

## Boletín de seguimiento de campaña 2011/12 Sector cítricos

# NARANJA





## 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/observatorio>).

↪ 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).

↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:

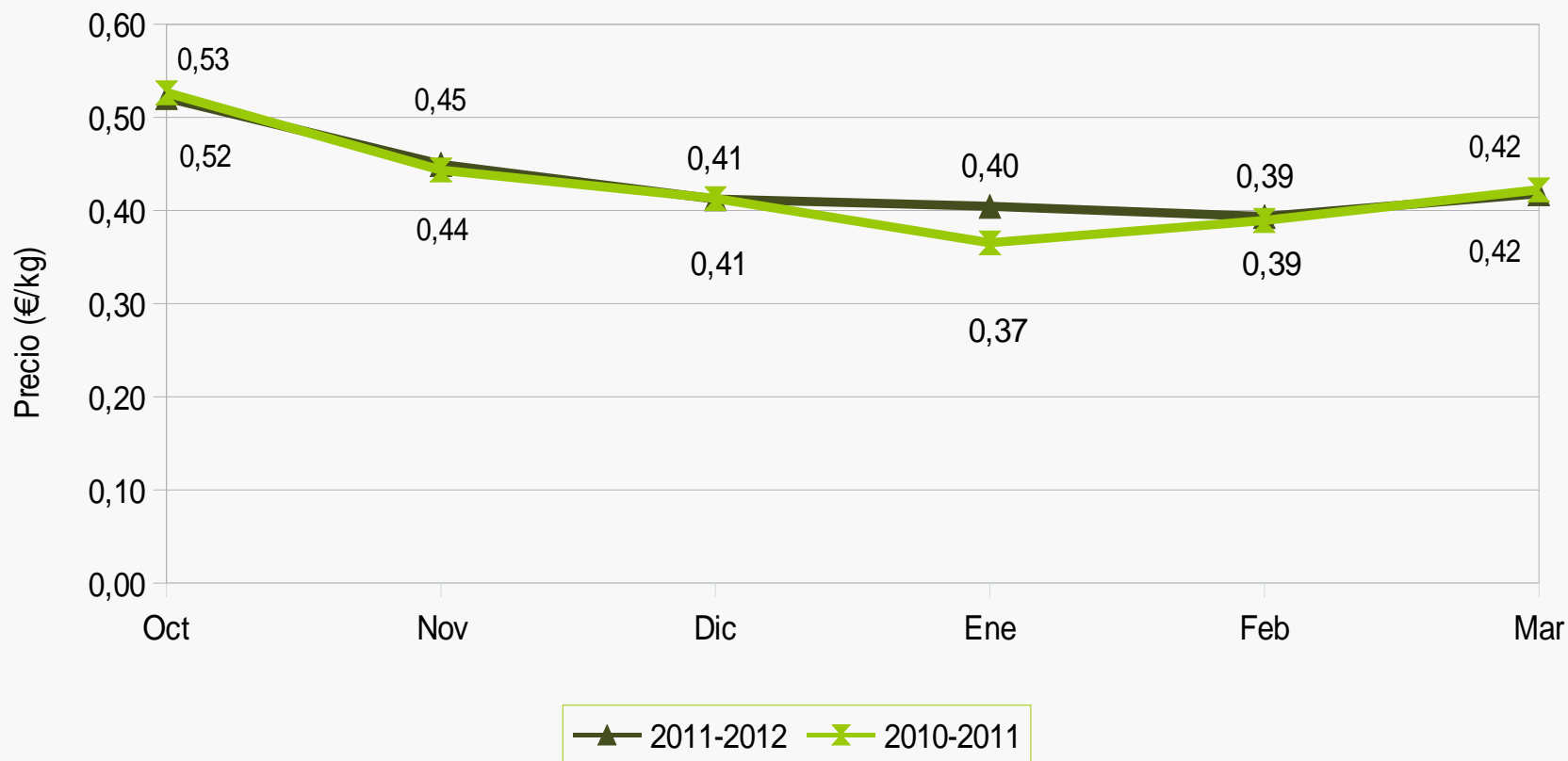
**Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación.** Estudia la evolución de la cotización en centro de manipulación del producto en la campaña vigente en comparación con la anterior.

**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.

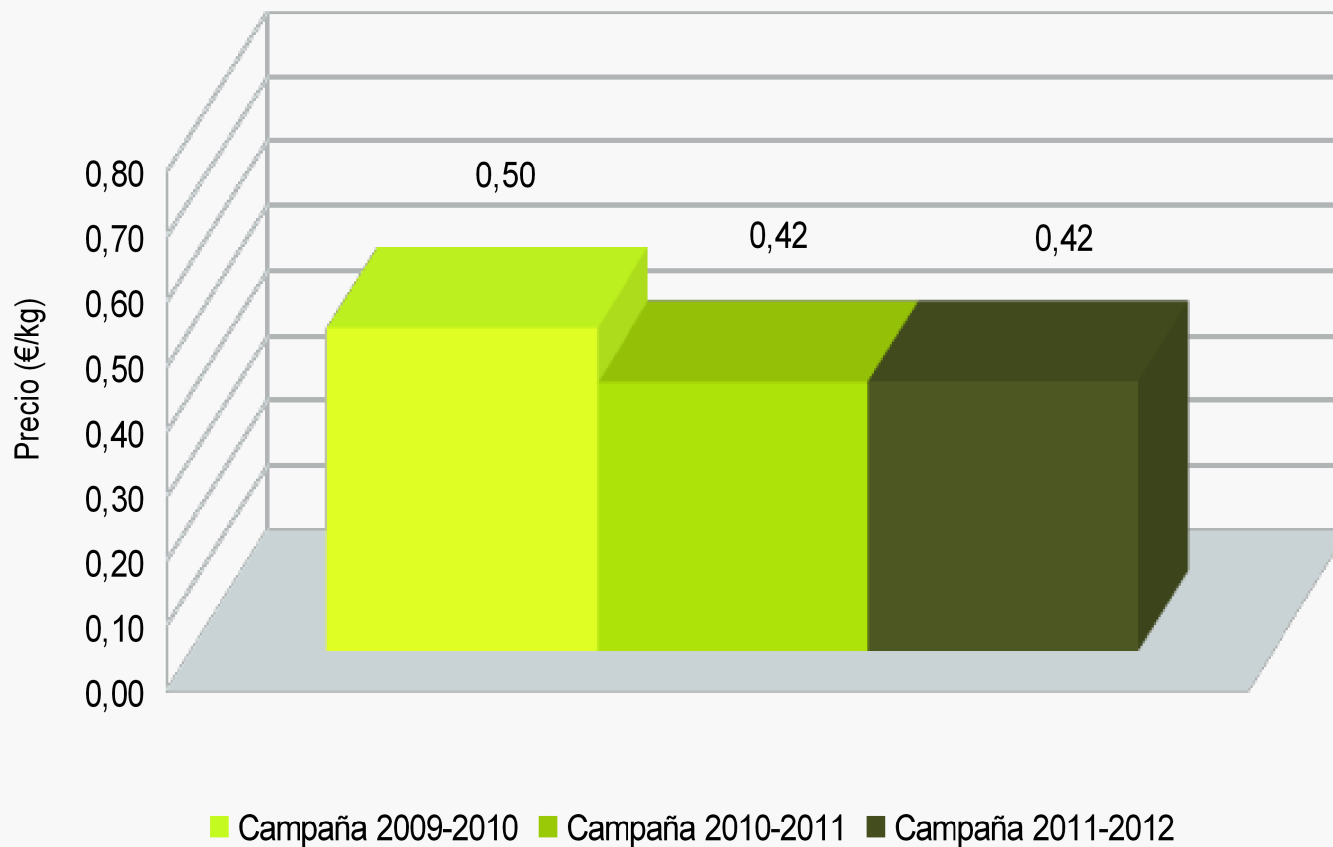
**Incidencias de campaña.** Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.

## 2. Evolución mensual de los precios en centro de manipulación de naranja



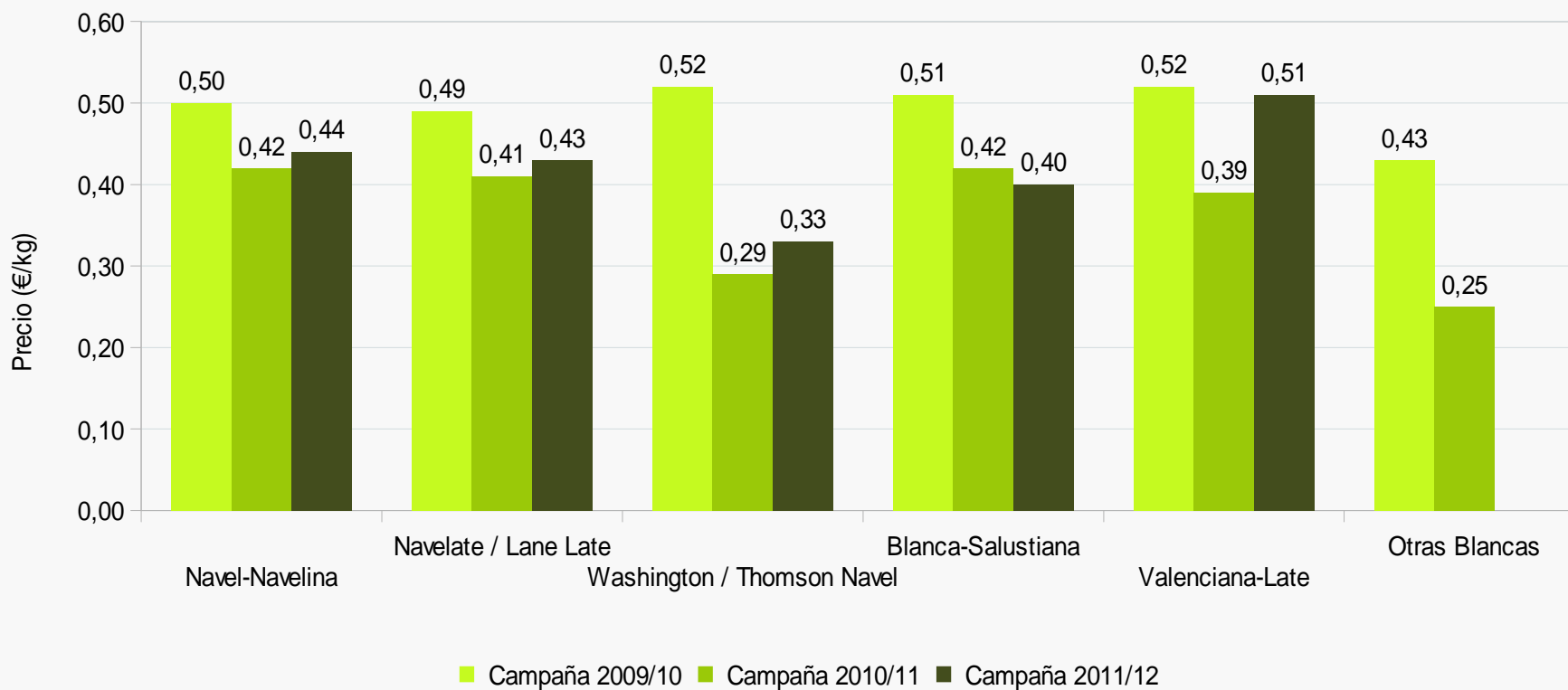
NOTA: Los datos de precios en centro de manipulación para la naranja se obtienen a partir de los valores para los meses de octubre a marzo.

## 3. Precio medio en centro de manipulación de naranja (Oct-Mar)



NOTA: Los datos de precios en centro de manipulación para la naranja se obtienen a partir de los valores para los meses de octubre a marzo.

## 4. Precios medios en centro de manipulación por variedad de naranja (Oct-Mar)



NOTA: Datos no disponibles de Otras Blancas en la campaña 11/12 por no tener la representatividad requerida para su presentación. Los datos de precios en centro de manipulación para la naranja se obtienen a partir de los valores para los meses de octubre a marzo.



## 5. Incidencias de campaña

- La falta de precipitaciones durante el desarrollo de la naranja, fue determinante en el calibre que presentaba la fruta al inicio de la recolección, con una menor cantidad de zumo, aunque presentaba un mayor contenido en azúcares.
- El bajo ritmo de ventas inicial, fue paulatinamente aumentando conforme progresaba la campaña, aunque estuvo acompañado por una bajada generalizada de las cotizaciones. Esta situación se mantuvo hasta el mes de diciembre, en el que se produjo un estancamiento de las ventas acompañado de un nuevo descenso de los precios con respecto a los valores alcanzados durante el mes anterior para las variedades Navelina y Salustianas.
- Durante la segunda semana del mes de febrero, las heladas registradas provocaron importantes pérdidas de fruta en buena parte de las zonas productoras. Especialmente notable fue la incidencia de las heladas en los municipios del Valle del Guadalquivir y la zona del levante almeriense, en los que los daños alcanzaron casi el 90% de las variedades que se estaban recolectando, así como en aquellas variedades que faltaban por recolectar.
- Durante la campaña 2011/12 se firma del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Marruecos, por el que se liberaliza la entrada de naranjas procedentes del reino alauita, lo que influirá notablemente en la comercialización futura de los cítricos andaluces de futuras campañas.



## Boletín de seguimiento de campaña 2010/11 Sector cítricos

# NARANJA

