

Boletín de seguimiento de campaña 2010/11 Sector cítricos

LIMÓN





Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación
3. Precio medio en centro de manipulación por producto
4. Precio medio en centro de manipulación por variedad
5. Incidencias de campaña

1. Notas metodológicas (I)

↪ Los precios presentados en este boletín son extraídos de las consultas al Observatorio de precios y mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios>).

↪ El **precio en centro de manipulación (CM)** se define como el precio de la mercancía situada sobre el camión en el muelle de la comercializadora. Este precio incluye costes de estructura, mano de obra y envasado. Se diferencian dos tipos de precios medios en centro de manipulación:

↪ **Precio medio en CM por producto.** Se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas de producto utilizando una ponderación semanal del volumen.

↪ **El precio medio en CM por variedad.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en CM por producto, con la salvedad de diferenciar por variedades en la ponderación.

↪ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

1. Notas metodológicas (II)

↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:

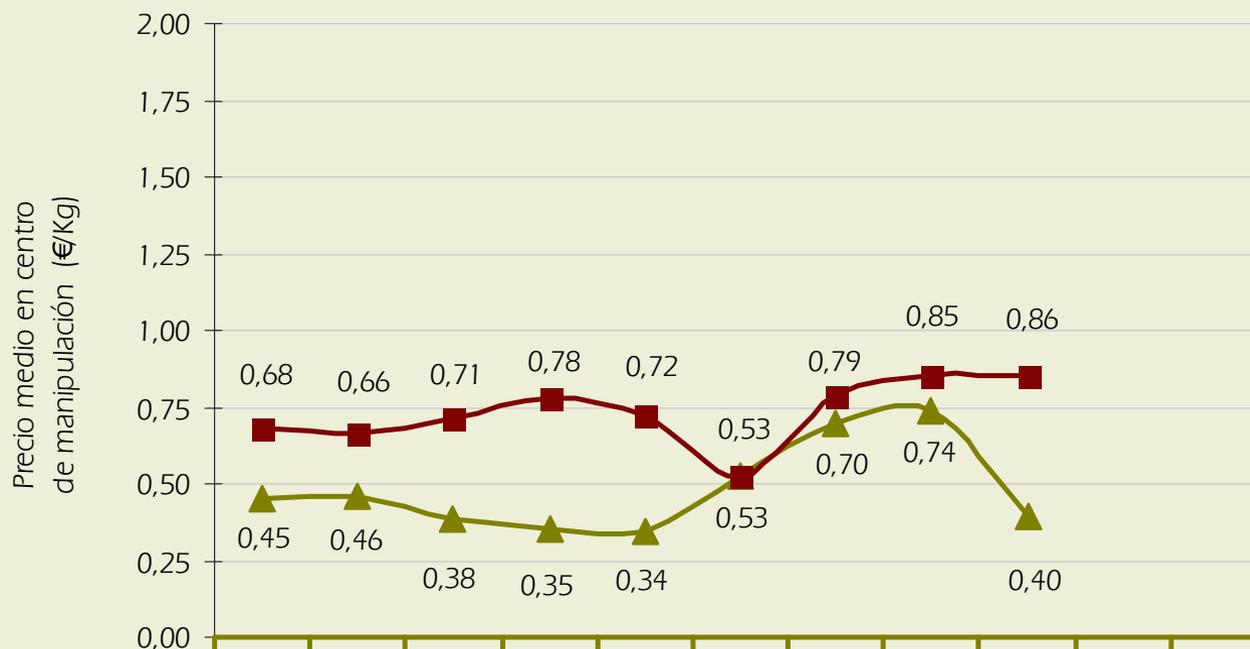
↪ **Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación.** Estudia la evolución de la cotización en centro de manipulación del producto en la campaña vigente en comparación con la anterior.

↪ **Precio medio en centro de manipulación por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **Precio medio en centro de manipulación por variedad.** Compara el precio medio acumulado por variedad de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.

↪ **Incidencias de campaña.** Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.

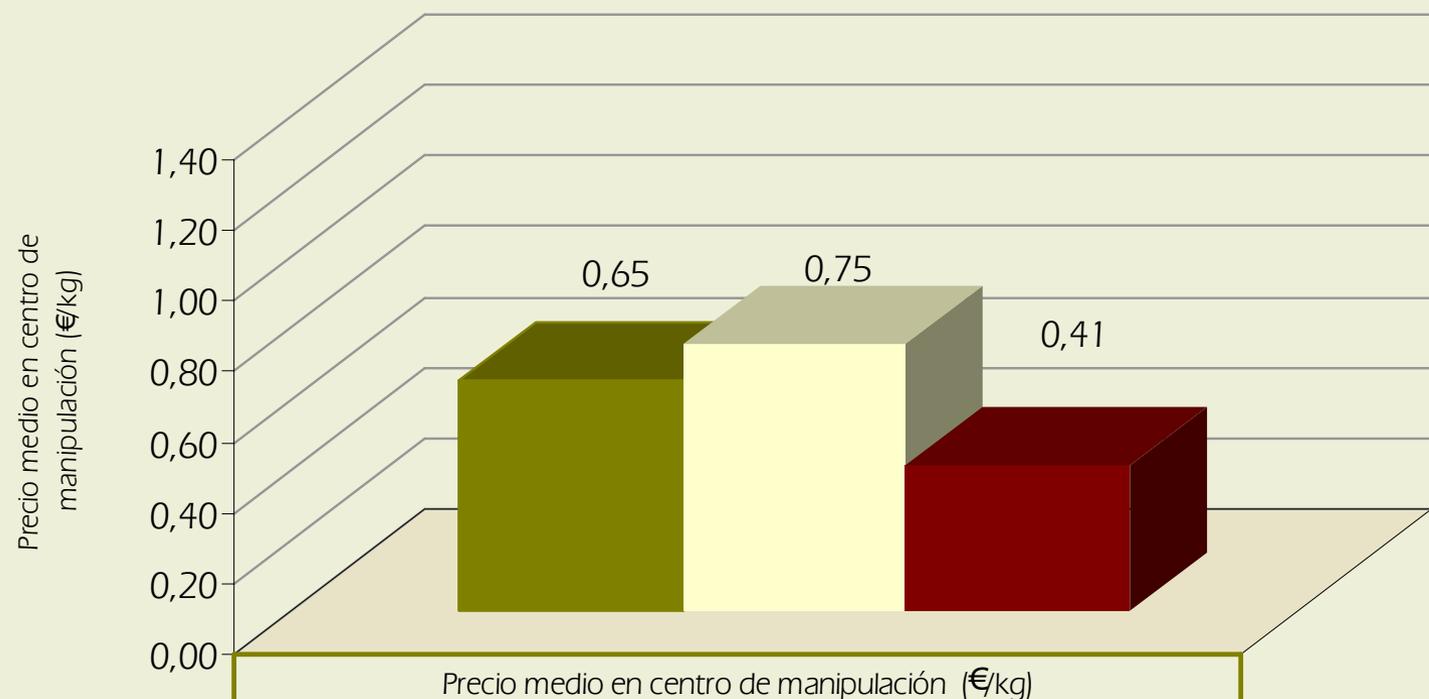
2. Evolución mensual de los precios en centro de manipulación de limón



	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago
▲ Precio medio mensual. Campaña 10/11	0,45	0,46	0,38	0,35	0,34	0,53	0,70	0,74	0,40	N.D.	N.D.
■ Precio medio mensual. Campaña 09/10	0,68	0,66	0,71	0,78	0,72	0,53	0,79	0,85	0,86	N.D.	N.D.

NOTA: No se dispone de datos para los meses de julio y agosto de la campaña 2010/11 por no disponer de representatividad suficiente.

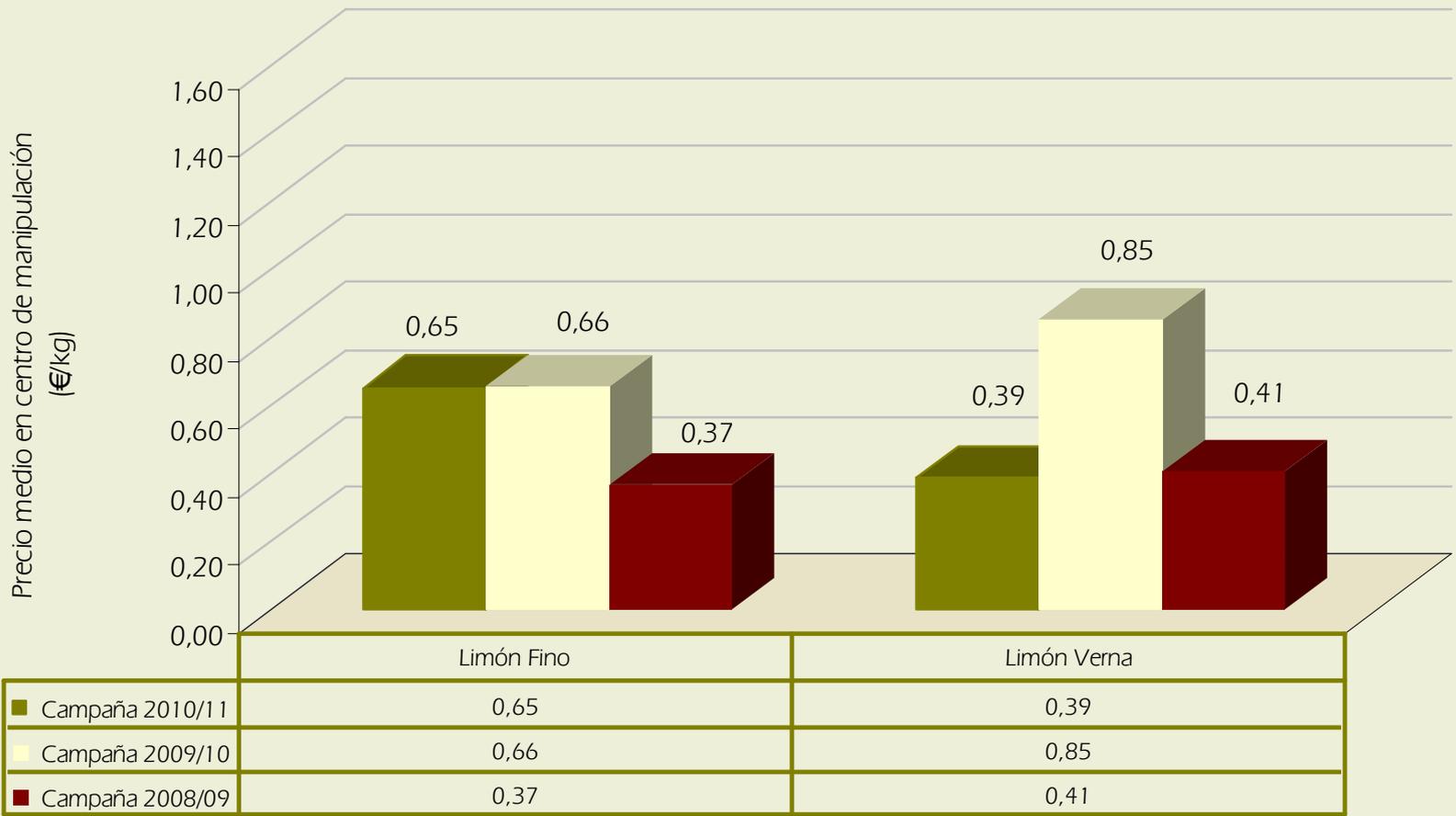
3. Precio medio en centro de manipulación de limón (Oct-Ago)



	Precio medio en centro de manipulación (€/kg)
■ Campaña 2010-2011	0,65
■ Campaña 2009-2010	0,75
■ Campaña 2008-2009	0,41

NOTA: Los datos de precio en centro de manipulación para el limón se obtienen a partir de los valores para los meses de octubre a agosto.

4. Precios medios en centro de manipulación por variedad de limón (Oct-Ago)



5. Incidencias de campaña

- La campaña 2010/11 comenzaba con la producción de limones de una elevada calidad, tanto por las cualidades organolépticas de la pulpa, como por el color de la piel que presentaba la fruta.
- El limón Fino registró unos bajos niveles de demanda a lo largo de todo su período de recolección. A esta situación se unieron las bajas cotizaciones registradas, tanto para el producto en árbol como para el confeccionado. La confluencia de estos factores impulsó a los citricultores de limón a destinar gran parte de sus producciones a la industria transformadora, lo que se tradujo en un descenso sustancial del precio pagado por la industria.
- Como consecuencia de lo expuesto en el punto anterior, a finales del mes de marzo, y coincidiendo con el comienzo de la recolección del limón de la variedad Verna, con mejores perspectivas de comercialización y cotizaciones más altas que las registradas para la variedad Fino; quedaba entre de un 8% y un 10% de la cosecha de la variedad Fino sin recolectar.
- Los citricultores del Valle de Lecrín tomaban en marzo la decisión de no recolectar sus producciones de limón Fino, debido a la falta de rentabilidad que no les permitía cubrir los costes de producción y recolección del limón de esta zona.

5. Incidencias de campaña II

- La crítica situación de precios registrada durante el tramo final de la campaña de limón Fino, fue la causante de que al inicio de la campaña de limón Verna aún permaneciesen sobre los árboles casi un 20% de la cosecha de primero, que ya acuciaba problemas por el excesivo calibre alcanzado, por lo que finalmente las comercializadoras decidieron destinarlo a la industria transformadora.
- El comienzo de la recolección del limón Verna no supuso el esperado revulsivo para los citricultores de limón, ya que las ventas continuaron efectuándose a un ritmo muy lento y a precios bajos, nada acordes con los deseables para el comienzo de la recolección de una nueva variedad. No obstante si se experimentó un aumento sustancial de las cotizaciones con respecto a las registradas para la variedad Fino.
- A pesar del incremento de precio producido con el cambio de variedad, este se mantuvo en niveles inferiores a los registrados durante la campaña 2009/10. Lamentablemente, esta situación no varió con el progreso de la recolección de la variedad Verna, siendo ésta la característica predominante hasta el final de la campaña.