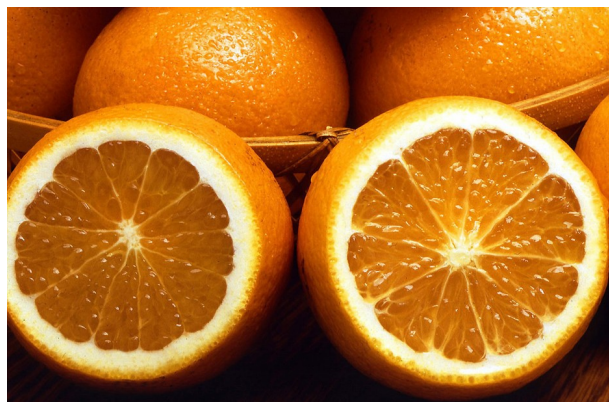


Síntesis final de campaña. Cítricos. Campaña 2016/17

1. Síntesis de campaña
2. Naranja
3. Mandarina
4. Limón
5. Exportaciones



Metodología

1. SÍNTESIS DE CAMPAÑA

Las incidencias climatológicas sufridas durante el ciclo biológico de los cítricos han marcado la campaña andaluza de cítricos 2016/17. Las precipitaciones registradas en el mes de mayo de 2016 durante su periodo de floración, provocaron la caída de las primeras flores y la disminución, por tanto, del cuajado de las mismas. Es por ello, que el mayor volumen de la producción de cítricos de esta campaña proviene de floraciones más tardías del árbol, es decir, las segundas y terceras floraciones. Si a esto le unimos el retraso de la recolección de la fruta en árbol con el objetivo de que ganara peso, tenemos como resultado un retraso en el comienzo de la campaña 2016/17 que, en casos concretos, ha llegado a ser de hasta 20 días para la naranja y de 10 días para la mandarina.

Por otro lado, las altas temperaturas alcanzadas durante la primavera y el verano han beneficiado las características organolépticas de la fruta mejorando la concentración de azúcar en la misma. Sin embargo, las escasas precipitaciones recogidas han propiciado obtener una cosecha con un mayor volumen de fruta de calibre mediano y pequeño, sobre todo en la primera etapa de la campaña. La falta de precipitaciones ha llevado a aumentar el coste de producción debido a un aumento en el número de riegos, en el consumo energético, así como a un incremento de la mano de obra destinada a operaciones de poda y disminución de la carga de fruta en árbol, la aplicación de tratamientos para el control de hongos, etc.

Las cotizaciones medias de la fruta en la campaña 2016/17 han arrancado con precios medios bajos tanto en campo como a la salida de las centrales hortofrutícolas en comparación con campañas anteriores. Las causas principales apuntan a una alta oferta de producto cítrica en el mercado europeo procedente de otros países productores, así como por el retraso de la entrada de frío en Europa, factor importante este último para la demanda de cítricos por parte del consumidor. Sin embargo, las cotizaciones medias del limón comenzaron con precios altos en comparación con otras campañas, a excepción de la campaña 2015/16 donde los precios fueron excepcionalmente altos. Hecho que ha sido favorecido por una baja calidad en la fruta procedente de Argentina y las alertas sanitarias sobre el limón procedente de Turquía.

Posteriormente, los valores medios de la naranja y la mandarina han seguido una tendencia al alza repuntando a partir del mes de enero con la entrada de variedades más tardías al mercado. En el caso de la naranja, esta tendencia creciente del valor en el mercado se ha mantenido hasta el final de la campaña y, en el caso de la mandarina, hasta el mes de abril, momento en el cual comienza una tendencia decreciente de los precios. En cuanto a las cotizaciones medias del limón, aunque inician la campaña con precios superiores a otras campañas anteriores, durante toda la campaña 2016/17 las cotizaciones han seguido una tendencia a la baja continuada hasta prácticamente el cierre de la campaña momento en el que se unió la entrada de oferta de limón a Europa procedente de otros países productores y la disminución de la calidad de la fruta andaluza ofertada, en parte, debido al estado de maduración de la fruta y el calibre de la misma.

1. SÍNTESIS DE CAMPAÑA

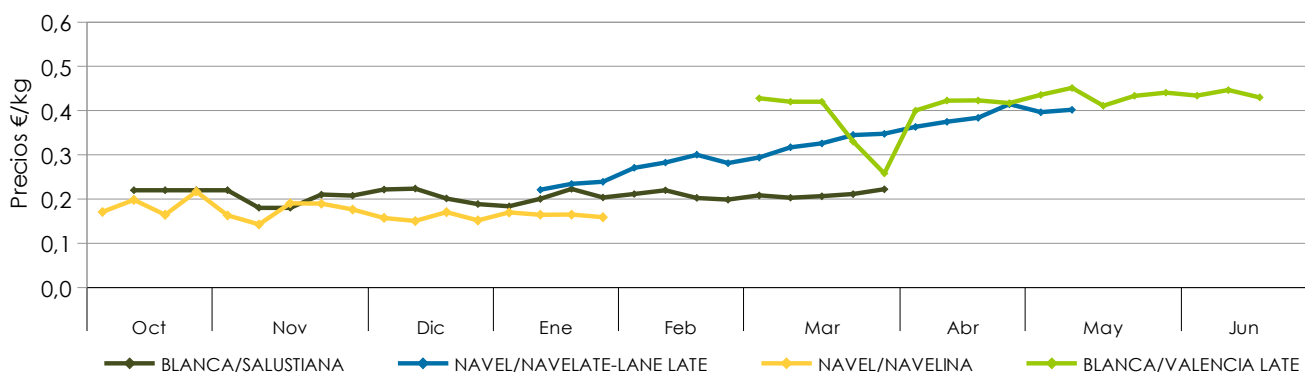
En general, la naranja ha alcanzado precios medios superiores a los registrados en campañas precedentes tanto en origen como a la salida de almacén. Mientras que para la mandarina, han sido las variedades más tardías las que han alcanzado valores superiores a otras campañas. En lo que respecta al limón, los precios medios en origen, tanto para el limón Fino como el limón Verna, han sido superiores a los alcanzados en campañas anteriores, a excepción de la campaña 2015/16, mientras que en los precios del limón manipulado, ha sido el limón Fino el que ha alcanzado valores superiores a la campaña 2014/15, mientras que el valor medio obtenido en el mercado por el limón Verna ha sido inferior al de las dos últimas campañas.

Es de destacar que, aunque estos precios han sido superiores a los alcanzados en campañas anteriores, el mayor volumen de cosecha con calibres pequeños y medianos y la dificultad para colocar estos calibres en el mercado, unido a un aumento en los costes de producción, han impedido que los resultados generales sean todo lo positivo que aparentan.

2. NARANJA

2.1. Análisis de los precios medios en origen

En general, el valor medio alcanzado por la naranja andaluza en árbol en la campaña 2016/17 (0,3€/kg) ha sido un 30% superior al precio medio de la campaña precedente (0,23€/kg). Durante la campaña 2016/17 las cotizaciones medias de la naranja en campo han seguido una tendencia creciente. Si bien, en la primera parte de la campaña los precios medios evolucionaron de manera relativamente estable, en la segunda mitad de campaña las cotizaciones han continuado con una tendencia al alza motivada en parte por la entrada de variedades de naranja tardías con un mayor valor comercial. La campaña arrancó en la semana 40 de 2016 con un precio medio de la naranja de 0,17€/kg y alcanzó su máximo valor, 0,45€/kg, en la semana 24 de 2017.

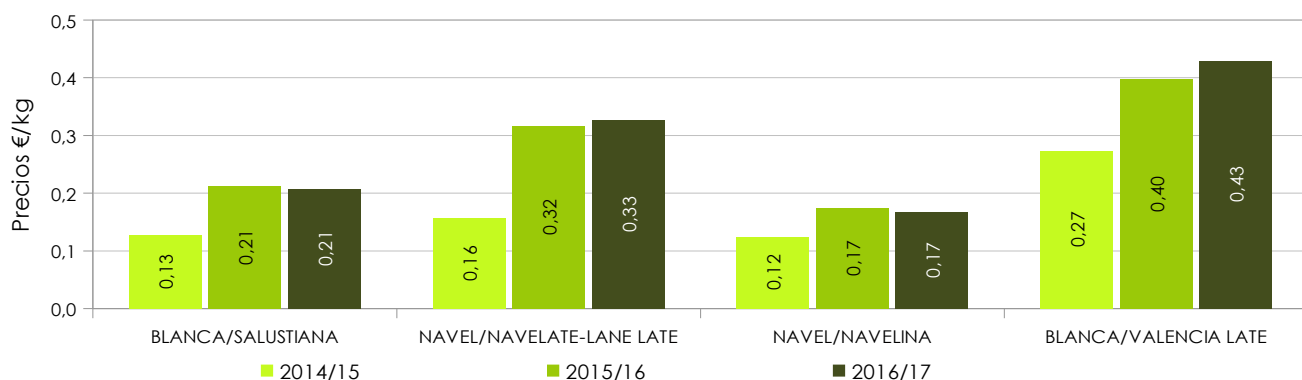


2. NARANJA

2.1. Análisis de los precios medios en origen

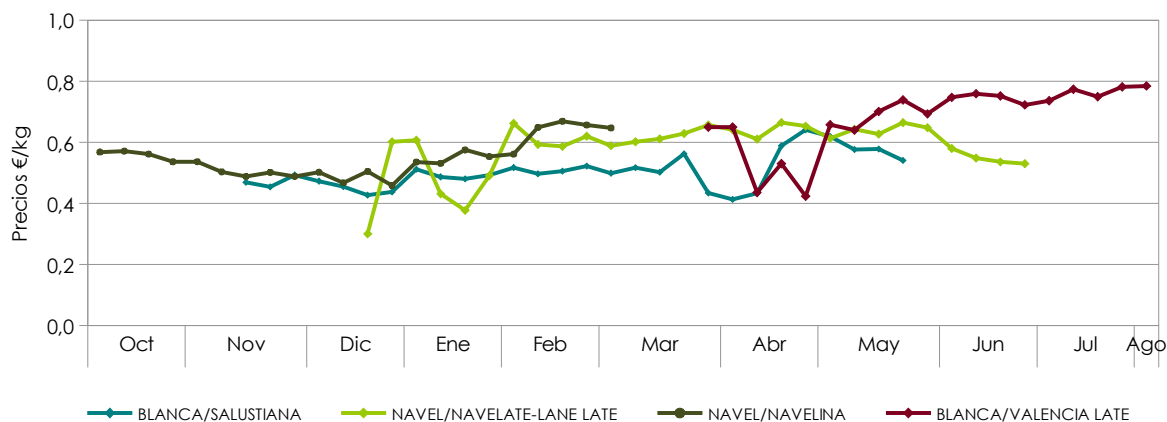
Analizando las cotizaciones medias de la naranja en árbol por variedad observamos que, en general, todas las variedades han obtenido un valor similar o mayor con respecto a la última campaña. Concretamente, las variedades de naranja Valencia Late, del grupo de naranjas Blancas, y Navelate-Lanelate, del grupo Navel, han aumentado su valor en un 8% y un 3% respectivamente, con respecto al precio medio alcanzado en la campaña 2015/16. Mientras que las variedades de naranja Salustiana y Navelina han tenido un valor similar.

Comparando el precio medio alcanzado en 2016/17 con el valor medio de las campañas 2015/16 y 2014/15, observamos que todas las variedades han tenido un precio mayor y estas variaciones han estado comprendidas entre el 12% y el 38% dependiendo de la variedad.



2.2. Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación

El valor medio de la naranja a la salida del centro de manipulación en 2016/17 fue de 0,55€/kg, es decir, un 8% superior al de la pasada campaña y un 16% superior al valor medio obtenido de la media de las dos últimas campañas. Por lo general, los precios medios alcanzados por la naranja manipulada en la campaña 2016/17 han seguido un comportamiento similar al precio en origen: una primera fase más estable de precios, aunque en este caso con una tendencia decreciente de los mismos, seguida de una tendencia al alza de los precios a partir de enero coincidiendo con la entrada de las naranjas de variedades más tardías. Concretamente, la campaña comenzó con un precio medio de 0,57€/kg en la semana 40 de 2016 y ha ido aumentando hasta alcanzar un precio de 0,78€/kg en las últimas semanas de la campaña.



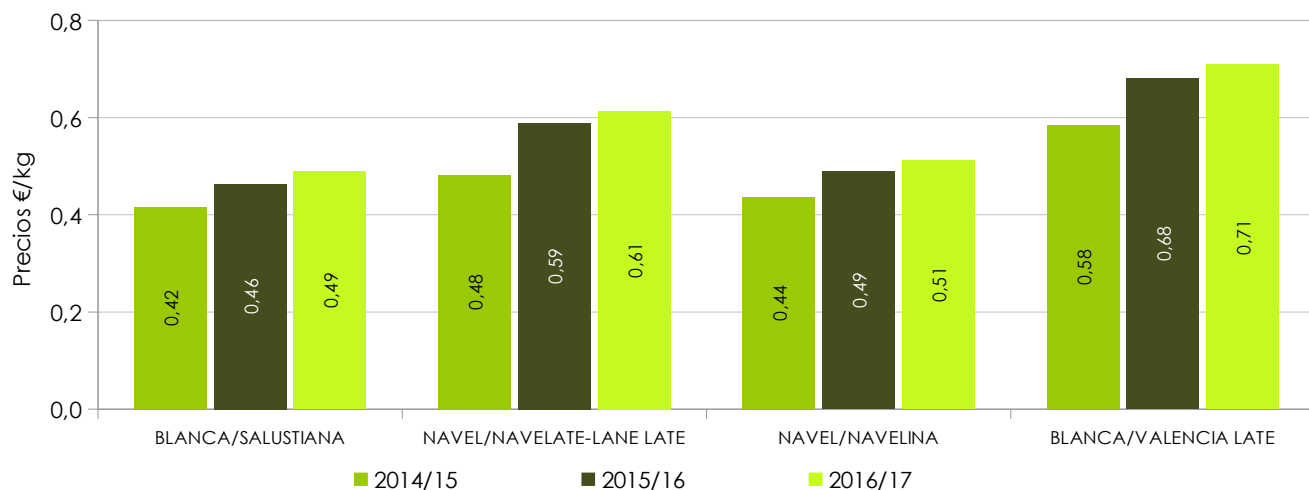
2. NARANJA

2.2. Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación

Teniendo en cuenta las variedades de naranja y analizando los precios medios que han alcanzado a la salida del centro de manipulación observamos que en la campaña 2016/17 todas las variedades han obtenido un precio medio superior al de las últimas dos campañas.

Concretamente, las naranjas Salustianas del grupo Navel son las que experimentan un mayor aumento en su precio, un 5,5%. Seguidas de las naranjas Navelinas del grupo Navel con un 4,7% de aumento. En cambio, las variedades de naranja Navelate- Lanelate y Valencia-Late aumentan su valor en un 4% cada una con respecto a 2015/16.

Si tenemos en cuenta las cotizaciones obtenidas como media de las campañas 2014/15 y 2015/16 observamos que la variedad Navelate Lanelate es quien ha tenido un mayor aumento de su valor en el mercado, un 15%; seguido de las variedades Valencia-Late, Salustiana y Navelina que lo hacen en un 12%, 11,2% y 10,8%, respectivamente.



3. MANDARINA

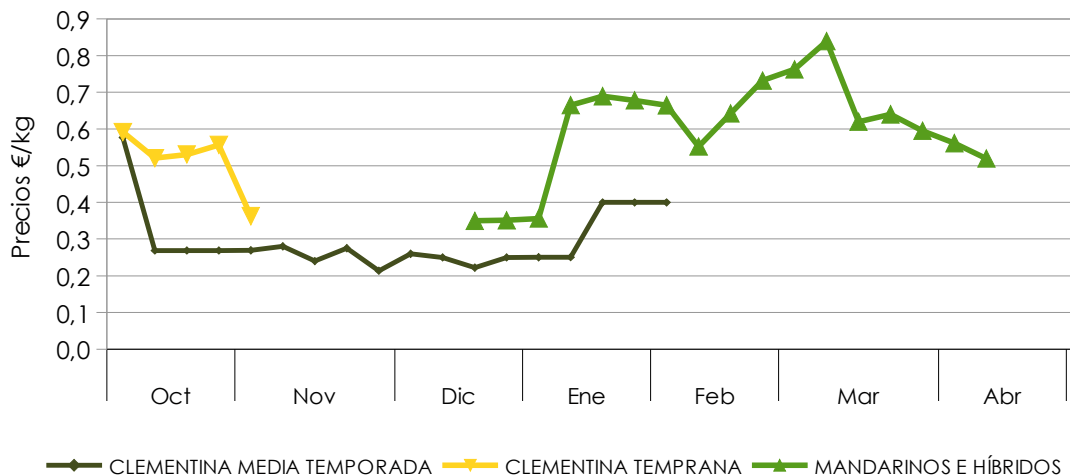
3.1. Análisis de los precios medios en origen

El valor medio de la mandarina en árbol en la campaña 2016/17 ha sido de 0,41€/kg, es decir un 14% inferior al de la campaña 2015/16 y, un 9% superior al de la campaña 2014/15. En general, las cotizaciones medias de la mandarina en campo durante la campaña 2016/17 han mantenido un valor relativamente estable en la primera mitad de la campaña, mientras que en la segunda mitad de la campaña el valor medio de la mandarina ha tenido una tendencia creciente hasta final del mes de marzo que vuelven a disminuir ligeramente coincidiendo con el final de campaña.

Concretamente, las cotizaciones en origen comienzan en la semana 40 de 2016 con un precio medio de 0,46€/kg correspondiente a las mandarinas Clementina Temprana y, llegan a alcanzar un valor medio de 0,64 €/kg a final de mes de marzo coincidiendo con la comercialización de las mandarinas más tardías.

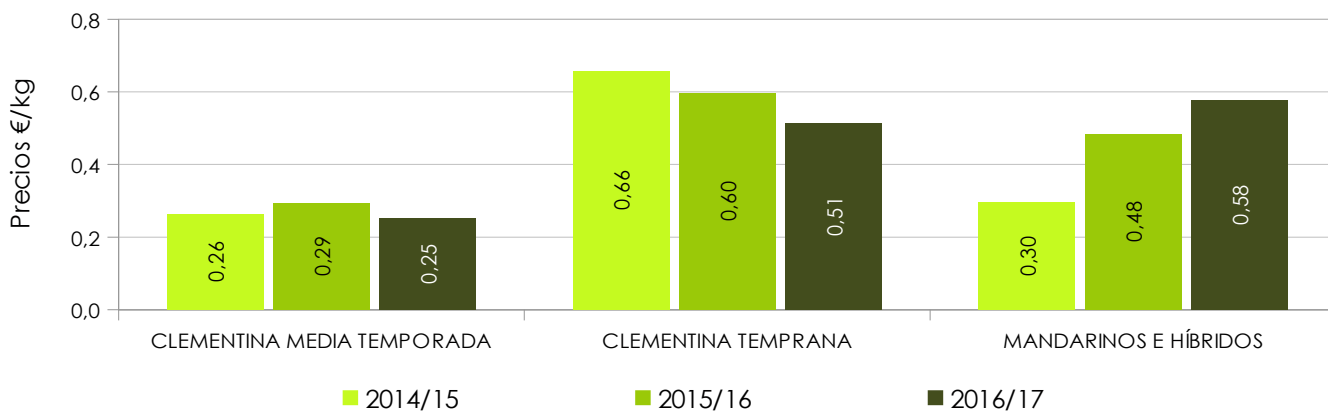
3. MANDARINA

3.1. Análisis de los precios medios en origen



Si analizamos las cotizaciones medias alcanzadas en campo por las distintas variedades de mandarina en la campaña 2016/17 observamos que las variedades de mandarinas más tardías y las mandarinas e híbridos han registrado un aumento de su valor medio con respecto a 2015/16, concretamente del 21%. Sin embargo, las mandarinas Clementina temprana y Media Temporada han disminuido su valor medio con respecto a la campaña precedente en un 14% cada una.

Si comparamos el precio medio de la mandarina cotizado por el agricultor en 2016/17 con el valor obtenido de la media de las dos últimas campañas, se obtiene que la mandarinas e híbridos y la mandarina temprana aumentan su valor medio en un 50% y un 32%, respectivamente, mientras que las Clementinas Media Temporada disminuyen su valor en un 9%.

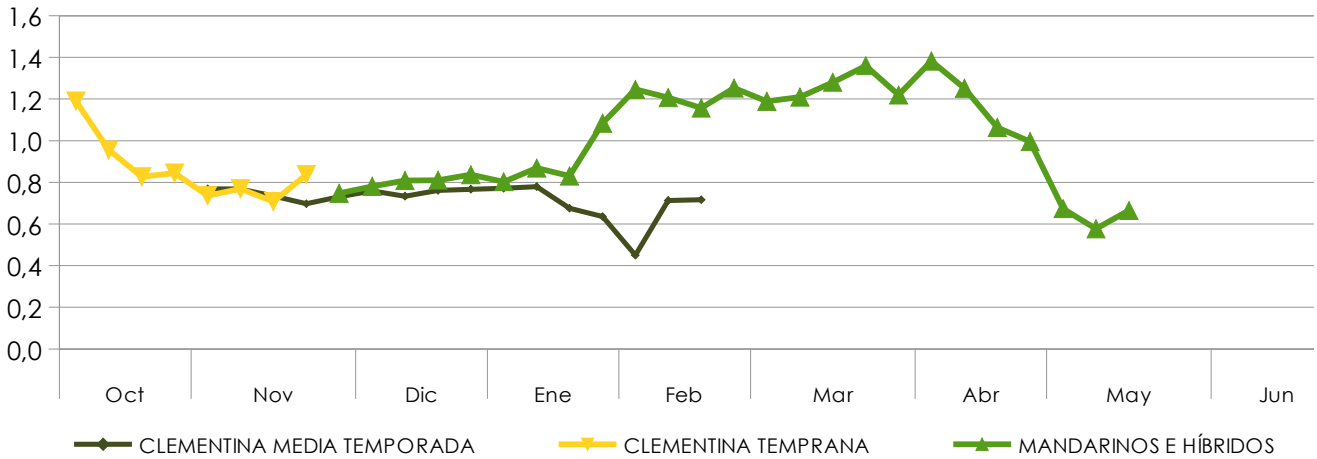


3. MANDARINA

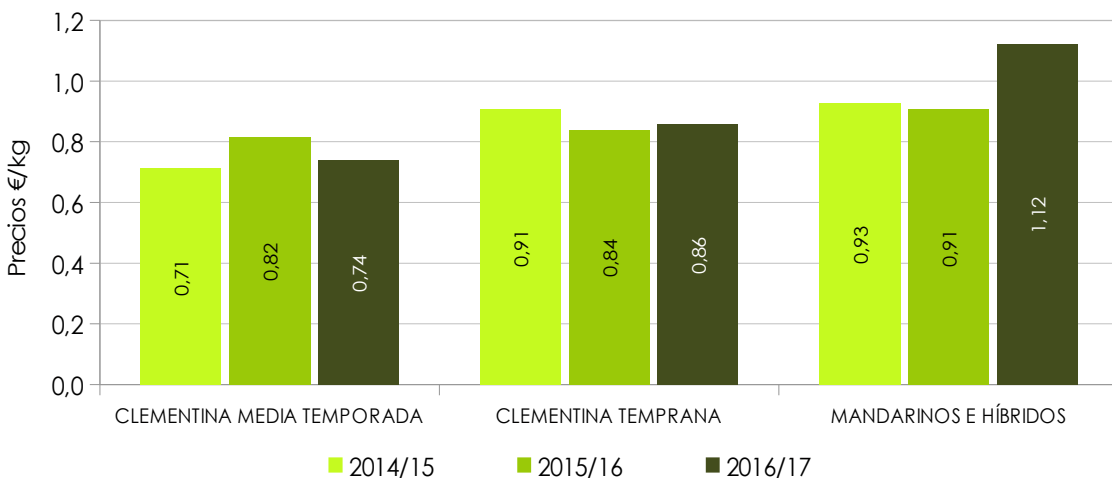
3.2. Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación

En la campaña 2016/17 el precio medio de la mandarina manipulada en general ha sido de 0,89€/kg, es decir, un 7% superior al precio medio alcanzado en la campaña 2015/16. En general, las cotizaciones han seguido la misma tendencia que en años anteriores aunque con una bajada más pronunciada de precios en el primer mes de campaña. Concretamente, en la semana 40 de 2016 el valor medio de la mandarina en general fue de 1,19€/kg, mientras que en la semana 47 fue de 0,71€/kg. Entre los meses de noviembre y enero los precios siguieron una tendencia algo más estable, y fue a partir de enero cuando las cotizaciones incrementaron de forma continua hasta alcanzar un valor máximo de 1,38€/kg en la semana 14 de 2017. En abril, coincidiendo con el final de campaña, las cotizaciones de la mandarina comenzaron a descender hasta alcanzar un valor medio de 0,67€/kg en la semana 20 de 2017.

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



Si analizamos las cotizaciones medias de la mandarina manipulada por variedades observamos que las variedades de mandarina e híbridos y las mandarinas Clementina Temprana son las que han visto aumentar su valor medio en 2016/17 con respecto a 2015/16 en un 24% y un 2% respectivamente. En cambio, el precio medio de las mandarinas Clementina Media Temporada en la campaña 2016/17 ha sido un 9% inferior al alcanzado en la campaña 2015/16.

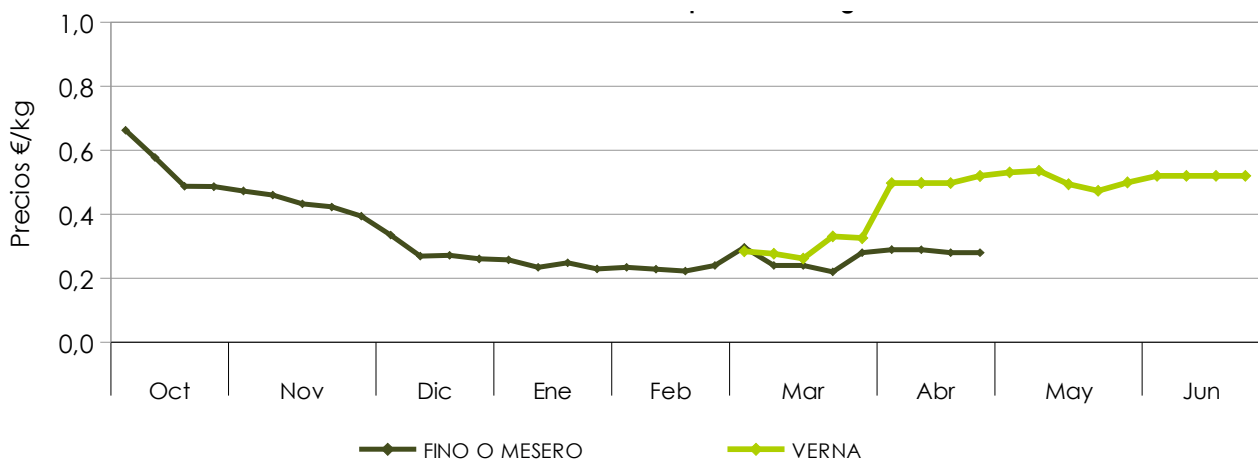


Fuente: Datos del Observatorio de Precios y Mercados, CAPDER.

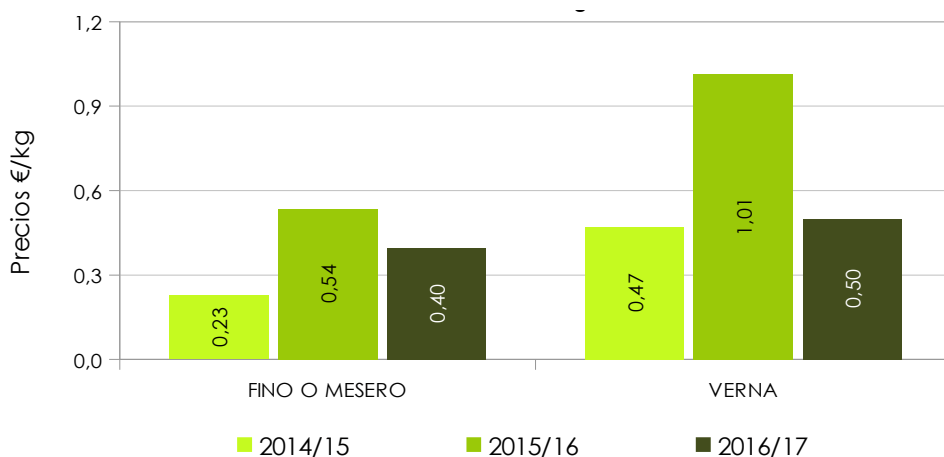
4. LIMÓN

4.1. Análisis de los precios medios en origen

En la campaña 2016/17 las cotizaciones del limón en campo han alcanzado un valor medio de 0,45€/kg, es decir un 30% inferior al precio medio alcanzado en la campaña 2015/16 (0,64€/kg), en la cual los precios fueron especialmente altos, y un 25% superior al valor medio de la campaña 2014/15 (0,36€/kg). En general, las tendencia seguida por las cotizaciones durante la campaña ha sido diferente a la de otros años ya que, desde el mes de noviembre las cotizaciones han seguido una tendencia decreciente continua y el incremento de los precios medios que venía registrándose en otras campañas a partir del mes de enero se ha percibido este año algo más tarde, concretamente en el mes de marzo.



En la campaña objeto de estudio el limón Fino ha alcanzado un valor medio de 0,40€/kg, mientras que, el valor medio del limón Verna ha sido de 0,5€/kg. En general, las cotizaciones medias de estas dos variedades de limón en la campaña 2016/17 han sido inferiores a la campaña 2015/16, en la cual los precios fueron especialmente altos, concretamente un 51% en el limón Verna y un 26% en el limón Fino. Sin embargo, en comparación con la campaña 2014/15 el valor medio alcanzado por ambas variedades en 2016/17 ha sido superior, siendo considerablemente mayor en el caso del limón Fino.

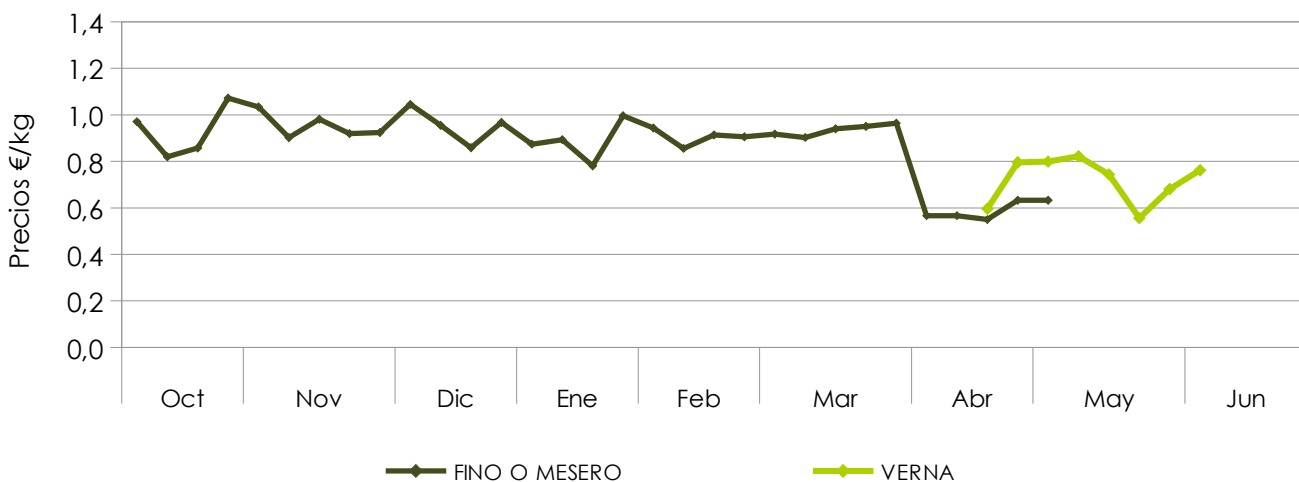


4. LIMÓN

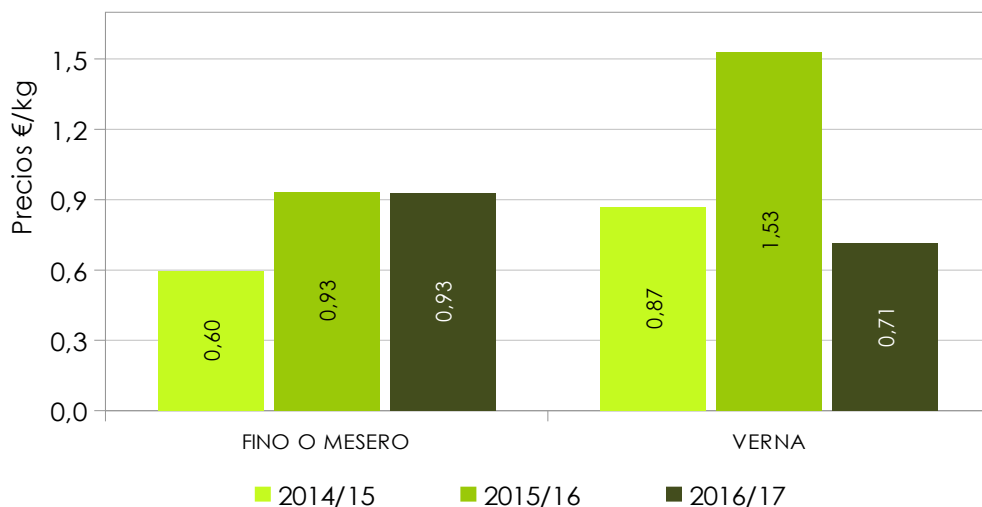
4.2. Análisis de los precios medios a la salida del centro de manipulación

A la salida de la central de manipulación el precio medio del limón en la campaña 2016/17 ha sido de 0,92€/kg, es decir, un 12% inferior al valor medio alcanzado en la campaña 2015/16 (1,05€/kg) y un 37% superior al de la campaña 2014/15 (0,67€/kg).

A diferencia de las campañas precedentes en las cuales las cotizaciones medias del limón siguieron una tendencia creciente desde el mes de diciembre hasta el final de las campañas, las cotizaciones en la campaña 2016/17 han seguido una tendencia irregular hasta el mes de abril y, posteriormente han registrado una bajada general de los precios medios.



Analizando el valor comercial del limón manipulado según la variedad del mismo observamos que el precio medio alcanzado por el limón Fino a la salida de la central de manipulación en la campaña 2016/17 ha sido similar al de la campaña 2015/16, en la cual los precios fueron especialmente altos en comparación con 2014/15. Sin embargo, en la segunda mitad de la campaña donde la oferta del limón Verna andaluz ha coincidido con la entrada en el mercado de la producción de otros países más competitivos y con un descenso de la calidad de la fruta, las cotizaciones medias de este limón en 2016/17 han sido inferiores a las alcanzadas tanto en la campaña 2015/16, como en 2014/15.

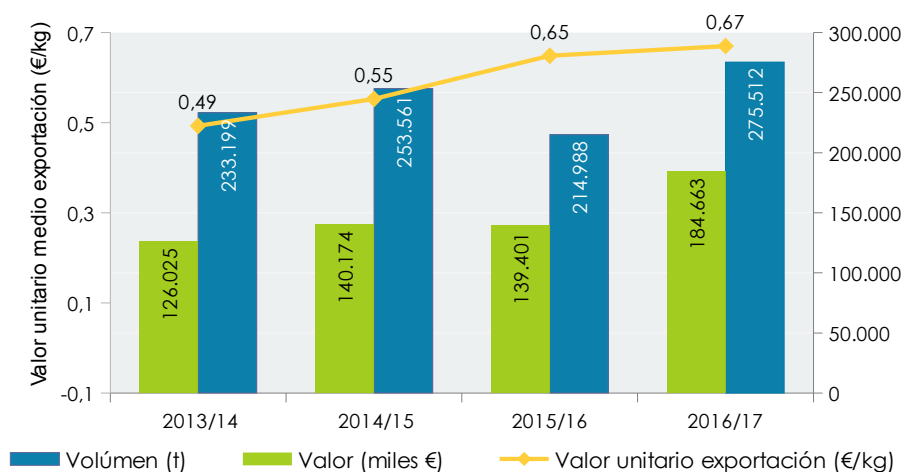


5. Exportaciones

5.1 Naranja

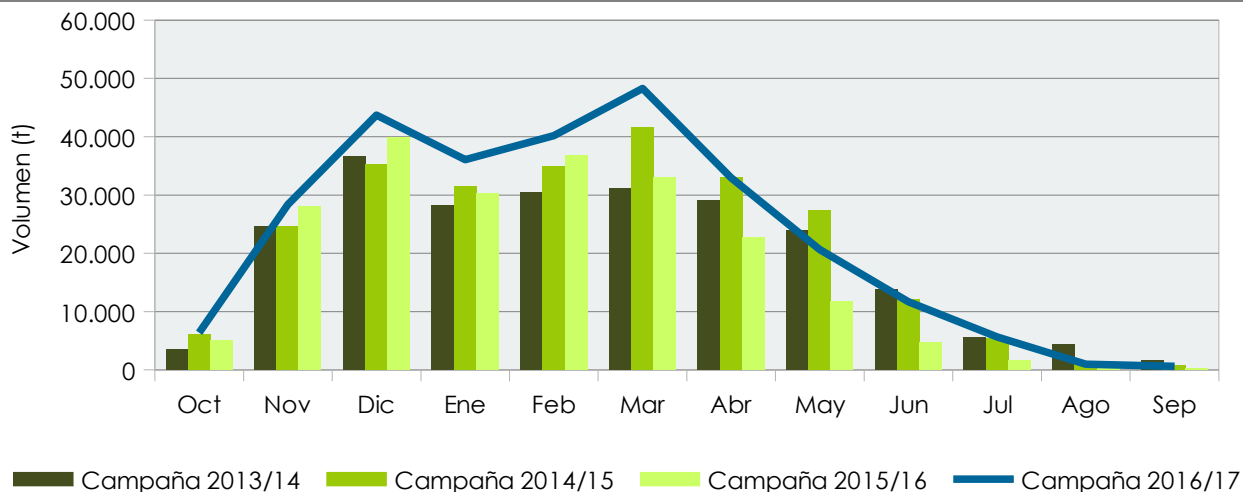
Análisis del volumen y valor unitario medio de las exportaciones de naranja:

En la siguiente gráfica se observa que el valor unitario de la naranja en el mercado exterior ha ido aumentando progresivamente en los últimos años. Concretamente, en la campaña 2016/17 ha habido un aumento de un 28% en el volumen exportado de naranja, así como un aumento del valor unitario del producto de un 3,4%, pasando de 0,65 a 0,67 euros por kilogramo de naranja. Todo ello se traduce en un aumento del 32,5% en el valor total de las exportaciones de naranja andaluza.



Evolución mensual del volumen de las exportaciones de naranja en el periodo 2013/17:

En general, el volumen de naranja andaluza comercializado fuera del país sigue el mismo comportamiento que en las campañas precedentes. Se observa una tendencia creciente hasta el mes de diciembre de 2016, seguido de un descenso en el mes de enero. En los meses siguientes vuelven a incrementar las exportaciones hasta el mes de abril que, coincidiendo con la entrada de campaña de otros productos frutícolas, inician una tendencia decreciente hasta final de campaña. En general los volúmenes han sido superiores a los de las campañas anteriores destacando el incremento del volumen entre los meses de enero y marzo.

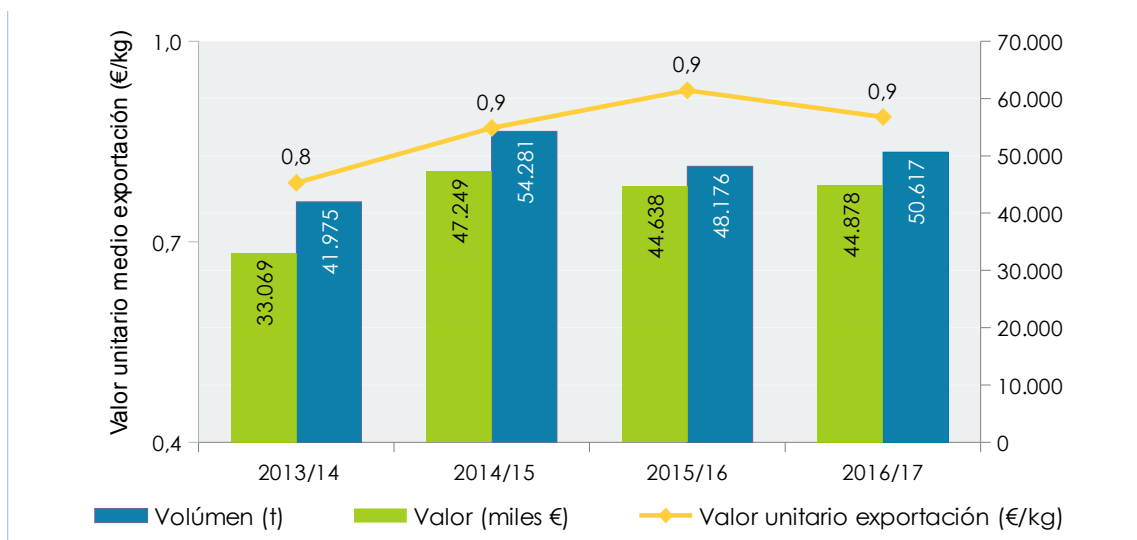


5. Exportaciones

5.2 Mandarina

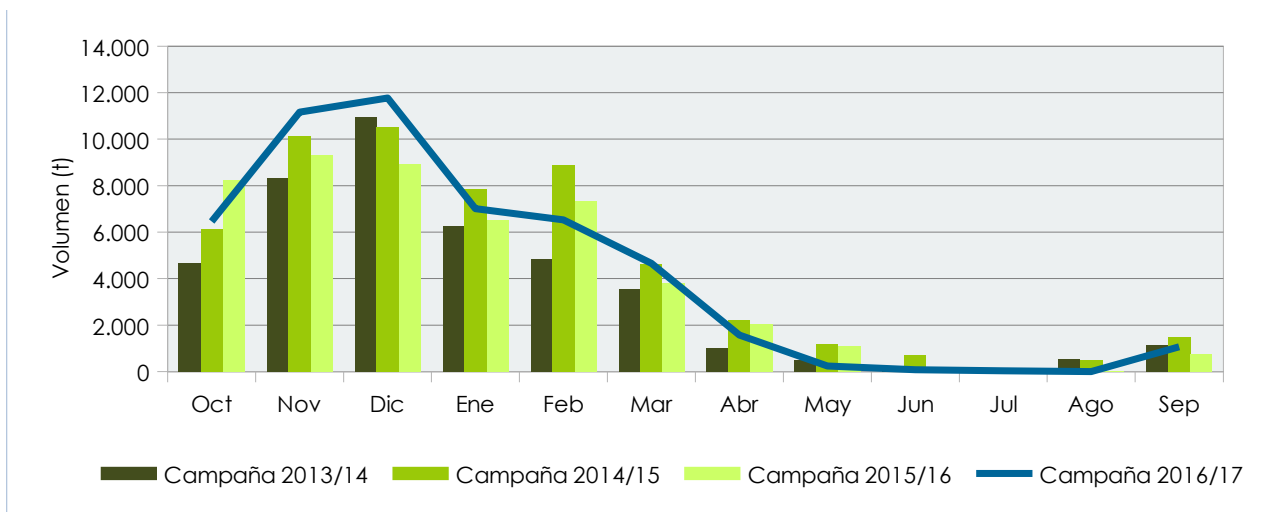
Análisis del volumen y valor unitario medio de las exportaciones de mandarina:

El volumen exportado de mandarina andaluza en 2016/17 ha aumentado en un 5% con respecto a 2015/16. Sin embargo el valor total de las exportaciones ha aumentado en un 0,5%. Esto se debe a descenso del valor unitario medio de la mandarina andaluza en el comercio exterior de un 4% con respecto al año anterior.



Evolución mensual del volumen de las exportaciones de mandarina en el periodo 2013/17:

El general, el volumen total de mandarina andaluza exportado en la campaña 2016/17 han seguido la misma tendencia que en las campañas precedentes. Sin embargo, los volúmenes mensuales comercializados son inferiores a los registrados en los mismos meses en años anteriores, a excepción de los meses de noviembre y diciembre de 2016 donde fueron superiores a los de las tres últimas campañas.

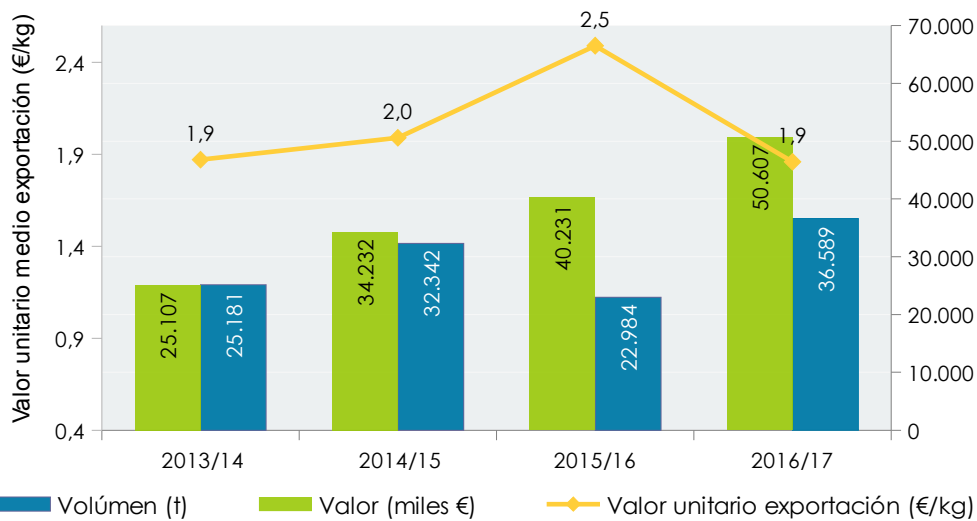


5. Exportaciones

5.3 Limón

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

En la campaña 2016/17 se ha comercializado un 59% más de kilogramos de limón que en la campaña anterior, aunque hay que tener en cuenta que la campaña 2015/16 se comercializó un 29% menos de volumen. Por otro lado, el valor unitario del limón desciende en la campaña objeto de estudio en un 25% con respecto al año anterior, en el cual los precios medios alcanzados fueron exclusivamente altos. Y, como resultado, se obtiene un incremento del 26% en el valor total de las exportaciones en 2016/17 con respecto a la campaña precedente.



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

En la siguiente gráfica se observa como el volumen de limón exportado mensualmente en la campaña 2016/17 no sigue el mismo comportamiento que en campañas anteriores. Por otro lado, los volúmenes mensuales comercializados a lo largo de la campaña son superiores a los de las tres campañas anteriores, a excepción de los meses de junio y julio de la campaña 2014/15 en los cuales hubo una mayor comercialización de limón andaluz.

