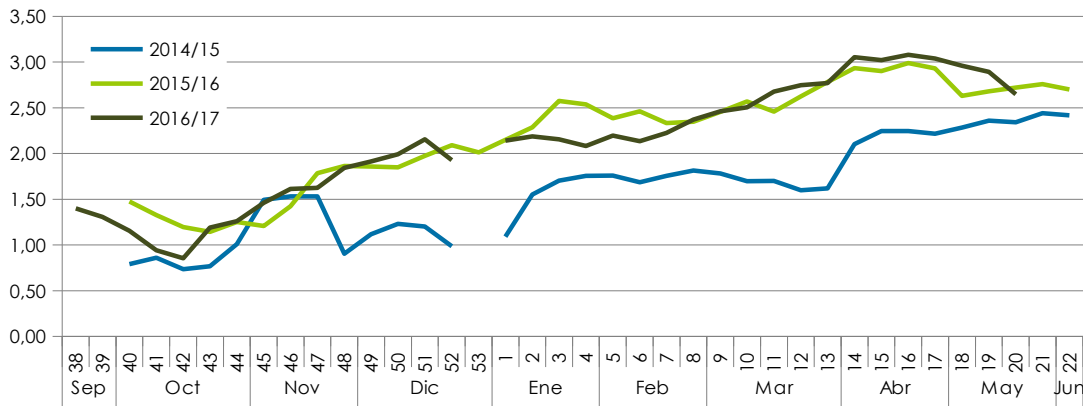


Síntesis de campaña: Aguacate. Campaña 2016/17

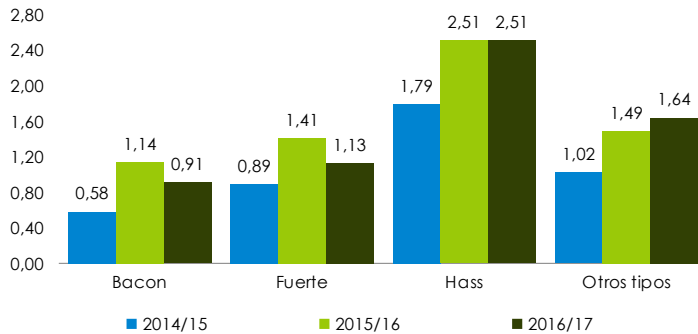
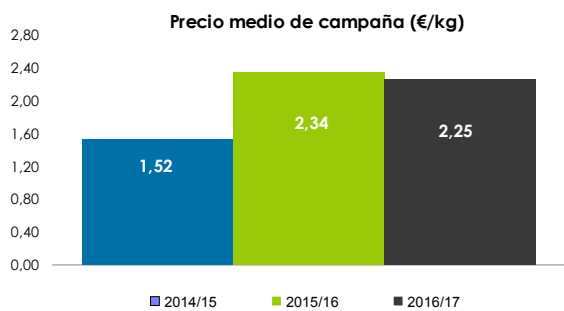
1. Precios medios en origen

Evolución semanal del precio de liquidación al agricultor (€/kg)



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Precios 2016/17, provisionales.

Precio liquidación agricultor por tipo de aguacate (€/kg)



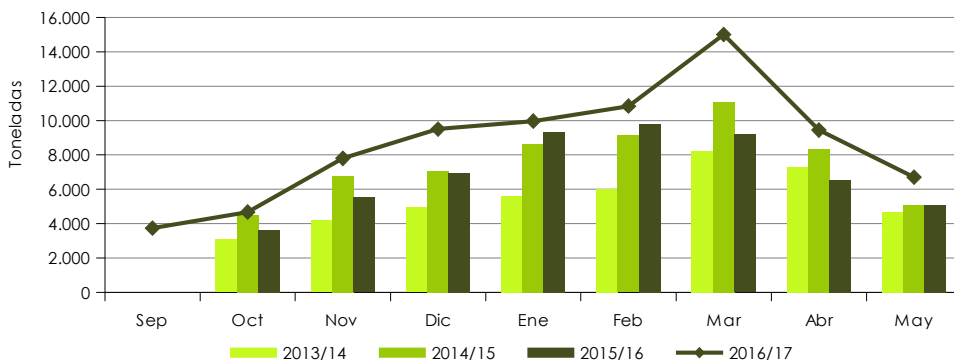
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

2. Evolución de las exportaciones andaluzas

Exportaciones de aguacate				
	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Volumen (t)	43.978	60.579	55.968	77.667
Valor económico (mil.€)	95.143	140.822	156.468	225.030

Fuente: DATACOMEX. Datos 2016 y 2017 provisionales.

Evolución mensual de las exportaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX. Datos 2016 y 2017 provisionales.

Síntesis de campaña: Aguacate. Campaña 2016/17

3. Resumen

La campaña 2016/17 se ha caracterizado por un alto nivel de precios para los agricultores, con medias ligeramente inferiores a la pasada campaña, en la que se alcanzaron cifras históricas. El precio final en origen se ha situado en 2,25€/kg, lo que supone una bajada del 4% respecto a 2015/16. Por su parte, los rendimientos han sido superiores al no producirse ningún incidente importante durante las fases de floración y cuajado de la fruta. En general, presentó muy buena calidad, lo que unido a una mayor superficie en producción ha redundado en una campaña satisfactoria.

Las variedades Bacon y Fuerte han cotizado a un precio medio final de 0,91 y 1,13€/kg respectivamente (20% menos que la pasada campaña). La variedad Hass vuelve a situar su precio final en origen en 2,51€/kg, al igual que la campaña precedente. En abril se alcanzaron precios por encima de 3,00€/kg, debido al desabastecimiento del mercado europeo provocado por los retrasos en la entrada en producción del aguacate del hemisferio sur.

La producción mundial de aguacates sigue creciendo a un ritmo acelerado, aunque no parece ser suficiente para cubrir la creciente demanda de esta fruta, especialmente en EEUU y Europa, aunque no se pueden descartar otros mercados emergentes como China y Japón. En este contexto de tensión en el mercado, el impacto de incidencias climatológicas, geopolíticas, sociales, etc. sobre los flujos comerciales y los precios no se hicieron esperar.

Chile, principal proveedor de Europa hasta marzo, incrementaba la superficie de cultivo y las exportaciones a Europa esta campaña. Su producción presentaba un exceso de calibres pequeños, que beneficiaba el precio de los calibres más grandes de nuestro aguacate. La finalización anticipada de su campaña, hacia mediados de febrero, favorecía la comercialización del aguacate andaluz, en plena producción de la variedad Hass, mientras que las variedades lisas tenían algunas dificultades para su comercialización debido principalmente a la competencia del aguacate israelí.

Desde finales de marzo hasta mayo se produjo un desabastecimiento general del mercado europeo, que mantuvo los precios altos hasta final de campaña. Otros países productores del mediterráneo, como Israel y Marruecos, estaban finalizando sus campañas y las exportaciones hacia Europa fueron disminuyendo progresivamente. Mientras, Perú y Sudáfrica, con grandes expectativas de crecimiento de sus producciones para esta campaña, se vieron obligados a retrasar el envío de volúmenes importantes hasta principios de mayo, debido a la adversidad de las condiciones climáticas, como el paso de El Niño en el caso de Perú.

Las exportaciones del aguacate andaluz alcanzaron las mayores cifras de las últimas campañas, tanto por incremento de la producción propia como de las reexportaciones. Sus principales destinos han sido Francia (35%), Alemania (15%), Países Bajos (12%) y Reino Unido (11%).