

## Boletín final Campaña 2011/12

# SECTOR SUBTROPICALES



## Índice

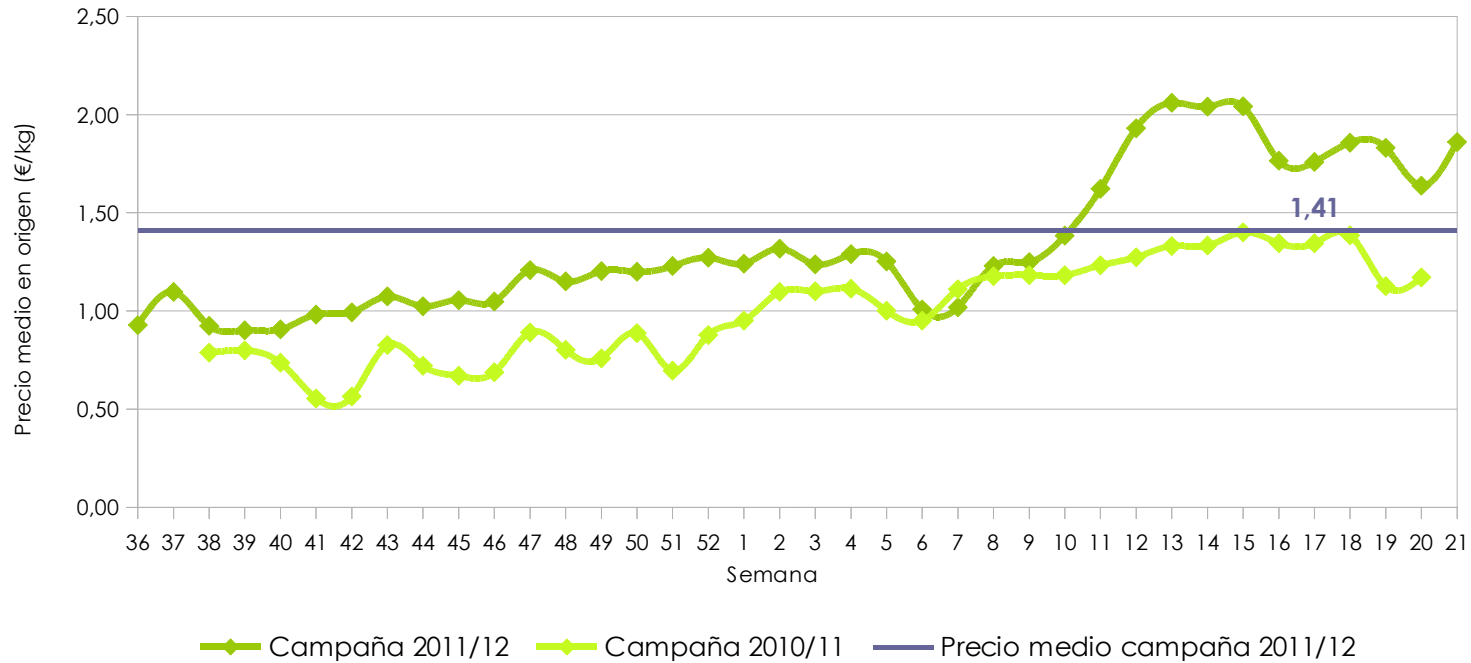
1. Notas metodológicas
2. Evolución semanal de los precios medios en origen. I categoría
3. Precio medio en origen acumulado por producto. I categoría
4. Precio medio en origen acumulado por tipo. I categoría
5. Evolución de las exportaciones andaluzas
6. Síntesis de campaña

## 1. Notas metodológicas

- ↪ 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 medio en origen** se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora. Se diferencian dos tipos de precios medios en origen:
  - ↪ **Precio medio en origen 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 origen por tipo.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en origen 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 semanal de los precios medios en origen.** Estudia la evolución de la cotización en origen del producto en la campaña vigente en comparación con las dos anteriores.
  - ↪ **Precio medio en origen acumulado por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.
  - ↪ **Precio medio en origen acumulado por tipo.** Compara el precio medio acumulado por variedad de primera categoría de la campaña actual con los precios de las dos anteriores.
  - ↪ **Evolución de las exportaciones andaluzas.** Analiza la evolución de las exportaciones realizadas desde Andalucía al resto del mundo. El valor de las exportaciones corresponde a un precio salida de almacén. Las consultas de exportaciones proceden de Datacomex.
  - ↪ **Síntesis 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 semanal de los precios medios en origen

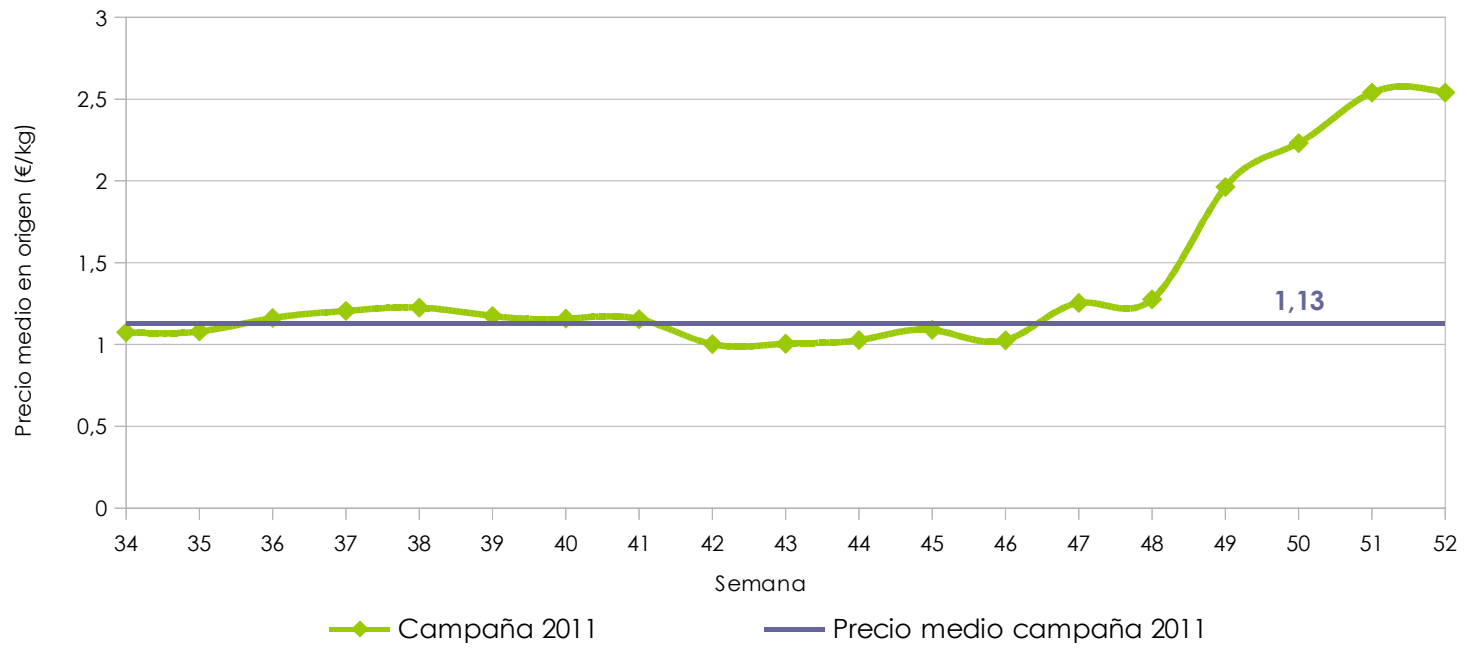
### Aguacate. Todas las categorías



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
 Datos campaña 2011/12, de S36 de 2011 a S12 de 2012 son provisionales, de S13 a S21 de 2012 son avance, y resto definitivos

## 2. Evolución semanal de los precios medios en origen

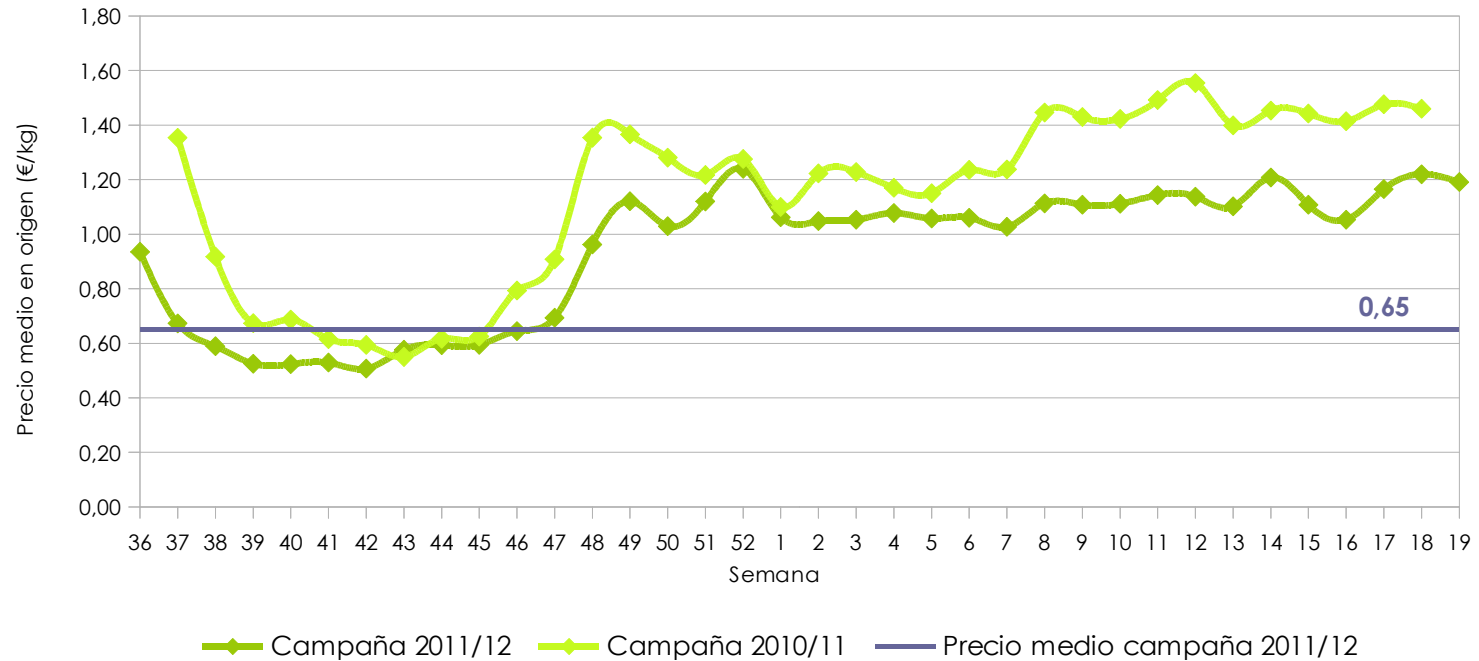
### Mango. Categoría 1ª



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
 Datos campaña 2011 son provisionales y 2010 definitivos

## 2. Evolución semanal de los precios medios en origen

### Chirimoya. Categorías Extra + 1ª

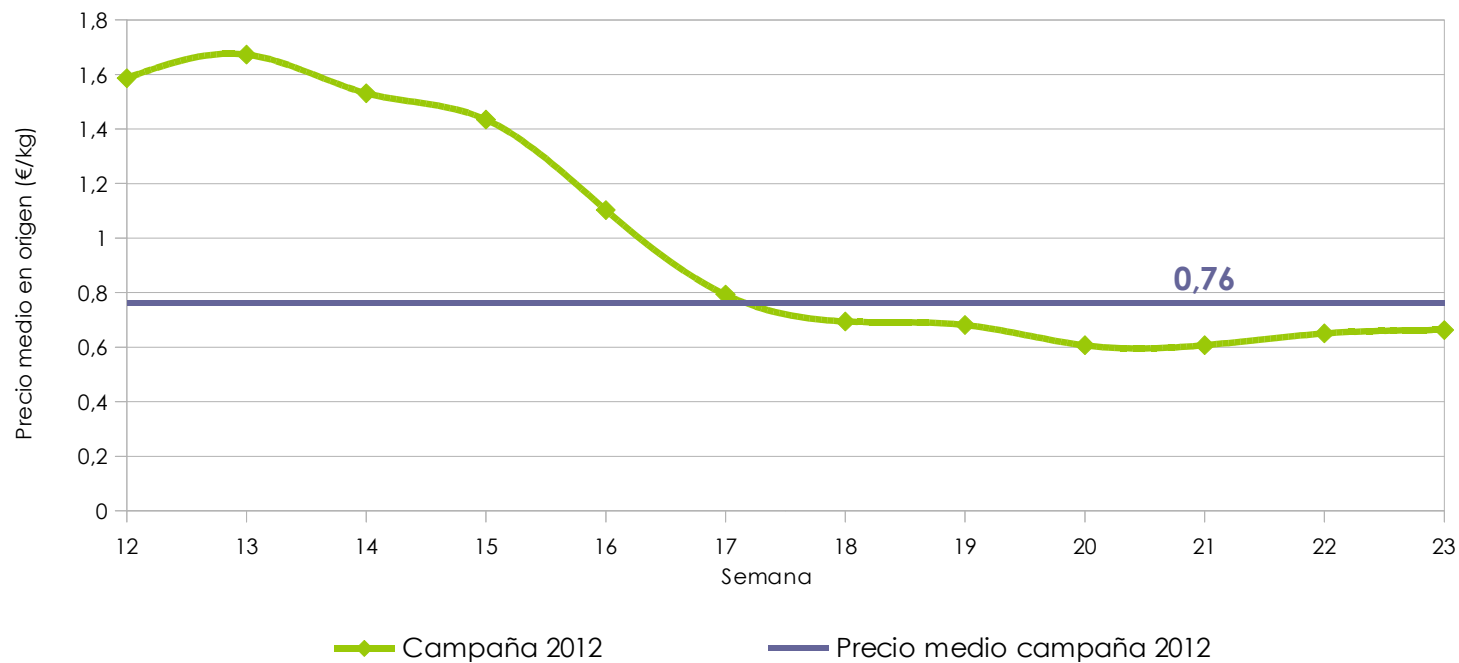


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
 Datos campaña 2011/12, de S36 de 2011 a S12 de 2012 son provisionales, de S13 a S19 de 2012 son avance, y resto definitivos

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

## 2. Evolución semanal de los precios medios en origen

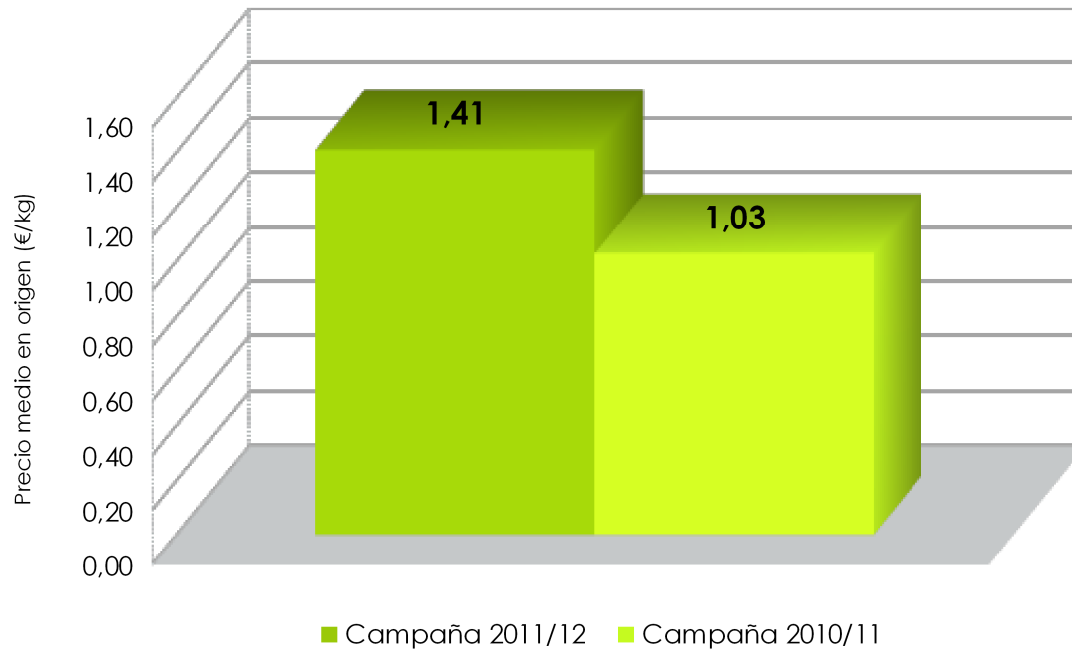
### Níspero. Categoría 1ª



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2012 son avance

## 3. Precio medio en origen acumulado

### Aguacate. Todas las categorías

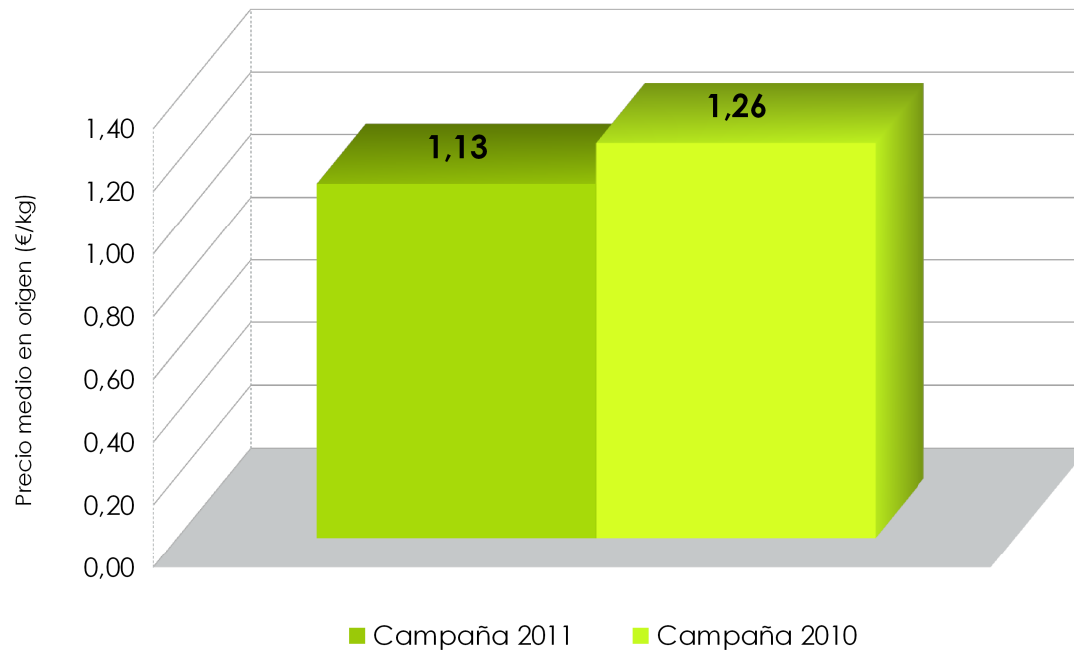


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2011/12 son provisionales. Datos 2010/11 son definitivos



### 3. Precio medio en origen acumulado

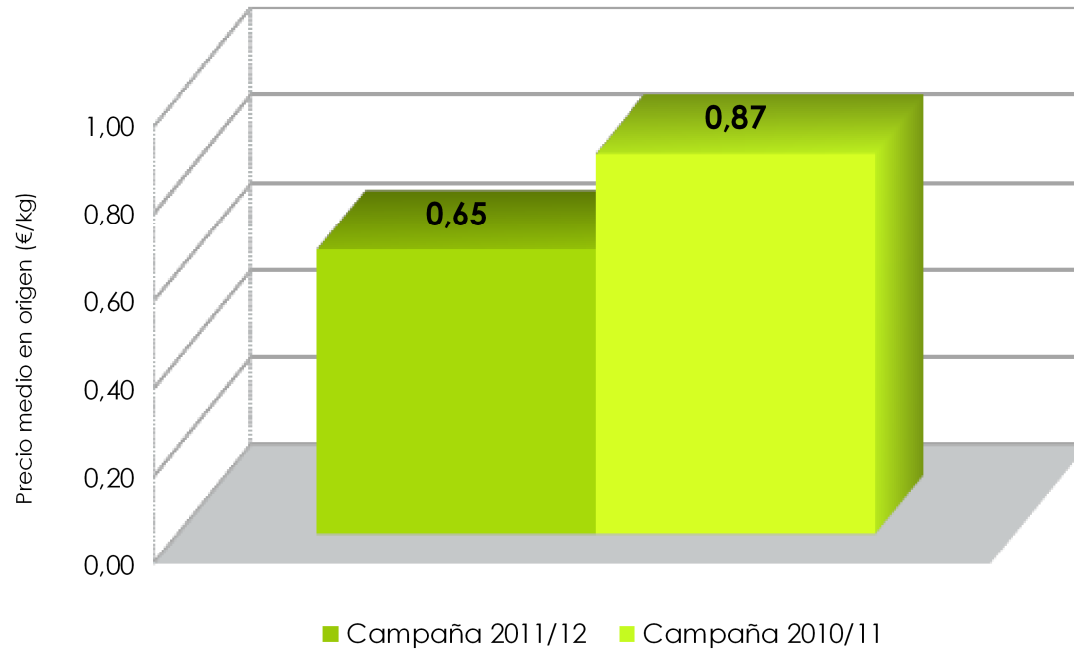
Mango. Categoría 1ª



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2011 son provisionales. Datos 2010 son definitivos

### 3. Precio medio en origen acumulado

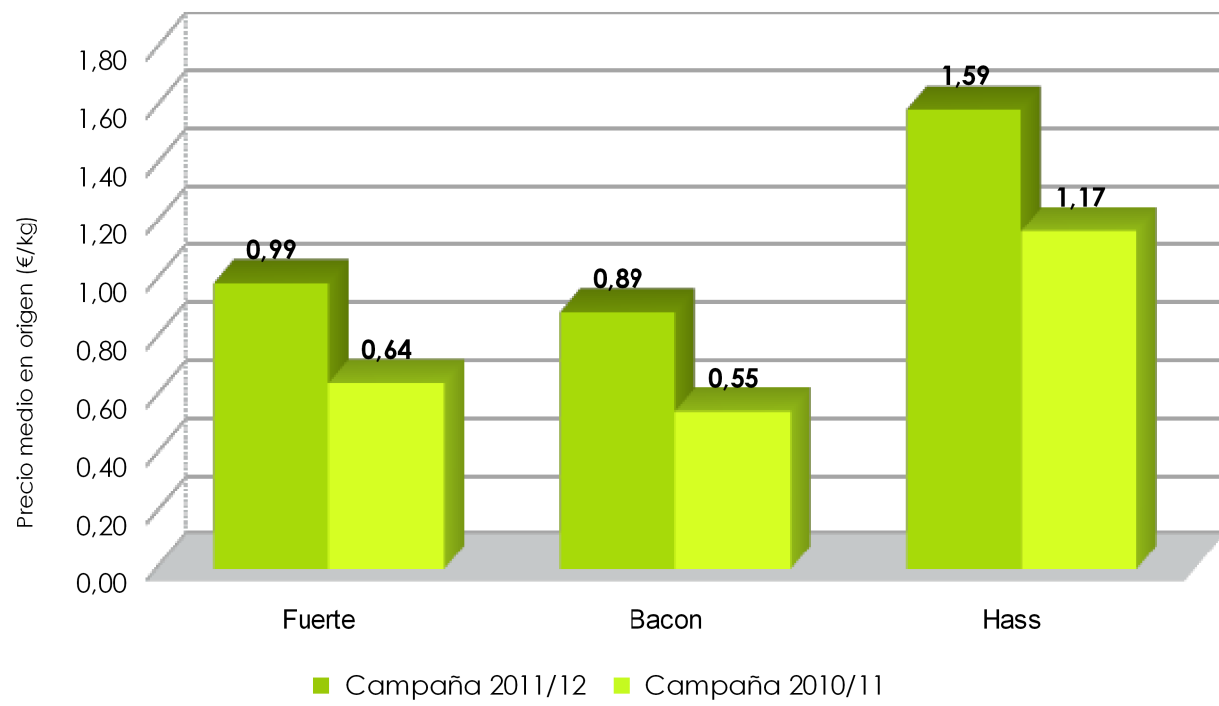
#### Chirimoya. Categorías Extra + 1ª



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2011/12 son provisionales. Datos 2010/11 son definitivos

## 4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto

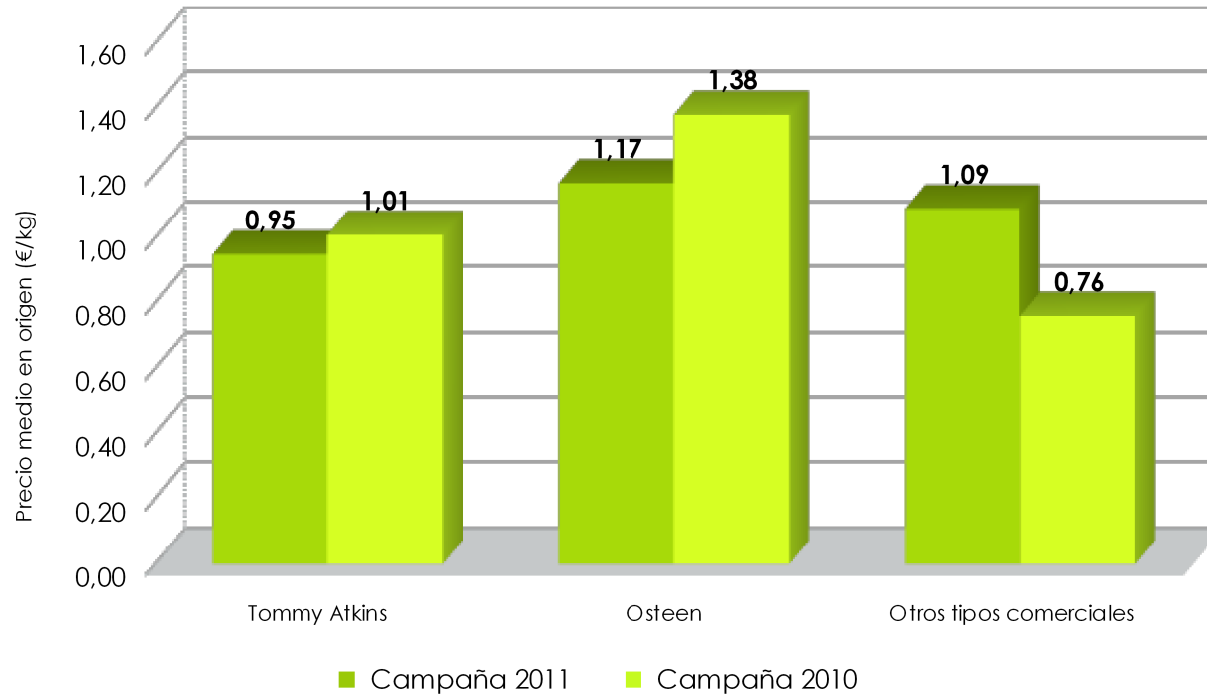
### Aguacate. Todas las categorías



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2011/12 son provisionales. Datos 2010/11 son definitivos

## 4. Precio medio en origen acumulado por tipo de producto

Mango. Categoría 1ª



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de precios y mercados. CAPMA  
Datos campaña 2011 son provisionales. Datos 2010 son definitivos

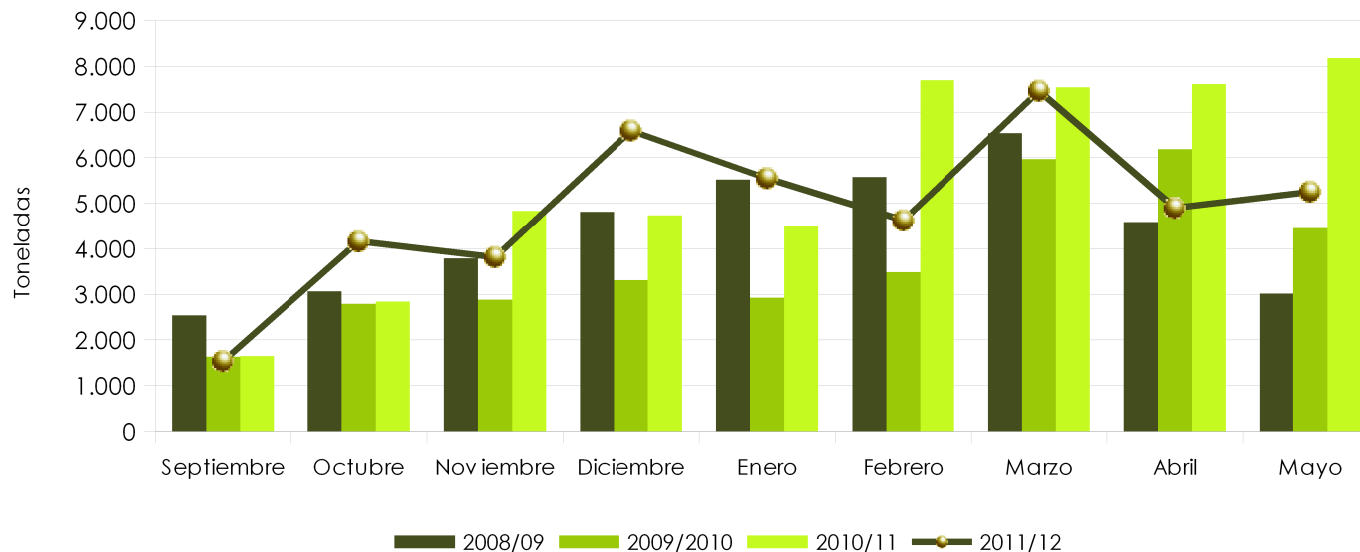
## 5. Evolución de las exportaciones andaluzas (1)

Exportaciones de aguacate				
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
<b>Volumen (t)</b>	39.401	33.601	49.560	43.899
<b>Valor (miles €)</b>	67.199	58.517	89.040	83.386
<b>Valor (€/kg)</b>	1,71	1,74	1,80	1,90

Fuente: DATACOMEX. El valor de las exportaciones se corresponde a un precio salida de almacén

(1) Los datos correspondientes a junio de 2012 no se encuentran disponibles, por lo que el análisis en todas las campañas se realiza hasta el mes de mayo.

### Evolution mensual de las exportaciones de aguacate



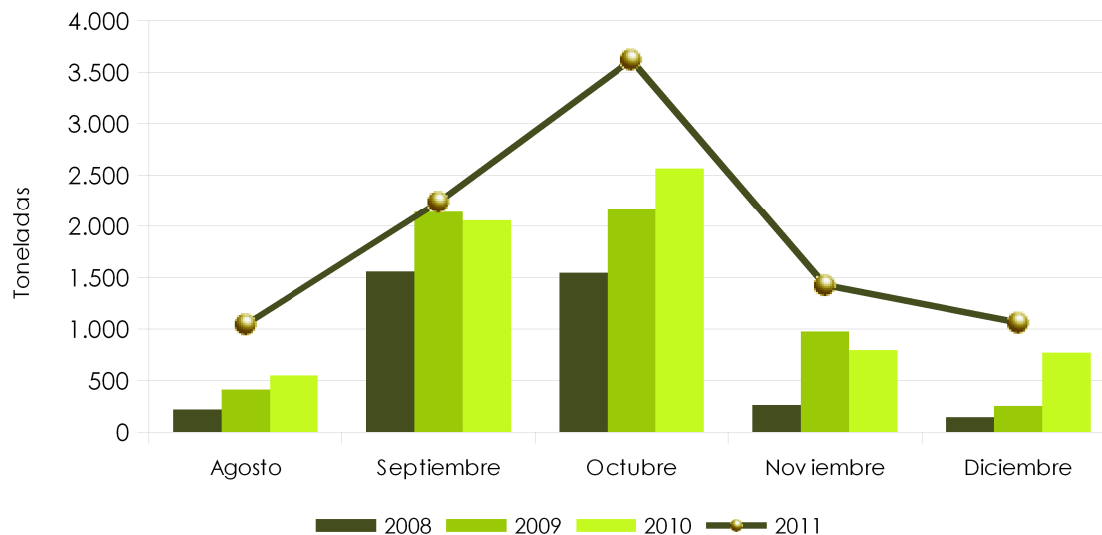
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Datacomex

## 5. Evolución de las exportaciones andaluzas

Exportaciones de mango				
	2008	2009	2010	2011
<b>Volumen (t)</b>	3.723	5.935	6.733	9.392
<b>Valor (miles €)</b>	5.782	8.605	10.136	12.738
<b>Valor (€/kg)</b>	1,55	1,45	1,51	1,36

Fuente: DATACOMEX. El valor de las exportaciones se corresponde a un precio salida de almacén

### Evolucion mensual de las exportaciones de mango



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Datacomex

## 6. Síntesis de campaña

**Aguacate.** La campaña de aguacate ha concluido con datos económicos muy favorables y la ausencia de incidencias negativas relevantes. Tanto las variedades lisas como el Hass han mantenido un nivel de precios alto y estable a lo largo de toda la campaña. Si las primeras presentaban un buen comportamiento, con precios medios en origen de 0,89€/kilo para el Bacon y 0,99€/kilo para el Fuerte, superiores a la campaña precedente; la variedad Hass superaba todas las expectativas iniciales del sector tanto en volumen de producción como en el nivel de precios alcanzados. Finalmente, el precio medio se ha situado en torno a 1,59€/kilo, lo que supone un 36% superior a la campaña precedente. Sin olvidar, que se ha llegado a superar el umbral de los 2€/kilo durante varias semanas consecutivas coincidiendo con la Semana Santa, tradicionalmente un periodo en el que se incrementa el consumo de esta fruta.

El importante incremento de precios comenzó a mediados de marzo y se mantuvo hasta finales de abril, coincidiendo con un cierto desabastecimiento de los mercados europeos. Durante este periodo, países como Israel o Chile se encontraban finalizando sus producciones y; otros, como Sudáfrica o Perú, aún no llegaban a comercializar cantidades importantes, lo que apreció considerablemente el aguacate español que tampoco se encontraba en el máximo de su producción. Aunque las cotizaciones descendieron en mayo, se mantuvo un nivel alto de precios hasta final de campaña. Se observa, una tendencia de los países competidores de desviar un mayor porcentaje de su producción hacia Estados Unidos donde se ha fortalecido la demanda de este fruto.

El volumen de las exportaciones ha descendido un 11% con respecto a la anterior campaña, sin embargo el valor del producto exportado por unidad de volumen, se ha incrementado paulatinamente en las últimas 4 campañas, hasta alcanzar 1,90€/kg.

**Mango.** La campaña se ha caracterizado por un incremento del volumen de fruta de gran calibre en todas las variedades debido al exceso de lluvias caídas durante los meses de abril y mayo. Esto ha dificultado la comercialización del mango a precios más rentables, y ha situado el precio final de campaña en 1,13€/kg para la primera categoría, lo que supone un 10% menos que la campaña precedente.

No obstante, se mantiene la tendencia de crecimiento de las exportaciones del mango en las últimas campañas, tanto en valor como en volumen. Durante 2011, éstas superaron las 9.000 toneladas, con un valor cercano a los 13 millones de euros. Los principales receptores del mango andaluz siguen siendo Francia, Alemania y Reino Unido.



## 6. Síntesis de campaña

**Chirimoya.** La campaña se iniciaba, adelantada a su calendario habitual, durante la primera quincena de septiembre. Las elevadas temperaturas registradas en la costa tropical de Granada, provocaba una aceleración de la producción y concentraba importantes volúmenes de chirimoya en el mercado. Esta situación que se mantendrían hasta finales de octubre, haciendo caer las cotizaciones en origen de forma constante como ocurriera la pasada campaña. Además, hay que tener en cuenta que en septiembre, la chirimoya compite en el mercado con frutas de verano con precios más asequibles en un mes en el que tradicionalmente el gasto de las familias españolas se incrementa considerablemente.

Durante los meses de noviembre y diciembre, con el descenso de los volúmenes comercializados se produjo un repunte de los precios, como suele ser habitual. A partir de enero, la entrada escalonada de producto en las comercializadoras favorecía un comportamiento muy estable de los precios, aunque ya los volúmenes comercializados eran menos representativos.

A nivel global, los precios han registrado niveles inferiores a la pasada campaña, situándose el precio medio ponderado en 0,65€/kg para las categorías Extra y 1ª. Se observa que con la difícil coyuntura económica, los consumidores están orientando la demanda de fruta hacia productos con precios más asequibles que la chirimoya.

**Níspero.** Los fenómenos meteorológicas han sido determinantes en el desarrollo de la campaña del níspero, aunque su influencia ha sido diferente en función de la zona productora. En las zonas más altas, el frío ha afectado especialmente al volumen producido, inferior al previsto inicialmente; y, a los calibres que han resultado inferiores a lo habitual. Se han podido observar otras incidencias en el fruto, aunque en menor medida, como alargamiento del fruto por falta de desarrollo del hueso. No obstante, la reducción de la oferta ha conseguido mantener los precios.

En la zona del litoral, aunque la calidad ha sido buena, los fuertes vientos durante el mes de mayo, ha provocado un elevado volumen de fruta marcada dificultando la comercialización del fruto a precios más rentables.

La cotización media en origen para la primera categoría se ha situado en 0,76€/kg.





**Boletín final  
Campaña 2011/12**

**SECTOR  
SUBTROPICALES**

