

# El sector andaluz del ajo. Campaña de comercialización 2013/14

Introducción.....	1
Superficie y Producción.....	1
Incidencias de campaña.....	2
Comercialización.....	3

## Introducción

El objetivo de este informe es presentar un resumen de las incidencias acontecidas durante el desarrollo del cultivo del ajo, previo al inicio de la recolección de la campaña 2013/14, así como efectuar una estimación de la futura comercialización para este producto. Con el fin de poder presentar una información cuya representatividad sea lo más alta posible, se efectúa una ronda de contactos con 8 empresas productoras y comercializadoras de ajos de Andalucía, a las que se les pregunta por las siguientes cuestiones:

- Incremento o reducción de la superficie cultivada.
- Distribución de variedades.
- Incidencias de campaña, tanto las producidas por factores abióticos (escasez de precipitaciones y heladas) como por factores bióticos (Plagas y enfermedades).
- Perspectivas de comercialización. Interés de los clientes por el producto nuevo, así como precios que se esperan alcanzar.
- Modificación de los costes de cultivo como consecuencia del incremento del precio de los insumos.

## Superficie y Producción

Los buenos resultados cosechados por esta hortaliza durante las últimas campañas, está impulsando a los agricultores a destinar más superficie a este cultivo. Indicar que durante la campaña 2012/13 se plantaron en Andalucía 4.794 ha, mientras que para la campaña 2013/14 se estima que se han destinado<sup>1</sup> **5.284 ha**, lo que representa un incremento en la superficie del 10%. Este dato ha sido corroborado por las empresas con las que se ha contactado, así como por la Asociación de Productores y Comercializadores de Ajo de Andalucía (APROCOA), que estima en un 5% el incremento de la superficie total de sus asociados. No obstante, desde la Asociación, así como algún productor, informa de una disminución del tamaño del bulbo con relación al calibre obtenido durante la campaña precedente, cifrado en torno a un 5%, por lo que el balance productivo final será similar al dato de la campaña 2012/13.

<sup>1</sup>Avance de superficie y producciones de abril de 2013

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

Durante la primera semana de junio, se ha finalizado la recolección de la variedades tempranas de ajo Spring, presentando muy buena calidad, aunque un menor tamaño de bulbo que el obtenido durante la pasada campaña. Según las informaciones transmitidas por los responsables de las empresas consultados, el inicio de la actual campaña de arranque se ha postergado dos semanas con relación al inicio de la campaña 2012/13.

En estos momentos, los ajos permanecen en los campos o en los almacenes oreándose al sol, para conseguir que pierda el exceso de humedad y alcanzar el grado óptimo para su comercialización. Este proceso de secado está siendo más prolongado de lo habitual, ya que en condiciones normales dura unas dos semanas, aunque las suaves temperaturas que se han registrado en Andalucía a lo largo del mes de mayo están provocando que se alargue una semana más este proceso.

Se mantiene estable la distribución de variedades de ajo por las que se han decantado los agricultores, por estar impuesta por las necesidades de los mercados. Además, al ser Andalucía muy precoz en la entrada en producción del ajo chino o Spring con respecto a otras zonas productoras, permite que se beneficien las empresas productoras de las altas cotizaciones obtenidas al inicio de la campaña. De esta forma, el ajo Spring, tanto en su variedad blanca como en la morada, mantiene porcentajes cercanos al 70%, el ajo morado se mantiene en cifras del 20% mientras que el 10% restante se destina a la producción de ajo blanco francés.

## Incidencias de campaña

Climatológicamente el desarrollo del cultivo ha estado influenciado por la abundancia de lluvias en la época otoñal de 2012, así como en la primavera de 2013, dificultando que los agricultores pudieran efectuar las labores agrícolas en fecha y forma adecuada. Uno de los problemas principales a los que se han tenido que enfrentar ha sido a la imposibilidad de entrar con vehículos para realizar los tratamientos y abonados, recurriendo a métodos alternativos, como puede ser el abonado con medios aéreos. No obstante, la prohibición de efectuar tratamientos fitosanitarios mediante este método, obligó durante el primer tramo de campaña al aporte de las materias activas con mochilas de tratamiento o con medios terrestres en aquellas zonas en las que el suelo se secaba lo suficiente para poder entrar en las fincas. En el tramo final de la campaña, y ante las razones esgrimidas desde APROCOA, finalmente se autorizó el uso de avionetas para los tratamientos fúngicos necesarios ante el riesgo de sufrir importantes pérdidas en los cultivos.

En segundo lugar, los períodos prolongados de nubosidad han sido determinantes en el desarrollo del cultivo, debido a la menor radiación solar efectiva recibida y que ha contribuido al retraso de **10-14 días** estimado en la entrada en producción con relación al inicio de la campaña 2012/13. Este retraso de dos semanas, unido a la necesidad ya detallada de una semana más de oreo en campo, ha propiciado que el **inicio de la comercialización del ajo nuevo tenga un retraso estimado de tres semanas**.

En determinadas zonas de vegas de los ríos, como es el caso de la vega del Guadalquivir, se han detectado algunos ataques de roya del ajo (*Puccinia allii*, *P. porri*), con escasa repercusión en la producción final del cultivo.

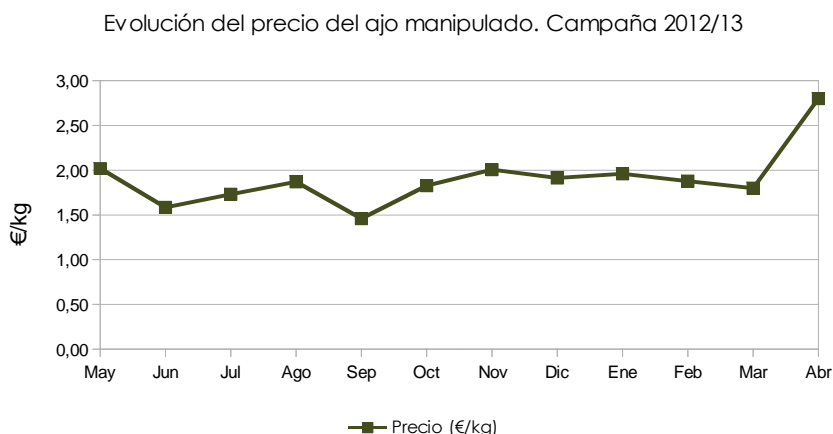
## Comercialización

### Campaña 2012/13

El ajo, al ser un producto que permite su almacenamiento en cámaras durante períodos prolongados sin que se deteriore su calidad, puede ser comercializado desde que se recolecta en el mes de mayo hasta que se inicia la recolección de esta hortaliza en la siguiente campaña. Así, es habitual, que cuando se inicia una campaña de comercialización, las empresas aún mantengan una pequeña cantidad de ajos en sus almacenes procedentes de la campaña anterior. No obstante, el interés mostrado por los compradores durante la campaña 2012/13 ha sido determinante para que muchas de las empresas comercializadoras vaciaran completamente sus almacenes a lo largo del mes de abril, por lo que a partir de estos momentos las ventas serán únicamente de ajos “nuevos”.

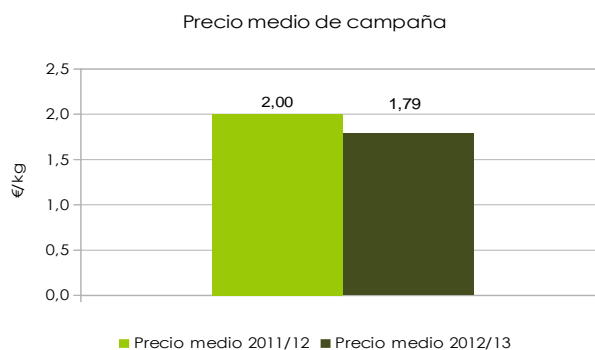
La evolución del precio para el producto manipulado se ha mantenido con cierta estabilidad durante la totalidad de la campaña 2012/13, salvo en el tramo final (abril), debido a que la escasez de existencias impulsaron un ascenso de su cotización. No obstante el precio medio de campaña para el producto andaluz fue de 1,79€/kg, es decir, un 11% menos que el dato medio de la campaña 2011/12.

**Gráfico 1** Evolución de las cotizaciones de ajo manipulado a lo largo de la campaña 2012/13.



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

**Gráfico 2** Precio medio del ajo manipulado para las campañas 2011/12 y 2012/13.



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

## Campaña 2013/14

En un año normal, la recolección del ajo en Andalucía se inicia durante los primeros días del mes de Mayo con la variedad de ajo chino o Spring y se prolonga hasta mediados de agosto, cuando finaliza la recolección del ajo morado. No obstante, y como se indicó anteriormente, la recolección se ha fijado en la tercera semana del mes de mayo, por lo que en el momento de elaborar el presente documento y, debido a que se está prolongando el proceso de oreo en campo, las operaciones realizadas con producto de esta campaña son escasas.

Según las informaciones transmitidas por los responsables del sector entrevistados, es de esperar que la campaña se inicie con precios altos, arrastrados por las altas cotiaciones que está registrando el ajo procedente de Argentina en estos momentos, ajo que además presenta una calidad inferior al Andaluz.

En segundo lugar, las informaciones procedentes de China<sup>2</sup>, indican que existe una importante producción de ajos de buena calidad, por lo que el precio que alcanzará será inferior al que se obtuvo durante la campaña precedente, por lo que a partir del instante en que comiencen las ventas de su producto, se producirá una sustancial rebaja en el precio del ajo andaluz.

Las primeras ventas que se han cerrado en campo, han registrado valores de entre 0,70€/kg y 1,00€/kg, aunque al ser partidas muy pequeñas de producto que aún debe mermar en peso por no estar completamente seco, no pueden ser utilizadas como referente de precios, sino como datos meramente orientativos.

---

<sup>2</sup>China es el principal productor mundial de ajos, siendo usado como precio de referencia a la hora de fijar los precios de las transacciones comerciales de otros orígenes