

Boletín final. Campaña 2012/13

Sector subtropicales

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



Septiembre, 2013

Indice

1. Notas metodológicas
2. Aguacate
3. Chirimoya
4. Níspero
5. Mango



Se presentan los siguientes análisis por producto:

1. Evolución de los precios medios semanales en origen
2. Precio medio de campaña
3. Precio medio por tipo de producto
4. Evolución de las exportaciones (aguacate y mango)
5. Síntesis de campaña y previsión campaña 2013/14

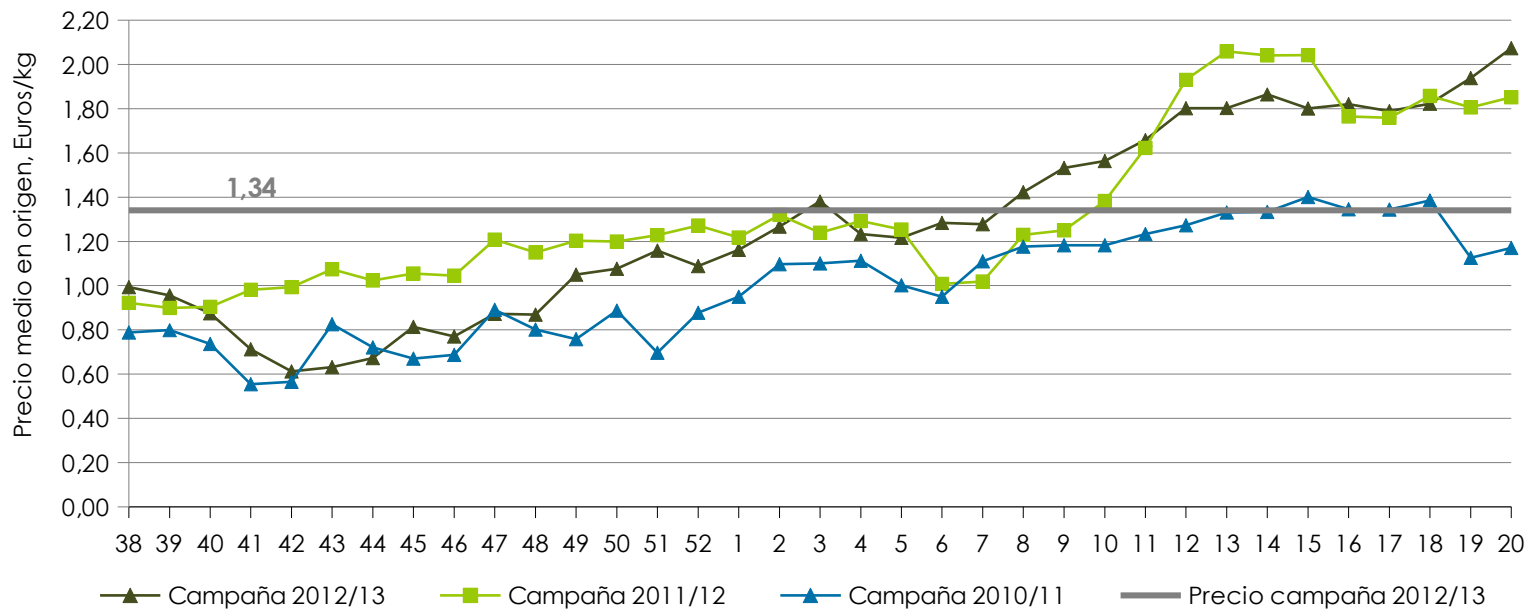
1. Notas metodológicas

- ➔ 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, Pesca y Desarrollo Rural.
<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.
 - ➔ **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).
- ➔ Todos los análisis presentados se realizan con los precios medios de todas las categorías.
- ➔ 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 la anterior.
 - ➔ **Precio medio en origen de campaña por producto.** Compara el precio medio de la campaña actual con las dos anteriores.
 - ➔ **Precio medio en origen por tipo.** Compara el precio medio de campaña por variedad de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.
 - ➔ **Evolución de las exportaciones.** 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. Aguacate

Análisis de los precios medios en origen del aguacate

Evolución semanal de los precios en origen

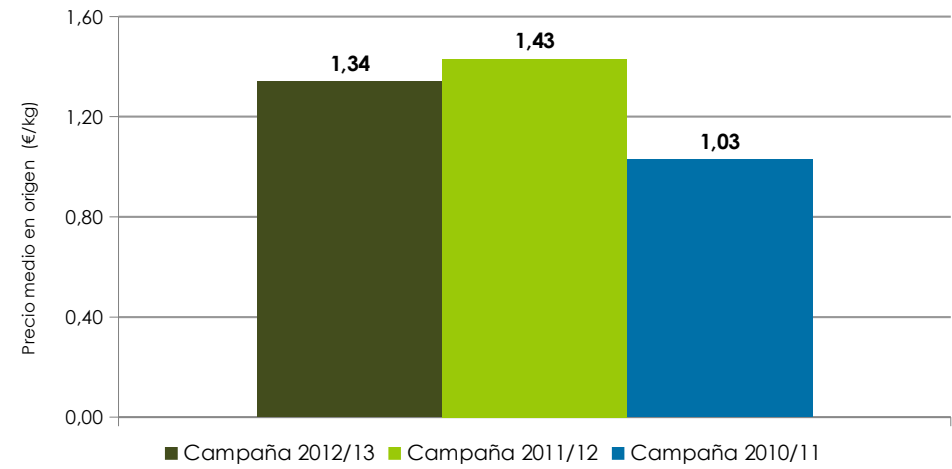


Campaña 2012/13	Semana	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Precio acumulado
	Precio (€/kg)	0,99	0,96	0,88	0,71	0,61	0,63	0,67	0,81	0,77	0,87	0,87	1,05	1,08	1,16	1,09	1,16	1,27	1,38	1,23	1,22	1,28	1,28	1,42	1,53	1,56	1,66	1,80	1,80	1,86	1,80	1,82	1,79	1,82	1,94	2,07	1,34

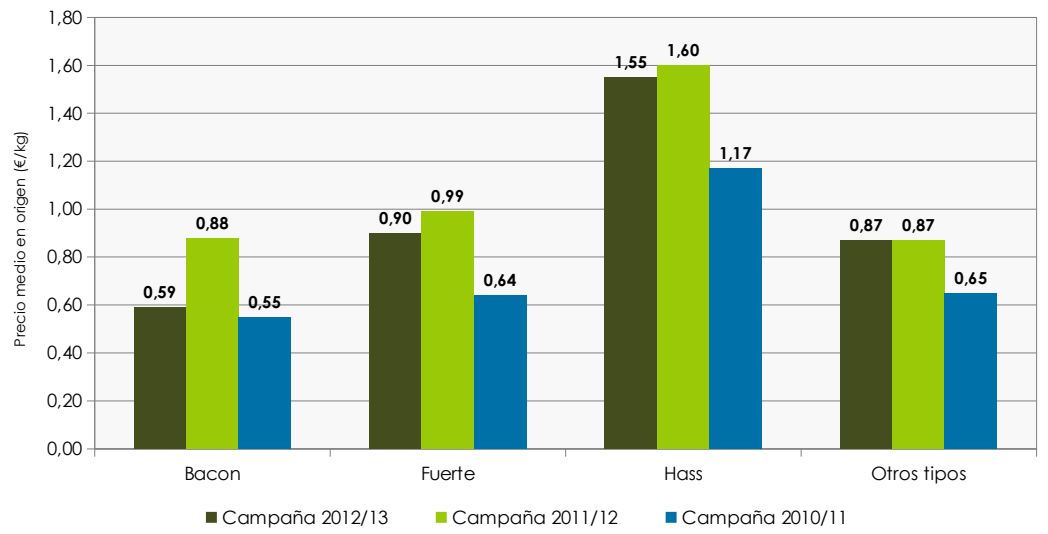
2. Aguacate

Análisis de los precios medios en origen del aguacate

Precio medio campaña



Precio medio de campaña por tipo de producto



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

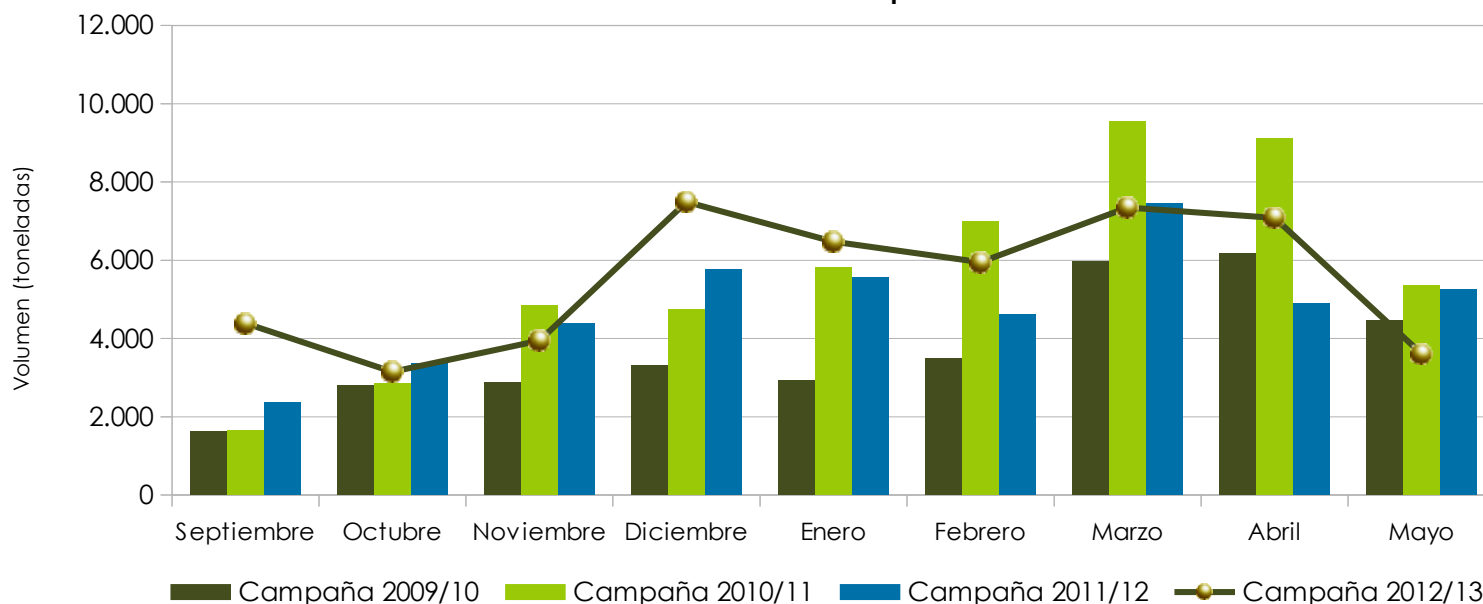
2. Aguacate

Evolución de las exportaciones andaluzas de aguacate

Exportaciones de aguacate				
	2012/13	2011/12	2010/11	2009/10
Volumen (t)	49.435	43.654	50.889	33.601
Valor económico (miles €)	88.201	82.959	92.432	58.517
Valor (€/kg)	1,78	1,90	1,82	1,74

Nota: DATACOMEX. El valor en (€/kg) de las exportaciones ha sido calculado como el cociente entre el valor y el volumen.

Evolución mensual de las exportaciones



Nota: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX. Año 2012 y 2013, datos provisionales.



2. Aguacate

Síntesis de campaña

Las elevadas temperaturas registradas durante el período de cuaje del fruto han marcado el devenir de esta campaña caracterizada por una escasez importante de los calibres superiores, más apreciados comercialmente. Esta incidencia ha perjudicado especialmente a la variedad Hass, más sensible a las altas temperaturas, en la que se han obtenido en torno a un 58% de fruta de primera categoría y buen calibre comercial, y un 42% de pequeño calibre, según datos del Observatorio de Precios y Mercados. Comercialmente esta escasez ha provocado un encarecimiento en origen de la fruta de mayor calibre en perjuicio del aguacate más pequeño, pudiendo observarse a lo largo de toda la campaña amplias horquillas de precios entre unos y otros. En el caso del aguacate Hass, la primera categoría alcanzó una cotización media de campaña de 2,12€/kg, siendo numerosas las semanas en las que el precio medio ha superado 2,00€/kg; y la segunda categoría de 0,78€/kg, lo que supone un diferencial del 172%.

En líneas generales, las cotizaciones han mantenido, a lo largo de toda la campaña, un comportamiento muy estable, dentro de los niveles rentables de precios, con incrementos suaves pero constantes tal como puede observarse en el gráfico "Evolución semanal de los precios en origen".

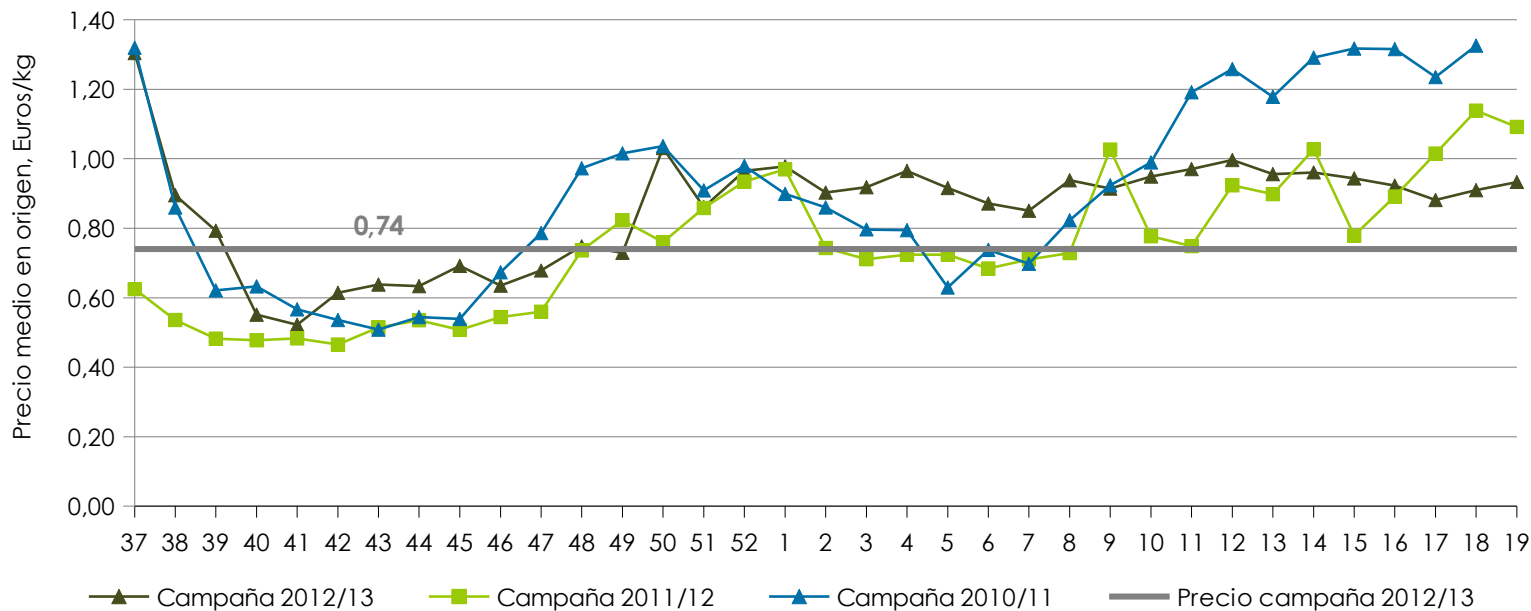
En el caso de las variedades lisas los precios se mantuvieron por debajo de los registrados durante la pasada campaña, siendo el precio final para el aguacate de Bacon de 0,59€/kg y del Fuerte de 0,90€/kg. La variedad Hass ha obtenido un precio medio de campaña de 1,55€/kg, cinco céntimos por debajo del registrado durante la campaña anterior.

Respecto a las exportaciones, los principales destinos del aguacate andaluz siguen siendo por el siguiente orden, Francia, Países Bajos, Alemania y Marruecos que aglutinan el 71% de las exportaciones.

3. Chirimoya

Análisis de los precios medios en origen de la chirimoya

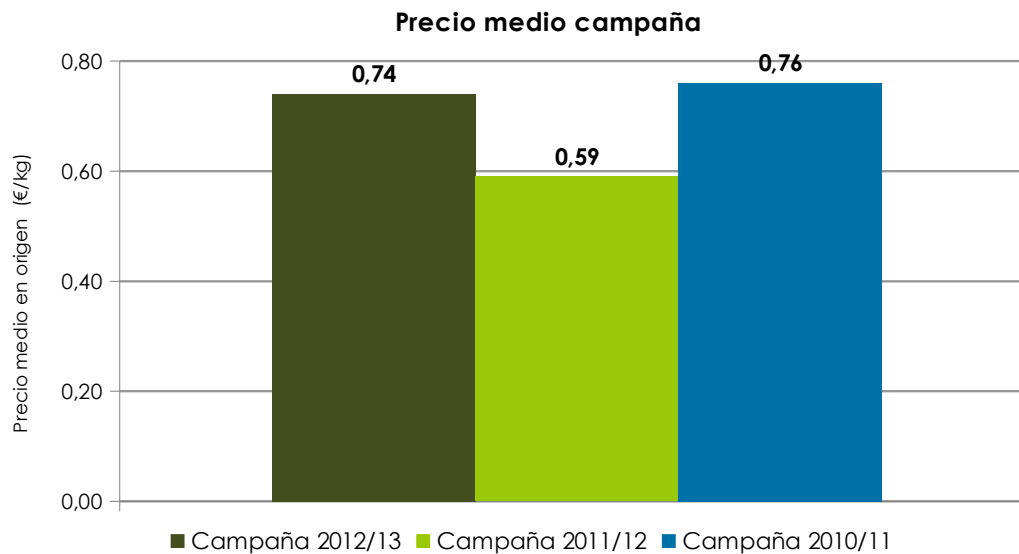
Evolución semanal de los precios en origen



Campaña 2012/13	Semana	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Precio campaña
	Precio (€/kg)	1,30	0,90	0,79	0,55	0,52	0,61	0,64	0,63	0,69	0,63	0,68	0,75	0,73	1,03	0,86	0,97	0,98	0,90	0,92	0,96	0,92	0,87	0,85	0,94	0,91	0,95	0,97	1,00	0,96	0,96	0,94	0,92	0,88	0,91	0,93	0,74

3. Chirimoya

Análisis de los precios medios en origen de la chirimoya *



* No se analiza el precio medio por tipo de producto, ya que según datos del Observatorio de Precios y Mercados (CAPMA) el 99% de la chirimoya comercializada es del tipo Fino de Jete, correspondiendo el 1% restante a otros tipos comerciales minoritarios como Campas, etc.

* No se disponen datos de exportaciones de chirimoya.



3. Chirimoya

Síntesis de campaña

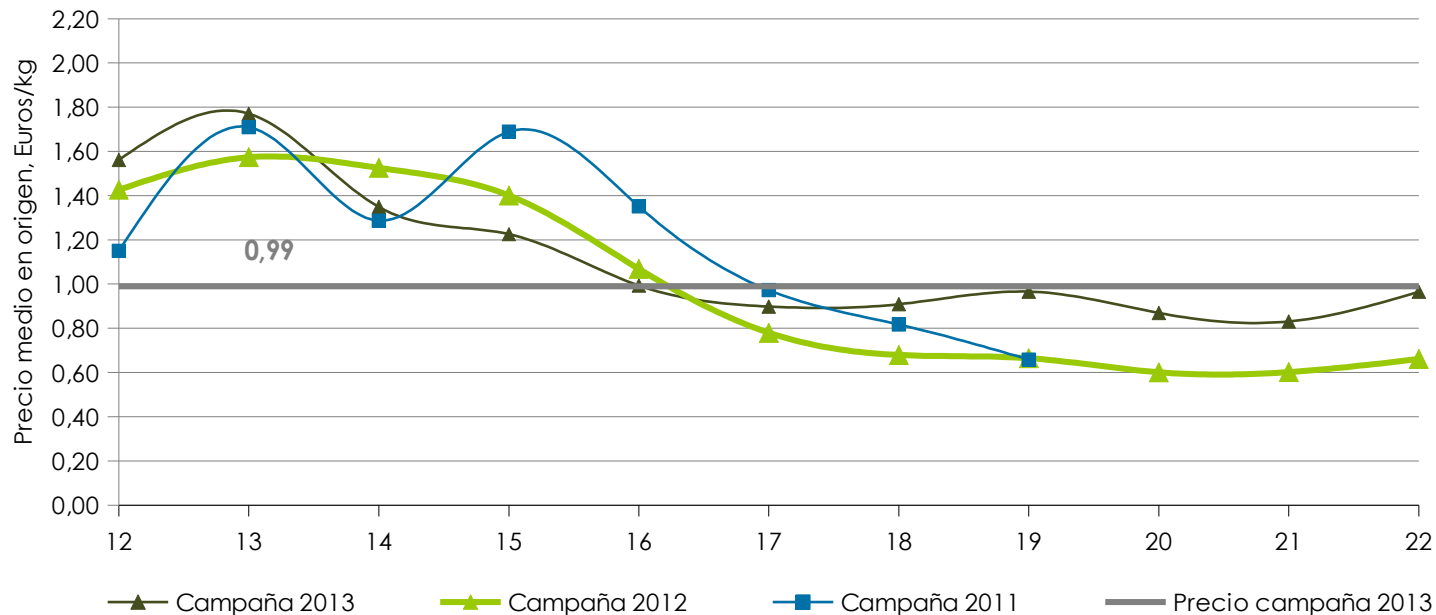
La campaña se ha caracterizado por un comportamiento muy estable de los precios y una media de cotización semanal que se ha ido manteniendo dentro de los niveles económicamente rentables para el agricultor. Según los agentes consultados, en las últimas campañas se viene observando una entrada más escalonada del producto en las comercializadoras, sobre todo a partir de la segunda quincena de noviembre, lo que permite alargar la presencia de chirimoya en el mercado. Esto consigue mantener una tensión continua en la relación precio/oferta que favorece cotizaciones más rentables y estables.

Respecto a la calidad del producto, durante los meses más fuertes de la campaña han predominado los calibres de primera categoría, muy apreciados comercialmente, lo que ha contribuido de forma positiva en el precio final del producto que se ha situado en 0,74€/kg esta campaña.

4. Níspero

Análisis de los precios medios en origen del níspero

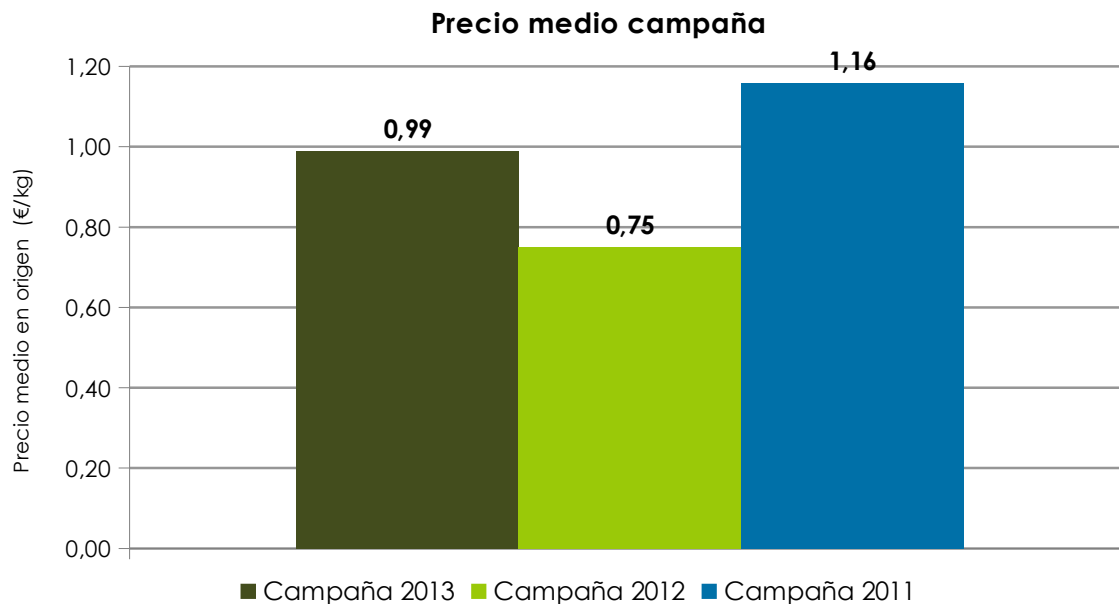
Evolución semanal de los precios en origen



Campaña 2013	Semana	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Precio campaña
	Precio (€/kg)		1,56	1,77	1,35	1,23	0,99	0,90	0,91	0,97	0,87	0,83	0,96

4. Níspero

Análisis de los precios medios en origen del níspero



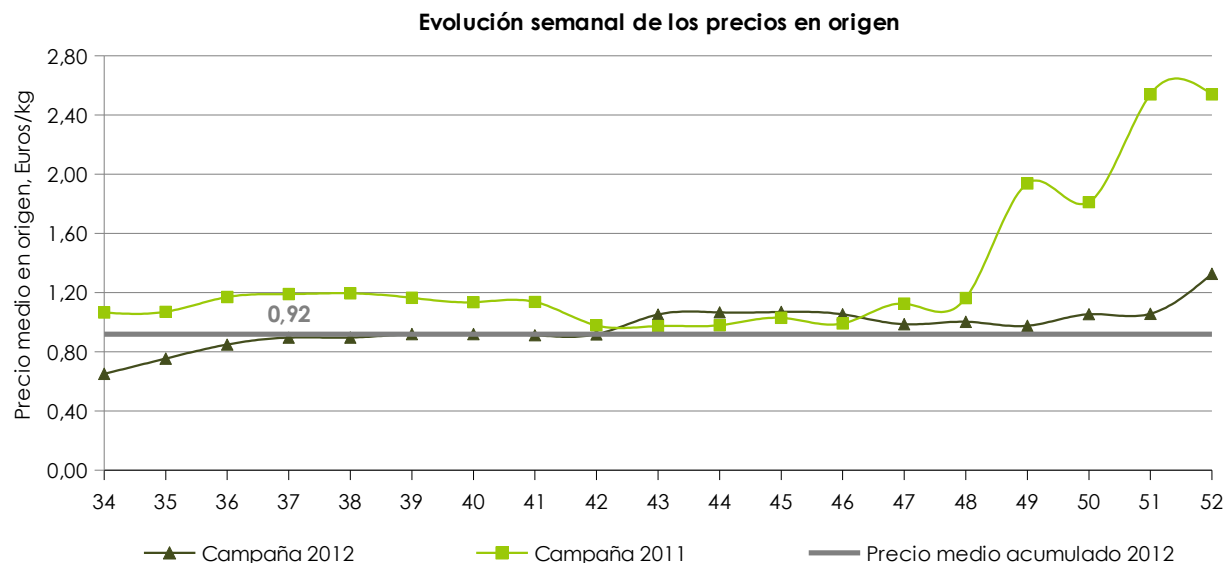
Síntesis de campaña:

La campaña se ha caracterizado por la constancia en el ritmo de entrada de producto en los almacenes y una buena calidad de producto tanto en el calibre como por la ausencia de fruta con la piel dañada, gracias a la inexistencia de vientos fuertes. El precio que se inició por encima de las dos campañas anteriores, manteniéndose en buenos niveles a lo largo de la misma, incluso para el níspero más tardío procedente de las zonas más frías como Lentegí. El precio medio de campaña se ha situado finalmente en 0,99€/kg, alcanzándose el techo de las cotizaciones en origen a finales de marzo, con un precio medio semanal de 1,77€/kg.

5. Mango

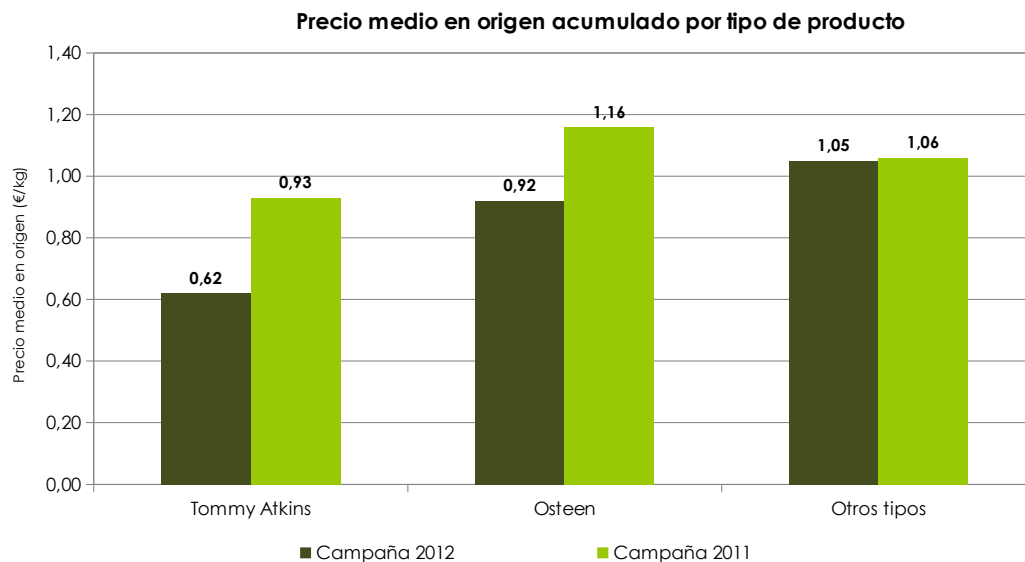
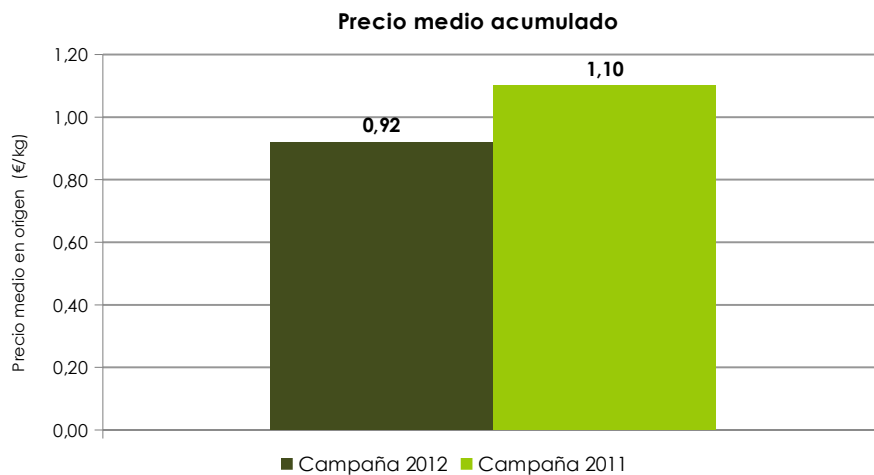
Análisis de los precios medios en origen del mango

Campaña 2012	
Semana	Precio (€/kg)
34	0,65
35	0,75
36	0,85
37	0,90
38	0,90
39	0,92
40	0,92
41	0,91
42	0,92
43	1,05
44	1,07
45	1,07
46	1,05
47	0,99
48	1,00
49	0,98
50	1,05
51	1,06
52	1,33
Precio acumulado	0,92



5. Mango

Análisis de los precios medios en origen del mango



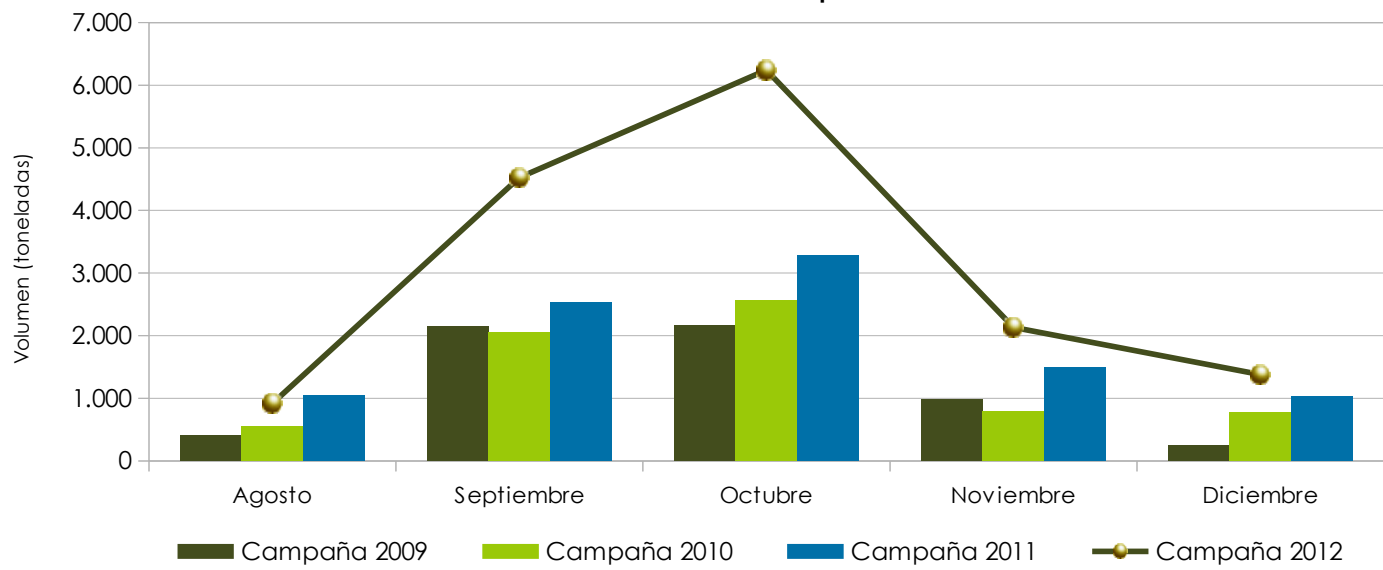
5. Mango

Evolución de las exportaciones andaluzas del mango

Exportaciones de mango				
	2012	2011	2010	2009
Volumen (t)	15.199	9.366	6.733	5.935
Valor económico (miles €)	19.534	12.700	10.136	8.605
Valor (€/kg)	1,29	1,36	1,51	1,45

Nota: DATACOMEX. El valor en (€/kg) de las exportaciones ha sido calculado como el cociente entre el valor y el volumen.

Evolución mensual de las exportaciones



Nota: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX.

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



5. Mango

Síntesis de campaña

La campaña 2012 se ha caracterizado por un mayor volumen de mango debido principalmente a la entrada en producción de nuevas fincas, sobre todo de la variedad mayoritaria, el Osteen. Esto ha hecho descender el precio de campaña en un 16% respecto a la campaña 2011. Además, la ausencia de incidencias climatológicas y fitopatológicas significativas durante el desarrollo del cultivo ha dado lugar a frutos de buena calidad en los que han predominado los calibres medianos, con mayor demanda en el mercado.

Por último, como consecuencia de lo anteriormente expuesto, se ha producido un incremento muy importante del volumen comercializado fuera de nuestras fronteras, en torno al 62% respecto a la pasada campaña, tal como puede observarse en los datos sobre las exportaciones analizados. También cabe destacar que el valor absoluto de las exportaciones ha marcado una cifra récord, aproximándose a los 20 millones de euros en 2012. Sin embargo, el valor unitario del producto ha sido inferior al de las últimas campañas, en consonancia al precio en origen.

Boletín final. Campaña 2012/13

Sector subtropicales

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



Septiembre, 2013