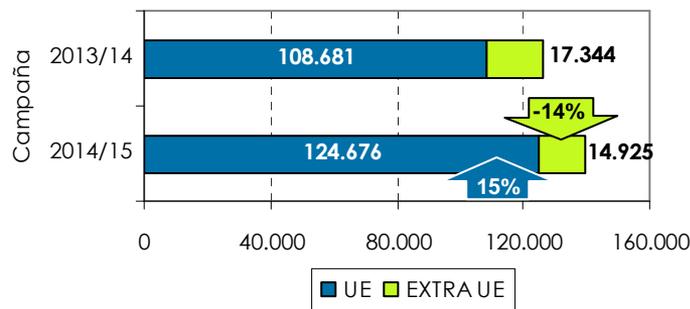


## 1. Boletín de exportac. andaluzas 2014/15. Naranja. Datos acumulados de OCTUBRE a SEPTIEMBRE

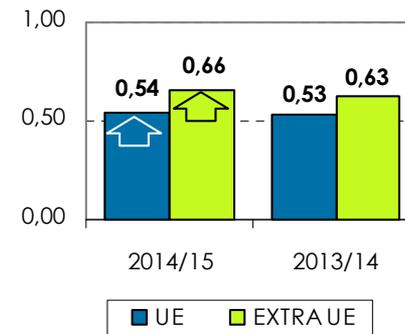
Volumen acumulado (toneladas)



Valor acumulado (miles de euros)

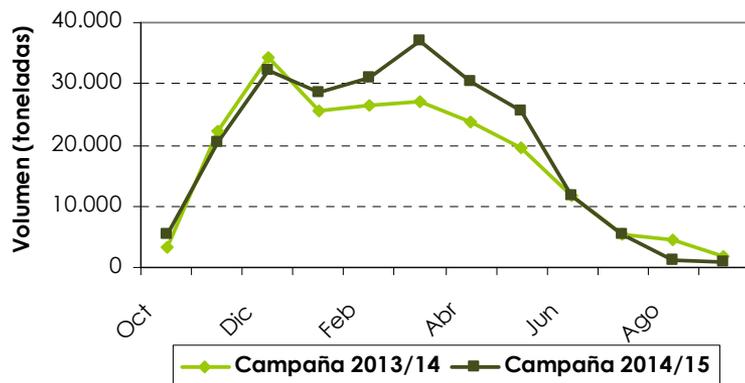


Valor unitario medio (€/kg)

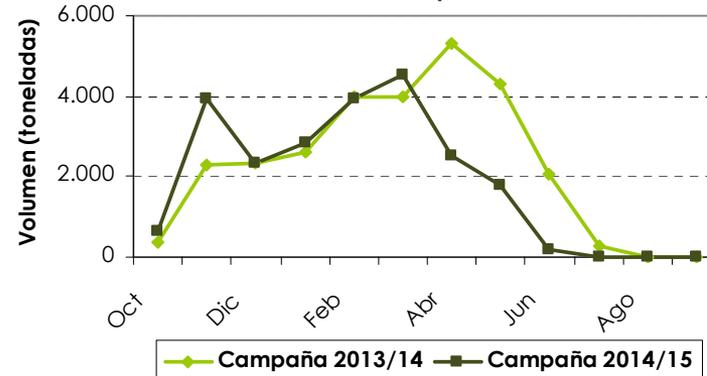


Las exportaciones de naranja durante la campaña 2014/15 han crecido un 8% en volumen y un 11% en valor, sobre todo como consecuencia del incremento de las exportaciones a la UE en un 12%. El valor unitario medio ha aumentado, tanto en el mercado comunitario (un 2%), como en el extracomunitario (un 5%). Por otro lado, los meses de enero a mayo han concentrado el un aumento importante de las exportaciones a países de la Unión Europea

Distribución mensual exportaciones UE

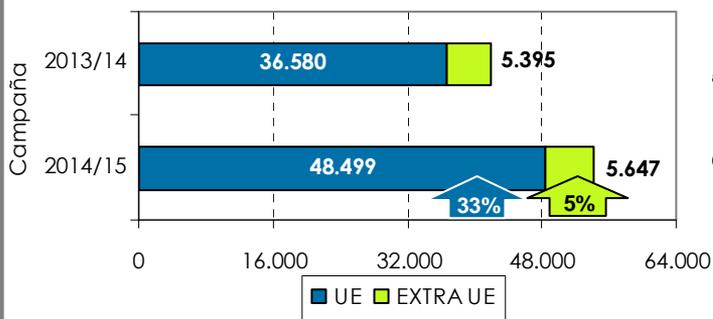


Distribución mensual exportaciones extra UE

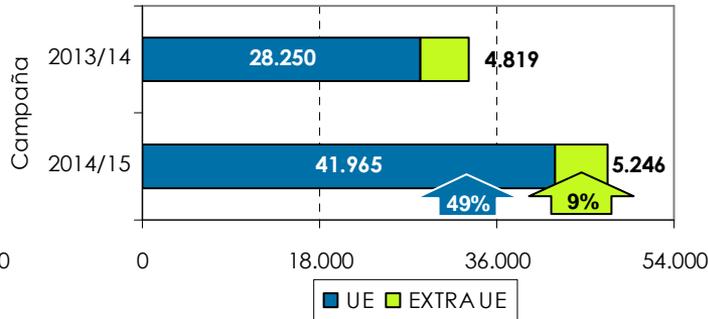


## 2. Boletín de exportac. andaluzas 2014/15. Mandarina. Datos acumulados de OCTUBRE a SEPTIEMBRE

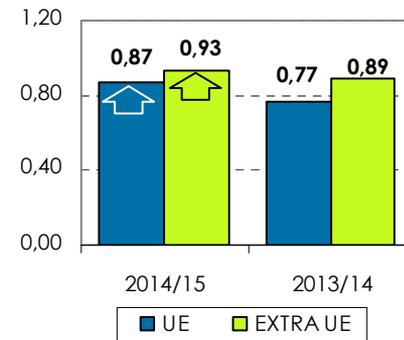
Volumen acumulado (toneladas)



Valor acumulado (miles de euros)

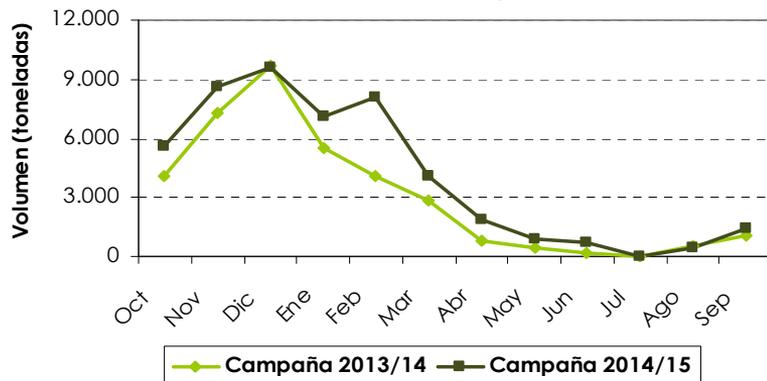


Valor unitario medio (€/kg)

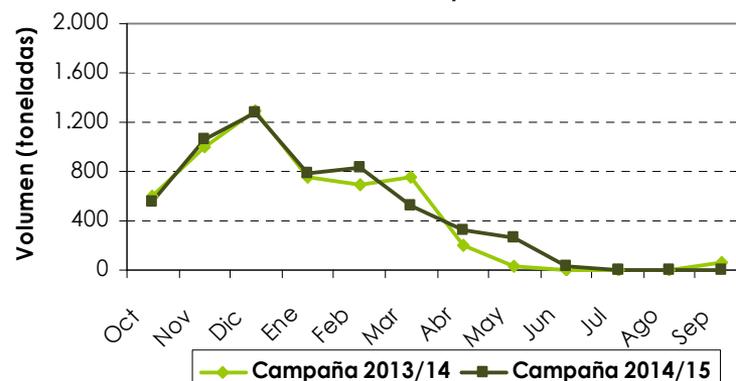


Las exportaciones de mandarina durante la campaña 2014/15 han crecido un 29% en volumen y un 43% en valor, respecto a la campaña pasada, sobre todo como consecuencia del incremento en un 33% de las exportaciones a la UE y del auge del valor unitario medio en el mercado europeo en un 13%. Las exportaciones fuera de la UE son testimoniales, pero la distribución de exportaciones intracomunitarias ha seguido una tendencia similar a la de la campaña 2013/14, pero con valores mensuales mayoritariamente superiores.

Distribución mensual exportaciones UE

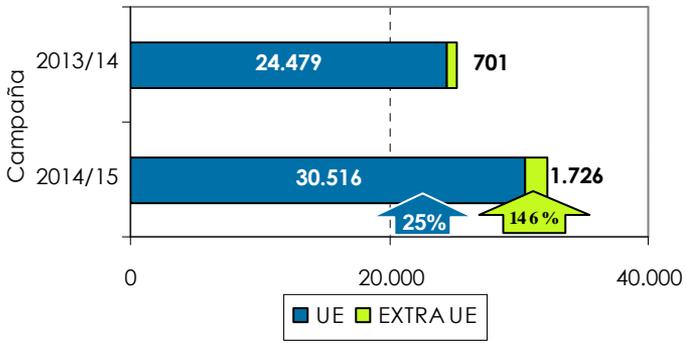


Distribución mensual exportaciones extra UE

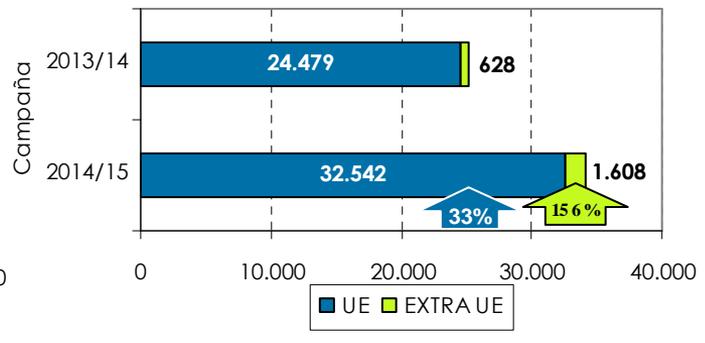


## 3. Boletín de exportaciones andaluzas 2014/15. Limón. Datos acumulados de OCTUBRE a SEPTIEMBRE

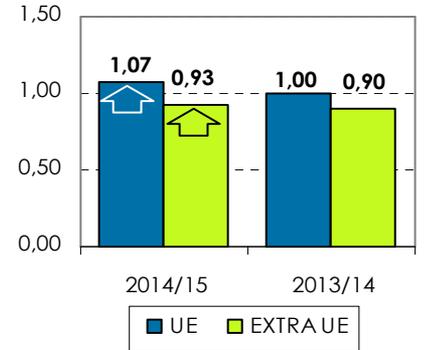
Volumen acumulado (toneladas)



Valor acumulado (miles de euros)

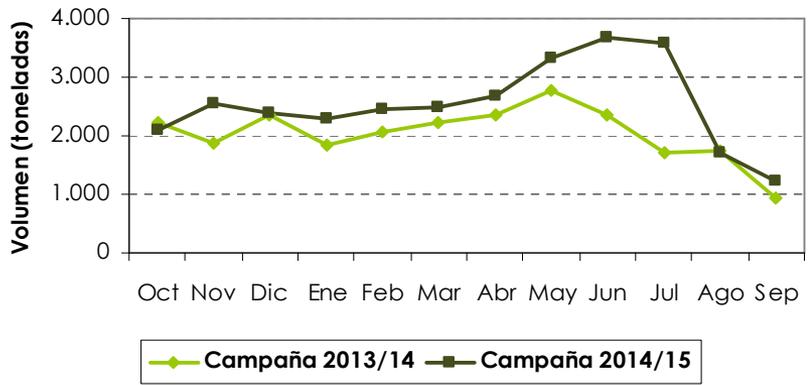


Valor unitario medio (€/kg)



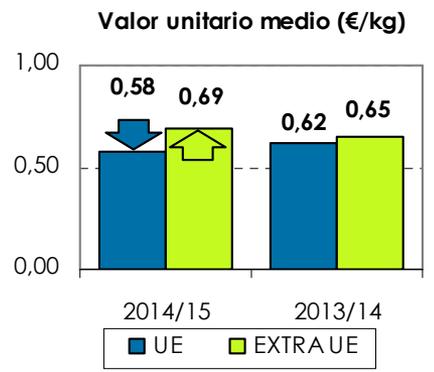
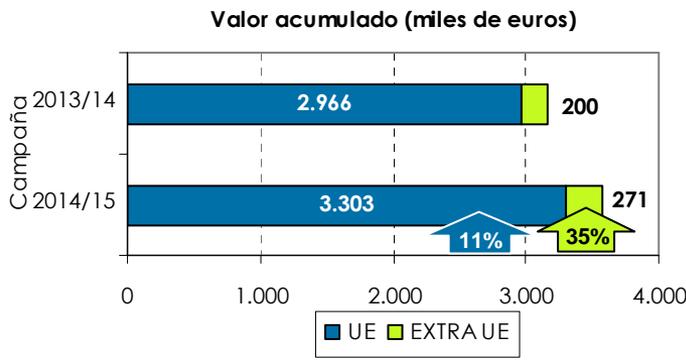
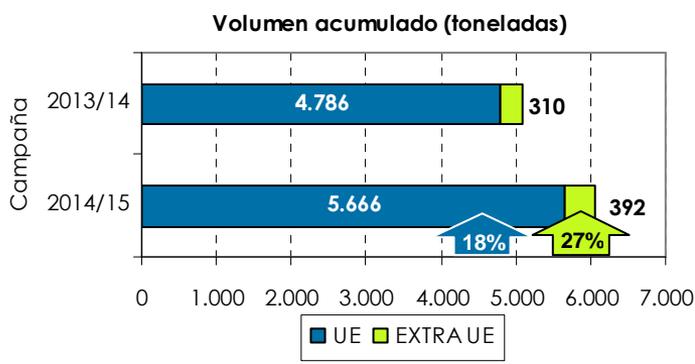
Las exportaciones de limón han crecido durante la campaña 2014/15 un 28% en volumen y un 36% en valor, respecto a la campaña pasada, como consecuencia del incremento del valor unitario, tanto en el comercio europeo (un 7%) como en el extracomunitario (un 3%). En cuanto a las exportaciones intracomunitarias, la distribución mensual ha seguido una tendencia similar a la campaña 2013/14 hasta mayo, aunque siempre con volúmenes superiores. En el resto de meses, la tendencia ha sido algo distinta, con incremento y volúmenes siempre superiores.

Distribución mensual exportaciones UE



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

## 4. Boletín de exportac. andaluzas 2014/15. Pomelo. Datos acumulados de OCTUBRE a SEPTIEMBRE



Las ventas de pomelo en los mercados extracomunitarios han incrementado su valor unitario medio un 6%, aunque su poca representatividad no ha sido suficiente para contrarrestar la caída, en un 6%, del valor unitario del mercado europeo, lo que ha repercutido negativamente en el incremento del valor de las exportaciones, que se han situado tan sólo en un 13%, a pesar de haberse incrementado el volumen total en un 19%.

