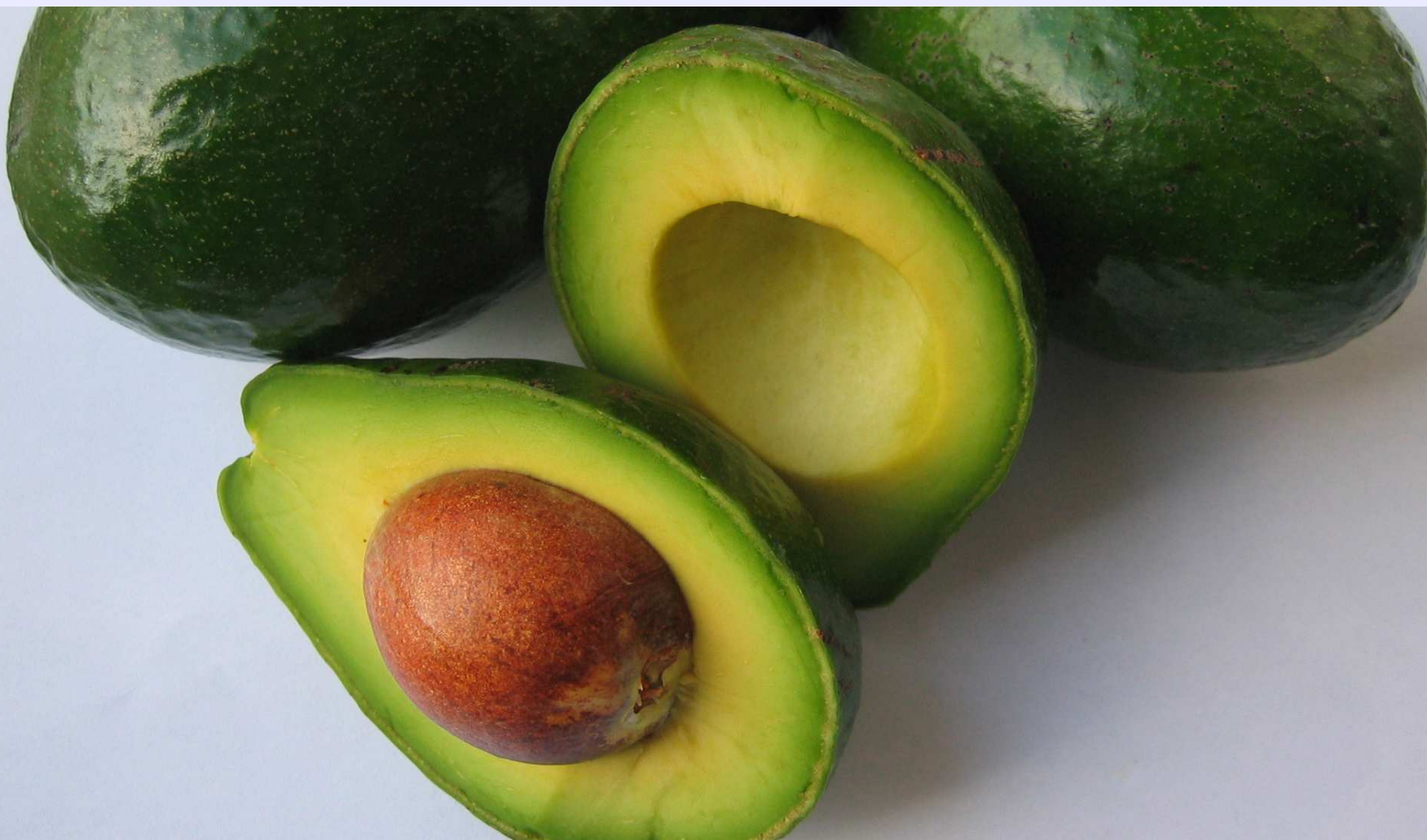


# Boletín de seguimiento. Campaña 2011/12

## Sector subtropicales





# observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura y Pesca



## Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución semanal de los precios medios en origen
3. Precio medio en origen acumulado por producto
4. Precio medio en origen acumulado por tipo
5. Incidencias 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 la anterior.

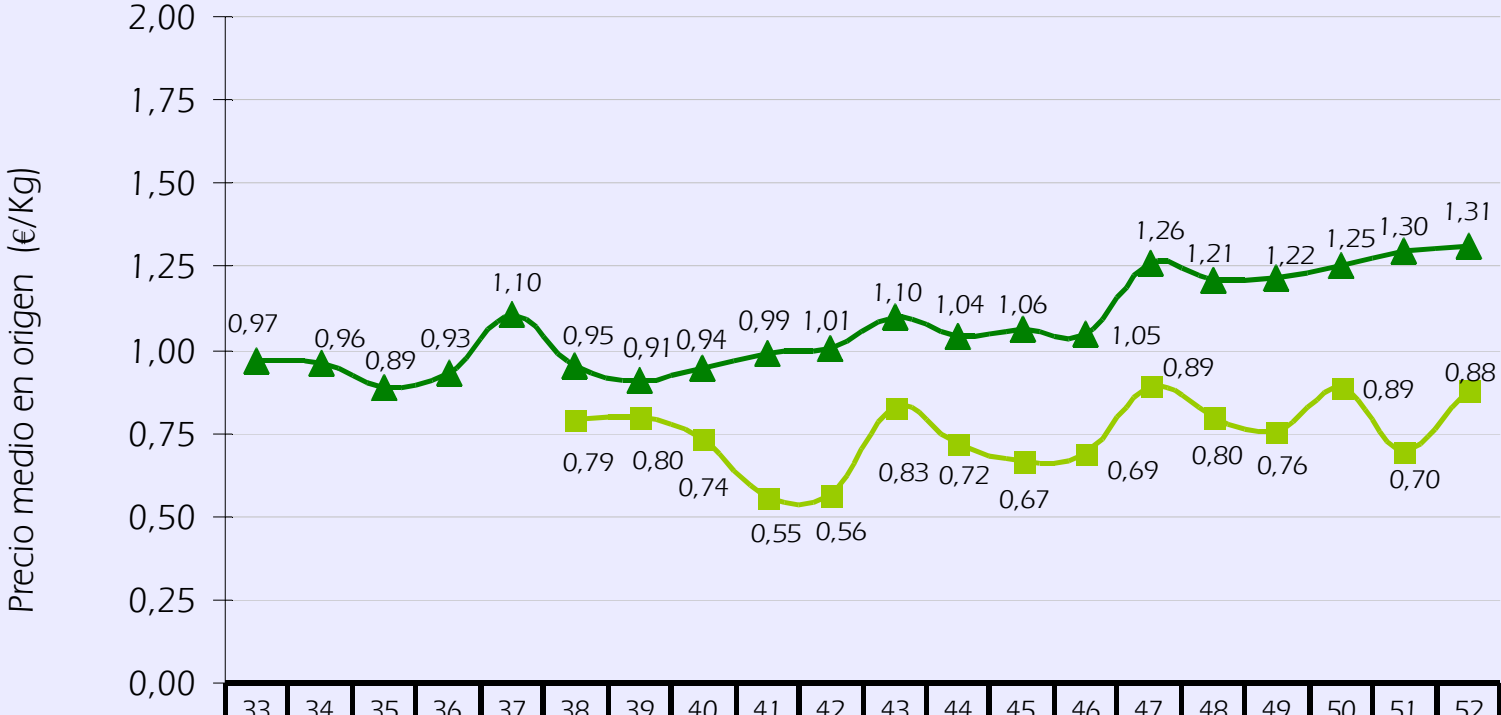
↪ **Precio medio en origen acumulado por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **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 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.

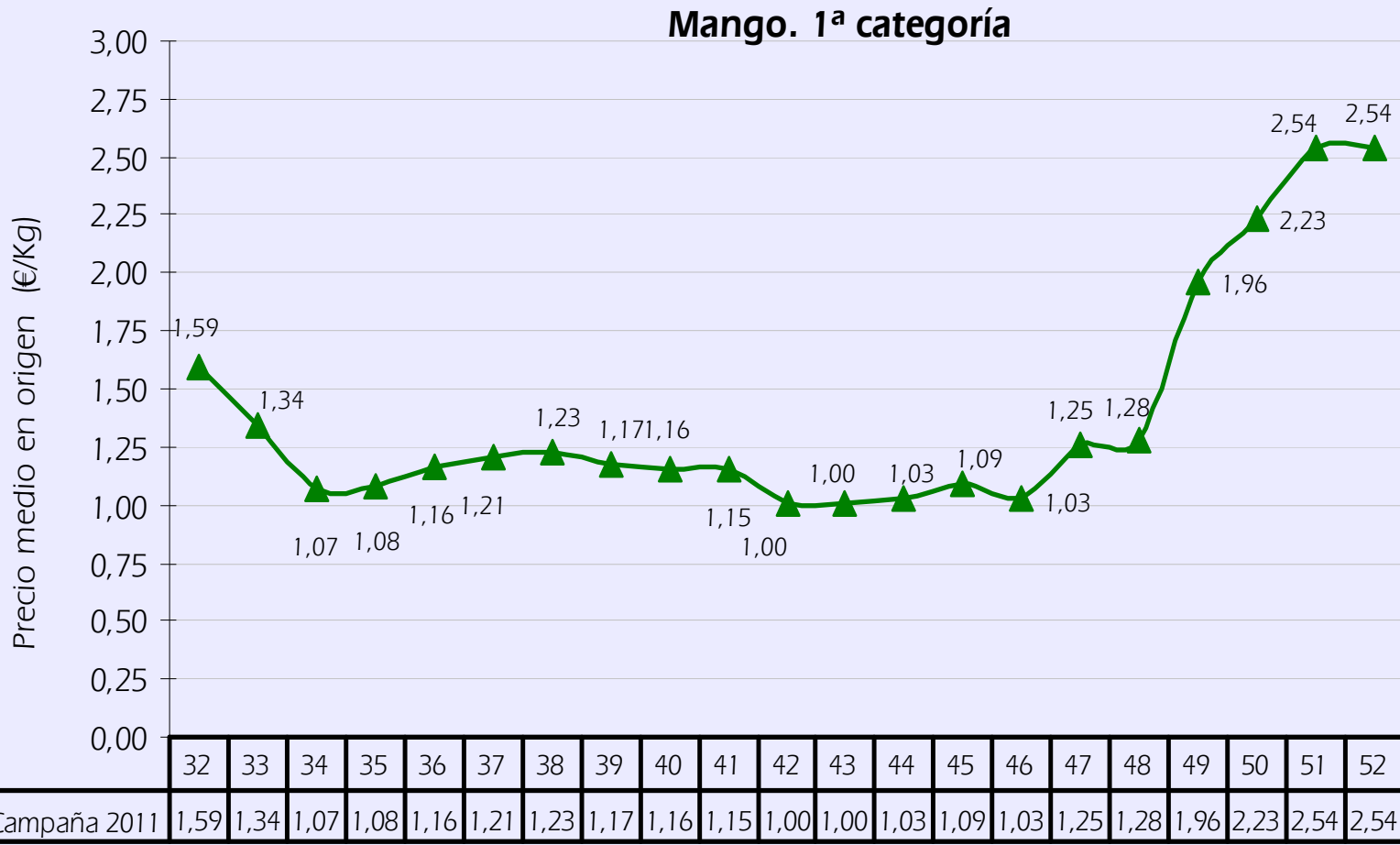
## 2. Evolución semanal de los precios en origen: aguacate

**Aguacate. Todas las categorías**



	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
▲ Campaña 2011/12	0,97	0,96	0,89	0,93	1,10	0,95	0,91	0,94	0,99	1,01	1,10	1,04	1,06	1,05	1,26	1,21	1,22	1,25	1,30	1,31
■ Campaña 2010/11						0,79	0,80	0,74	0,55	0,56	0,83	0,72	0,67	0,69	0,89	0,80	0,76	0,89	0,70	0,88

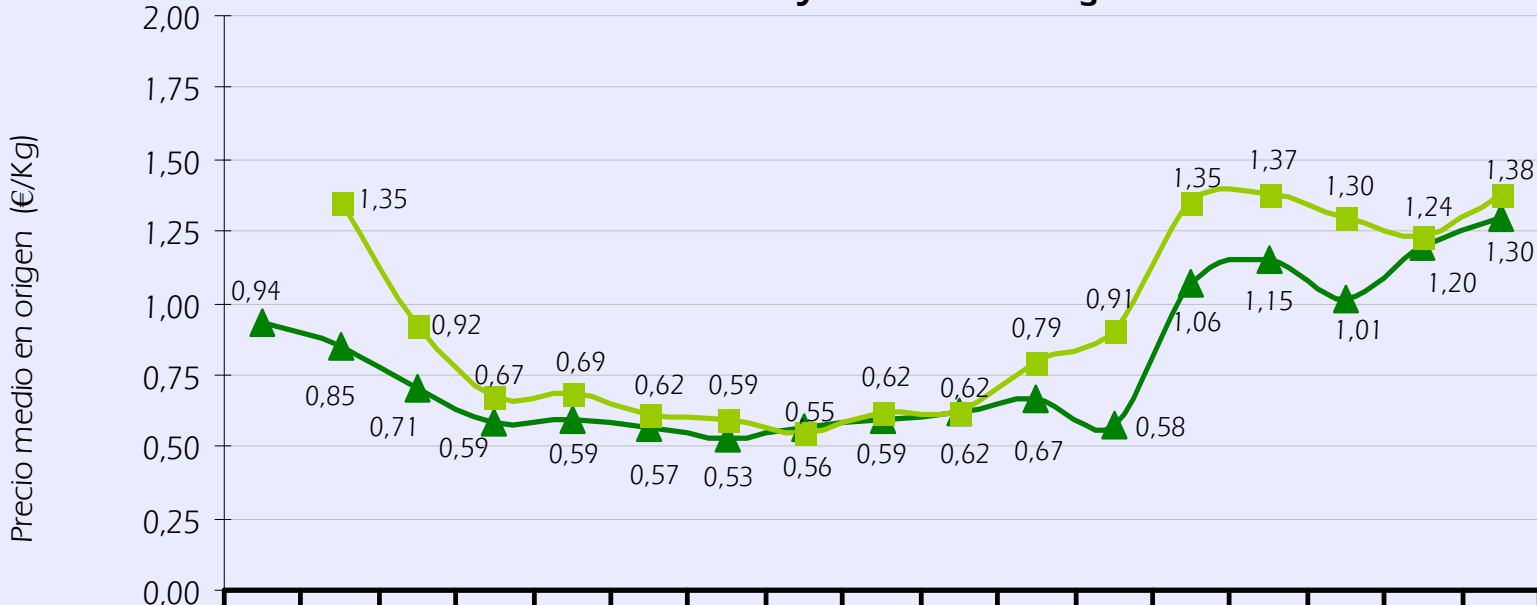
## 2. Evolución semanal de los precios en origen: mango



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

## 2. Evolución semanal de los precios en origen: chirimoya

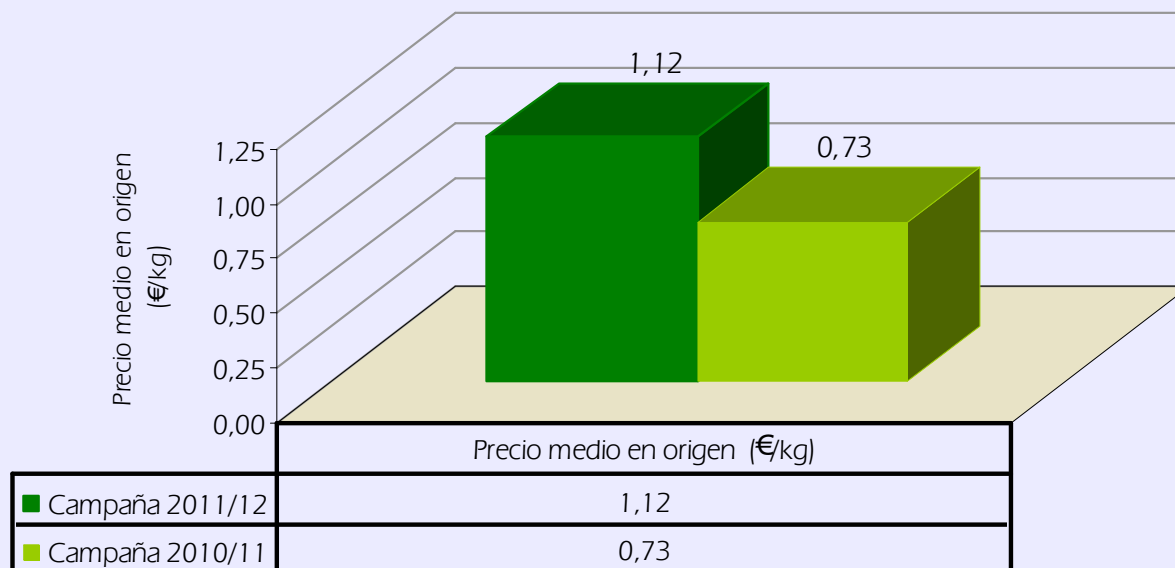
Chirimoya. Extra + 1ª categoría



	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
▲ Campaña 2011/12	0,94	0,85	0,71	0,59	0,59	0,57	0,53	0,56	0,59	0,62	0,67	0,58	1,06	1,15	1,01	1,20	1,30
■ Campaña 2010/11		1,35	0,92	0,67	0,69	0,62	0,59	0,55	0,62	0,62	0,79	0,91	1,35	1,37	1,30	1,24	1,38

## 3. Precio medio en origen acumulado: aguacate

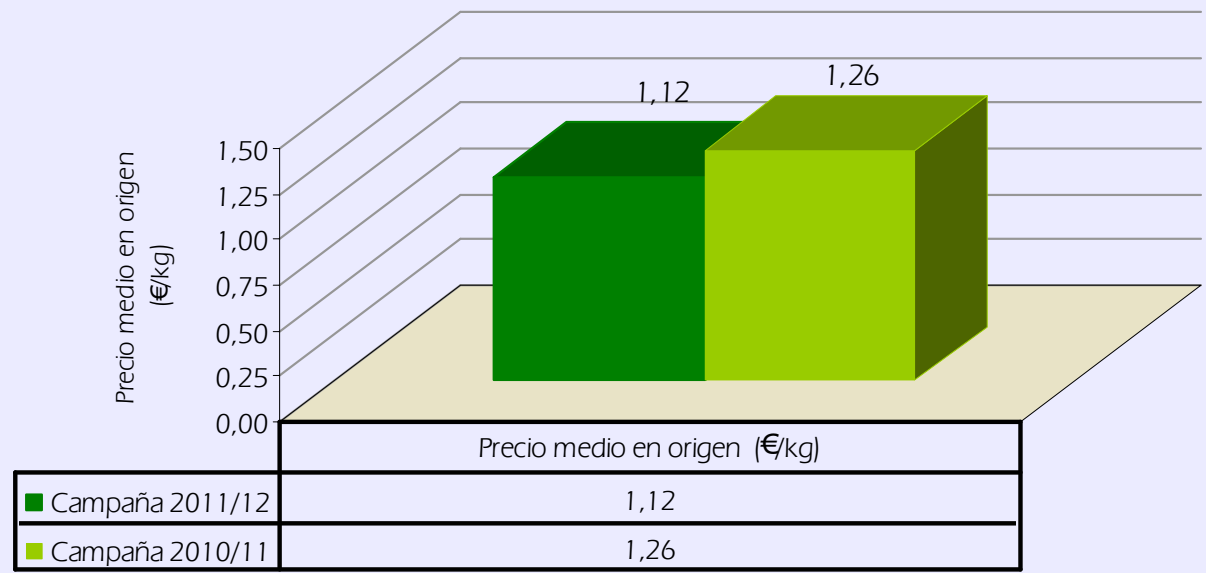
Aguacate. Todas las categorías



Nota: Precio acumulado desde inicio de campaña hasta la semana 52.

### 3. Precio medio en origen acumulado: mango

Mango. 1ª categoría

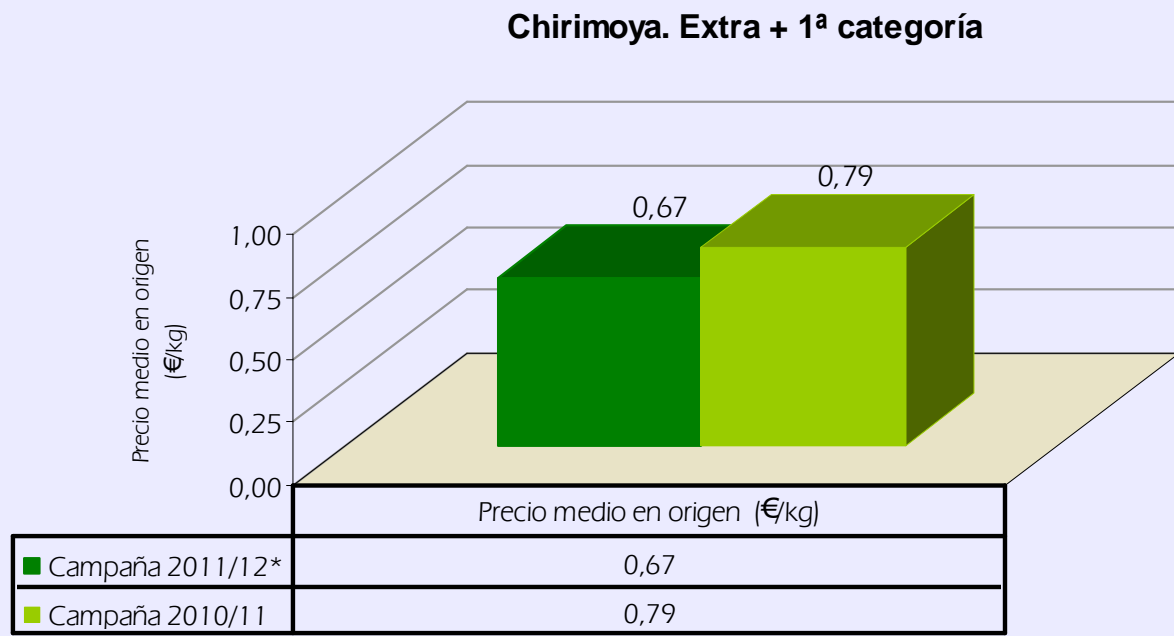


Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Nota: Precio acumulado desde inicio hasta la semana 52.



## 3. Precio medio en origen acumulado: chirimoya

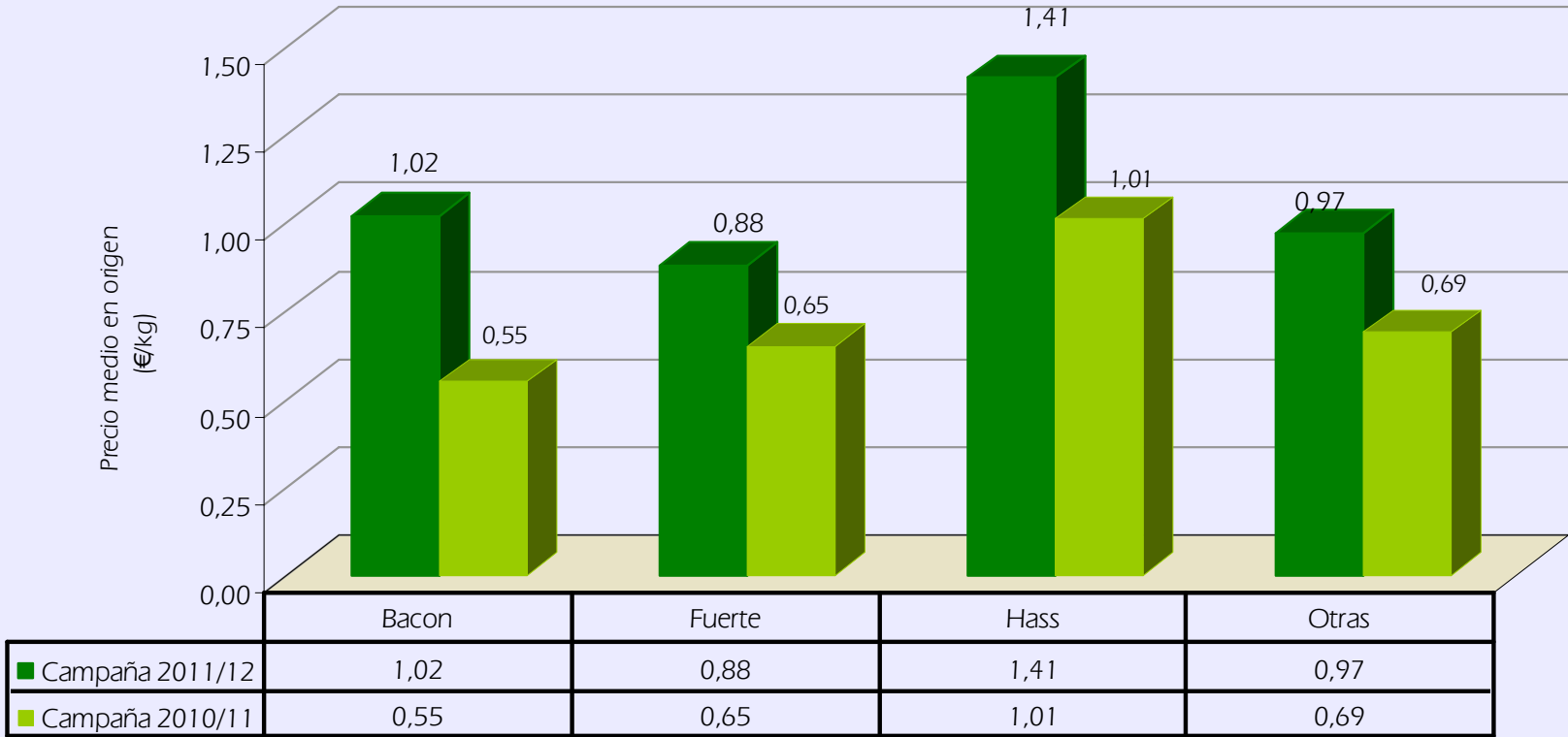


Nota: Precio acumulado desde inicio de campaña hasta la semana 52.

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

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

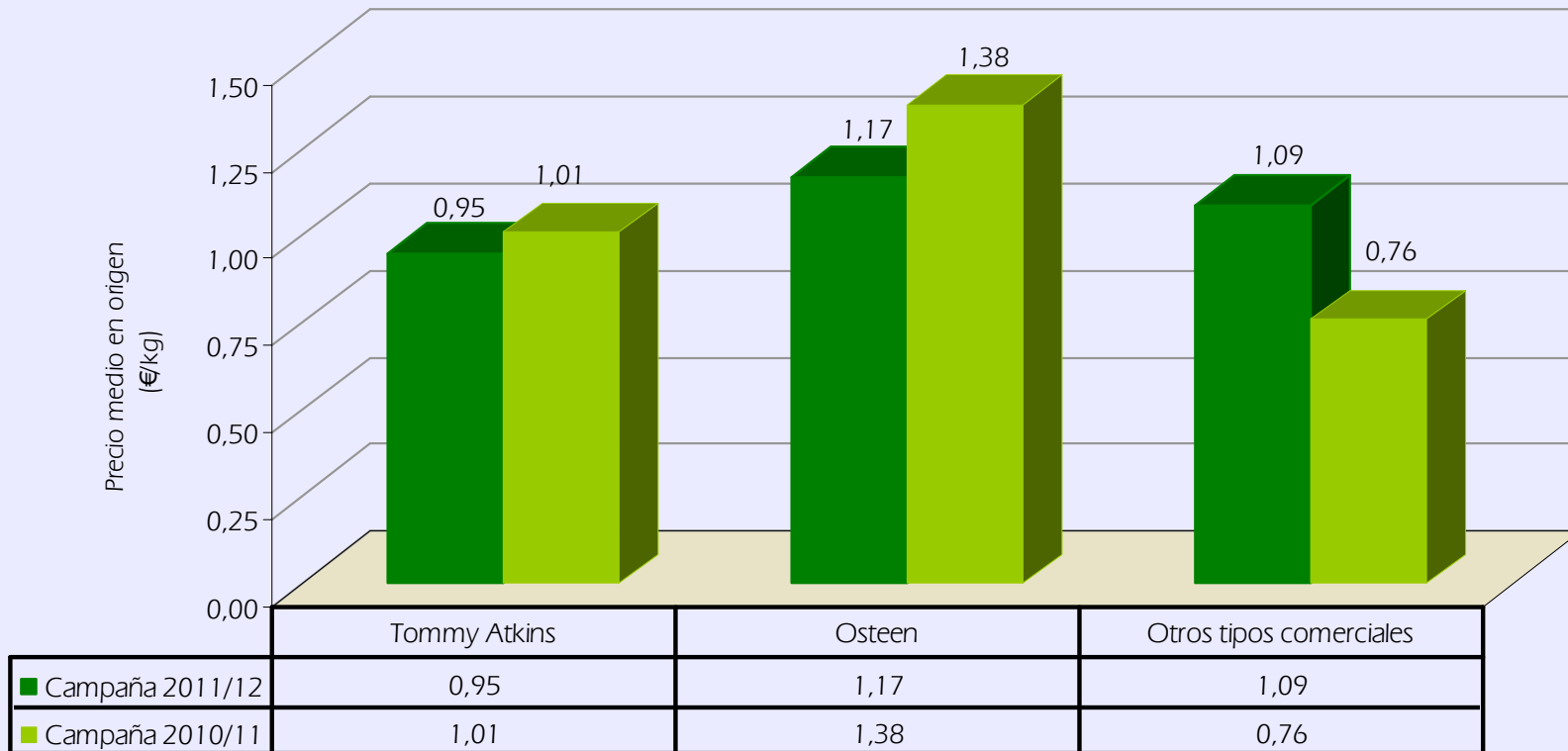
### Aguacate. Todas las categorías



Nota: Precio acumulado desde inicio de campaña hasta la semana 52.

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

### Mango. 1ª categoría



Nota: Precio acumulado desde inicio de campaña hasta la semana 52.



## 5. Incidencias de campaña

● **Chirimoya.** Las elevadas temperaturas registradas en la costa tropical de Granada han supuesto un factor determinante en el desarrollo de los primeros meses de campaña y el origen de los bajos precios percibidos por los agricultores. El exceso de temperatura provocaba una aceleración de la producción que, por una parte, anticipaba el inicio de su campaña a finales de agosto y; por otra, obligaba a ofertar importantes volúmenes de chirimoya haciéndolos coincidir con las frutas de verano, que competían en el mercado con precios más asequibles para los consumidores. A esto hay que añadir la apatía al consumo, que provoca el calor hacia una fruta relacionada con temperaturas de mayor rigor. Ante los bajos precios, han sido numerosos los productores que han dejado de recolectar la fruta con calibres de menor valor comercial.

● **Mango.** La campaña de mango ha concluido con un volumen de producción inferior a lo habitual y un exceso de calibre en todas las variedades, contándose entre las posibles causas, el exceso de las lluvias caídas durante los meses de abril y mayo. El elevado volumen de fruto de gran calibre ha dificultado su comercialización y provocado un descenso de los precios en origen que se mantenían a un nivel inferior a la pasada campaña, a 1,20€/kg para la 1ª categoría comercial.

● **Aguacate.** La campaña de las variedades lisas se ha caracterizado por la ausencia de incidencias, alcanzándose un buen nivel de precios en origen, cotizando el Fuerte cercano al euro por kilo y el Bacon alrededor de los 90 céntimos por kilo, ambos por encima de los valores registrados la anterior campaña. En la segunda quincena de noviembre comienzan a comercializarse volúmenes importantes de aguacate Hass, que ha presentado un precio medio en el período analizado (S33-S52) en torno a 1,40 €/kg, un 40% superior a la media del mismo período correspondiente a la campaña 2010/11.