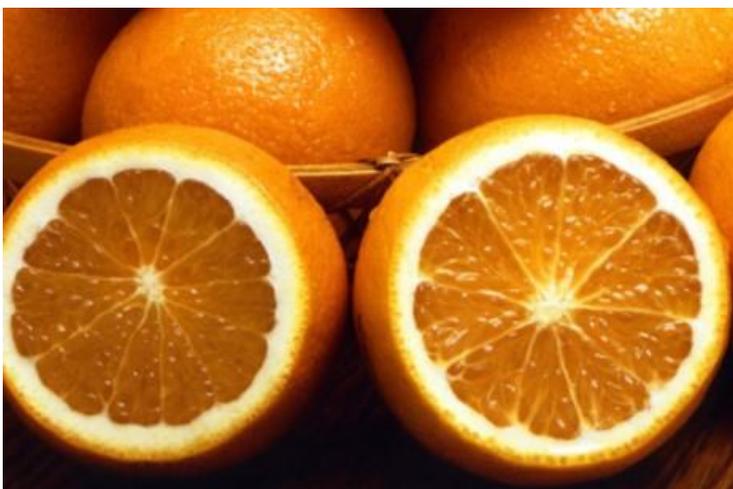


Síntesis final de campaña. Cítricos. Campaña 2020/21

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



1. SÍNTESIS DE CAMPAÑA

La meteorología durante la campaña de cítricos 2020/21 se ha caracterizado por ser extremadamente seca. Hecho que ha repercutido negativamente en la producción final de la campaña, como consecuencia de un menor calibre del producto. En lo que se refiere a la temperatura u otros factores meteorológicos durante el ciclo biológico de formación del fruto, en general, no se han registrado períodos de bajas temperaturas o heladas, ni períodos de intensas lluvias o fuertes vientos, lo que, unido a otros factores como el buen manejo del cultivo, han tenido un efecto positivo en la calidad física y organoléptica de la fruta. Todo ello ha favorecido la obtención de un menor volumen de fruta de destrío que el registrado en la campaña 2019/20, en la cual se observaron problemas morfológicos y de rajado de la piel de la fruta.

Aunque esta climatología suave ha favorecido a la floración y al estado fitosanitario de las plantaciones, durante el mes de abril se registró un aumento de las temperaturas que ocasionaron un adelanto en la floración de las variedades más tempranas de cítricos, lo que ha resultado en un adelanto de entre una semana y diez días en su cosecha. En general, la maduración de la fruta en árbol ha seguido un ritmo óptimo favorecido por el contraste térmico entre las temperaturas nocturna y diurna.

Por otro lado, cabe destacar la tormenta Filomena, que en las dos primeras semanas de 2021 afectó a las labores de recolección de la fruta andaluza debido a las precipitaciones caídas, así como a la producción citrícola del levante andaluz, donde se registraron daños por heladas. Simultáneamente, las bajas temperaturas y las nevadas registradas en el centro del país interrumpieron la circulación de mercancía a nivel nacional, en un momento en el que la demanda de cítricos en Europa aumentaba como consecuencia de las bajas temperaturas. Esta merma en la disponibilidad de fruta, tanto en campo como en almacén, ocasionaron un aumento de las importaciones europeas de cítricos de otros países productores como Italia o Egipto, haciendo estragos en el mercado andaluz de cítricos.

La producción de cítricos de las variedades más tempranas ha estado marcada por un mayor volumen de producción, lo que unido a la escasez de precipitaciones y a las restricciones de riego que han sufrido algunas provincias andaluzas, se tradujo en un mayor porcentaje de la cosecha con bajo calibre, en comparación con otras campañas. La cosecha de las variedades más tardías de cítricos ha registrado una disminución de rendimiento o de la carga de fruta en árbol, sin embargo, las precipitaciones caídas en el mes de mayo favorecieron el engorde de la fruta de estas variedades. Es destacable que algunas variedades de naranja, como es el caso de la variedad Tango, han registrado una doble floración a final del mes de mayo, después de la floración principal de final del mes de abril.

La recolección de la fruta en campo ha llevado, por lo general, un ritmo pausado marcado por la demanda del mercado.

Según los profesionales del sector contactados, es importante resaltar el aumento de costes de producción en la campaña objeto de estudio. Así, al incremento de los costes energéticos, como la luz o el combustible, se une el aumento de los costes de riego debido a la escasez de precipitaciones, así como los costes en el manejo del cultivo. En este sentido, destaca el coste de los tratamientos fitosanitarios como consecuencia del aumento de la lista de materias activas prohibidas por la comisión Europea, lo que supone la utilización de productos con menor eficacia y, por tanto, el aumento en el número de tratamientos necesarios; a la vez que dificulta el control sobre la población del patógeno en cuestión. Este es el caso por ejemplo de la Araña portuguesa (*Eutetranychus* sp.) cuya población ha llegado a triplicarse en la campaña 2020/21 en algunas zonas de producción, como consecuencia de la prohibición del Spirodiclofen.

Por otro lado, y debido a las circunstancias que rodean a la pandemia del COVID, es destacable el incremento de los costes de producción y de transporte. Así, las restricciones y las medidas de seguridad establecidas frente al COVID han originado una reducción en el rendimiento del trabajo (en campo y en almacén); problemas derivados de la conciliación de la vida familiar y laboral; absentismo laboral repentino y el incremento de partidas presupuestarias relacionadas con material EPI o sanitario.

1. SÍNTESIS DE CAMPAÑA

Asimismo, son reseñables los problemas de disponibilidad de contenedores y el incremento de los costes de transporte en general, y marítimo en particular, sufridos durante la campaña.

En general, la demanda de cítricos en el mercado ha sido estable y con volúmenes similares a los comercializados en campañas precedentes, e incluso algo mayor en el caso de la naranja. Sin embargo, no se ha alcanzado el ritmo y la demanda registrada en el campaña 2019/20, defraudando las expectativas de los profesionales del sector que, desde el inicio de la campaña, esperaban registrar el mismo ritmo con el que finalizó la campaña 2019/20.

Al inicio de la campaña 2020/21 la comercialización de la naranja y la mandarina fue aumentando su ritmo conforme disminuía la fruta procedente del hemisferio Sur, almacenada en las cámaras frigoríficas de las grandes plataformas logísticas del mercado. Durante el resto de la campaña, la demanda de cítricos ha estado marcada, entre otros factores, por la entrada de fruta de otros países productores con precios más competitivos; por problemas logísticos de suministro como consecuencia de la borrasca Filomena y por los periodos de bajas temperaturas sufridos en Europa, donde el conocido aporte de vitamina C de esta fruta, así como las recomendaciones de su consumo por parte de la OMS, han aumentado su demanda entre el consumidor final, si bien no tanto como durante el período de confinamiento de 2020.

En lo que se refiere a las cotizaciones medias de la mandarina y la naranja de primera calidad en la campaña 2020/21, éstas han sido superiores a las registradas en campañas precedentes, especialmente en campo, donde el valor de la fruta en árbol ha sido difícil de asumir en ocasiones por las grandes almacenes de manipulación y envasado, que han visto reducidos sus márgenes de beneficio. Resaltan las primeras semanas de la campaña 2020/21, cuando el precio medio de la naranja y la mandarina en campo fue un 25% superior al registrado al inicio de la campaña 2019/20 (periodo en el cual no existía la influencia del COVID en el mercado), y un 24% superior al registrado de media al comienzo de las últimas cinco campañas.

En el caso concreto de limón, desde el principio de la campaña la demanda y las cotizaciones medias de este cítrico han sufrido las consecuencias negativas del COVID, lo que ha llevado a un aumento del volumen de destrío debido a la madurez del fruto en árbol. Aunque la demanda de este cítrico en la gran distribución se ha incrementado levemente, lo cierto es que las restricciones impuestas tanto al canal HORECA, como a las celebraciones de eventos y festejos tradicionales, han reducido considerablemente uno de las principales salidas comerciales de este cítrico. En lo que respecta a las cotizaciones medias del limón, aunque al inicio de campaña el precio medio del limón Fino fue un 28% superior al registrado al principio de la campaña 2019/20, y un 9% superior a las primeras cotizaciones de las cinco campañas precedentes; es resaltable que su valor ha seguido una tendencia negativa desde el inicio de la campaña hasta mediados del mes de marzo de 2021, coincidiendo con el comienzo de la campaña de limón Verna, cuando las cotizaciones se incrementaron en un 25% como consecuencia del mayor valor comercial de este limón y la disminución de la oferta del limón Fino o temprano.

En cuanto al mercado de zumo, cada vez más importante en Andalucía, cabe destacar la parada debida a la carga de zumo en tanques almacenado en la campaña previa, así como la comercialización y entrada de zumo concentrado procedente de los países reconocidos como mayores productores de zumo a nivel mundial: Brasil, Estados Unidos y México.

En lo que se refiere a la comercialización en el mercado internacional, se debe señalar que las exportaciones de cítricos en la campaña 2019/20, concretamente, naranja, mandarina y limón, han descendido en un 7,3% en volumen (316.045 t) y en un 8,7% en valor económico (262.965 miles euros), con respecto a las exportaciones registradas en la campaña 2019/20. Concretamente, y en lo que se refiere al volumen de exportación, mientras la mandarina y el limón incrementaron su volumen en un 13% y un 9%, respectivamente; la naranja lo redujo en un 12%. En cambio, y en lo que se refiere al valor unitario de exportación, mientras la naranja aumentó su valor en cerca de un 2%, la mandarina lo redujo en un 13% y el limón en un 17%.

1. SÍNTESIS DE CAMPAÑA

Sin embargo, si se comparan las exportaciones de la campaña objeto de estudio con los datos registrados entre la campaña 2015/16 y la campaña 2018/19, se obtiene que el volumen exportado en la campaña 2020/21 de naranja, mandarina y limón, así como el valor económico de dichas exportaciones, han sido un 4% y un 22% superiores, respectivamente. En lo que se refiere al volumen exportado, resalta el incremento del 43% en la exportación de limón, frente al 0,4% de la naranja y el 1,9% de la mandarina. Sin embargo, en lo que se refiere al valor unitario de exportación resalta el incremento del 20% y del 14,5% de la naranja y la mandarina, frente al descenso del 9% del limón.

Por otro lado, y en lo que respecta a los acuerdos en el mercado internacional, el sector se encuentra satisfecho por los acuerdos llegados en las negociaciones del BREXIT. Es destacable que tras el Acuerdo de Comercio y Cooperación alcanzado como definitivo del 1 de mayo entre la Comisión Europea y el Reino Unido, aunque las exportaciones a este país han supuesto una mayor gestión y formalidad documental en los envíos, las exportaciones de cítricos andaluces no se han visto afectadas. Del mismo modo, el sector se alegra del fin de los aranceles a los cítricos, en el mercado estadounidense durante los próximos cuatro años.

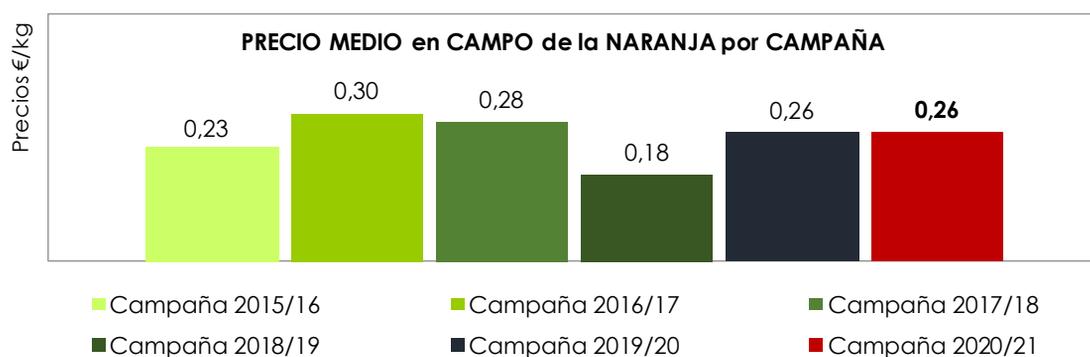
En lo que respecta al acuerdo de MERCOSUR, firmado en el año 2019 pero aún pendiente de ser ratificado de forma definitiva por razones de carácter medioambiental, el sector citrícola andaluz se encuentra preocupado por la invasión de cítricos sudamericanos (especialmente de Brasil) en el mercado europeo y el daño económico y de rentabilidad que supondría para el sector de cítricos andaluz. En lo que se refiere al veto de Rusia impuesto a Europa en el año 2014 -y vigente hasta el 31 de diciembre de 2021- el sector continúa buscando mercados alternativos, después de que Europa prorrogase por seis meses más, hasta el 31 de enero de 2022, las sanciones que viene imponiendo a Rusia por la invasión a Crimea y la desestabilización de otras zonas de Ucrania.

Por último, cabe resaltar que el sector mantiene su preocupación en la reciente reapertura del mercado de cítricos entre Argentina y Europa, a lo que se une el incremento de las importaciones a Europa de cítricos provenientes de países competidores como Sudáfrica, Marruecos o Egipto. Además del efecto que este aumento de oferta tiene en la demanda y en las cotizaciones de los cítricos andaluces, son países, todos ellos, potencialmente responsables de posibles riesgos fitosanitarios para nuestro país.

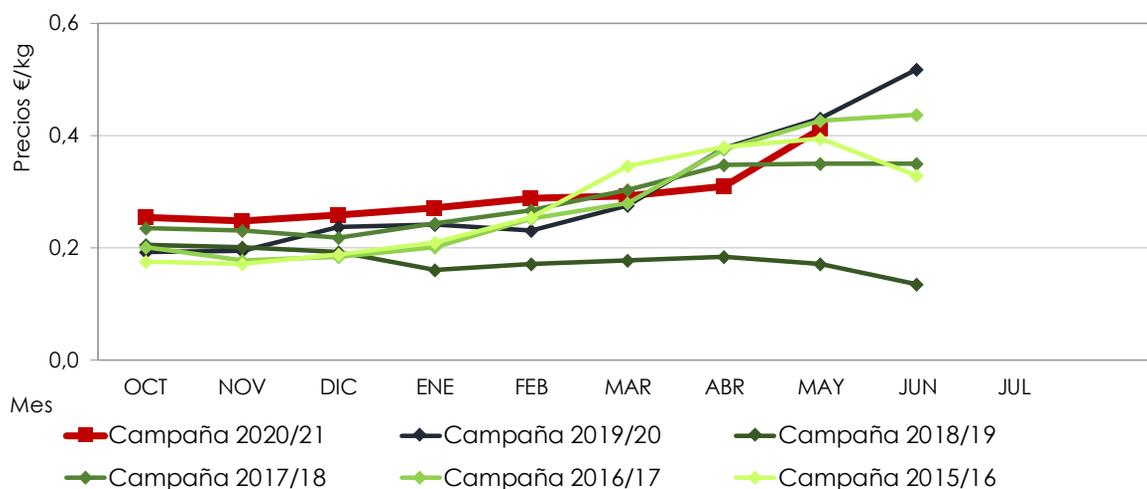
2. NARANJA

2.1. Análisis de los precios medios en origen

Atendiendo a los datos de la campaña 2020/21 recopilados por el Observatorio de Precios y Mercados, las cotizaciones medias de la naranja andaluza liquidadas al agricultor en árbol han alcanzado **un valor medio de 0,26€/kg**, precio ligeramente superior (0,8%) al alcanzado en la campaña 2019/20 y un 6% superior al precio medio registrado entre las campañas 2015/16 y 2018/19 (0,25 Euros/kg).



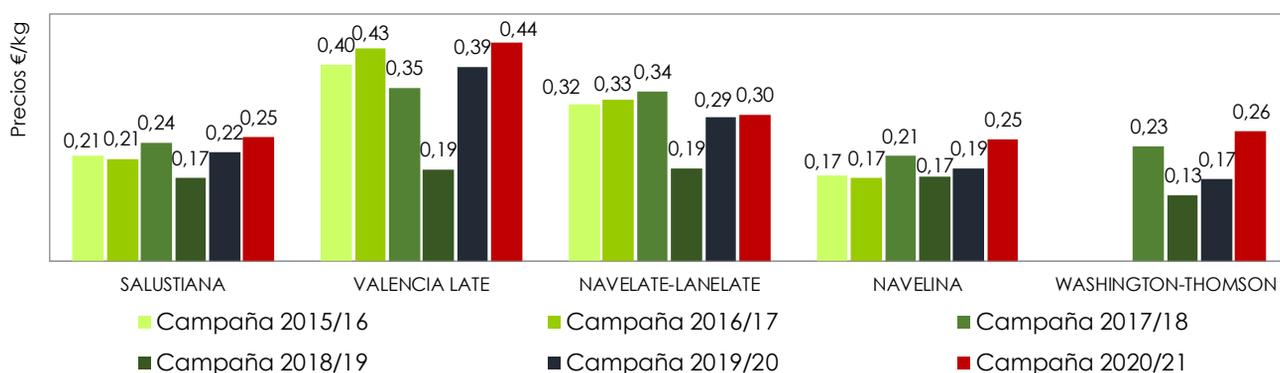
La evolución mensual del precio medio de la naranja en los primeros meses de la campaña 2020/21 ha registrado un comportamiento similar al registrado en las campañas precedentes. En concreto, se observa una tendencia positiva relativamente estable desde el inicio de la campaña hasta el mes de abril de 2021, registrando un crecimiento medio mensual del 3%. Sin embargo, la tendencia al alza de las cotizaciones iniciada otros años en los meses de febrero-marzo, coincidiendo con las variedades tardías de naranja, no se refleja en la campaña objeto de estudio hasta el mes de mayo de 2021, cuando el precio medio se incrementó en un 33% debido al incremento del volumen comercializado de variedades más tardías y a un final algo precipitado de la campaña.



2. NARANJA

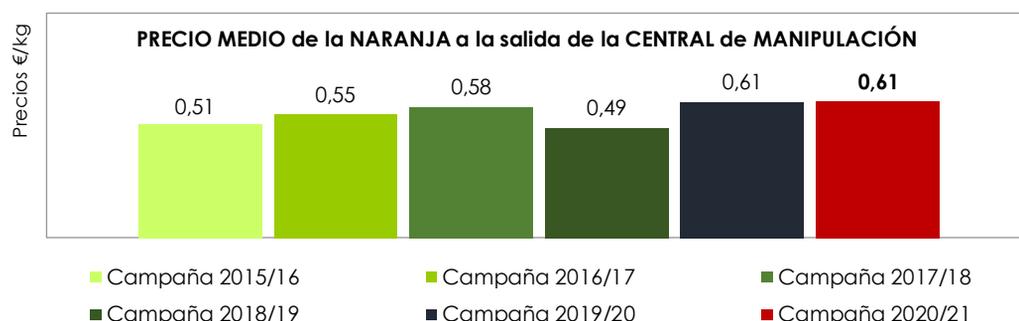
2.1. Análisis de los precios medios en origen

Si se comparan las cotizaciones medias de las distintas variedades durante la campaña objeto de estudio con las campañas precedentes, resalta el incremento del valor medio de las variedades tempranas de naranja, como es el caso de la Navelina que aumenta su valor en un 31%; frente al incremento del 12% y del 2% del precio medio de las naranjas Valencia Late y Navelate Lanelate. Si se tiene en cuenta un periodo más amplio, entre la campaña 2015/16 y la campaña 2018/19, resalta el aumento del valor de las naranjas Navelinas, Valencia Late y Salustianas con un incremento del 36%, 30% y 21%, respectivamente.



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

En general, las cotizaciones medias de la naranja a la salida de la central de manipulación han ido al alza en los últimos seis años, a excepción de la campaña 2018/19 en la que disminuyeron en un 16% con respecto a la campaña precedente. Así, el precio de la naranja manipulada en la campaña 2020/21 ha registrado un **precio medio de 0,61 Euros/kg**, precio similar, aunque algo superior (0,3%), al registrado en al campaña anterior y un 14% superior al precio medio alcanzado entre las campañas 2015/16 y 2018/19 (0,53 Euros/kg).



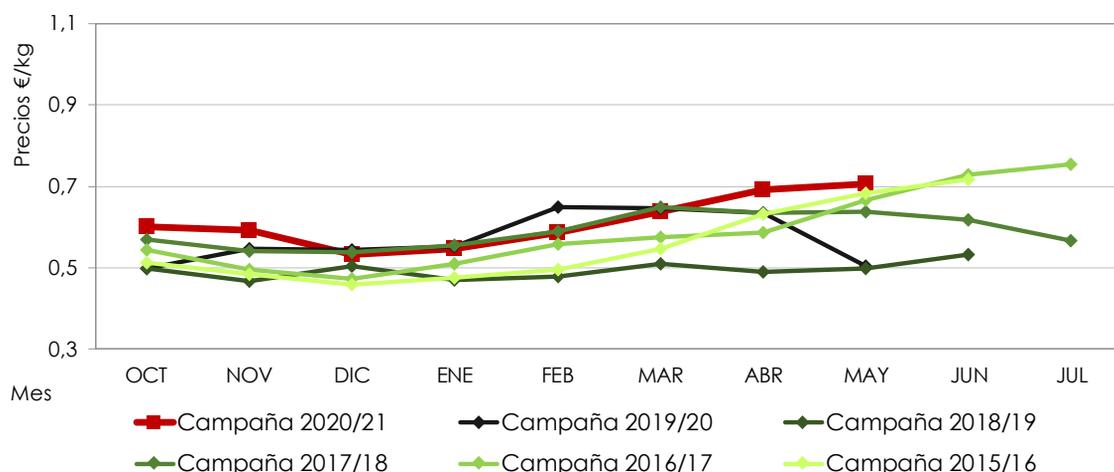
Fuente: Datos disponibles hasta la fecha del informe en el Observatorio de Precios y Mercados, CAGPDS. Nota: el OPM no dispone de datos suficientes de la variedad Washington-Thomson en las campañas 2015/16 y 2106/17.

Al igual que ocurre en origen, la evolución mensual de las cotizaciones medias de la naranja manipulada en la campaña 2020/21 ha seguido un comportamiento similar al resto de las campañas, exceptuando un menor incremento del precio medio de aquellas variedades más tardías, así como un adelanto del final de la campaña.

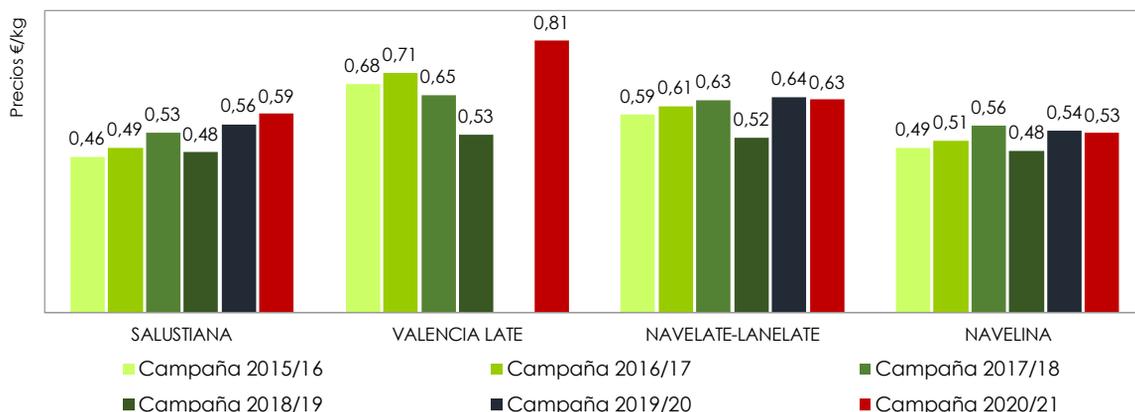
2. NARANJA

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

Así, el valor de la naranja se ha mantenido relativamente estable durante los dos primeros meses de 2020; posteriormente las cotizaciones descendieron en un 10% en el mes de diciembre, para comenzar una tendencia positiva continua del 6% mensual desde el mes de enero de 2021 y hasta el final de la campaña. Así, la campaña comenzó en el mes de octubre con un precio medio de 0,60 euros/kg y su valor ha oscilado entre un mínimo de 0,53 euros/kg (diciembre de 2020) y un máximo de 0,71 euros/kg (mayo de 2021).



Analizando las cotizaciones según variedades, se observa que, mientras las Salustianas incrementan su valor medio (0,59 euros/kg) en un 6% con respecto a la campaña 2019/20 (0,56 euros/kg), las Navelinas (0,53 euros/kg) y las Navelate Lanelate (0,63 euros/kg) lo reducen en un 1% de media (0,54 euros/kg y 0,64 euros/kg, respectivamente). No obstante, si se comparan los datos de la campaña objeto de estudio con las cotizaciones medias entre las campañas 2015/16 y 2018/19, se obtiene un crecimiento positivo en todas las variedades, destacando las variedades Valencia Late y Salustianas, con un aumento del 26% y el 21%, respectivamente, seguidas de las variedades Navelate y Lanelate, con un 8% de crecimiento, y las naranjas Navelinas con un incremento del 5%.

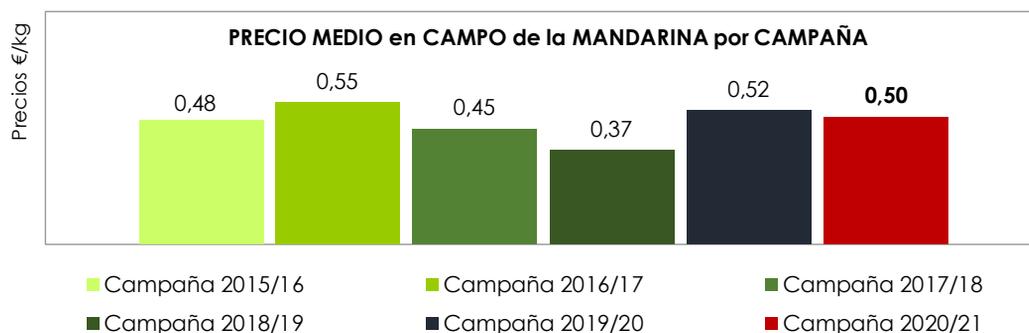


Fuente: Datos disponibles hasta la fecha del informe en el Precios y Mercados, CAGPDS. Nota: el OPM no dispone de datos suficientes de la variedad Valencia Late en la campaña 2019/20.

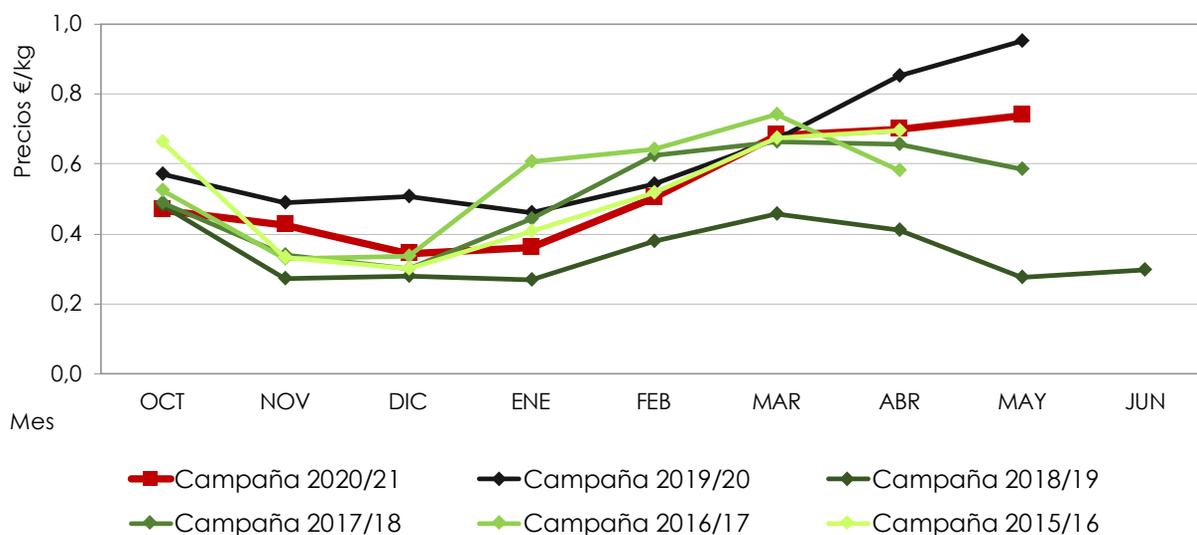
3. MANDARINA

3.1. Análisis de los precios medios en origen

En la campaña 2020/21 las **cotizaciones medias de las mandarinas andaluzas (0,50 euros/kg)** han disminuido en un 4% con respecto al valor medio registrado en la campaña 2019/20 (0,52 euros/kg). Sin embargo, si se tiene en cuenta el valor medio alcanzado por este cítrico entre las campañas 2015/16 y 2018/19, cuando el precio medio fue de 0,46 euros/kg, se obtiene que el precio medio de la mandarina en la campaña 2020/21 ha sido un 8% superior a éste último.



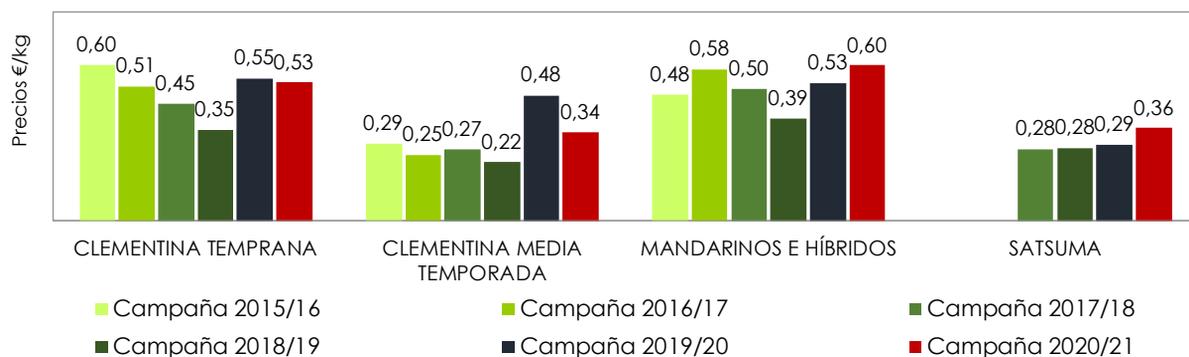
La evolución mensual de las cotizaciones medias de la mandarina en árbol en la campaña 2020/21 ha seguido un comportamiento relativamente similar al registrado en otras campañas a excepción de una caída del valor en los meses de enero y febrero de 2021. En concreto, en esta campaña se observa una pendiente negativa desde octubre de 2020 hasta enero de 2021, para luego incrementarse hasta el final de la campaña, que llega en el mes de mayo de 2021, coincidiendo con la disminución de la oferta y con la cosecha de las variedades más tardías de mayor valor comercial.



3. MANDARINA

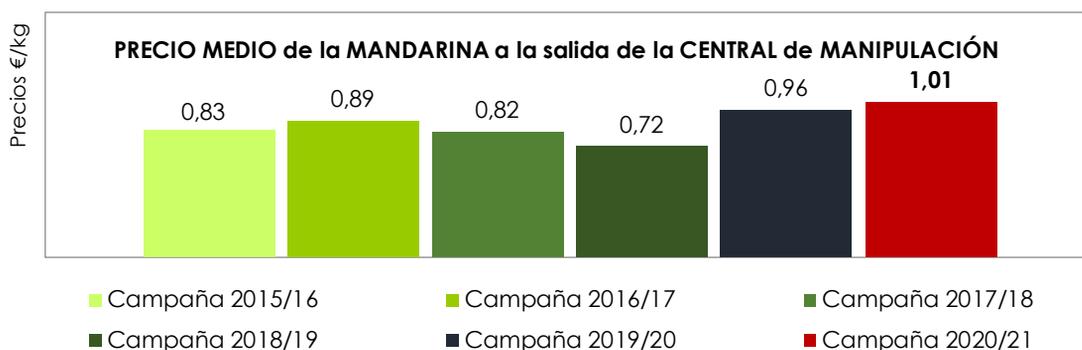
3.1. Análisis de los precios medios en origen

Si se comparan las cotizaciones medias de cada variedad durante la campaña 2020/21 con las registradas en la campaña 2019/20, se observa que mientras las Clementinas tempranas y las Clementinas de Media estación reducen su valor en un 3% y un 29% respectivamente, las Mandarinas e Híbridos y las Satsumas han aumentado su precio medio en un 13% y 23%, respectivamente. La campaña 2019/20 también estuvo marcada por la pandemia del COVID, por lo que si se comparan los datos de la campaña 2020/21 con los precios medios obtenidos entre las campañas 2015/16 y 2018/19, se obtiene que todas las variedades alcanzan un valor mayor en la campaña objeto de estudio con incrementos en la Clementina de Media Temporada del 31%, en la Satsuma del 29%, en las Mandarinas e Híbridos del 22% y en las Clementinas Tempranas del 12%.



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

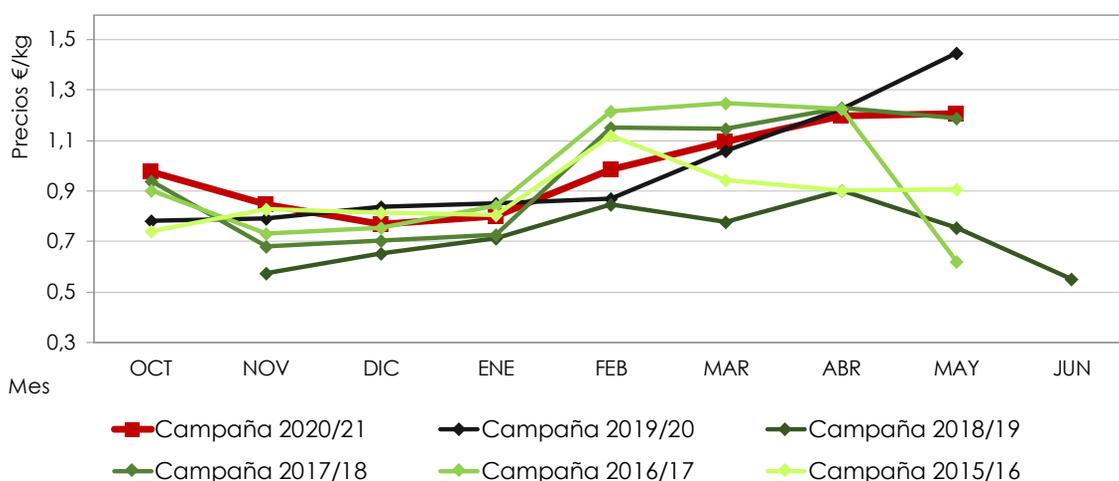
El **valor medio de la mandarina andaluza a la salida de la central de manipulación** durante la campaña 2019/20 ha sido de **1,01€/kg**, un 5% superior al precio medio de la campaña precedente (0,96€/kg) y un 24% superior al precio medio registrado entre las campañas 2015/16 y 2018/19 (0,82€/kg).



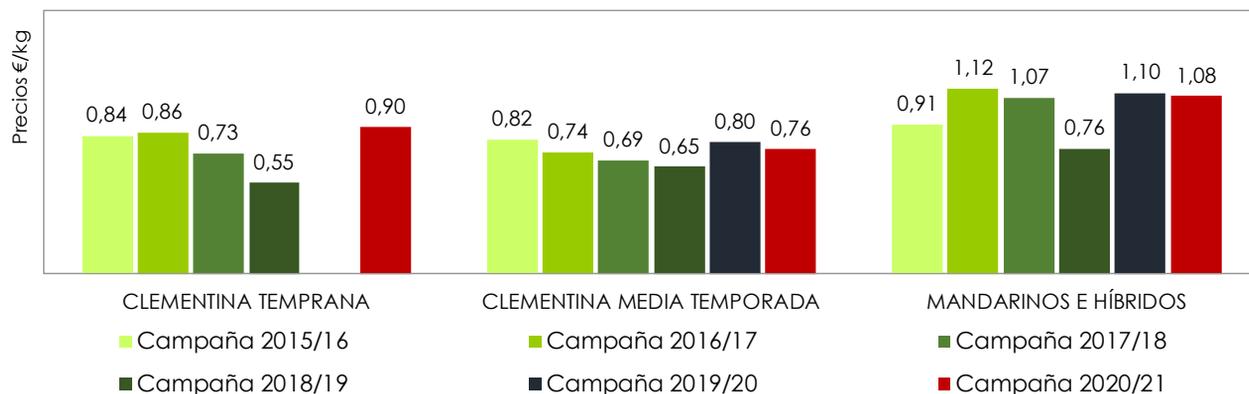
3. MANDARINA

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

En general, el comportamiento mensual de las cotizaciones de la campaña 2020/21 ha sido relativamente similar al registrado en las campañas precedentes. Las cotizaciones han seguido una pendiente decreciente desde el mes de octubre hasta el mes de diciembre, con una disminución media del 11%; posteriormente y a partir del mes de febrero, las cotizaciones siguen una tendencia alcista con un crecimiento medio mensual del 11% hasta finales de campaña.



Analizando los precios medios de las distintas variedades y comparando con los datos de la campaña 2019/20, se obtiene que todas las variedades han reducido su valor. En concreto, se observa que las Mandarina e Híbridos han reducido su precio en un 1%, mientras que las Clementinas de Media Temporada lo han hecho en un 5%. Sin embargo, dejando atrás la campaña precedente en la que la pandemia también hizo estragos, y comparando las cotizaciones de la campaña 2020/21 con los datos medios entre las campañas 2015/16 y la campaña 2018/19, se obtiene que todas las variedades han registrado un incremento de valor. Las Clementinas Tempranas han aumentado su valor en un 20%, los Mandarinos e Híbridos en un 12% y las Clementinas de Media Temporada en un 5%.

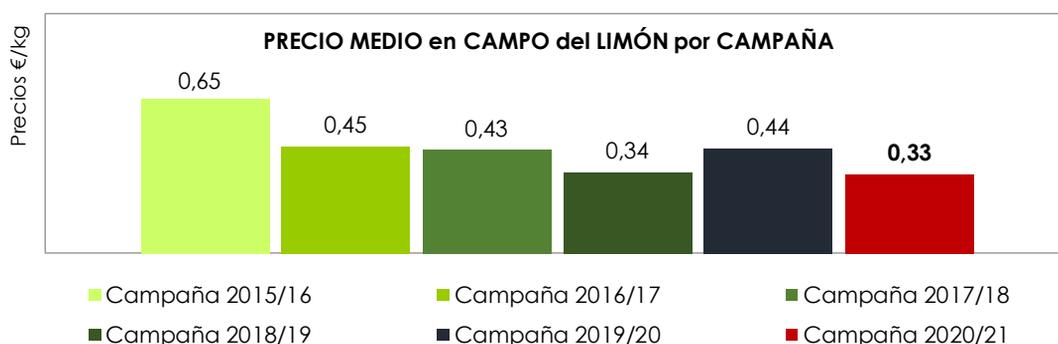


Fuente: Datos disponibles hasta la fecha del informe en el Observatorio de Precios y Mercados, CAGPDS. Nota: el OPM no dispone de datos suficientes de la variedad Clementina Temprana en la campaña 2019/20.

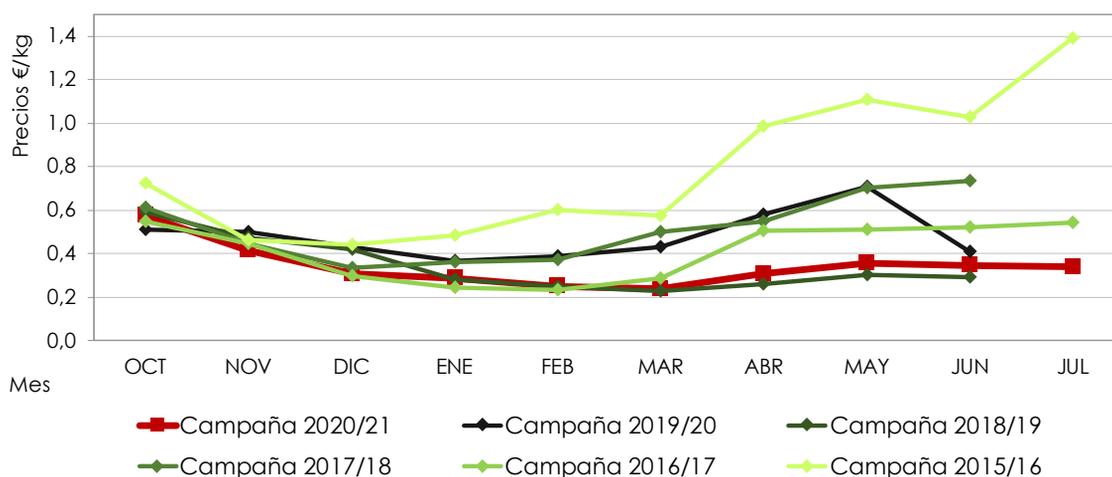
4. LIMÓN

4.1. Análisis de los precios medios en origen

El sector del limón ha sufrido desde el principio de la campaña las restricciones impuestas por el COVID en el canal HORECA y en la celebración de eventos y festejos, principales líneas de venta de este cítrico. Así, el precio medio del limón andaluz en la campaña 2020/21 (0,33 euros/kg) ha sido un 25% inferior al registrado en la campaña 2019/20 (0,44 euros/kg) y un 29% inferior al precio medio registrado entre las campañas 2015/16 y 2018/19, el cual fue de (0,47 euros/kg).



En la primera parte de la campaña 2020/21 la evolución de las cotizaciones medias mensuales del limón ha seguido un comportamiento similar al de campañas precedentes, a excepción de un descenso de su valor medio en el mes de diciembre de 2020. Sin embargo, en la segunda parte de la campaña, a partir del mes de febrero de 2021, no se ha registrado la tendencia positiva en el precio medio de este cítrico característica del final de la campaña del limón temprano o Fino y el principio de la campaña del limón tardío o Verna. Concretamente, en el caso del limón Fino, desde el inicio de la campaña 2020/21 y hasta el final de la misma, su precio ha ido en descenso continuo sin llegar a registrar la pendiente positiva que en campañas precedentes se observaba desde el mes de enero hasta finales de campaña. Y, en el caso del limón Verna, aunque las cotizaciones han sido algo más irregulares y han registrado cierta tendencia positiva, tampoco se ha llegado a alcanzar el crecimiento registrado en campañas precedentes.

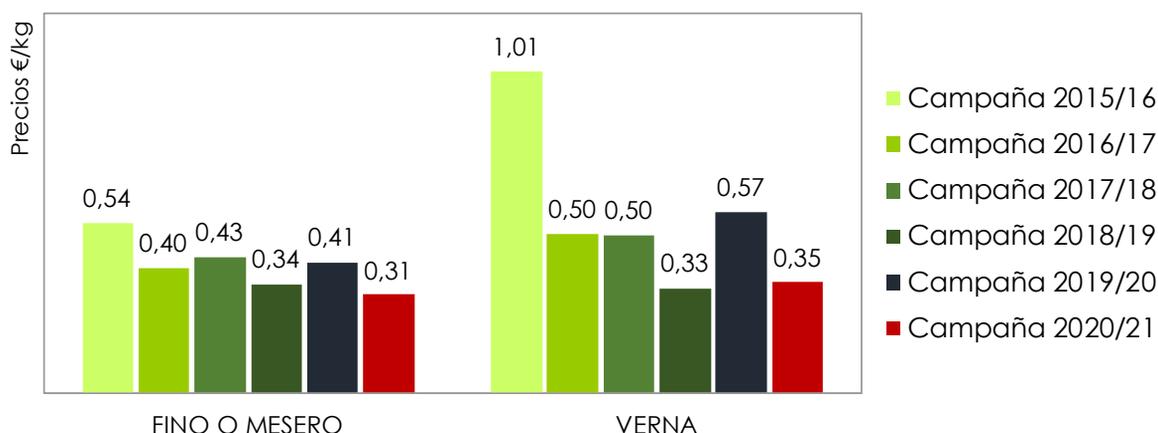


4. LIMÓN

4.1. Análisis de los precios medios en origen

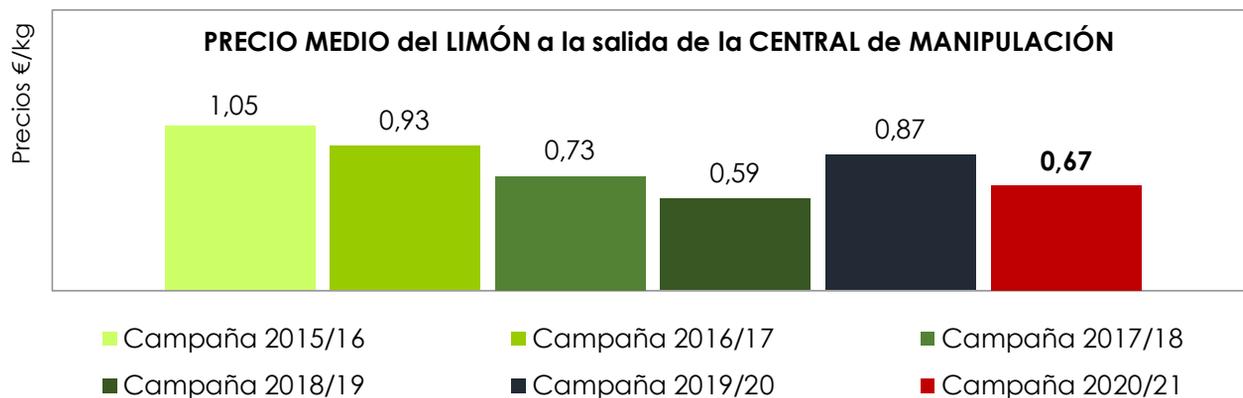
Si se analiza el precio medio por campaña de las principales variedades de limón andaluz durante la campaña 2020/21, se observa que, al igual que en otras campañas, el precio medio del limón Verna (0,35 euros/kg) supera al valor del limón Fino (0,31 euros/kg). Por otro lado, se observa una disminución del 24% y del 38% en los precios medios del limón Fino y Verna respectivamente, con respecto a la campaña 2019/20.

Si se compara el precio medio del limón Fino (0,43 euros/kg) y Verna (0,59 euros/kg) entre las campañas 2015/16 y 2018/19 con el valor registrado en la campaña 2020/21, este descenso pasa a ser del 27% en el caso del Fino y del 40% en el limón Verna.



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

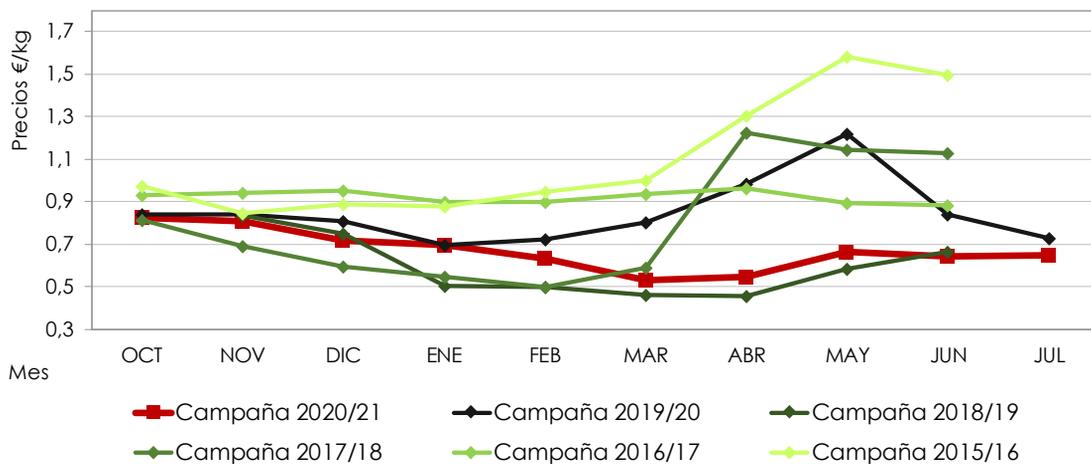
Si se analiza el precio medio del limón en la campaña 2020/21 a la salida de la central de envasado (0,67 euros/kg) y se compara con el registrado en la campaña 2019/20 (0,87 euros/kg) se observa una disminución del 23%; mientras que si se tiene en cuenta el precio medio del limón entre las campañas 2015/16 y 2018/19 (0,82 euros/kg) este descenso en el precio es del 19%.



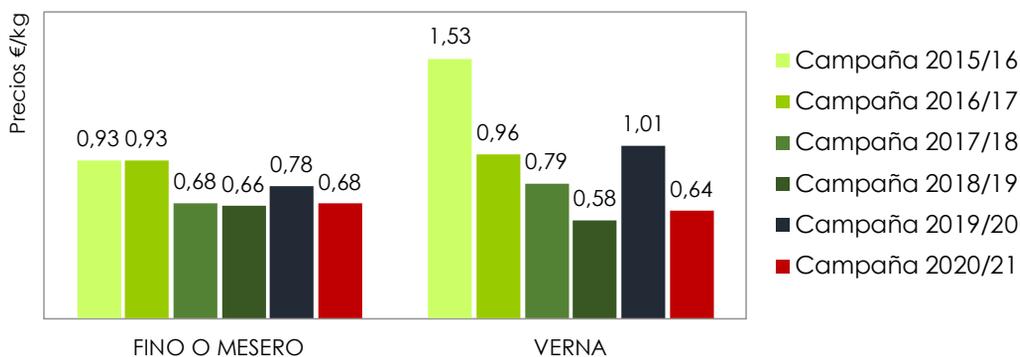
4. LIMÓN

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

Del mismo modo que ocurre en campo, las cotizaciones medias a la salida de la central de manipulación han seguido una pendiente descendiente prácticamente en toda la campaña 2020/21, exceptuando el aumento de las mismas en el mes de abril de 2021, coincidiendo con el final de la campaña del limón Fino y el principio de la campaña del limón Verna. Concretamente, esta pendiente positiva en las cotizaciones medias del limón Verna se mantuvo durante los meses de abril y mayo de 2021; sin embargo, desde el mes de y hasta el final de la campaña, las cotizaciones han seguido un comportamiento estable.



Analizando las cotizaciones medias a la salida de la central de manipulación, según la variedad de limón, se obtiene que los precios registrados en la campaña 2020/21 han sido 0,68 euros/kg y 0,64 euros/kg para los limones Fino y Verna, respectivamente. A diferencia de otras campañas, el precio medio del limón Fino ha sido un 6,6% superior al Verna, como consecuencia de la ausencia del incremento de precio que las cotizaciones de limón suelen registrar en la segunda parte de la campaña. Si se comparan estos datos con los de la campaña 2019/20 -con precios de 0,78 euros/kg para el limón Fino y 1,01 euros/kg para el Verna- se obtiene una disminución del 13% y del 37% respectivamente. Esta disminución pasa a ser del 15% y del 34% si la comparación se realiza con el precio medio del limón Fino (0,80 euros/kg) y del limón Verna (0,97 euros/kg) entre las campañas 2015/16 y 2018/19.



5. EXPORTACIONES

5.1 Naranja

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

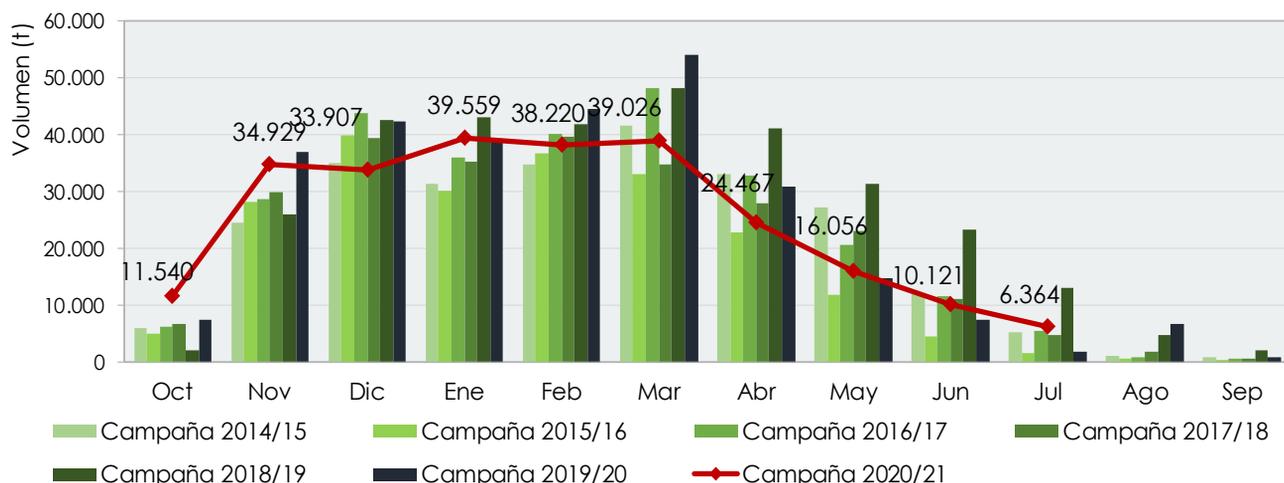
En las exportaciones andaluzas de naranja registradas entre octubre de 2020 y julio de 2021 (campaña 2020/21) el valor unitario medio de este cítrico ha aumentado en un 0,2% con respecto al registrado en el mismo periodo de la campaña 2019/20. Concretamente se registra un precio medio de 0,75 euros/kg, el mayor registrado en las últimas campañas. Sin embargo, el volumen exportado ha disminuido en un 9,2% (254.191 t) y, consecuentemente, el valor económico de las mismas ha disminuido en un 9% (190,4 millones de euros).



Nota: Debido a que a la fecha del informe los datos de exportaciones disponibles son hasta el mes de julio de 2021, los datos de cada campaña corresponden al periodo entre el mes de octubre y el mes de julio.

Evolución mensual del volumen de las exportaciones de naranja en el periodo 2014-2021

Si se analiza el volumen mensual exportado de naranja en la campaña 2020/21, se observa que éste sigue un comportamiento similar al registrado en las campañas precedentes, a excepción del descenso registrado en los meses de diciembre de 2020 y marzo de 2021. En general, el volumen comercializado en la campaña 2020/21 ha sido inferior al registrado en otras campañas, aunque destaca el incremento del volumen de los meses de octubre, noviembre y enero. Entre los principales destinos de estas exportaciones de naranja andaluza se encuentran Alemania, Francia y Países Bajos.



5. EXPORTACIONES

5.2 Mandarina

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

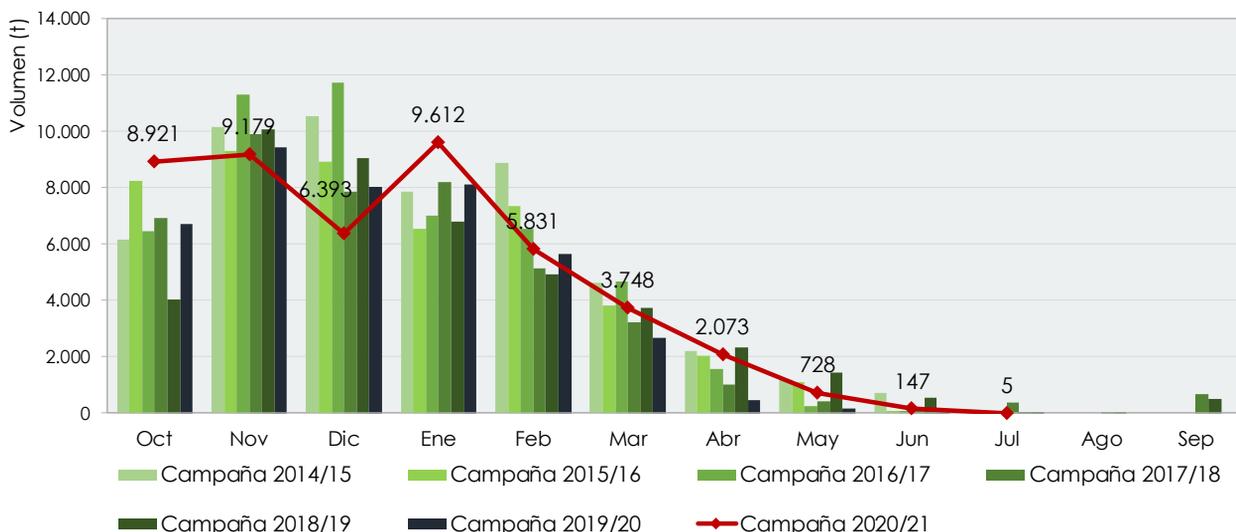
El volumen exportado de mandarina andaluza entre octubre de 2020 y julio de 2021 ha sido de 46.637 toneladas, registrando un aumento del 12,8% con respecto a las exportaciones registradas en los mismos meses de la campaña precedente. Sin embargo, el valor unitario de este cítrico en el mercado de exportación se ha reducido en un 13%, alcanzando un valor medio de 1 euro/kg. Consecuentemente, el valor económico de estas exportaciones se ha reducido en un 1,6% hasta registrar un valor total de 46,7 millones de euros.



Nota: Debido a que a la fecha del informe los datos de exportaciones disponibles son hasta el mes de julio de 2021, los datos de cada campaña corresponden al periodo entre el mes de octubre hasta el mes de julio.

Evolución mensual del volumen de las exportaciones de mandarina en el periodo 2014/21

Analizando la evolución mensual del volumen exportado de mandarina se observa que, en general, sigue un comportamiento similar al registrado en años anteriores; a excepción de la caída en las exportaciones del mes de diciembre de 2020 y de los incrementos en los meses de octubre de 2020 y enero de 2021. El principal destino de las exportaciones de mandarina andaluza es el país vecino Portugal, seguido de Francia, Alemania, Países Bajos y Reino Unido.

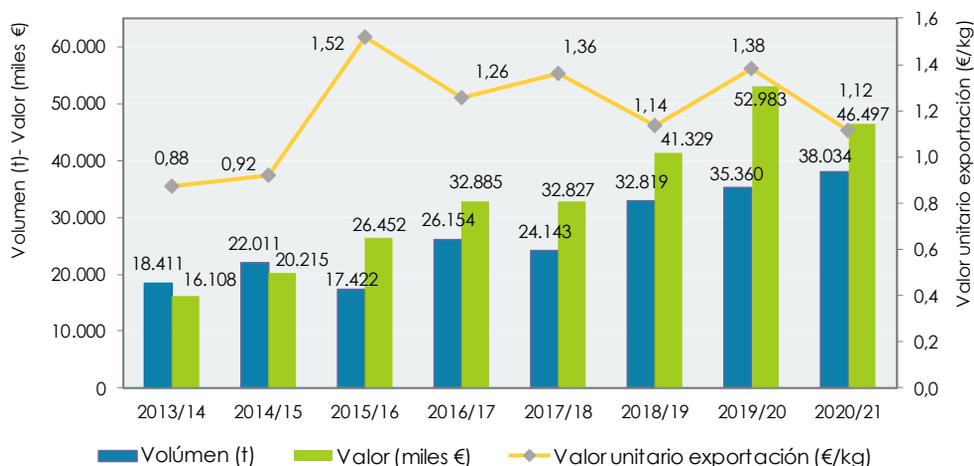


5. EXPORTACIONES

5.3 Limón

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

Las exportaciones de limón durante la campaña 2020/21, concretamente entre octubre de 2020 y julio de 2021, se han incrementado en un 7,6% con respecto a la campaña precedente, llegando a alcanzar un volumen total de 38.034 toneladas. Sin embargo, la disminución del 19,2% en el valor unitario de este cítrico (1,12 euros/kg) ha tenido como resultado una disminución del 12,2% en el valor económico de las exportaciones, registrado un valor total en la campaña objeto de estudio de 38,03 millones de euros.



Nota: Debido a que a la fecha del informe los datos de exportaciones disponibles son hasta el mes de julio de 2021, los datos de cada campaña corresponden al periodo entre el mes de octubre hasta el mes de julio.

Evolución mensual del volumen de las exportaciones de limón en el periodo 2014/21

Si se analizan las exportaciones mensuales de limón durante la campaña 2020/21 se observa que, con cantidades mayores, la tendencia es similar a la de años anteriores, exceptuando el aumento de las mismas en enero de 2021 y la caída significativa de los meses de febrero y abril de del mismo año. Francia y Alemania fueron los principales destinos del volumen exportado de limón andaluz, seguidos de Italia, Portugal y Reino Unido.

