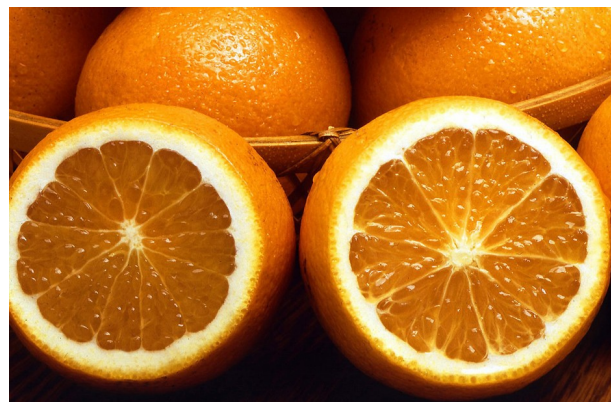


Evaluación de la campaña 2015/16: Cítricos.

1. Resumen
2. Superficie y producción de cítricos
3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola
4. Exportaciones



Metodología

1. Resumen

La campaña de cítricos 2015/16 se caracteriza, por un lado, por un descenso importante de la producción total de fruta, debido a una subida alta de las temperaturas durante el periodo de floración y el cuajado del fruto, lo que provocó la caída del mismo; y, por otro lado, por un adelanto de la recolección y el final de campaña, a consecuencia de un otoño e invierno con temperaturas suaves, con varios grados por encima de la media, lo que adelantó la maduración de la fruta cerca de un mes.

Esta falta de oferta de producto ha generado una especulación de los precios cotizados en campo y, por consiguiente, unas cotizaciones superiores de la fruta en origen con respecto a campañas anteriores.

La campaña también ha estado marcada por unos bajos márgenes de beneficio para las empresas hortofrutícolas encargadas de la manipulación, envasado y comercialización de la fruta. Esto se refleja en la diferencia del aumento de precios medios en origen y a la salida de la central hortofrutícola entre la campaña actual y la campaña 2014/15. Por ejemplo, en el caso de la mandarina, mientras que el precio medio liquidado al agricultor aumenta en un 40% con respecto al año anterior, el precio medio de la mandarina manipulada lo hace en un 10%.

A esto se une la presencia en el mercado europeo de cítricos con precios más ajustados y competitivos, procedentes de países competidores como Marruecos, Egipto e Israel, que, a pesar de contar con menos requisitos de calidad, han desplazado a la naranja andaluza en el mercado europeo.

En lo que respecta al mercado internacional de los productos cítricos, en general, ha habido un aumento de las exportaciones extracomunitarias, principalmente al continente asiático, especialmente a China, Norteamérica (EEUU y Canadá), Sudamérica (Uruguay, Argentina o Brasil) y a Sudáfrica. Este hecho ha estado marcado, en parte, por el veto de Rusia, que ha obligado a las empresas a la búsqueda de nuevos clientes, así como por acontecimientos ocurridos en otros países productores de cítricos, como es la disminución de la producción de Argentina, ocasionado por las inundaciones sufridas en el país; o por el cierre a final de enero del mercado de EEUU a los cítricos procedentes de Marruecos, debido a las incidencias detectadas en la fruta con la mosca mediterránea.

2. Superficie y producción

Evolución de la superficie y la producción de cítricos en Andalucía

En las últimas campañas la superficie general de cítricos no ha variado mucho, manteniendo una superficie media entre la campaña 2010/11 y la 2014/15 de 84.080 hectáreas.

La producción andaluza de cítricos 2015/16 ha sido un 4% inferior a la de la campaña pasada y, hay que tener en cuenta que en la campaña 2014/15 la producción ya fue un 6% inferior a la producción del año precedente. Aunque, si tenemos en cuenta el volumen cosechado en las campañas comprendidas entre 2010 y 2015 observamos que la producción de 2015/16 ha sido un 3% superior al volumen medio de las cinco campañas precedentes.

El limón, concretamente, es el cítrico más afectado, con un descenso del 16% del volumen, seguido de la naranja dulce con un 4% y la mandarina con un 2%.

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

Superficie Cítricos Andalucía (ha)

	Campaña 2010/11	Campaña 2011/12	Campaña 2012/13	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	Campaña 2015/16	Variación 2014/15-Media 2010-2014 (%)
Naranja	61.476	61.530	61.287	60.029	60.983	N.D	-0,2%
Mandarina	16.614	16.537	16.437	17.230	17.551	N.D	5%
Limón	6.204	6.103	6.255	6.111	6.053	N.D	-2%
Total	84.294	84.170	83.979	83.370	84.587	N.D	1%

Fuente: Anuario de estadísticas agrarias de los años 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 (Provisional). CAPDR. N.D: Dato no disponible. El dato de superficie de naranja se refiere exclusivamente a naranja dulce.

Producción Cítricos Andalucía (t)

	Campaña 2010/11	Campaña 2011/12	Campaña 2012/13	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15*	Campaña 2015/16*	Variación 2015/16-Media 2010-2015 (%)
Naranja	1.246.909	1.147.814	1.297.023	1.553.911	1.379.046	1.329.976	0,4%
Mandarina	287.063	323.583	303.978	367.089	399.654	392.187	16,6%
Limón	124.728	122.508	115.320	107.154	128.289	108.314	-9,4%
Total	1.658.700	1.593.905	1.716.321	2.028.154	1.906.989	1.830.477	2,8%

Fuente: Anuario de estadísticas agrarias de los años 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 (Provisional). CAPDR. Campaña 2015/16 procedente del Avance de producciones de cítricos, octubre 2016, CAPDR. El dato de producción de naranja se refiere exclusivamente a naranja dulce.

2. Superficie y producción

Evolución de la distribución de producción por subgrupo de cítricos andaluces

La distribución porcentual de la producción de los principales subgrupos de naranjas, mandarinas y limones cultivados en Andalucía, es similar para la mayor parte de los grupos de variedades, aunque con ciertas diferencias.

En la campaña 2015/16 en la producción de naranjas destacan las variedades del grupo Navel representando el 62% del volumen total, a pesar de haber disminuido su representación en un 2% con respecto al total de la campaña pasada. El grupo de variedades de naranja Blanca aumenta en un 3%, y el resto de variedades se mantienen.

En las mandarinas, el grupo de Clementinas representa el 63% de la producción de mandarinas andaluzas, concretamente un 4% más que en la campaña 2014/15. El resto de variedades disminuyen su porcentaje entre un 1% y un 3% de media.

En 2015/16 se aprecia una variación significativa en la inversión del orden de importancia de los dos grupos principales de limón. Mientras que en la campaña 2014/15 el limón Verna representaba el peso mayor de la producción, en 2015/16 es el limón Fino el que abarca cerca del 60% de la producción total de limón, lo que ha supuesto un 17% más que en la campaña anterior. Mientras que el limón Verna, disminuye su volumen en un 18% con respecto a 2014/15.

Campaña citrícola:		2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
NARANJAS	Navel	59%	61%	24%	64%	62%
	Blanca	14%	16%	18%	20%	23%
	Tardía	24%	16%	17%	15%	15%
	Otras naranjas	4%	7%	N.D	1%	1%
MANDARINAS	Satsuma	4%	4%	3%	4%	3%
	Clementina	57%	58%	57%	59%	63%
	Otras mandarinas	39%	38%	38%	37%	34%
LIMÓN	Fino	43%	47%	42%	41%	58%
	Verna	55%	51%	54%	57%	39%
	Otros limones	2%	2%	4%	2%	4%

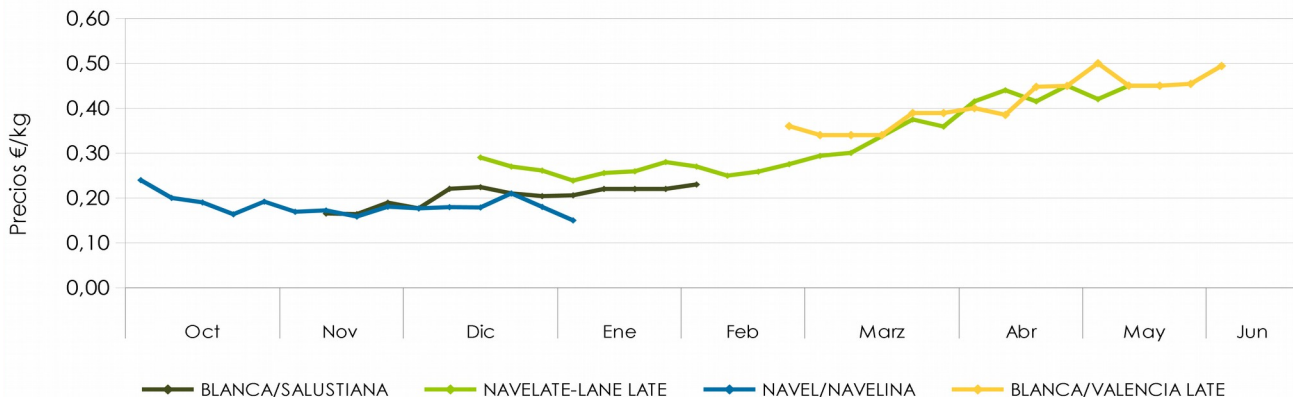
Fuente: Anuario de estadísticas agrarias de los años 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 (provisional). Aforo 2015/16. CAPDR.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

Naranja

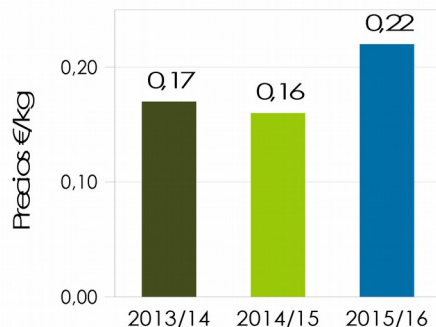
Análisis de los precios medios en origen:

Evolución semanal de los precios de la NARANJA en origen



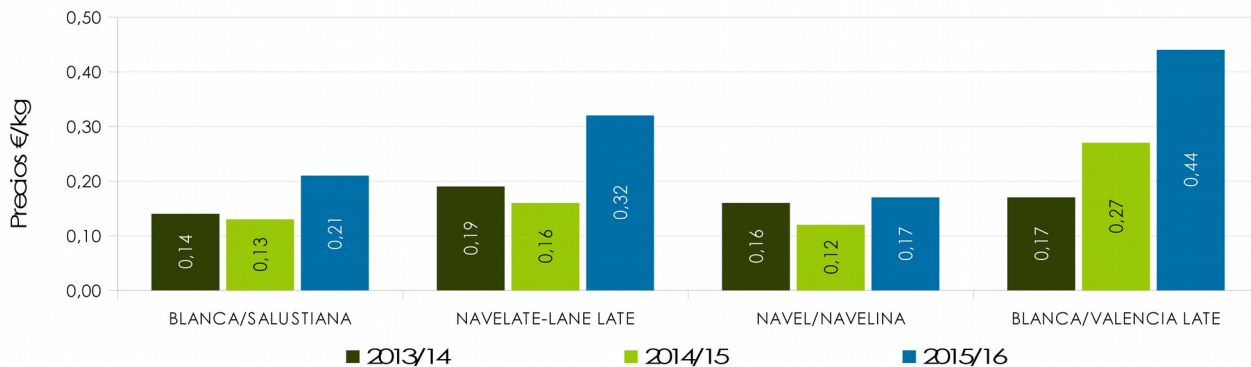
En la campaña 2015/16 los precios medios liquidados al agricultor por la naranja andaluza han sido superiores a los alcanzados en campañas anteriores, manteniendo una tendencia creciente durante toda la campaña. Al inicio de campaña, en el mes de octubre de 2015, la naranja alcanzó un valor medio para el agricultor de 0,2€/kg, precio que ha ido aumentando hasta llegar a un valor de 0,46€/kg en el mes de mayo y junio de 2016.

Precio medio de la NARANJA en origen



El precio medio de la naranja en campo en 2015/16 ha sido de 0,22 €/kg, es decir un 37,5% superior al precio alcanzado en 2014/15.

Precio medio de la NARANJA en origen



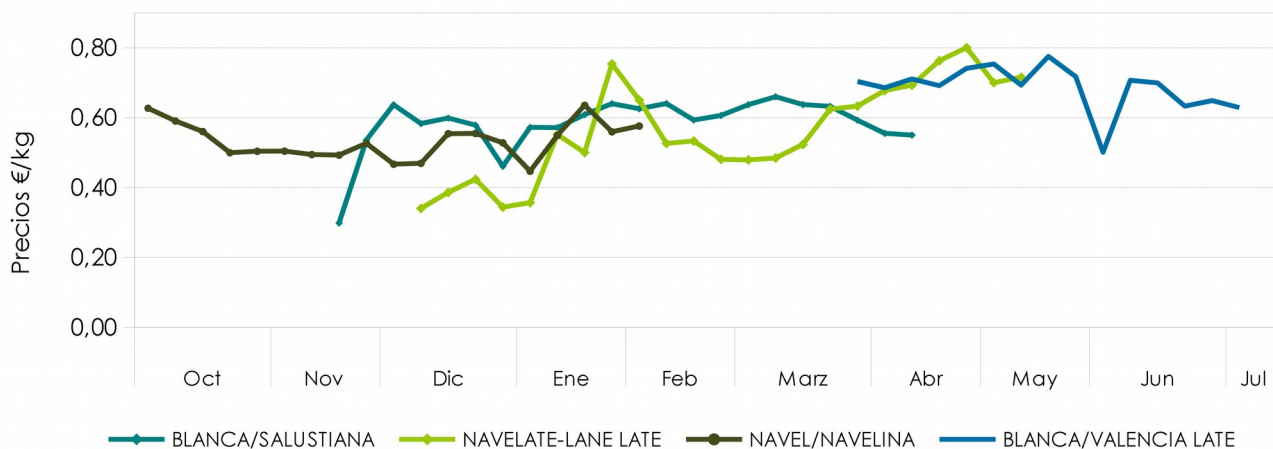
Teniendo en cuenta las variedades de naranja, en la gráfica superior se observa como los precios medios de la campaña 2015/16 son superiores a los dos campañas anteriores en todas las variedades analizadas. Concretamente, la variedad de naranja Navelate- Lanelate duplica su precio medio con respecto al año anterior. Le siguen las variedades de naranja Valencia Late y Salustiana que han incrementado su precio medio en 17 y 8 céntimos respectivamente con respecto a la campaña anterior.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

Naranja

Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación de la naranja:

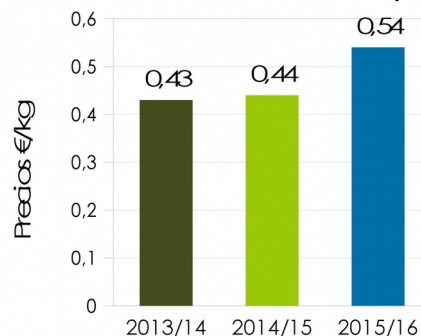
Evolución semanal de los precios de la NARANJA a la salida de la central de manipulación



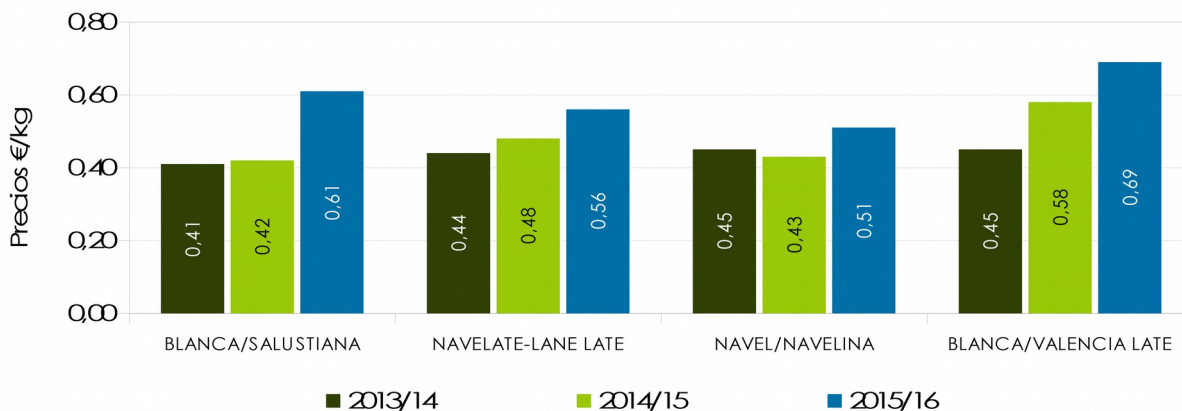
En la campaña 2015/16 el precio medio de la naranja manipulada ha alcanzado un valor medio de 0,54 €/kg, es decir un 23% superior al de la campaña pasada.

Concretamente la campaña comenzó en el mes de octubre con un precio medio de 0,56€/kg, precio que bajó en los dos meses siguientes hasta llegar a un precio medio en el mes de diciembre de 0,49 €/kg. En los meses restantes de la campaña, las cotizaciones de la naranja manipulada fueron incrementándose progresivamente, hasta llegar en mayo a un valor medio de 0,74 €/kg .

Precio medio de la NARANJA manipulada



Precio medio de la NARANJA a la salida de la central de manipulación



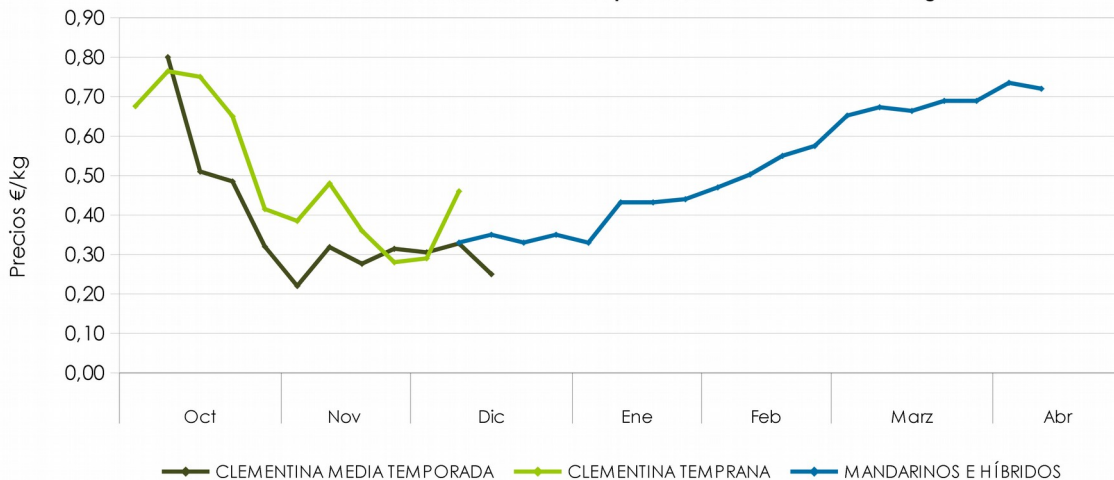
Si se analizan los precios medios de la naranja a la salida de la central de manipulación teniendo en cuenta la variedad de la misma, se observa que la variedad de naranja Salustiana es la que registra un mayor incremento con respecto a la campaña 2014/15, concretamente un 45%. Le siguen las variedades Valencia Late y Navelina con un incremento medio del 19% y la variedad Navelate Lanelate con un aumento medio del 17%.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

Mandarina

Análisis de los precios medios en origen de la mandarina:

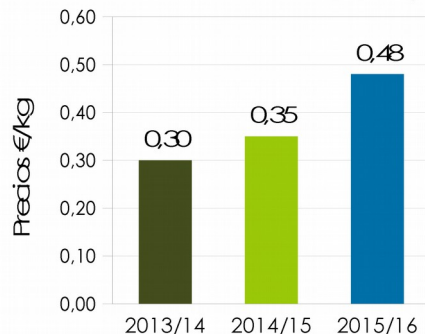
Evolución semanal de los precios de MANDARINA en origen



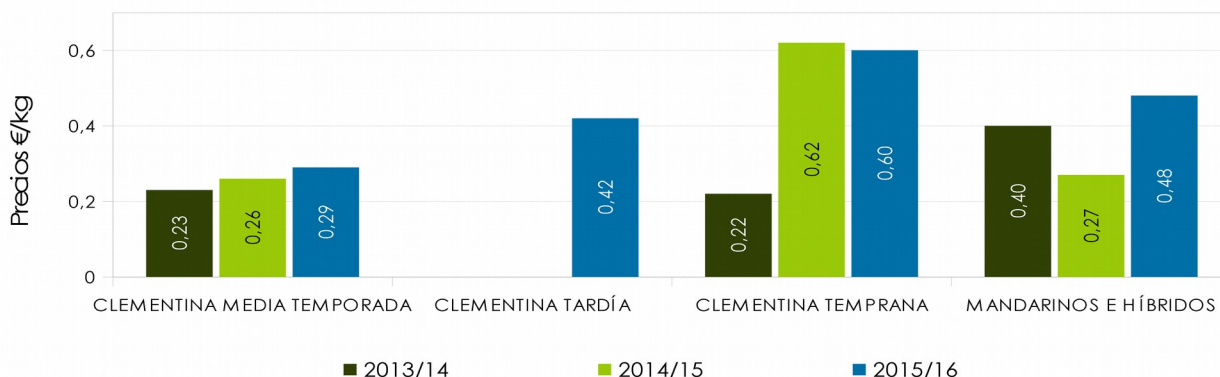
El precio medio liquidado al agricultor por la mandarina andaluza en la campaña 2015/16 ha sido superior al precio medio alcanzado en la campaña 2014/15, concretamente cerca de un 40% superior.

En el mes de octubre, la campaña arrancó con un precio medio de 0,64€/kg, aunque disminuyó durante los meses de noviembre y diciembre, para posteriormente aumentar de forma progresiva hasta llegar a un precio medio de 0,73 €/kg a final de campaña.

Precio medio de la MANDARINA en origen



Precio medio de la MANDARINA en origen



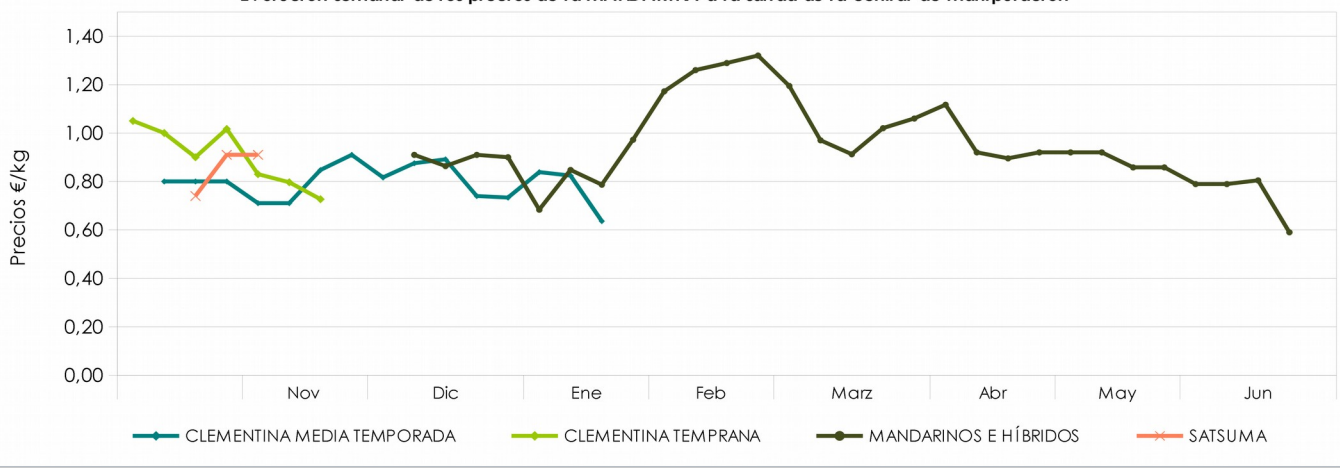
Analizando los precios según variedades se observa que el grupo de Mandarinas e Híbridos, es el grupo de variedades que registra un mayor aumento, incrementando su precio en más de 20 céntimos con respecto a 2014/15. Sin embargo las variedades de mandarinas Clementinas Media Temporada son las que registran un menor incremento del precio medio con respecto a la campaña pasada, concretamente un 11,5%.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

Mandarina

Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación de la mandarina:

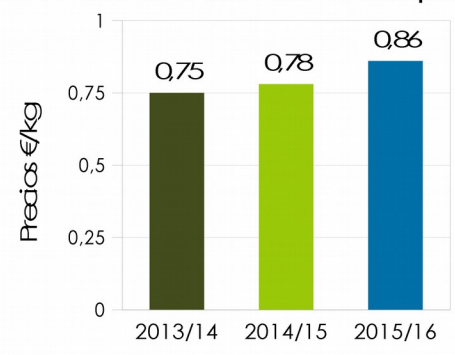
Evolución semanal de los precios de la MANDARINA a la salida de la central de manipulación



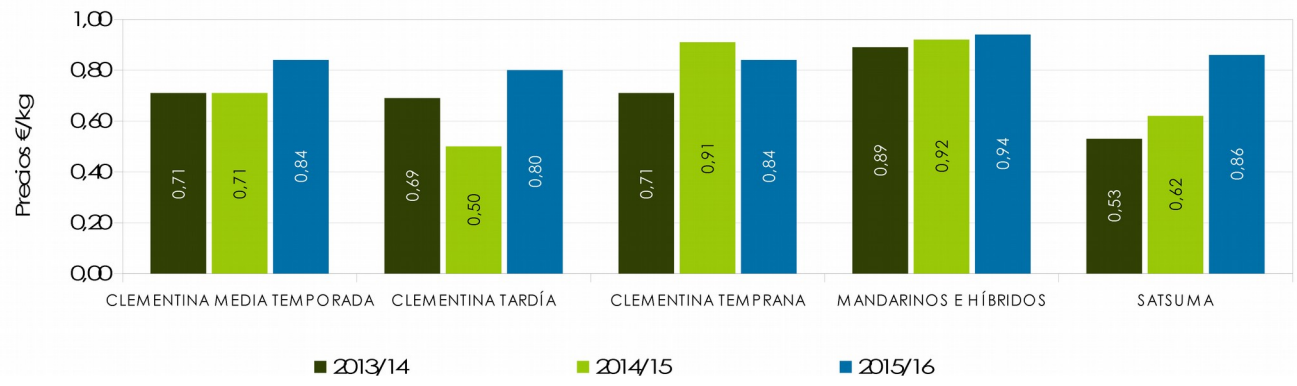
El precio medio de la mandarina manipulada en la campaña 2015/16 ha sido un 10% superior al valor medio de la campaña 2014/15, pasando de 0,78€/kg a 0,86€/kg.

La campaña arranca con un precio medio de 0,89€/kg. El valor medio máximo lo registra en el mes de febrero alcanzando un precio medio de la mandarina manipulada a la salida de la central hortofrutícola de 1,26€/kg.

Precio medio de la MANDARINA manipulada



Precio medio de la MANDARINA a la salida de la central de manipulación

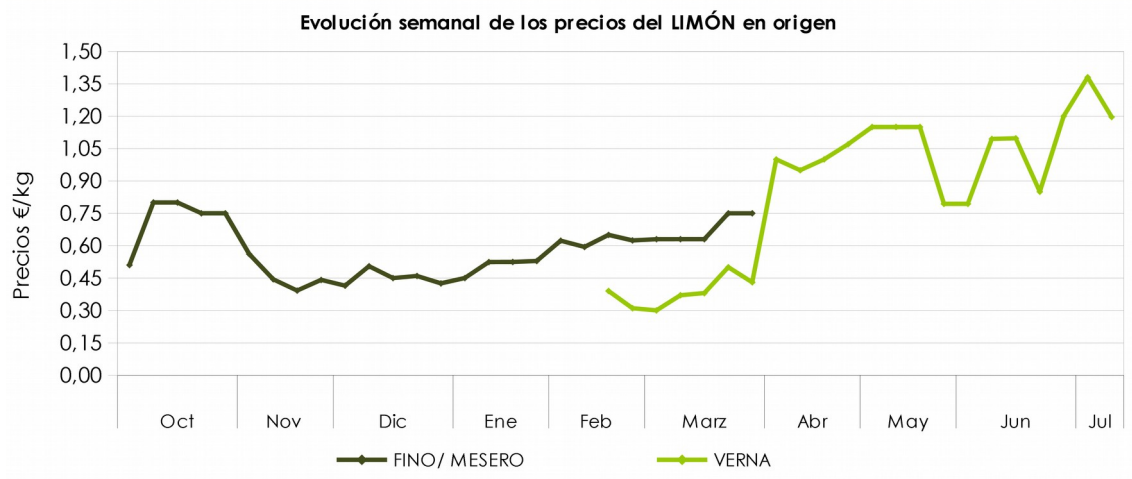


Teniendo en cuenta las distintas variedades de mandarina, destaca el aumento del valor cotizado por la variedad de mandarina Clementina Tardía que se ha incrementado en un 60% con respecto a la campaña pasada. Le sigue la variedad Satsuma con un incremento del 39% de su valor y, la Clementina Temprana con un 18% de diferencia de precio.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

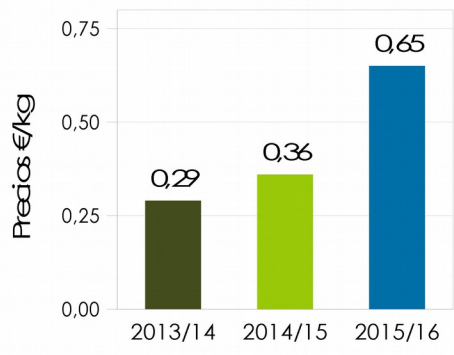
Limón

Análisis de los precios medios en origen del limón:



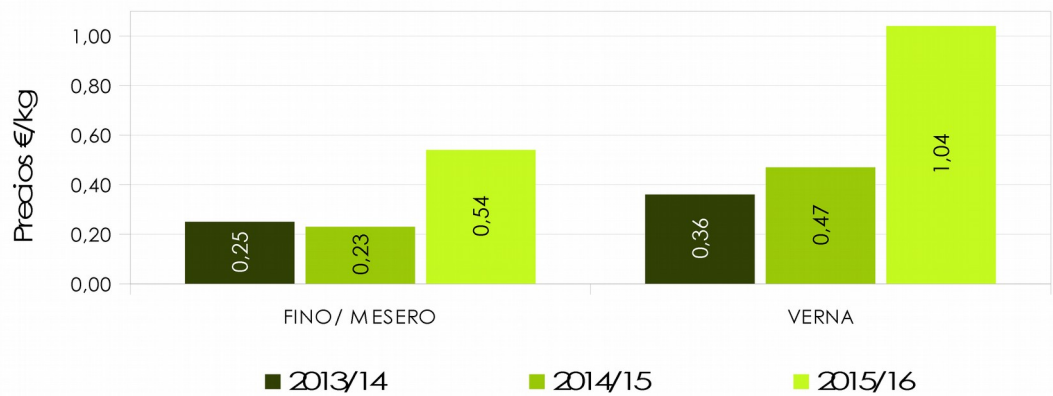
El precio medio del limón en la campaña 2015/16 (0,65 €/kg) ha sido muy superior al de las campañas precedentes. Concretamente, 29 centimos de euro superior al de la campaña 2014/15.

Precio medio del LIMÓN en origen



El limón arranca la campaña 2015/16 con un valor medio de 0,72€/kg de fruta, correspondiente al limón variedad Fino. En el mes de diciembre se registran los precios medios más bajos, con un valor medio de 0,45 €/kg, mientras que los valores medios máximos se obtienen a final de campaña en el mes de julio con un precio medio del limón Verna de 1,3 €/kg .

Precio medio del LIMÓN en origen



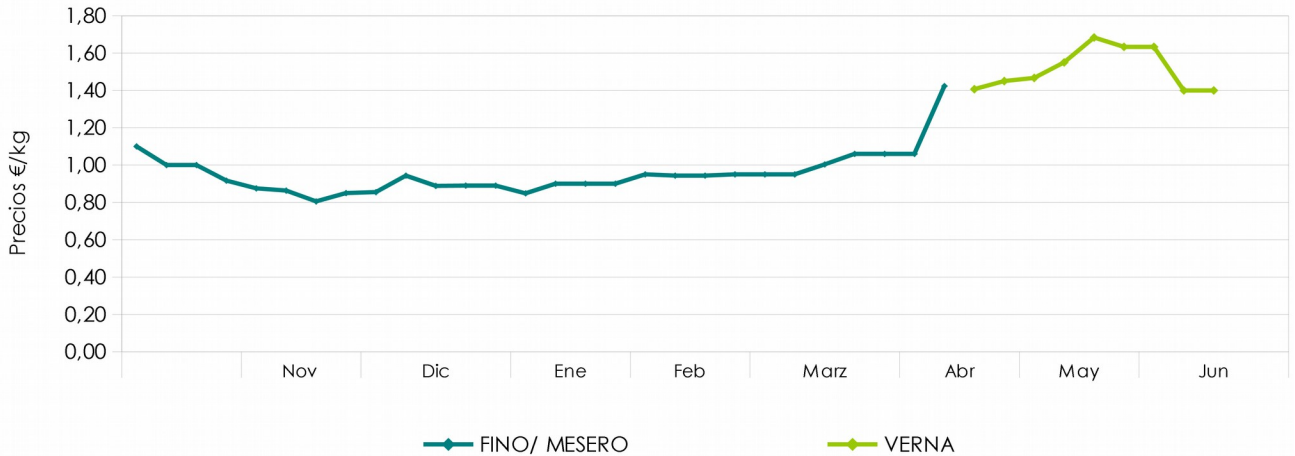
Si se analizan los precios medios del limón en campo por variedad, se observa que ambas variedades han registrado valores superiores a las dos campañas anteriores, pasando en ambos casos a duplicar su valor medio de la campaña pasada, siendo mayor esta diferencia en el limón Verna que en el limón Fino. Concretamente, el limón Fino ha pasado de un valor medio de las dos últimas campañas de 0,24 €/kg a 0,54 €/kg en 2015/16. Y, el limón Verna con un valor medio de 0,47 en 2014/15 ha incrementado su precio en 57 céntimos, registrando un valor medio en la campaña actual de 1,04€/kg.

3. Análisis de precios en origen y a la salida de la central hortofrutícola

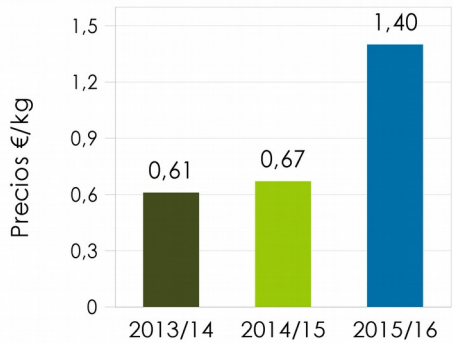
Limón

Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación del limón:

Evolución semanal de los precios de LIMÓN a la salida de la central de manipulación



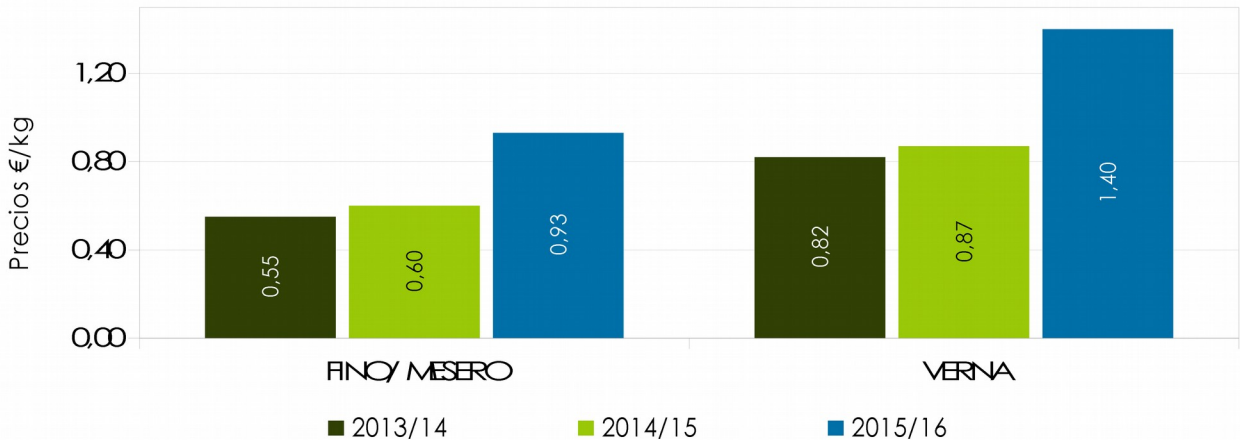
Precio medio del LIMÓN manipulado



El precio medio del limón manipulada a la salida de la central de manipulación en la campaña 2015/16 es de 1,4€/kg de fruta, precio superior al precio medio de las campañas anteriores que fue de 0,64 €/kg.

En el primer mes de campaña, el precio medio de partida fue de 1 €/kg, le siguen los meses de noviembre, diciembre y enero con un precio medio de 0,88€/kg, y a partir del mes de febrero, los precios volvieron a recuperarse hasta alcanzar valores entre 1€/kg y 1,4€/kg.

Precio medio del LIMÓN a la salida de la central de manipulación



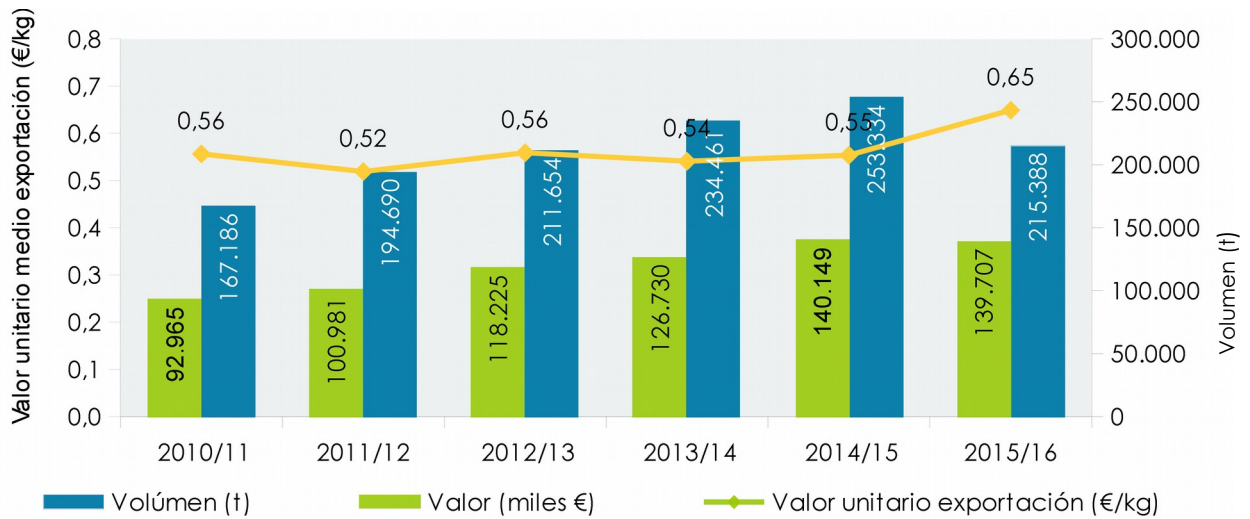
Analizando el precio medio del limón manipulado por variedad de producto, se observa que en ambas variedades en la campaña 2015/16 hay un incremento del precio medio superior al 50% del valor medio alcanzado campaña 2014/15 . Concretamente, el limón Verna aumenta su precio en un 61% con respecto a la campaña anterior y el limón Fino lo hace en un 55%.

4. Exportaciones

Naranja

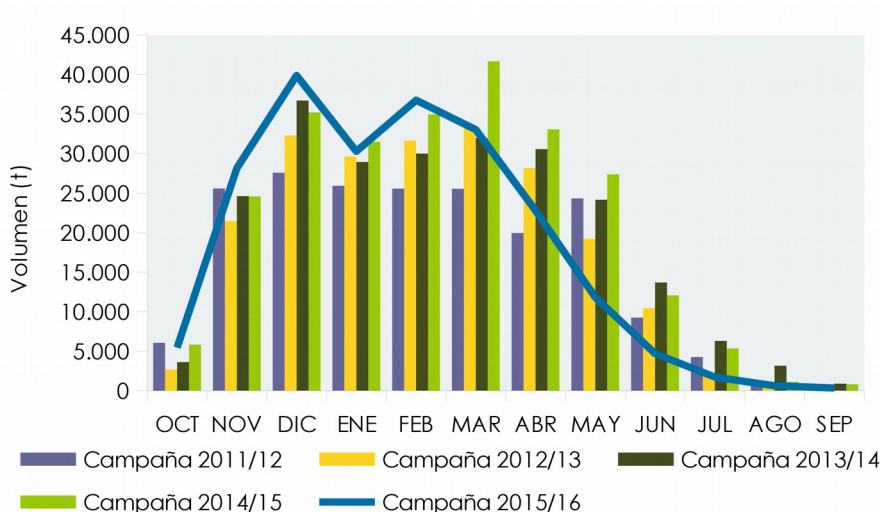
Análisis del volumen y valor unitario medio de las exportaciones de naranja:

Durante la campaña citrícola 2015/16 se ha comercializado en el exterior un 15% menos de volumen de naranja andaluza que en la campaña anterior. Sin embargo el valor económico de la misma es prácticamente similar al de la campaña pasada debido a un aumento del 17% en el valor unitario medio obtenido por kilogramo de naranja.



Evolución mensual del volumen de las exportaciones de naranja en el periodo 2010/16:

La evolución mensual de las exportaciones de naranja andaluza sigue una tendencia general similar al de campañas anteriores. Entre los meses de octubre a marzo, se observa un aumento de las exportaciones con respecto a los años anteriores, sin embargo no ocurre lo mismo en los meses siguientes. En el mes de diciembre se alcanzó el volumen máximo de las exportaciones con un valor de 39.862 toneladas.



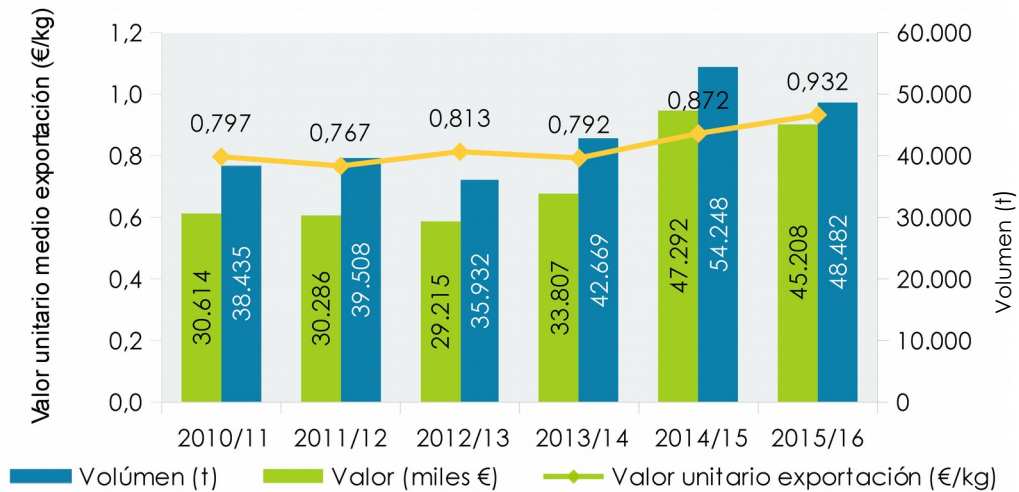
Fuente: DataComex. Ministerio de Economía y Competitividad. (Datos de 2015 y 2016 provisionales).

4. Exportaciones

Mandarina

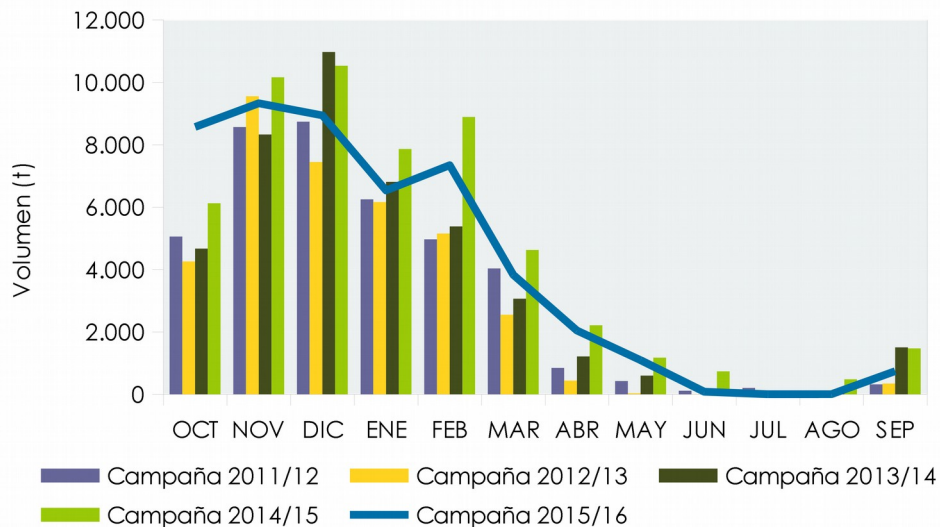
Análisis del volumen y valor unitario medio de las exportaciones de mandarina:

El volumen exportado de mandarina andaluza en la campaña 2015/16 ha disminuido en un 11% con respecto a 2014/15. Sin embargo, el valor unitario medio de la fruta ha aumentado en un 7% con respecto a la campaña pasada, lo que ha resultado en una disminución de tan solo el 4% del valor económico total de las exportaciones de mandarina de dicha campaña.



Evolución mensual del volumen de las exportaciones de mandarina en el periodo 2010/16:

EL volumen de mandarina andaluza exportado mensualmente durante la campaña cítrica 2015/16 ha mantenido, por lo general, una tendencia mensual similar al de las campañas anteriores, con excepción de una ligera caída del volumen exportado en el mes de diciembre de 2015 con respecto al volumen alcanzado en las dos campañas anteriores. En general, el volumen exportado ha sido inferior al volumen exportado en 2014/15. Sin embargo, es superior al volumen medio de las tres campañas anteriores. El volumen de mandarina máximo exportado en esta campaña corresponde al mes de noviembre con 7.943 toneladas.



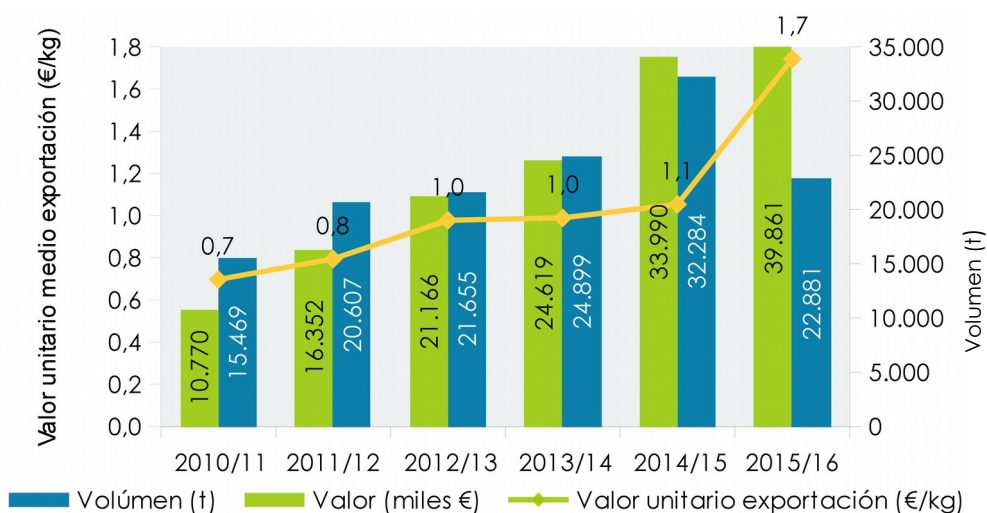
Fuente: DataComex. Ministerio de Economía y Competitividad. (Datos de 2015 y 2016 provisionales).

4. Exportaciones

Limón

Análisis del volumen y valor unitario medio de las exportaciones de limón:

Al igual que en la naranja y la mandarina, las exportaciones de limón han disminuido, aunque en mayor medida. Concretamente el volumen exportado ha disminuido en un 29% con respecto a 2014/15. Del mismo modo, el valor unitario de la fruta también ha aumentado, en un 65%, lo que hace que el valor total económico de las exportaciones de limón haya sido un 17% superiores al de la campaña precedente.



Evolución mensual del volumen de las exportaciones de limón en el periodo 2010/16:

Mensualmente, el volumen exportado de limón ha seguido una tendencia creciente similar al volumen alcanzado en las últimas cuatro campañas, a excepción de una caída del mismo en el mes de junio de 2016. En general los volúmenes alcanzados son inferiores a los de la campaña 2014/15, aunque superiores a los alcanzados en las tres campañas anteriores.

