

EL SECTOR DE LOS CÍTRICOS EN ANDALUCÍA



14 febrero 2019

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. CAMPAÑA 2018/19
- 1.2. DATOS ESTADÍSTICOS DEL SECTOR
- 1.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS EXPLOTACIONES

2. COMERCIALIZACIÓN

- 2.1. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR
- 2.2. ANÁLISIS DE LAS COTIZACIONES ANDALUZAS EN CAMPO
- 2.3. ANÁLISIS DE LAS COTIZACIONES ANDALUZAS EN CENTRO DE MANIPULACIÓN
- 2.4. ANÁLISIS DE LAS COTIZACIONES EN LOS MERCAS
- 2.5. ANÁLISIS DE LAS COTIZACIONES EN CONSUMO (SUPERMERCADOS)
- 2.6. COMPARATIVA DE COTIZACIONES EN DIFERENTES ESLABONES DE LA CADENA

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO PER CÁPITA

- 3.1. DATOS DEL CONSUMO Y EL GASTO PER CÁPITA DE LA NARANJA
- 3.2. DATOS DEL CONSUMO Y EL GASTO PER CÁPITA DE LA MANDARINA
- 3.3. DATOS DEL CONSUMO Y EL GASTO PER CÁPITA DEL LIMÓN

4. COMERCIO EXTERIOR

- 4.1. MERCADO MUNDIAL DE CÍTRICOS
- 4.2. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES
- 4.3. ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES

5. ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA ÁFRICA MERIDIONAL

6. CONCLUSIONES

CAMPAÑA DE CÍTRICOS 2018/19

La campaña de cítricos 2018/19 ha estado marcada por la ausencia de incidencias climatológicas extremas durante el desarrollo del ciclo biológico del cultivo, lo que ha tenido como resultado una mayor producción en árbol, aunque con un menor calibre de la fruta en determinadas zonas de producción andaluza. Concretamente, la campaña se caracteriza por presentar un retraso en el comienzo de la misma que, dependiendo de la zona de producción, puede llegar a ser de dos o tres semanas en comparación con otras campañas precedentes. En lo que respecta a la floración como el cuajado del fruto, se han visto beneficiados por la ausencia de precipitaciones intensas, temperaturas extremas o vientos fuertes, que pudieran favorecer la caída o pérdida de flor en árbol, favoreciendo una mayor cantidad de fruto en árbol y, consecuentemente, una disminución del calibre medio. Sin embargo, las precipitaciones y las temperaturas bajas del momento de floración, o el retraso en la llegada de las temperaturas cálidas en determinadas zonas de producción, han propiciado un retraso de entre 10 y 15 días en la floración y cuaje. Asimismo, los meses del verano han estado marcados por la ausencia de temperaturas altas extremas, lo que ha favorecido la transpiración del cultivo y ha reducido el cierre de estomas de la planta para frenar la evaporación, lo que en definitiva ha favorecido el crecimiento vegetativo y del fruto en árbol. Por otro lado, en determinadas zonas de producción andaluzas el clima ha sido seco, teniendo que recurrir a un mayor número de riegos y obteniendo un calibre algo inferior de la fruta, como puede ser el caso por ejemplo de las mandarinas Clementinas Tempranas en Huelva o el limón Fino de determinadas zonas de la provincia de Málaga.

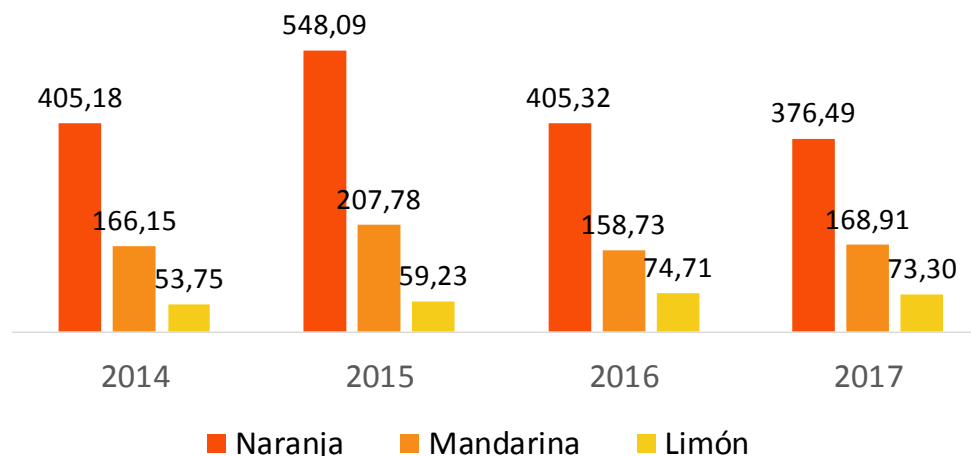
En lo que respecta a la comercialización y las cotizaciones medias de los cítricos, la campaña ha estado marcada desde el principio por un ritmo lento y escalonado en la recolección de cítricos en campo marcado por las bajas cotizaciones alcanzadas, así como por un ritmo de trabajo en las centrales de manipulación y envasado inferior al de las campañas precedentes. Esta ralentización en la comercialización de cítricos se ha debido, por un lado a las circunstancias específicas de la campaña como es la salida al mercado de fruta con un índice bajo de maduración, la concentración de la oferta nacional, los impedimentos climatológicos en la recolección de la cosecha en las variedades más tempranas o el aumento de los costes de recolección y las dificultades para encontrar mano de obra en el campo. Por otro lado, afectan circunstancias externas como la presencia de fruta procedente de otros países productores con precios más competitivos en el mercado, los problemas logísticos de transporte ocurridos en Francia, así como debido a la ausencia de bajas temperaturas que tanto se asocian con el consumo de este tipo de fruta.

En general, ha existido una dificultad generalizada en alcanzar cotizaciones medias óptimas para cubrir gastos de producción en campo como los gastos de almacén en las centrales de manipulación. En este sentido, las exportaciones de cítricos andaluces han estado marcadas por un lado, por la presión ejercida por la gran distribución sobre los precios de venta, por el adelanto y aumento de la cosecha de cítricos de otros países productores y competidores como Turquía, Grecia, Marruecos o Egipto favorecida por la climatología y a lo que se une la devaluación de la moneda egipcia. Y, por otro lado, el solape de variedades con las producciones de otros países unido a la prolongación de la entrada de contingentes y la reducción de aranceles para la entrada a Europa de fruta de otros países productores como Sudáfrica a pesar de las afecciones de mancha negra que siguen preocupando en la entrada a Europa de cítricos tardíos procedentes tanto de este país como de Argentina.

VALOR ECONÓMICO DE LA PRODUCCIÓN ANDALUZA DE CÍTRICOS (Mill. Euros)

El sector de los cítricos en Andalucía representa el 6,4% de toda la Producción de la Rama Agraria Andaluza. Concretamente, el sector de cítricos de Andalucía en 2017 alcanzó un valor de la producción cercano a 653 millones de euros, es decir un 22% inferior al valor de la producción de 2016 (836 mil. Euros).

En lo que respecta al empleo, en la campaña 2017/18 se estima que en Andalucía se generen más de **7,2 millones de jornales** relacionados con el sector de cítricos. El 65% de estos jornales están relacionados con la producción de cítricos en campo, en donde la recolección ocupa el 62% de los mismos. El 35% de los jornales del sector están relacionados con las centrales de manipulación y envasado del sector.



Fuente: Macromagnitudes agrarias. Consejería de Agricultura, ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

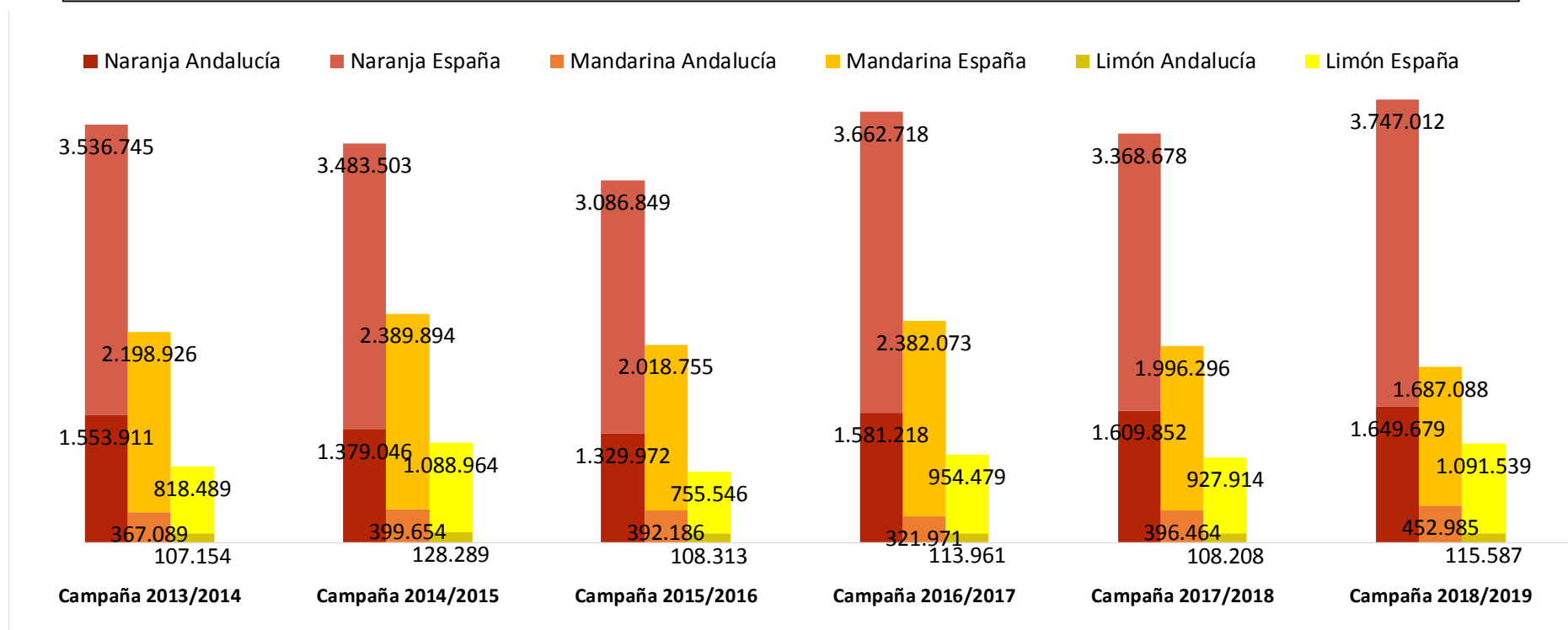
Por otro lado, las explotaciones cuentan mayoritariamente por mano de obra masculina, siendo un 27% las explotaciones las que tienen mano de obra femenina.



Fuente: Elaboración propia a partir de la mano de obra directa en la cadena de valor de cítricos cultivados en Andalucía.

PRODUCCIÓN (t) DE CÍTRICOS DE ESPAÑA Y ANDALUCÍA

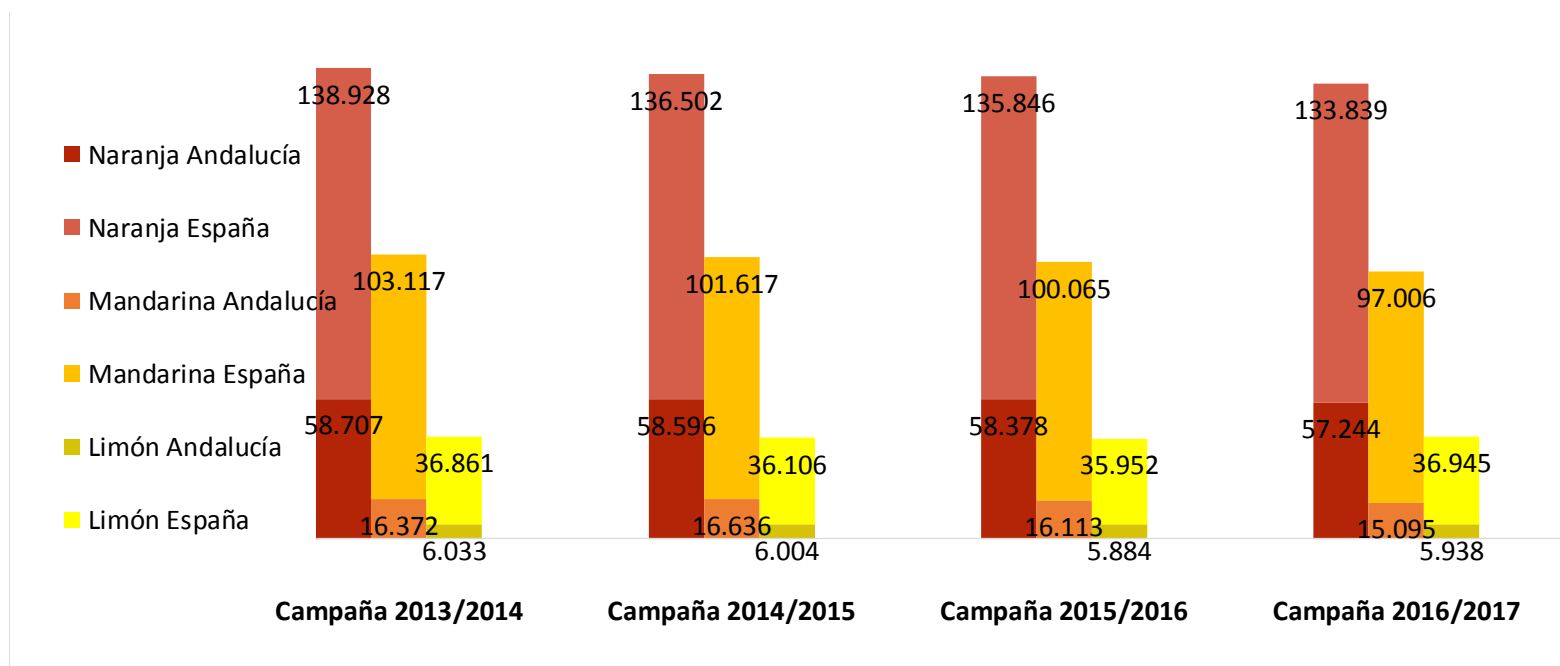
En la campaña 2018/19 la producción de naranja y limón a nivel nacional ha aumentado en un 14% de media con respecto a la campaña 2017/18, después de un descenso medio en la campaña 2017/18 del 5% con respecto a la campaña 2016/2017. Mientras que la producción de mandarina ha descendido por segundo año consecutivo en un 15%. A nivel andaluz, la producción de cítricos ha venido aumentando en las tres últimas campañas. Concretamente, en la campaña actual 2018/19 la cosecha de mandarina ha aumentado en un 14% con respecto a la campaña 2017/18, el limón lo hace en un 7% y la naranja en un 2%.



SUPERFICIE (ha) DE CÍTRICOS DE ESPAÑA Y ANDALUCÍA

A nivel nacional la superficie de cítricos en la campaña 2017/18 ha aumentado ligeramente, en un 1%, después de un descenso medio cercano al 2% en las dos campañas anteriores a esta. A nivel andaluz, la tendencia ha sido la misma, con un crecimiento de la superficie de cítricos del 0,5% en la campaña 2017/18, y un descenso algo inferior al 2% en los dos años anteriores.

A nivel regional destaca la provincia de **Sevilla con el 35% de la superficie de producción** de cítricos, seguida de la provincia de Huelva con el 22% y las provincias de Córdoba y Málaga con un 13,5% de media cada una. A nivel de producto, la mayor superficie de naranja se encuentra localizada en Sevilla, que cuenta con el 43% de la superficie. Seguida de Córdoba y Huelva con el 18% de media cada una. En lo que respecta a la superficie de mandarino, destaca la provincia de Huelva 47% de la superficie andaluza, seguida de Almería y Sevilla que representan un 17% de media cada una. El limón 75% de la superficie de limón andaluza se encuentra localizado en Málaga y el 22% en Almería.

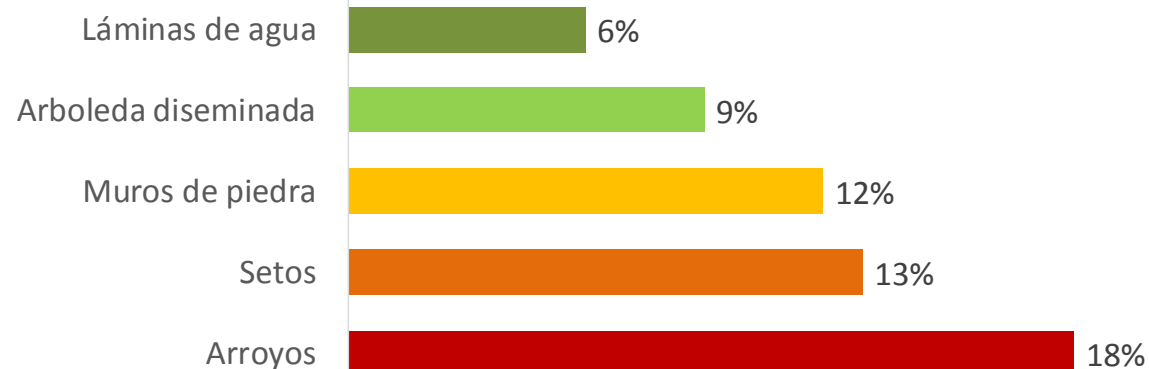


1. INTRODUCCIÓN

1.3. Características de las explotaciones

ELEMENTOS ESTRUCTURALES QUE FOMENTAN LA BIODIVERSIDAD

El **63% de las explotaciones** agrarias del sector de cítricos poseen uno o varios **elementos estructurales que fomenta la biodiversidad**. Resaltando la presencia de arroyos, setos y muros de piedra.



DISTRIBUCIÓN VARIETAL DE LOS CÍTRICOS

Especie/ Variedad	AFORO 2017/18 (TM)
Grupo Navel	980.529
Grupo Blancas	352.471
Grupo Sanguinas	14.109
Grupo tardías	258.405
Total Naranja dulce	1.605.514
Total Naranja amarga	12.709
Grupo Satsumas	23.072
Grupo Clementinas	238.339
Grupo otras mandarinas	183.868
Total Mandarina	445.278
Total Limón	115.943
Total Pomelo	28.630
Total otros cítricos	3.943
TOTAL CÍTRICOS ANDALUCÍA	2.212.017

Fuente: Datos encuesta al sector. Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. (Base muestral 75 encuestas)

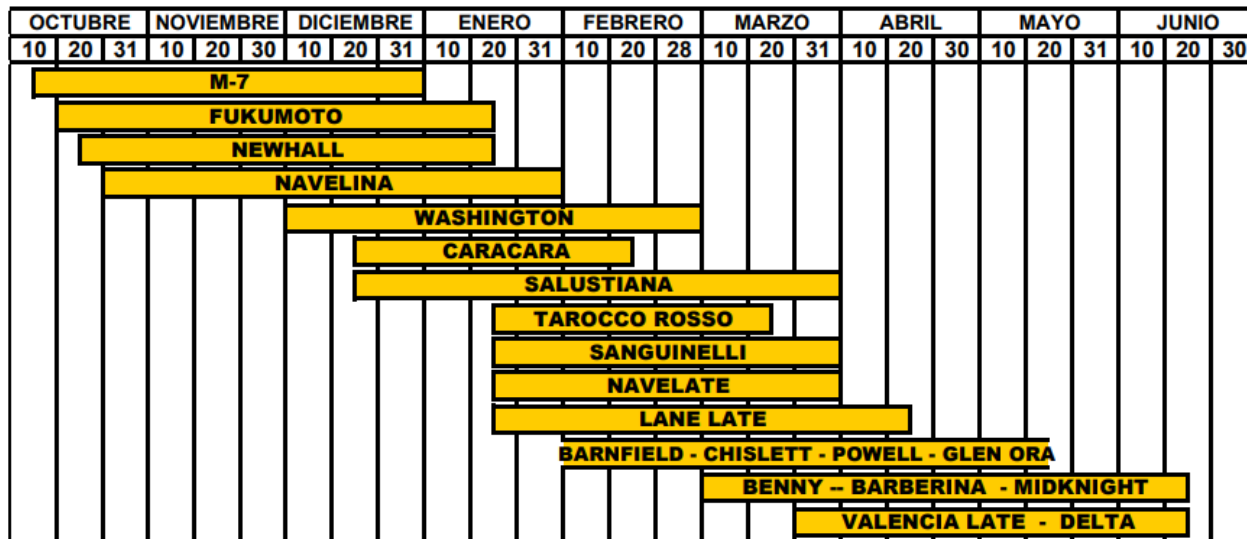
El sector de cítricos de Andalucía cuenta con una representación de un gran número de variedades, principalmente de las **especies naranjo y mandarino**.

En la naranja destaca el **grupo Navel** que representa el 61% de la producción total de naranja, y donde resaltan las variedades Navelina y Washintong. Mientras que en la mandarina el mayor volumen de producción corresponde al grupo de las **Clementinas** con el 53% de la producción de mandarina andaluza, donde destacan las mandarina de media temporada y las mandarinas tempranas.

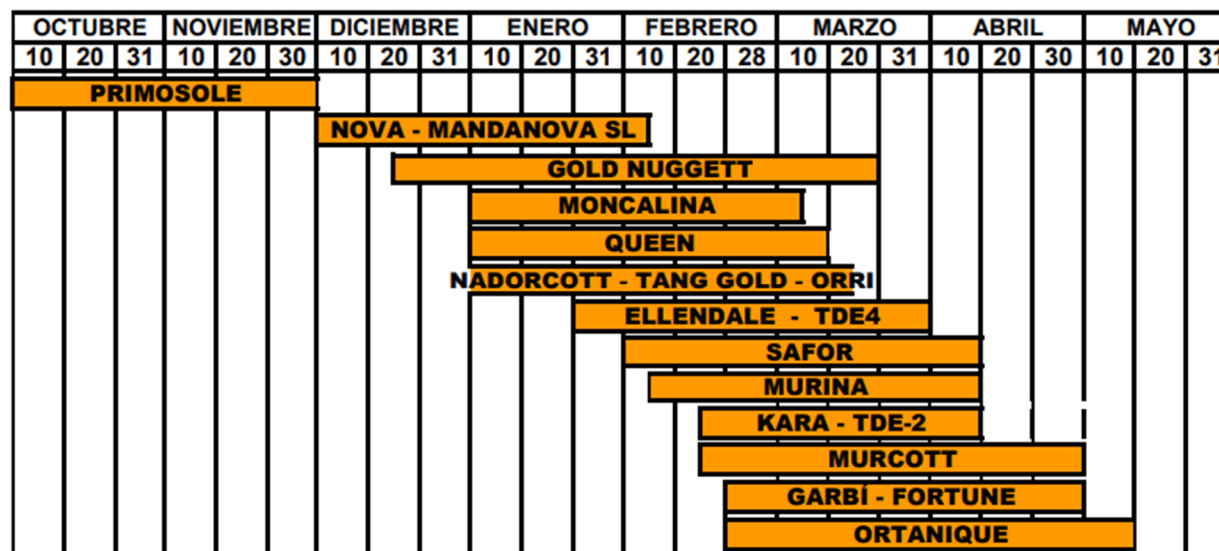
1. INTRODUCCIÓN

1.3. Características de las explotaciones

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE NARANJA A NIVEL NACIONAL



CALENDARIO DE PRODUCCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE MANDARINOS HIBRIDOS A NIVEL NACIONAL

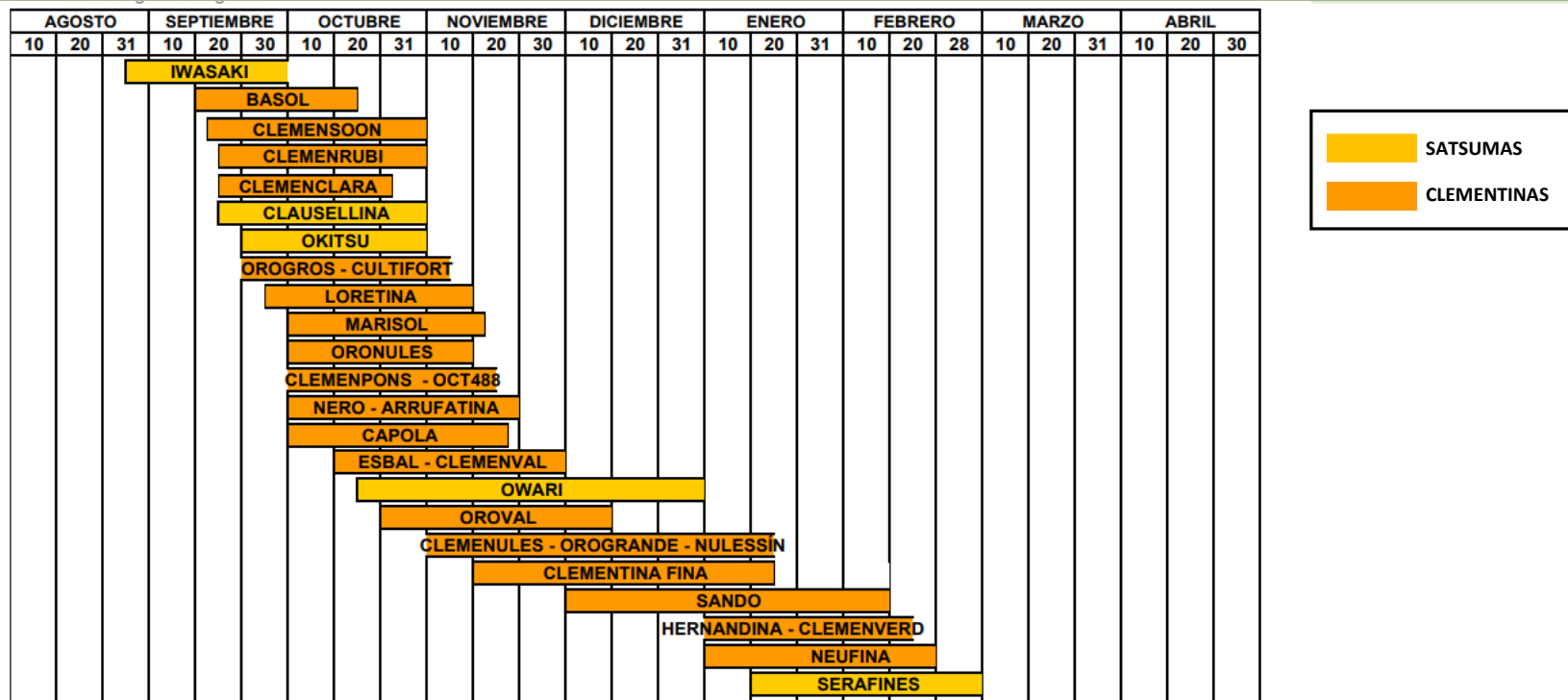


Fuente: IVIA, Instituto Valenciano de Investigación Agraria (J. Pardo, G. Soler y A. Buj.).

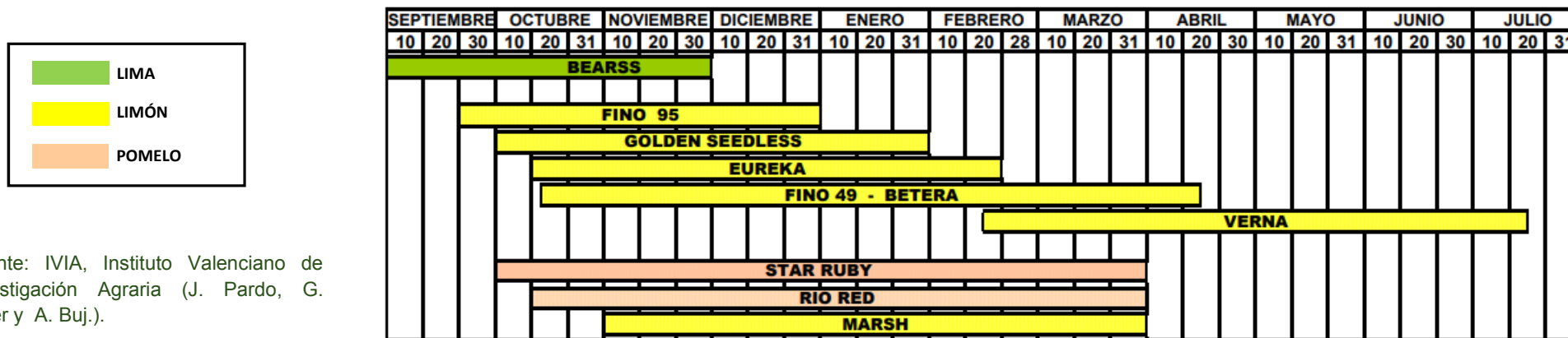
1. INTRODUCCIÓN

1.3. Características de las explotaciones

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE MANDARINA CLEMENTINA Y SATSUMA A NIVEL NACIONAL

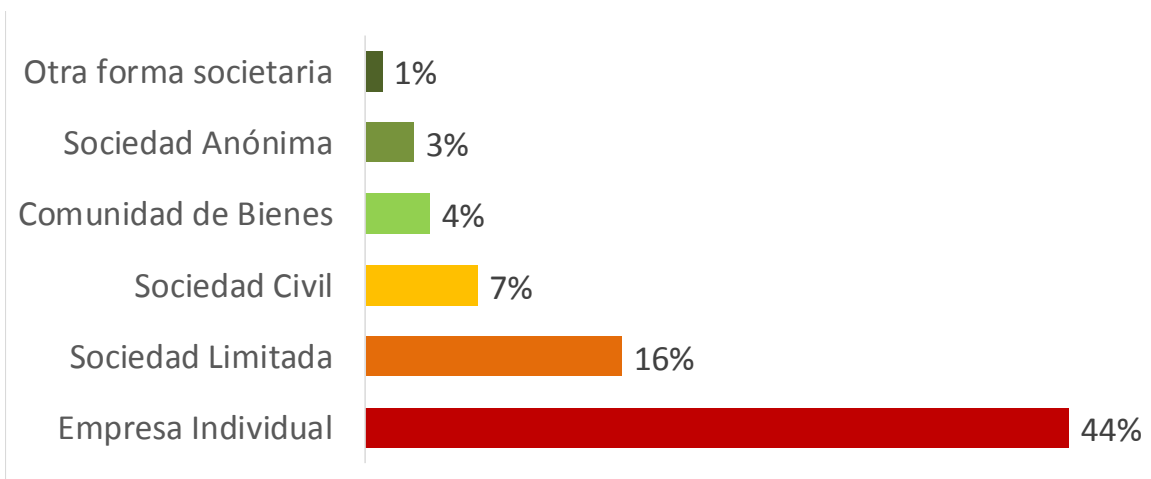


CALENDARIO DE PRODUCCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES DE LIMÓN, POMELO Y LIMA A NIVEL NACIONAL



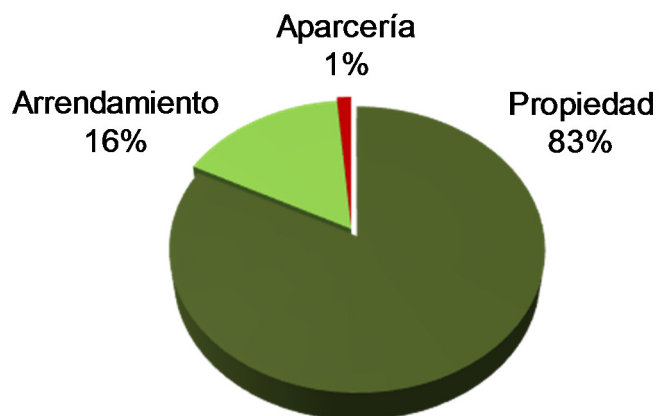
Fuente: IVIA, Instituto Valenciano de Investigación Agraria (J. Pardo, G. Soler y A. Buj.).

FORMAS JURIDICAS DE LOS CITRICULTORES



Fuente: Datos encuesta al sector. Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. (Base muestral 75 encuestas)

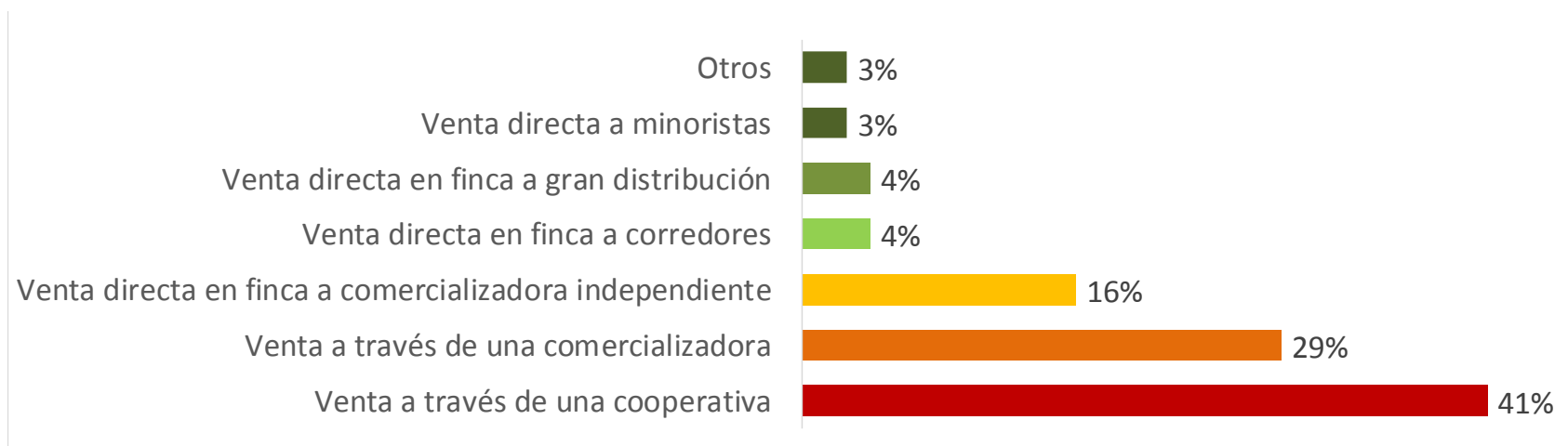
TITULARIDAD DE LAS EXPLOTACIONES



El 83% de las explotaciones arrendadas son contratados por un **periodo de mayor a 4 años**. Un 8% de los mismos se realizan por un periodo comprendido entre 1 y 4 años. Y, un 8% de las arrendamientos se realizan por un periodo inferior a un año.

Fuente: Datos encuesta al sector. Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. (Base muestral 75 encuestas)

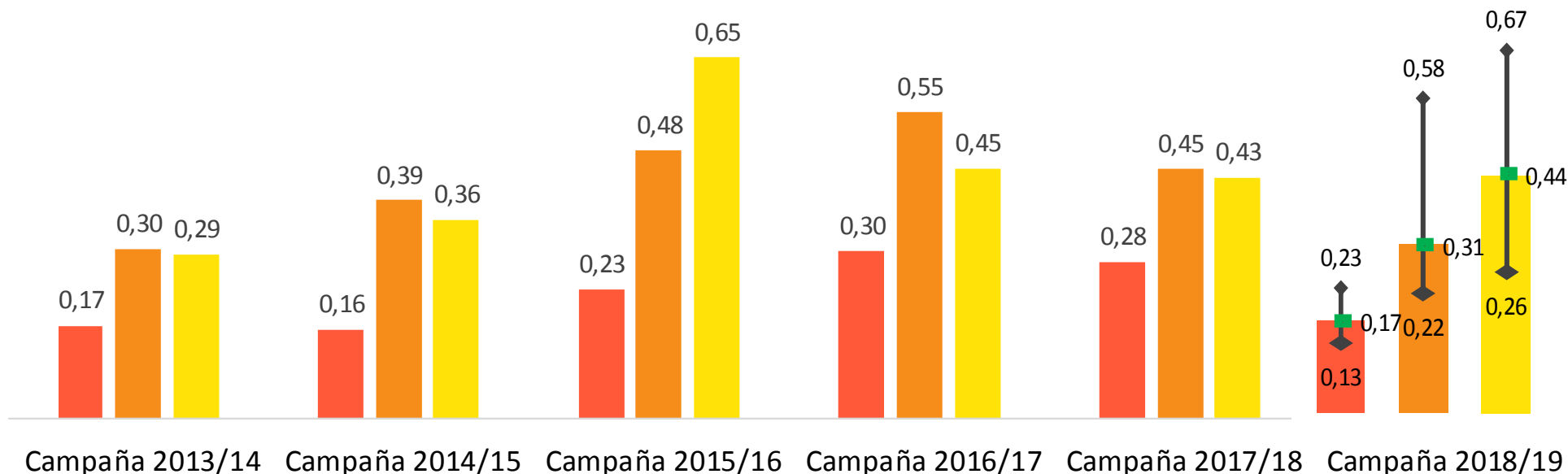
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS CÍTRICOS ANDALUCES



El 70% de los agricultores del sector de cítricos comercializan su producción de forma indirecta, bien a través de una cooperativa, forma utilizada por el 41% de los agricultores encuestados, o bien a través de una comercializadora. El 30% restante de los agricultores encuestados comercializan su cosecha de cítricos de forma directa en finca. En este segundo caso, destaca la venta a través de una comercializadora independiente.

COTIZACIONES MEDIAS DE LOS CÍTRICOS ANDALUCES EN ÁRBOL

Tras un crecimiento generalizado de las cotizaciones medias de los cítricos en árbol entre la campaña 2013/14 y 2016/17, se invierten su tendencia de crecimiento en las dos últimas campañas, campaña 2017/18 y 2018/19. Concretamente, el valor medio de la naranja y del limón en la campaña 2017/18 descienden en un 7% y un 4% respectivamente, mientras que el valor medio de la mandarina cae en un 18% con respecto a la campaña precedente. En lo que respecta a la campaña actual, 2018/19, es importante indicar que las cotizaciones medias representadas son las obtenidas hasta la fecha del presente informe. No obstante, se observa una clara disminución de las mismas en el caso de la naranja y la mandarina del 39% y el 31% respectivamente, mientras que las cotizaciones medias del limón permanecen estables con respecto a la campaña 2017/18.



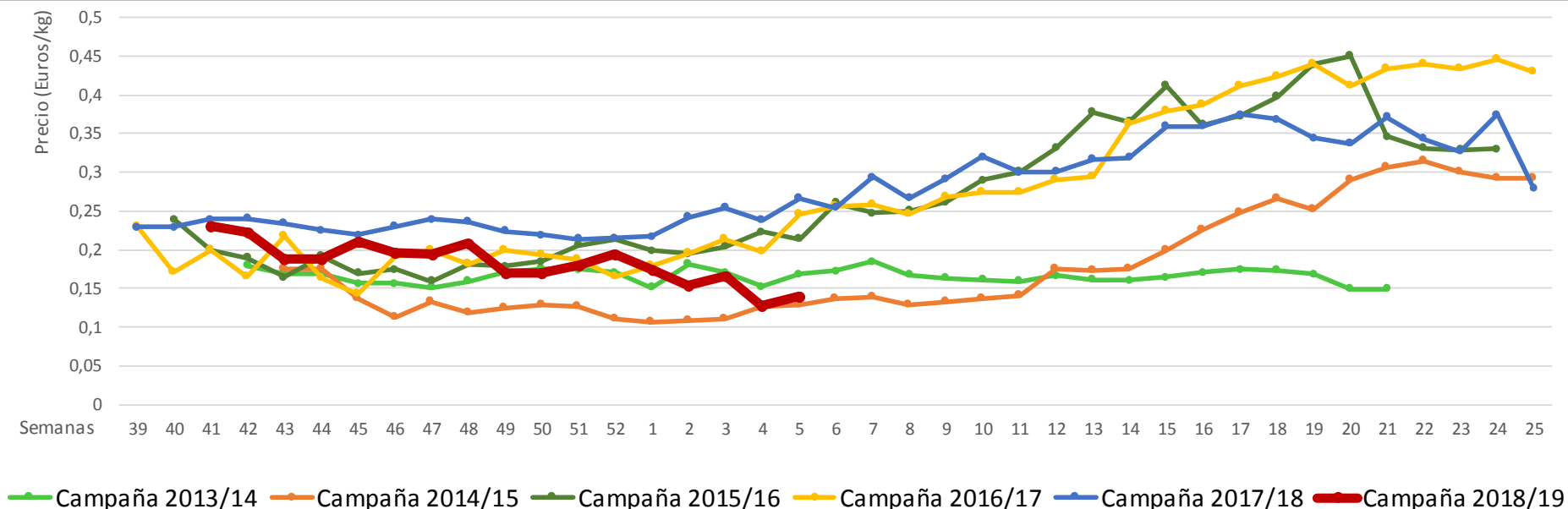
2. COMERCIALIZACIÓN

2.2. Análisis de las cotizaciones andaluzas en campo

COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA NARANJA EN ÁRBOL

Si analizamos las cotizaciones medias semanales de la naranja liquidadas al agricultor por la fruta en el árbol representadas en la gráfica más abajo observamos que, a excepción de la campaña 2013/14 y 2018/19, siguen una tendencia similar. En general, el valor medio de la naranja al comienzo de la campaña ha seguido una línea decreciente marcada por el aumento de la oferta, concretamente, el precio medio al inicio de la campaña ha estado comprendido entre un 0,19 y 0,24 Euros/kg. Esta disminución irregular de las cotizaciones medias de la naranja se viene manteniendo hasta el mes de diciembre donde la entrada de frío y el aumento del consumo de cítricos suele ir acompañado de un aumento de las cotizaciones medias. Este incremento de las cotizaciones suele mantenerse hasta el final de la campaña dado que coincide con el inicio de la campaña de las variedades de naranja más tardías, aquellas que por sus características organolépticas y producción más escalonada, suelen alcanzar un mayor valor comercial en el mercado.

Por otro lado, las cotizaciones medias de la naranja en árbol vienen incrementando su valor en las últimas campañas. No obstante, y a pesar de que la campaña actual haya comenzado con cerca de veinte días de retraso en comparación al resto de campañas, se observa que el valor medio alcanzado por la naranja en lo que llevamos de campaña 2018/19, aunque comienza con valores medios similares a los años previos, posteriormente continúa con una querencia negativa que se prolonga incluso en la segunda parte de la campaña cuando la tendencia debía ser la inversa.



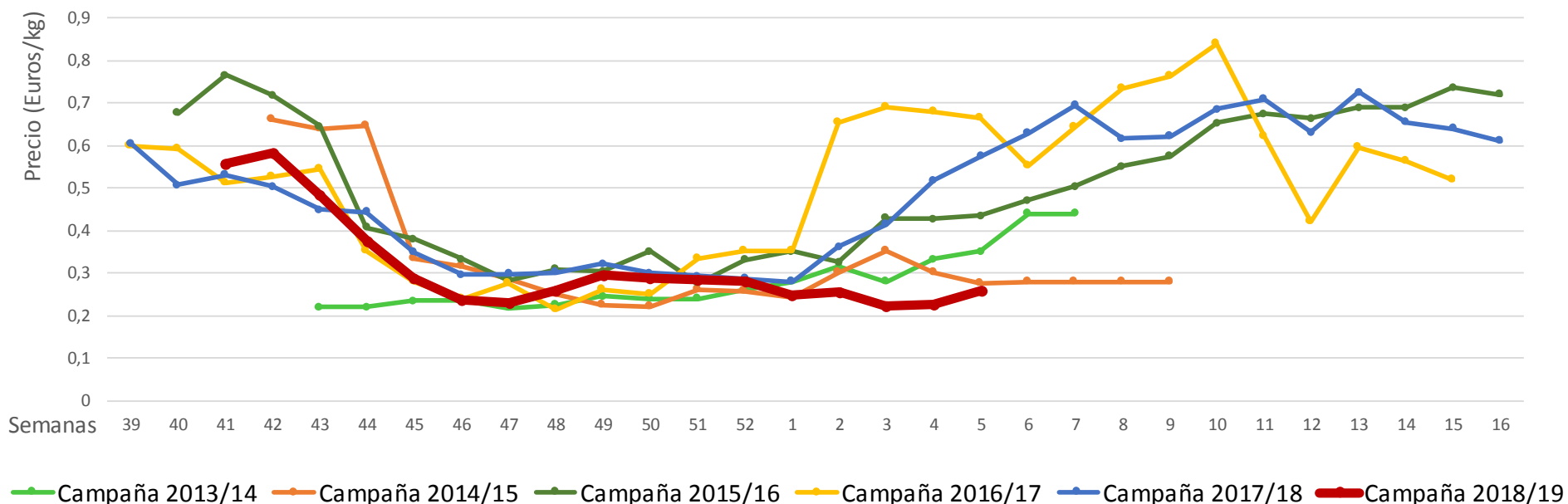
2. COMERCIALIZACIÓN

2.2. Análisis de las cotizaciones andaluzas en campo

COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA MANDARINA EN ÁRBOL

Las cotizaciones medias semanales de la mandarina en árbol al igual que en la naranja, siguen una marcada tendencia decreciente en la primera parte de la campaña, seguida de una relativa estabilidad de los valores medios entre los meses de noviembre y diciembre, para finalizar con una tendencia al alza de las cotizaciones medias a partir del mes de enero coincidiendo con el mayor descenso de las temperaturas y el comienzo de la recolección de las variedades de mandarinas más tardías y las mandarinas híbridas.

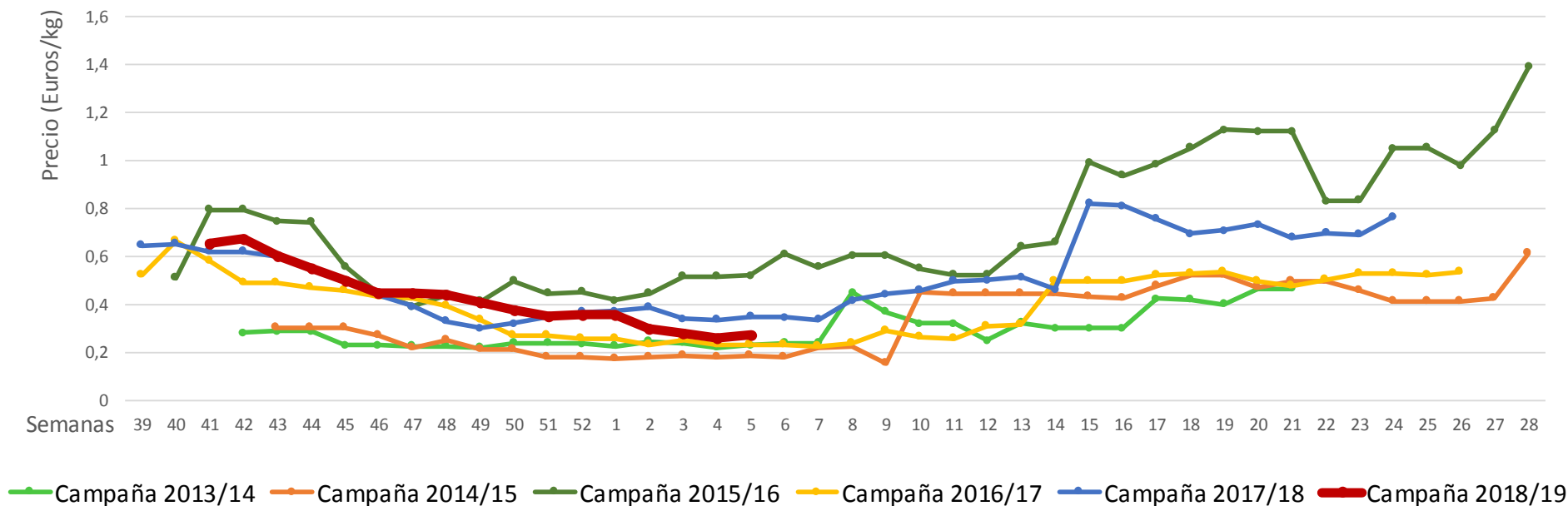
En lo que respecta a la campaña 2018/19 se observa como el valor medio alcanzado por las mandarinas al inicio de campaña es inferior al valor medio del resto de campañas (exceptuando la campaña 2013/14) incluso comenzando con cerca de tres semanas de retraso debido a las condiciones climatológicas. Si observamos la gráfica más abajo observamos como los precios medios alcanzados, durante prácticamente todo el resto de la campaña, continúan con valores medios inferiores al resto de las campañas representadas. En la primera semana del mes de diciembre las cotizaciones aumentan ligeramente y aunque se podría pensar que se trataba de un giro de la campaña, posteriormente se volvió a una tendencia negativa de las mismas hasta prácticamente el momento en el que nos encontramos de la campaña a fecha del informe (semana 6 de 2019).



COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DEL LIMÓN EN ÁRBOL

En la primera parte de la campaña del limón, las cotizaciones medias semanales liquidadas al agricultor por el limón Fino en árbol, han comenzado en las últimas cuatro campañas, incluyendo la actual, con valores cercanos a los 0,6 Euros/kg. La tendencia general de las cotizaciones es decreciente hasta mediados del mes de diciembre donde suelen aumentar coincidiendo con las fiestas navideñas. Posteriormente, las cotizaciones del limón Fino se mantienen prácticamente estables hasta el comienzo de la campaña del limón Verna donde nuevamente vuelven a aumentar los valores medios alcanzados siguiendo una tendencia creciente hasta el final de la campaña.

En lo que respecta a las cotizaciones medias del limón en lo que llevamos de la campaña 2018/19 resaltan por la tendencia continúa y decreciente que se mantiene de forma regular desde el inicio de la campaña. Aunque los valores alcanzados por el limón Fino han sido por lo general, y a diferencia de lo que ocurre en la naranja y la mandarina, similares a los de las dos campañas precedentes, sin embargo, esta tendencia parece no revertir y se mantiene hasta la fecha del presente informe.

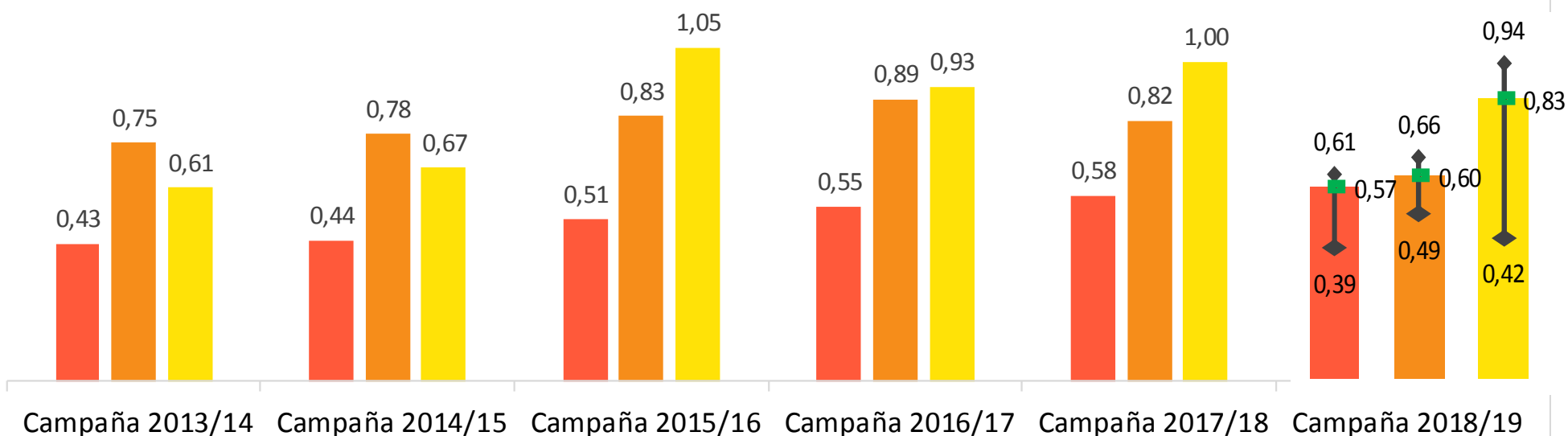


2.3. Análisis de las cotizaciones en las centrales de manipulación

COTIZACIONES MEDIAS DE LOS CÍTRICOS ANDALUCES A LA SALIDA DE LA CENTRAL DE MANIPULACIÓN Y ENVASADO

Por lo general, los almacenes de manipulación y envasado de cítricos han encontrado dificultades para defender el precio medio exigido por los agricultores productores en campo y cubrir a la vez los costes generados en los almacenes. Por otro lado, la actividad comercial de las centrales de manipulación ha visto reducido su ritmo y carga de trabajo en comparación con los volúmenes comercializados en las campañas precedentes.

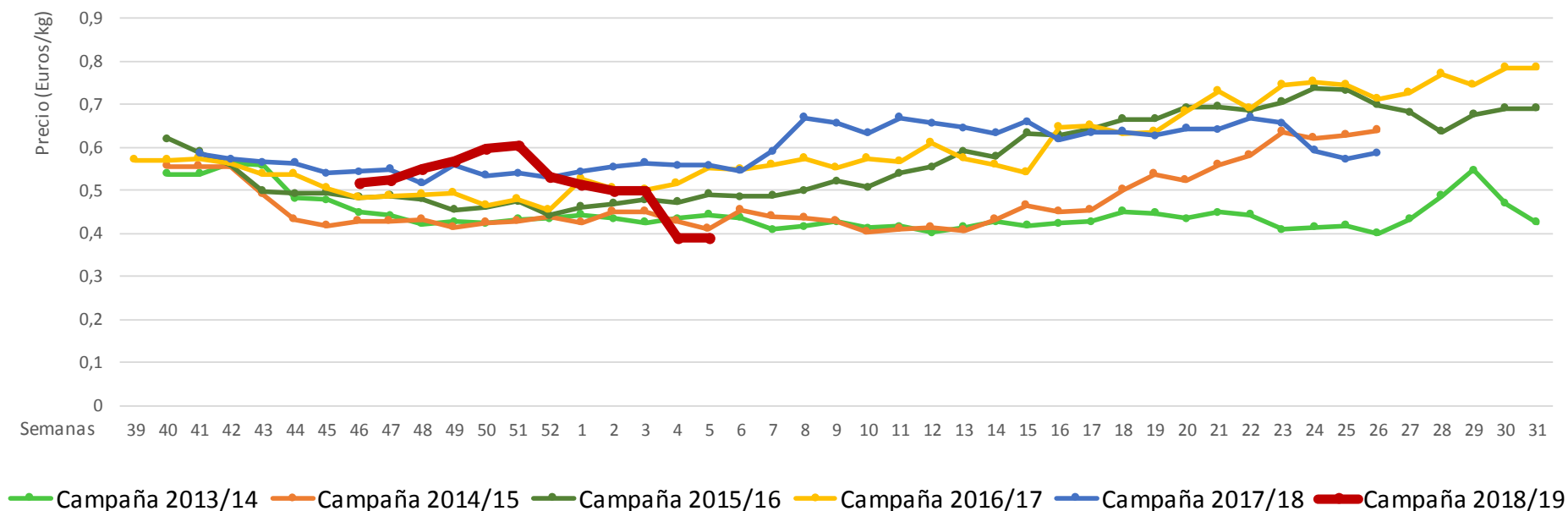
En lo que respecta a las cotizaciones medias alcanzadas a la salida de estos almacenes en cada campaña se observa un aumento del valor medio registrado por la naranja y el limón desde la campaña 2013/18 hasta la campaña actual, 2018/19, donde las cotizaciones medias descienden en un 2% y un 17%, respectivamente. Mientras que la mandarina, aunque aumenta su precio medio desde la campaña 2013/14 hasta la campaña 2016/17, posteriormente su valor medio se ve reducido en las dos últimas campañas, concretamente un 8% en la campaña 2017/18, y un 27% en la campaña 2018/19. En este sentido hay que tener en cuenta que las cotizaciones medias representadas de la campaña 2018/19 están disponibles hasta la fecha del presente informe (semana 6 de 2019) sin llegar a ser una media del total de la campaña.



COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA NARANJA A LA SALIDA DE LA CENTRAL DE MANIPULACIÓN Y ENVASADO

Las cotizaciones medias de la naranja a la salida de la central de manipulación suelen llevar una tendencia relativamente estable en la primera parte de la campaña con cierta inclinación negativa, seguido de una segunda parte de la campaña marcada por un crecimiento continuado del valor medio de la naranja envasada. En lo que respecta a la campaña 2018/19 se observa como el inicio de la campaña se retrasó con respecto al resto de las campañas debido en parte a un bajo índice de azúcar y una falta de coloración que obligó a mantener la fruta en cámara más de lo habitual, así como las dificultades encontradas en la comercialización debido al solape de la oferta con otros países productores de naranja.

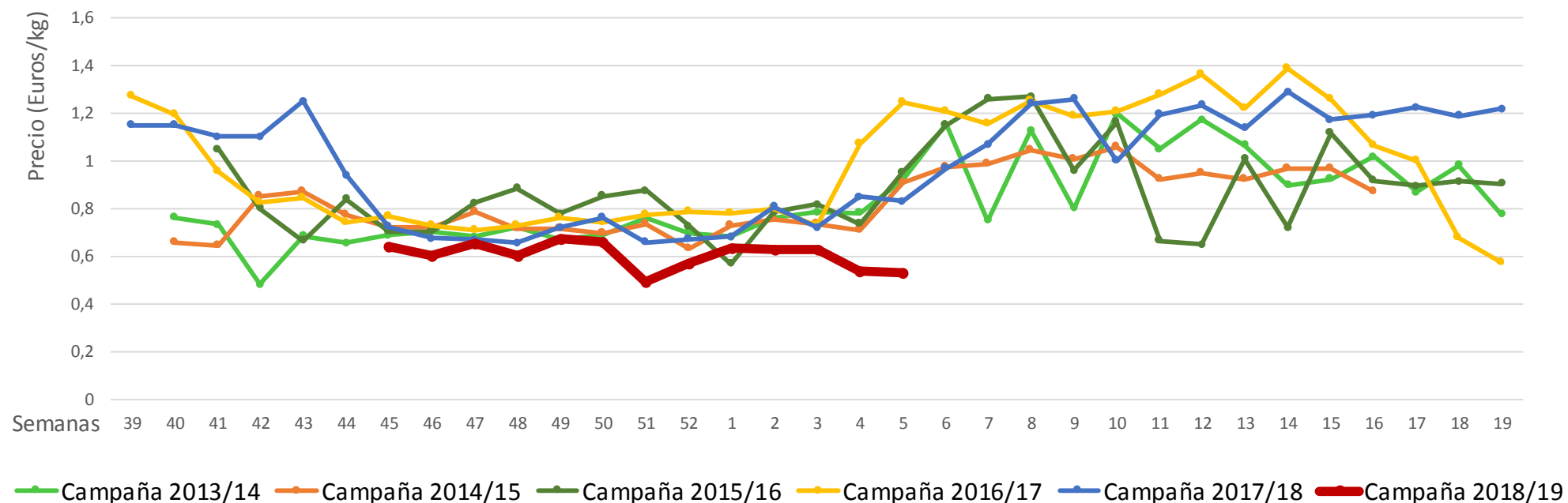
Por lo general, las cotizaciones medias de la naranja en la campaña 2018/19 han registrado valores inferiores a los de la campaña 2017/18 aunque superiores al resto de campañas analizadas. No obstante, la situación revierte a principios del año 2019 cuando las cotizaciones medias de la naranja continúan con la tendencia negativa que se mantiene hasta la fecha actual del presente informe (semana 6 de 2019).



COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA MANDARINA A LA SALIDA DE LA CENTRAL DE MANIPULACIÓN Y ENVASADO

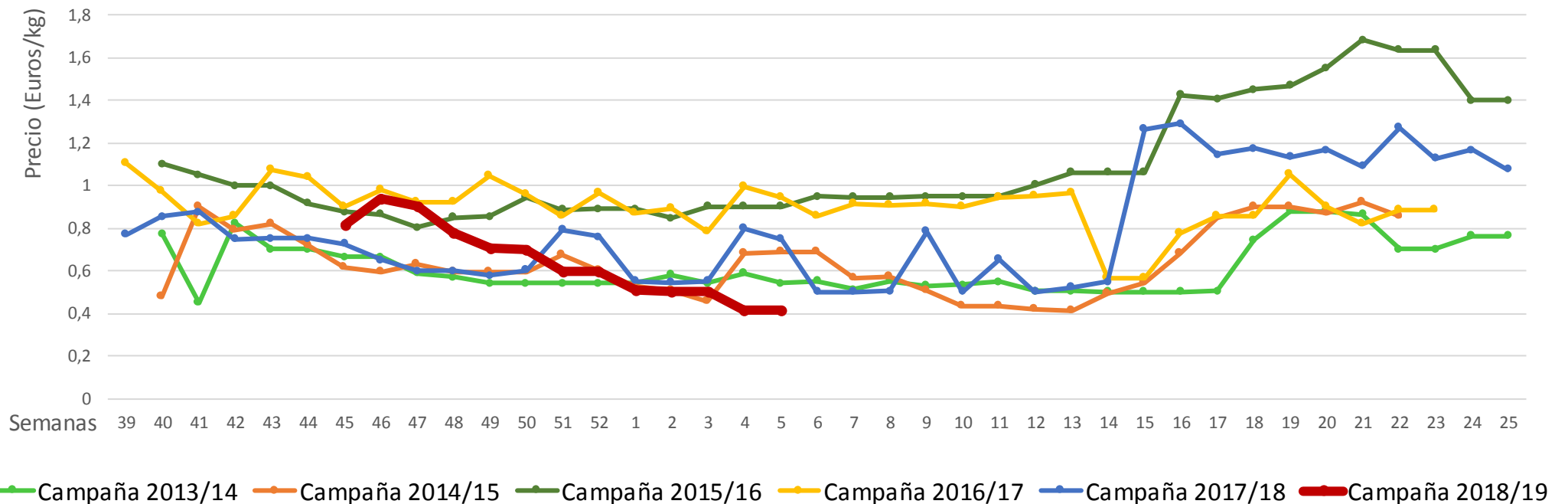
En general las cotizaciones medias de la mandarina siguen el mismo comportamiento en todas las campañas analizadas, exceptuando en la segunda parte de la campaña actual, campaña 2018/19. En comparación con la naranja y el limón, las cotizaciones medias de la naranja tienden a fluctuar de una forma más irregular al principio y final de la campaña debido a una mayor presencia de variedades distintas y en función de la oferta de éstas en el mercado.

Al igual que ocurre en la naranja, las primeras cotizaciones medias de la mandarina a la salida de la central de manipulación en la campaña 2018/19 no se obtienen hasta final del mes de octubre. En el caso de la mandarina envasada, se observa que claramente, el valor medio alcanzado durante toda lo que llevamos de campaña 2018/19 registra valores inferiores a los alcanzados en el resto de las campañas analizadas. Destacando la tendencia negativa con la que continúa en el momento actual de la campaña donde aparece la oferta de variedades de mandarina más tardías e híbridos que usualmente alcanzan mayor valor comercial en el mercado.



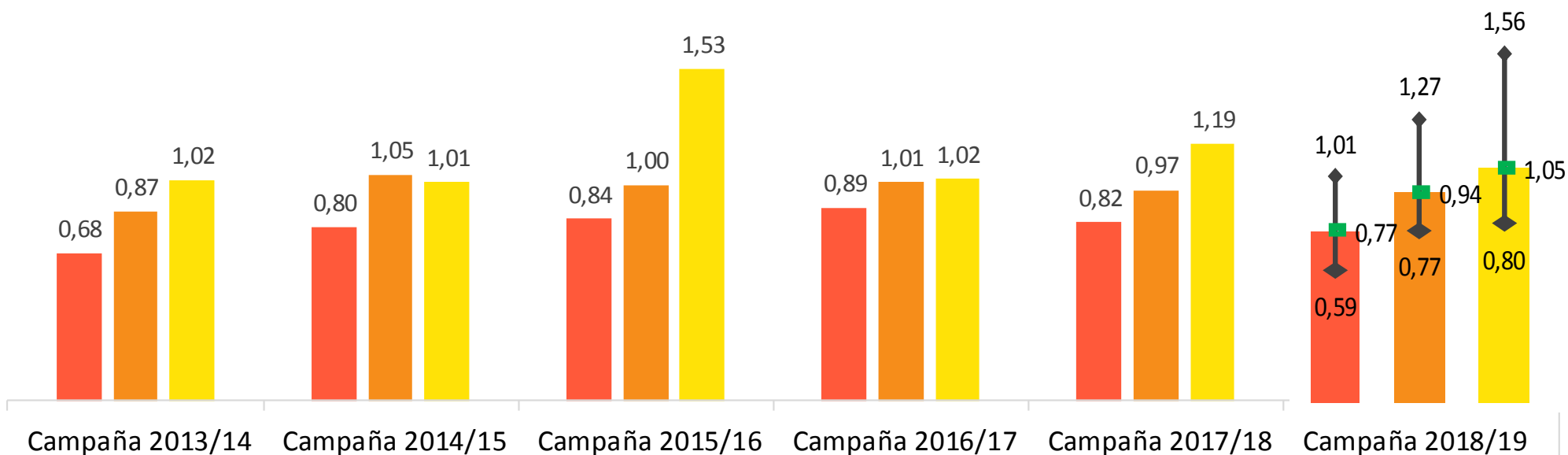
COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DEL LIMÓN A LA SALIDA DE LA CENTRAL DE MANIPULACIÓN Y ENVASADO

Al igual que en la naranja y la mandarina, la primera parte de la campaña del limón andaluz está caracterizado por una tendencia negativa en las cotizaciones medias a la salida de la central de manipulación. Le sigue una tendencia ligeramente estable de los precios medios registrados por el limón para comenzar una línea creciente de las cotizaciones medias hasta alcanzar el final de la campaña. En lo que respecta a la campaña 2018/19 y en comparación con el resto de las campañas analizadas se observa, por un lado, que, al igual que el resto de los cítricos, la campaña comienza con un retraso de la maduración y comercialización de la fruta. Y, por otro lado, se obtiene que las cotizaciones medias alcanzadas por el limón a la salida de la central de manipulación y envasado registra una tendencia decreciente con mayor pendiente que la registrada por el resto de las campañas desde su inicio de las ventas. Esta disminución de las cotizaciones medias del limón registradas hasta la misma fecha de elaboración del presente informe, donde se alcanza el precio mínimo de todas las campañas analizadas (0,39 Euros/kg) sin poder aventurar cuál será su comportamiento en las próximas semanas.



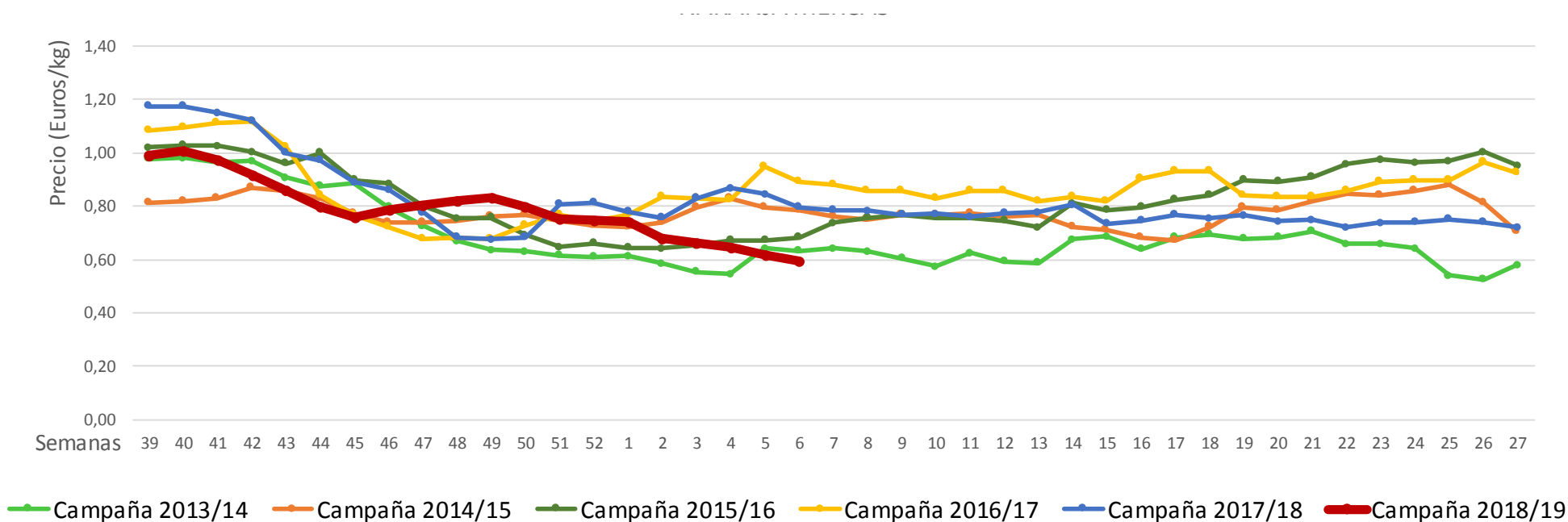
COTIZACIONES MEDIAS DE LOS CÍTRICOS ANDALUCES EN LOS MERCAS

Las cotizaciones medias de los cítricos en los mercas han tendido al alza prácticamente en todas las campañas anteriores a la campaña actual, o con disminuciones inferiores al 8% en el caso de la mandarina y la naranja. Sin embargo, en la campaña actual, la campaña 2018/19, las cotizaciones medias registradas tanto para la naranja, la mandarina como, para el limón, alcanzan valores inferiores a los registrados en el resto de las campañas analizadas. Concretamente, la naranja registra un precio medio de 0,77 Euros/kg, es decir un 6% inferior al precio medio de la campaña 2017/18. La mandarina disminuye en un 3% su valor en la campaña 2018/19 (0,94 Euros/kg) con respecto a la campaña precedente. Mientras que el limón reduce su valor medio en un 12% con respecto al valor medio de los Mercas en la campaña 2017/18.



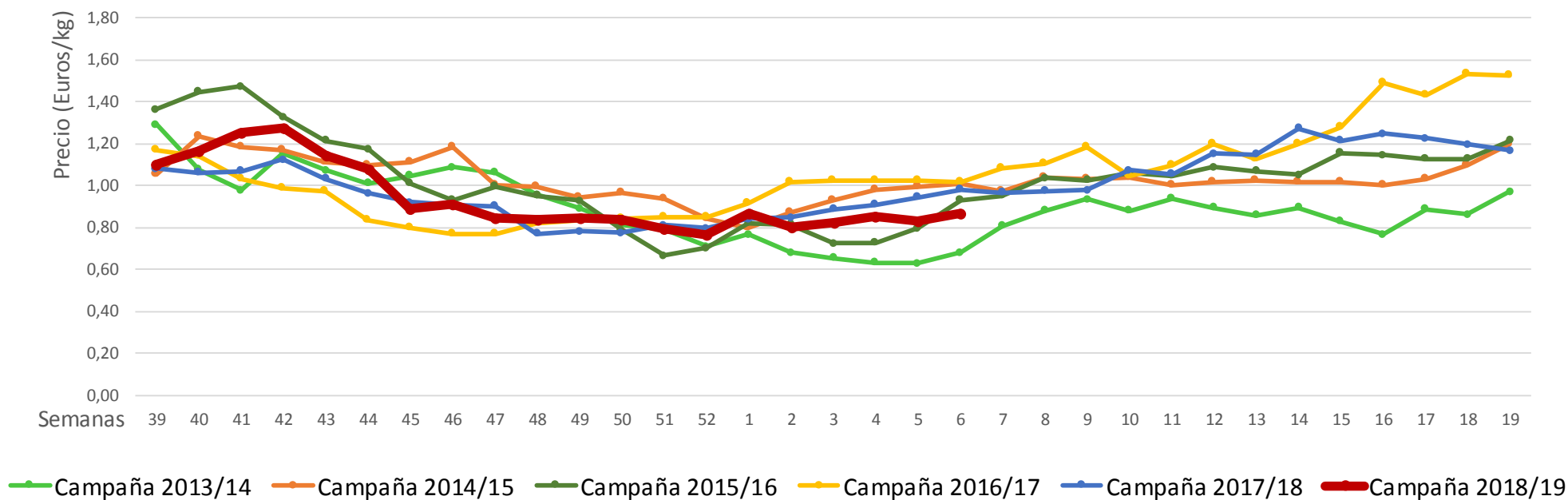
COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA NARANJA EN LOS MERCAS

Las cotizaciones medias semanales de la naranja en los Mercas mantienen una tendencia similar en las campañas analizadas. El valor medio de la naranja comienza con un precio máximo que posteriormente va disminuyendo hasta el mes de diciembre que es cuando comienza una tendencia creciente hasta final de campaña. En lo que respecta a la campaña objeto de análisis, la campaña 2018/19 las cotizaciones medias máximas correspondientes al principio de la campaña han registrado valores medios inferiores al de las tres últimas campañas, similares a los de la campaña 2013/14 y superiores a los de la campaña 2014/15. Durante el resto de la campaña 2018/19, las cotizaciones medias semanales de la naranja en los Mercas han mantenido valores inferiores al resto de campañas excepto a partir de la semana 45 de 2018 donde el valor medio registrado invierte la querencia negativa para aumentar hasta la semana 49 donde vuelven a disminuir de forma continúa hasta la fecha del presente documento (semana 6 de 2019).



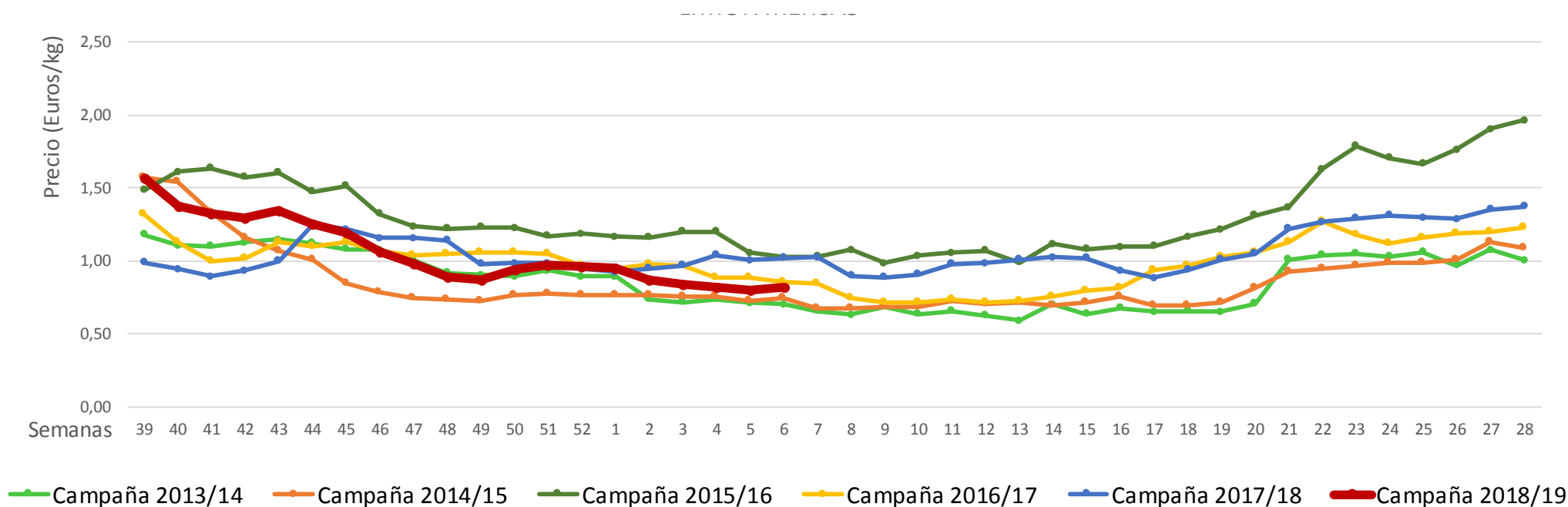
COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA MANDARINA EN LOS MERCAS

En los Mercas las cotizaciones medias semanales de la mandarina siguen una tendencia similar a la naranja aunque en este caso los valores máximos de la mandarina se alcanzan tanto al inicio como al final de la campaña. Concretamente, la campaña comienza con valores entorno a 1,2 Euros/kg para posteriormente descender hasta final del mes de diciembre, cuando las cotizaciones medias comienzan una línea creciente hasta final de la campaña. Si comparamos los precios medios alcanzados en la campaña 2018/19 con el resto de campañas se observa que los precios semanales alcanzados para la mandarina se encuentran en la media del resto de empresas. Y, a diferencia de lo que ocurre en otras posiciones comerciales, y aunque es un poco precipitado aventurarse debido a que solo se disponen datos hasta la semana 6 de 2019 en la campaña actual, parece que las cotizaciones de la mandarina en los Mercas invierten su tendencia negativa de la primera parte de la campaña y comienzan a una tendencia positiva a partir del mes de enero de 2019.

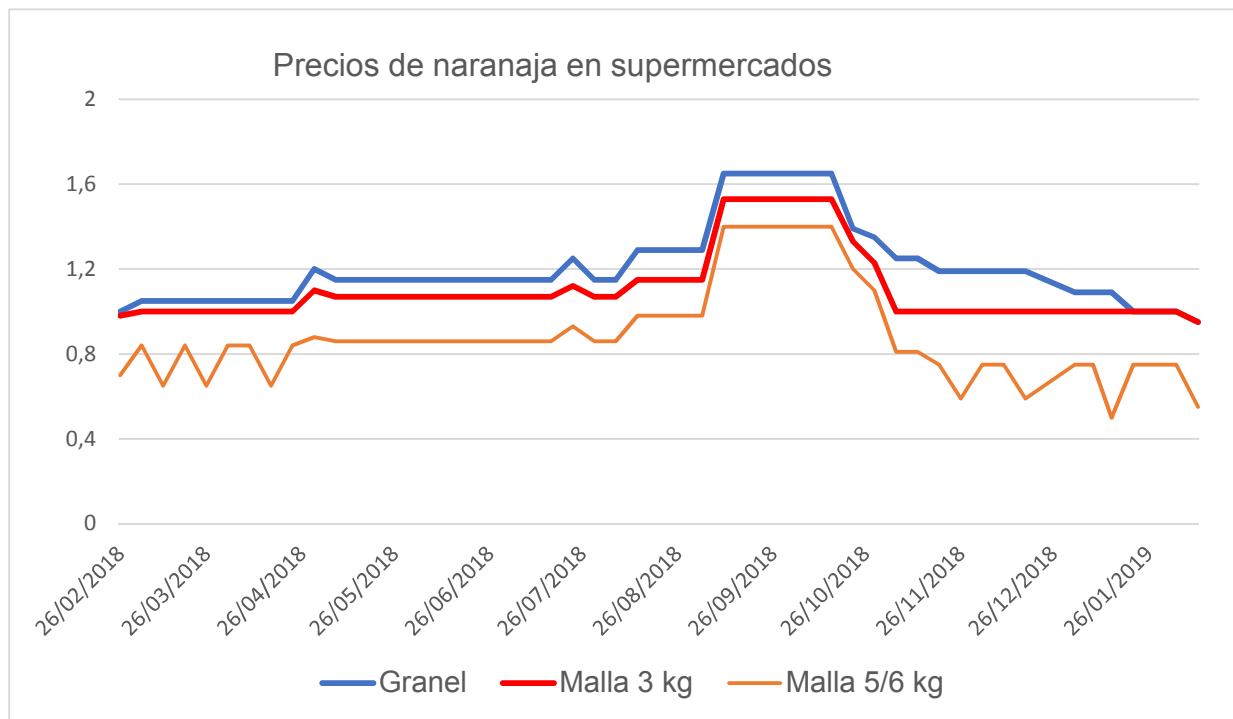


COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DEL LIMÓN EN LOS MERCAS

En lo que respecta a las cotizaciones medias semanales del limón andaluz en los Mercas se aprecia un comportamiento similar en todas las campañas analizadas. La campaña se caracteriza por una tendencia decreciente de las cotizaciones medias semanales desde el inicio de la campaña, seguido de una relativa estabilidad de los precios medios entre enero y principios del mes de abril, para finalizar con una tendencia creciente de las mismas y alcanzar los valores máximos, coincidiendo con la variedad más tardía del limón, la variedad Verna. En lo que respecta a las cotizaciones medias de la campaña 2018/19 los valores medios alcanzados son superiores a los registrados en las campañas precedentes, a excepción de la campaña 2015/16 y en algunos tramos de las campañas 2016/17 y 2017/18. No obstante, los precios medios del limón en las últimas semanas de la campaña 2018/19 de la que se tienen datos no parecen apuntar la misma tendencia, registrándose valores medios inferiores a los de las dos últimas campañas y acercándose a los valores mínimos registrados en la campaña 2013/14 y la campaña 2014/15.



COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA NARANJA EN SUPERMERCADOS

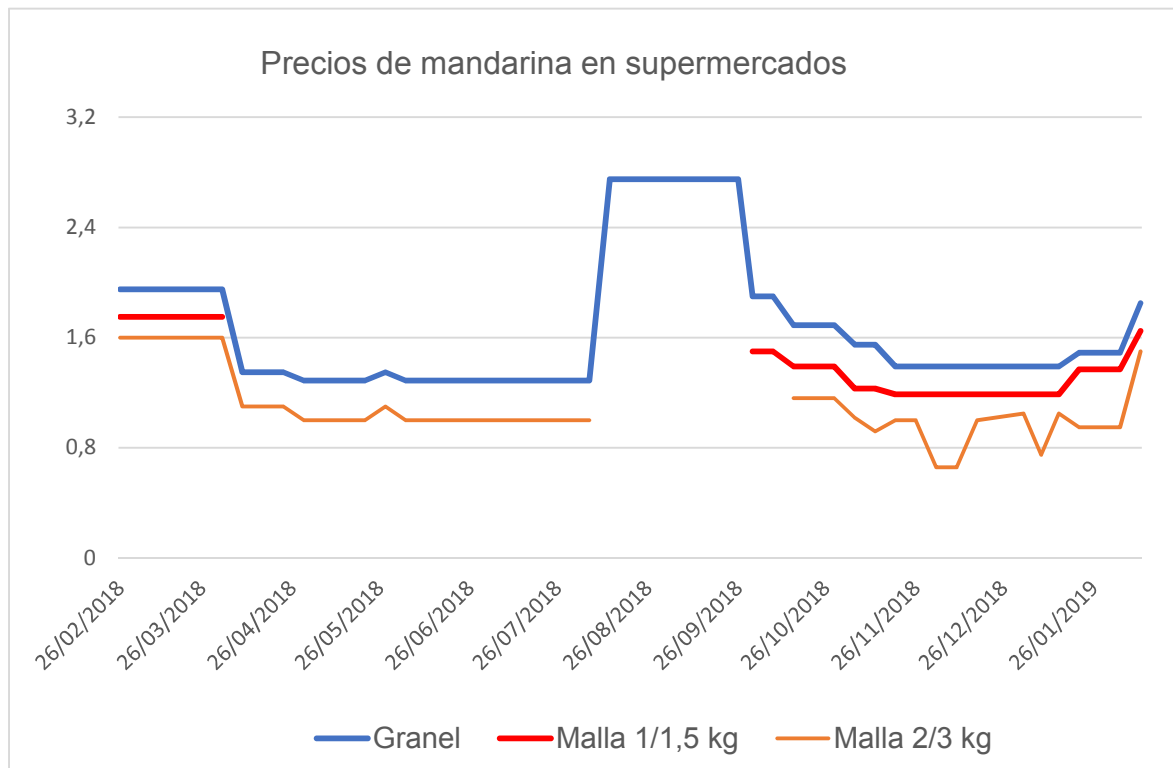


En relación con las cotizaciones de la naranja en los supermercados, éstas muestran una cierta estabilidad hasta el mes de septiembre, momento en el que los centros de manipulación europeos ya se han vaciado y el mercado tiene un mayor porcentaje de producto extracomunitario, sin que se hayan iniciado las nuevas producciones europeas.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

2.5. Análisis de las cotizaciones en Consumo (supermercados)

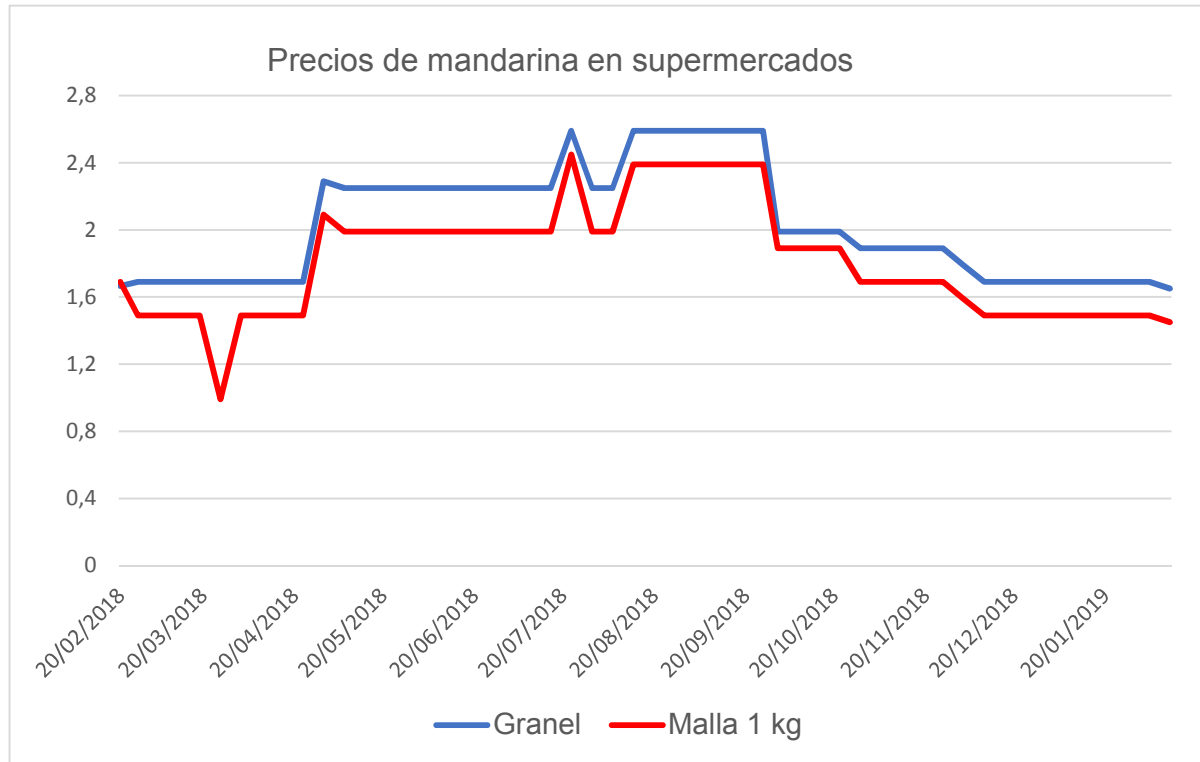
COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA MANDARINA EN SUPERMERCADOS



En relación con las cotizaciones de la mandarina en los supermercados, de nuevo se detecta un incremento de precios, en este caso, durante los meses de agosto y septiembre, meses en los que los centros de manipulación europeos ya se han vaciado y el mercado tiene un mayor porcentaje de producto extracomunitario, sin que se hayan iniciado las nuevas producciones europeas.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

COTIZACIONES MEDIAS SEMANALES DE LA LIMON EN SUPERMERCADOS

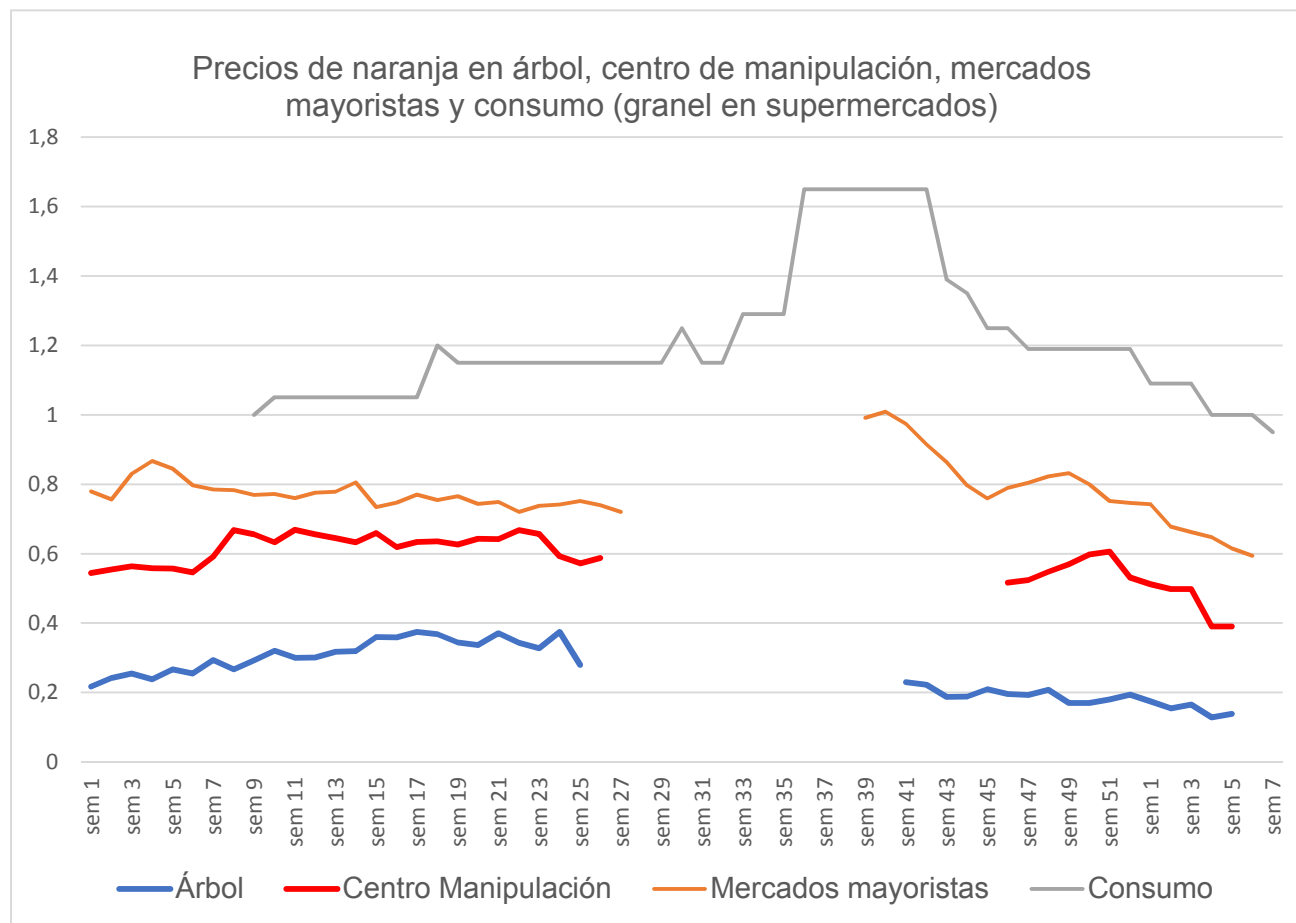


En relación con las cotizaciones de la limón en los supermercados, de nuevo se detecta un incremento de precios, en este caso, en el período de mayo a finales de septiembre, meses en los que el porcentaje de producto extracomunitario en el mercado es mayor.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

2.6. Comparativa de cotizaciones en diferentes eslabones de la cadena

COMPARATIVA DE COTIZACIONES EN DIFERENTES ESLABONES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA NARANJA



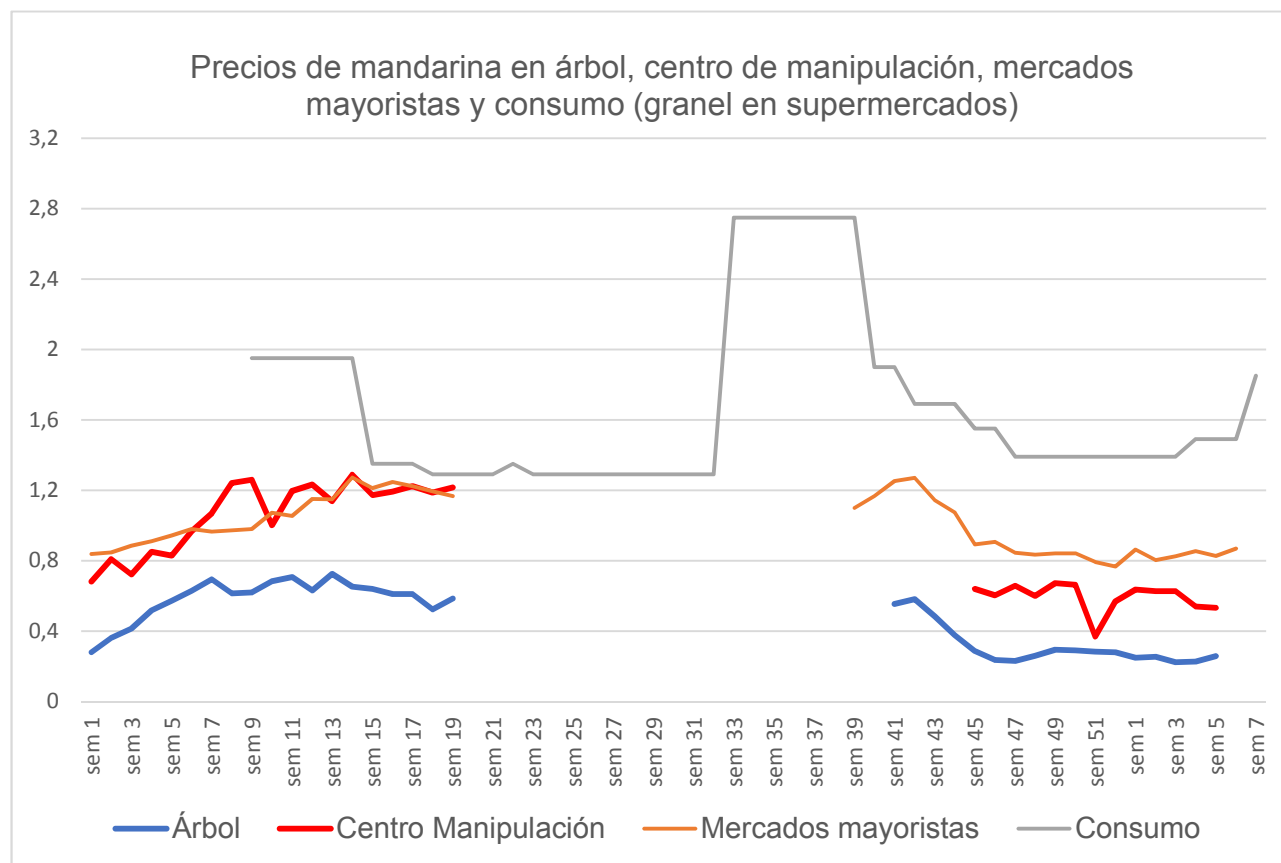
La comparativa de precios de naranja en árbol, central de manipulación, mercados mayoristas y consumo (granel en supermercados), muestra tendencias similares, exceptuando el período estival en el que no existen cotizaciones de naranja andaluza.

La producción andaluza de naranja representó en la campaña 2017/18 el 48% de la producción nacional.

Nota: Las cotizaciones en árbol y centro de manipulación se corresponden con datos procedentes de producciones andaluzas. Los precios de mercados mayoristas corresponden con datos de Mercamálaga, Mercasevilla, Mercamadrid, Mercabarna y Mercabilbao. Los datos al consumo se corresponden con datos a granel de supermercados andaluces.

2.6. Comparativa de cotizaciones en diferentes eslabones de la cadena

COMPARATIVA DE COTIZACIONES EN DIFERENTES ESLABONES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA MANDARINA

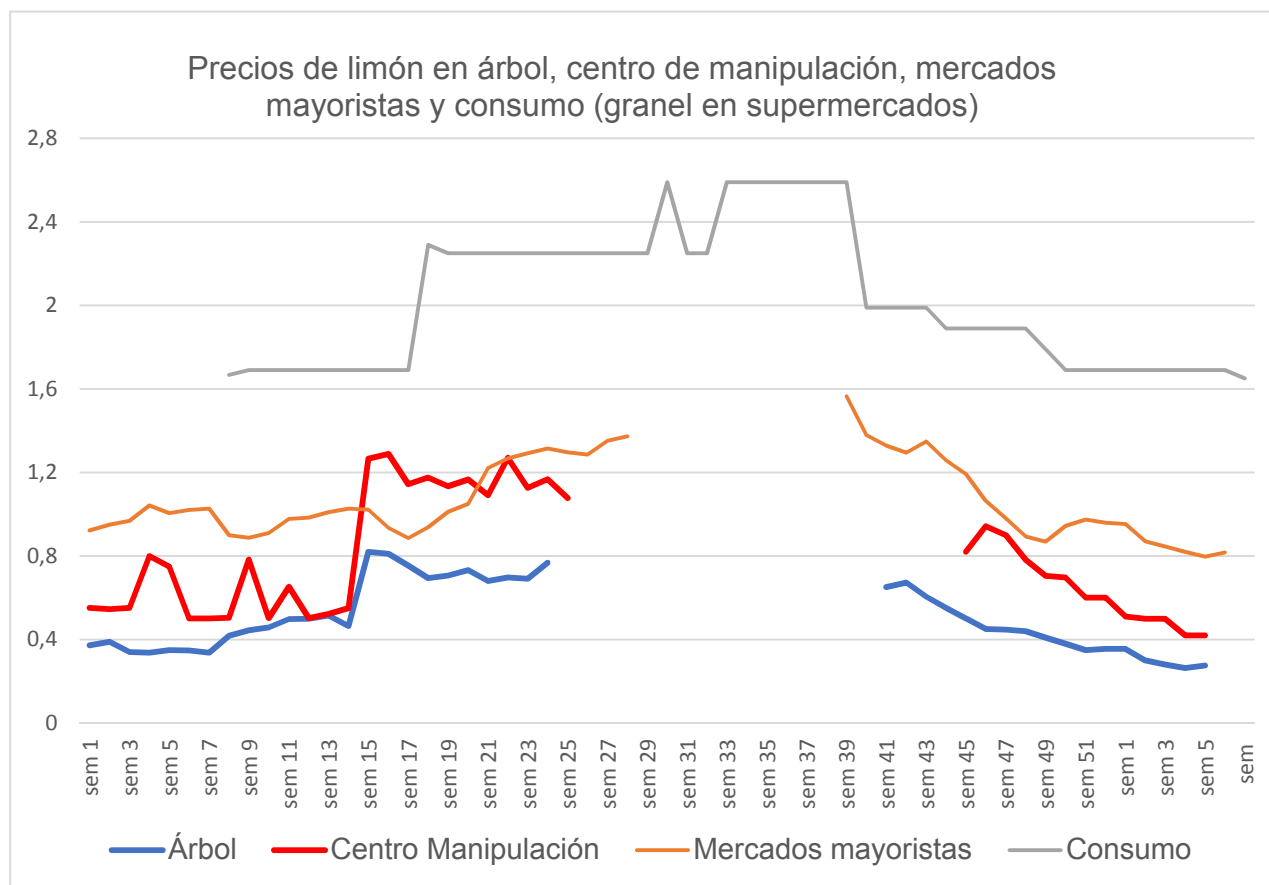


La comparativa de precios de mandarina en árbol, central de manipulación, mercados mayoristas y consumo (granel en supermercados), muestra tendencias similares, exceptuando el período estival en el que no existen cotizaciones de naranja andaluza y algunas semanas de los meses de marzo y abril. En el caso de la mandarina, se debe de tener en cuenta que en la campaña 2017/18 la producción andaluza de mandarina representó tan sólo el 20% de producción nacional, por lo que la influencia de los precios andaluces en origen sobre los precios nacionales de los mercados, es reducida.

Nota: Las cotizaciones en árbol y centro de manipulación se corresponden con datos procedentes de producciones andaluzas. Los precios de mercados mayoristas corresponden con datos de Mercamálaga, Mercasevilla, Mercamadrid, Mercabarna y Mercabilbao. Los datos al consumo se corresponden con datos a granel de supermercados andaluces.

2.6. Comparativa de cotizaciones en diferentes eslabones de la cadena

COMPARATIVA DE COTIZACIONES EN DIFERENTES ESLABONES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL LIMÓN



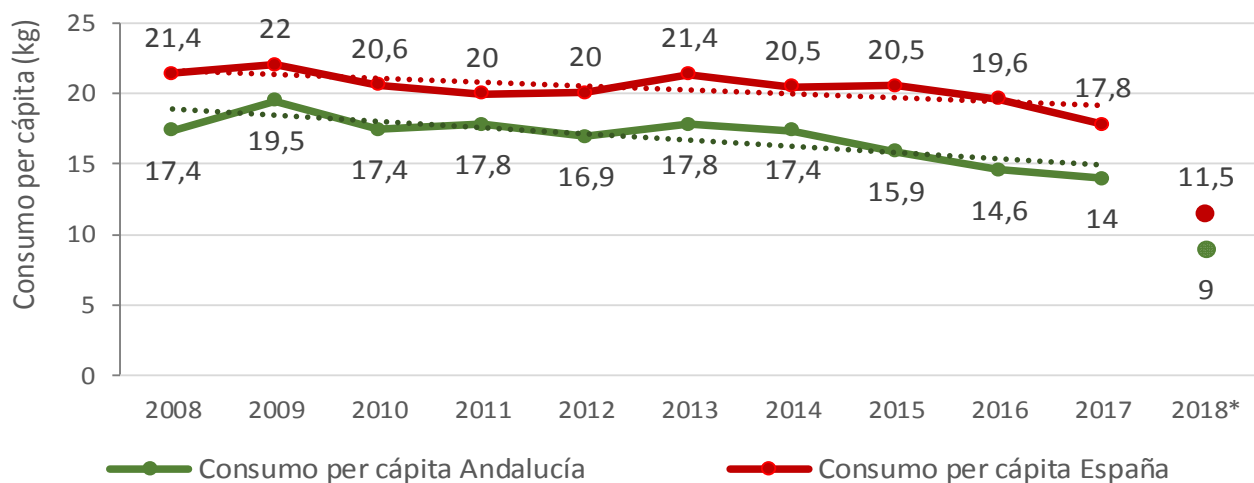
La comparativa de precios de limón en árbol, central de manipulación, mercados mayoristas y consumo (granel en supermercados), muestra tendencias similares, durante los meses de octubre, noviembre, enero y febrero, mientras que los datos de marzo, abril y mayo son divergentes. En el caso del limón, de manera similar a lo comentado para la mandarina, se debe de tener en cuenta que en la campaña 2017/18 la producción andaluza de limón representó tan sólo el 12% de la producción nacional, por lo que la influencia de los precios andaluces en origen sobre los precios nacionales de los mercados, es reducida.

Nota: Las cotizaciones en árbol y centro de manipulación se corresponden con datos procedentes de producciones andaluzas. Los precios de mercados mayoristas corresponden con datos de Mercamálaga, Mercasevilla, Mercamadrid, Mercabarna y Mercabilbao. Los datos al consumo se corresponden con datos a granel de supermercados andaluces.

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.1. Datos del consumo y gasto per cápita de naranja

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE NARANJA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)



En los últimos diez años el consumo per cápita de naranja ha seguido una tendencia general negativa, con un descenso medio anual del 1,9% a nivel nacional y del 2,1% en Andalucía entre 2014 y 2017.

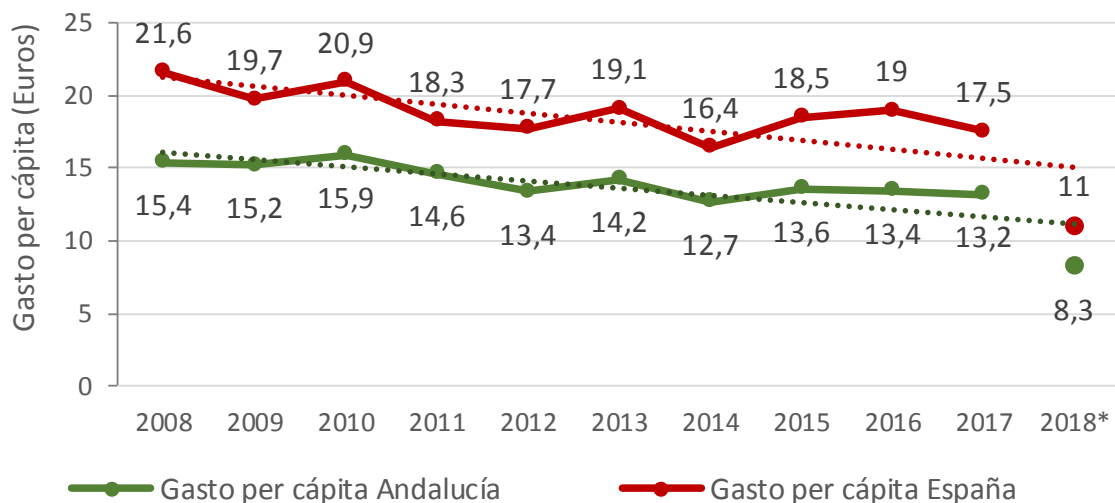
Concretamente, el consumo per cápita entre 2008 y 2017 ha descendido en un 17% a nivel nacional y en un 19,5% a nivel autonómico.

En general el consumo anual de Andalucía, entre 2008 y 2017, ha sido de media un 21% inferior al consumo nacional, es decir existe una diferencia media anual de 3,5kg.

EVOLUCIÓN DEL GASTO PER CÁPITA EN NARANJA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

En general, el gasto per cápita anual en naranja sigue una tendencia negativa en los últimos años similar al comportamiento del consumo per cápita. No obstante se trata de un comportamiento irregular dependiendo de las cotizaciones medias de la naranja en el mercado.

Entre los años 2008 y 2017 el gasto per cápita anual en España fue de media un 33% superior al gasto andaluz, lo que supone una diferencia de gasto per cápita de 4,7 Euros al año.

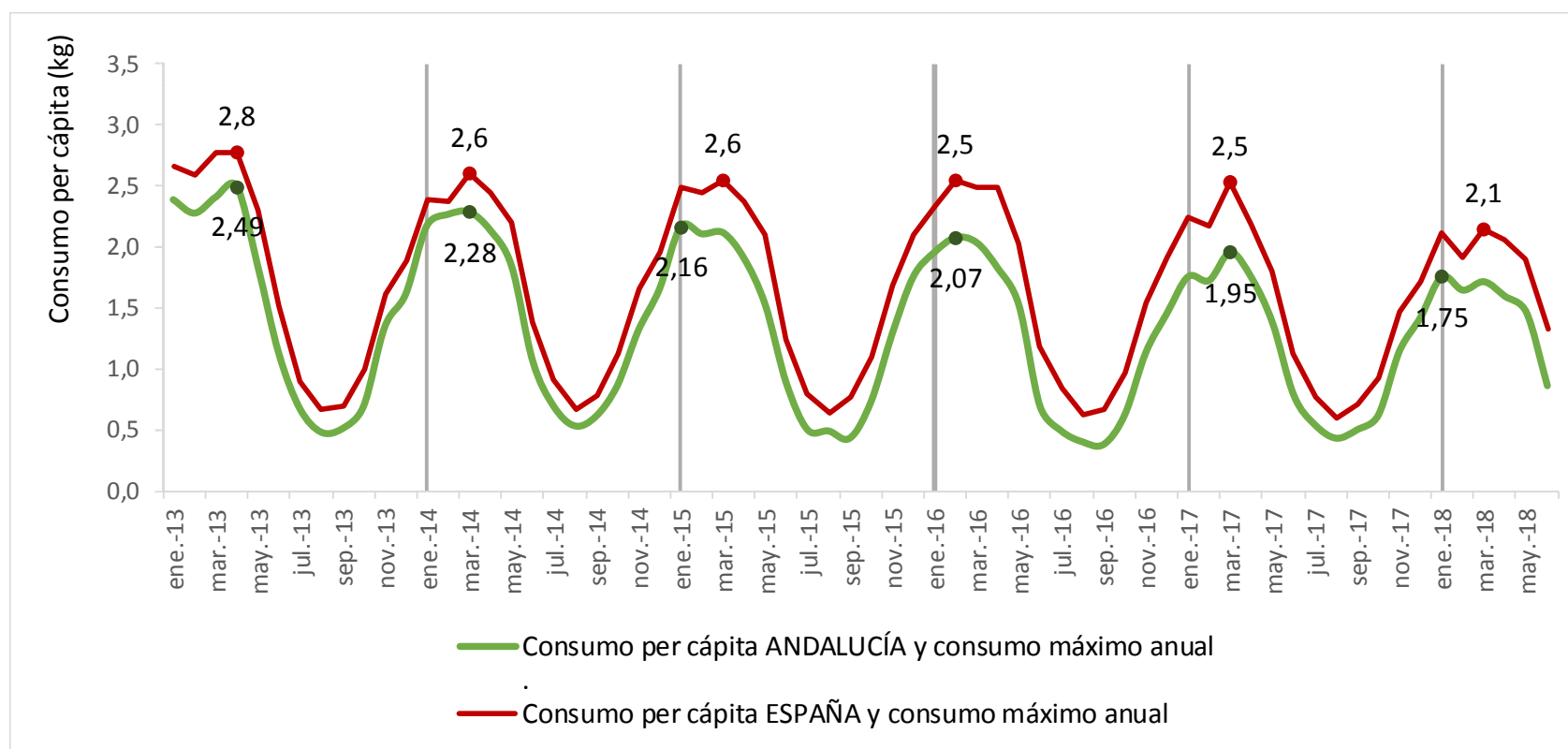


Fuente: Datos del Panel de Consumo en hogares, 2008-2018. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (*) Datos de 2018 del segundo semestre no disponibles.

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.1. Datos del consumo y gasto per cápita de naranja

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL CONSUMO PER CÁPITA DE NARANJA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

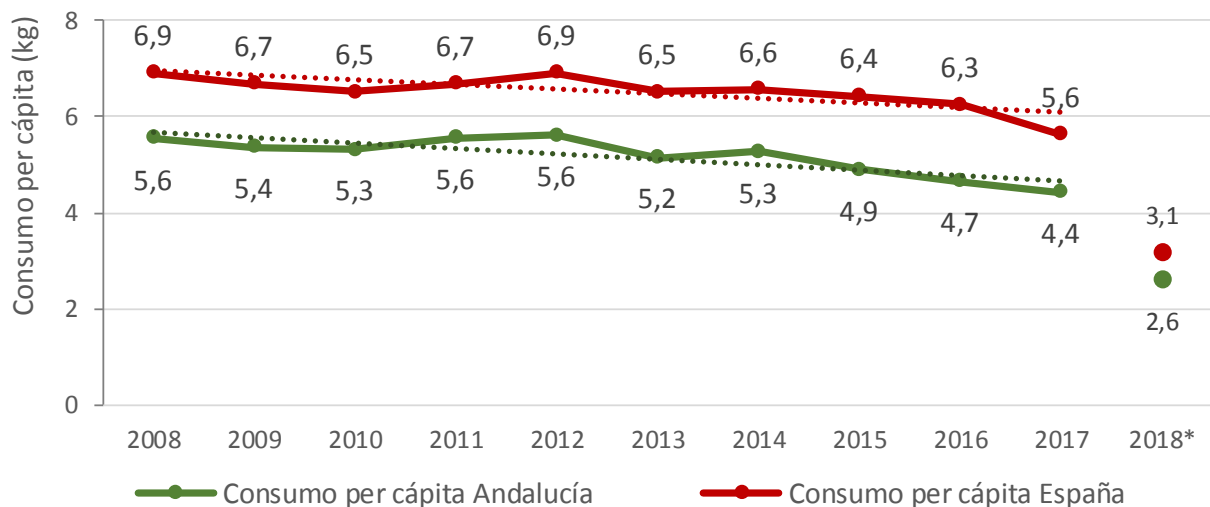


La evolución mensual del consumo per cápita de la naranja, tanto a nivel nacional como autonómico, sigue un comportamiento similar en los distintos años analizados. Concretamente, el consumo sigue una tendencia positiva desde el inicio de la campaña en el mes de octubre, hasta llegar a los meses de enero, febrero y marzo, donde se registran los datos de consumo per cápita máximos de cada año. Posteriormente, el consumo de naranja va descendiendo hasta el final de la campaña. Por lo general, este aumento del consumo corresponde al periodo invernal donde el descenso de las temperaturas va asociado a una mayor demanda de naranjas, debido al alto contenido en vitamina C de las mismas. El consumo per cápita máximo mensual en el periodo analizado también sigue una tendencia decreciente, registrando un descenso medio del 23% a nivel nacional y del 30% a nivel andaluz, entre los años 2013 y 2018.

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.2. Datos del consumo y gasto per cápita de mandarina

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE MANDARINA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

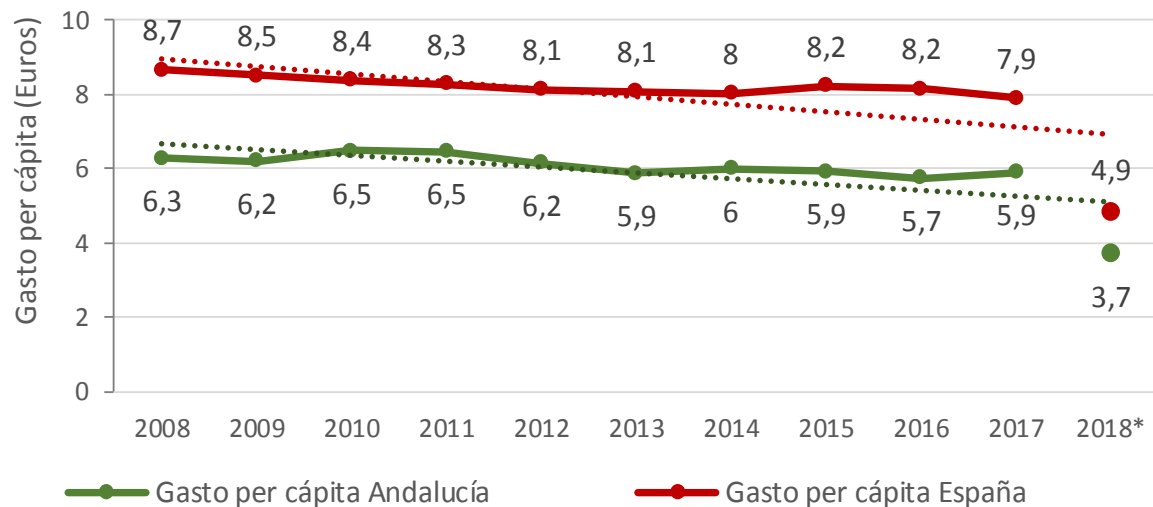


El consumo per cápita de la mandarina ha descendido de forma continuada en los últimos años. Concretamente, entre el consumo per cápita del año 2008 y el del año 2017 se registra un descenso del 17% a nivel nacional y del 20% a nivel autonómico

Al igual que ocurre en la naranja, en el periodo comprendido entre 2008 y 2017 se registra una diferencia media del 26% entre el consumo de mandarina de España y de Andalucía. Esto equivale a decir que en Andalucía se consume 1,3kg menos de mandarina al año que en España.

EVOLUCIÓN DEL GASTO PER CÁPITA EN MANDARINA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

Esta tendencia negativa del consumo se manifiesta también en la evolución anual del gasto per cápita de mandarinas aunque en menor medida. Concretamente, el gasto per cápita nacional entre el año 2008 y del año 2017 ha registrado un descenso medio del 9% a nivel nacional y del 6% a nivel autonómico. El gasto per cápita medio a nivel nacional entre dichos años ha sido de 8,2 Euros/año, es decir un 35% superior al gasto per cápita medio de Andalucía en el mismo periodo (6,1 Euros/año).

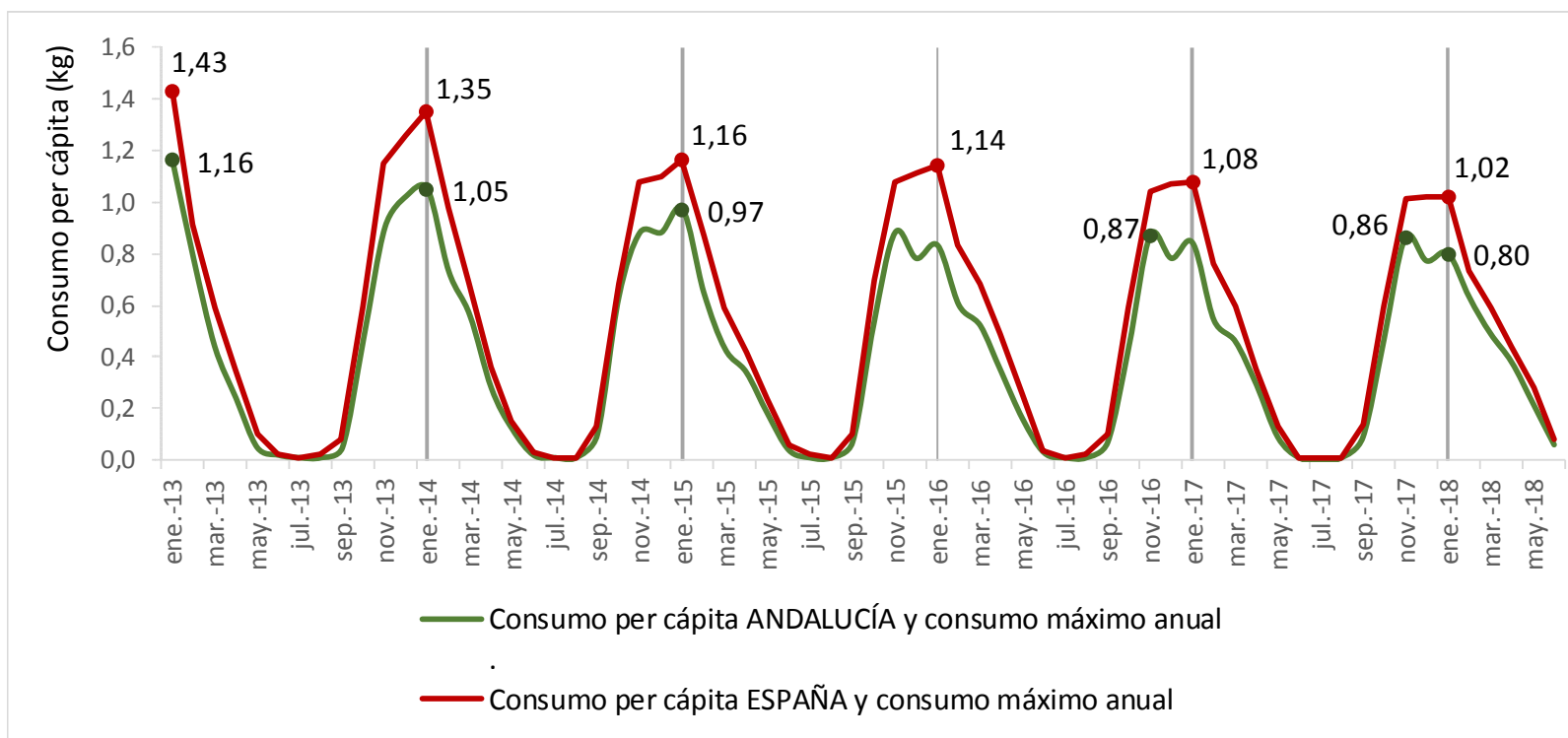


Fuente: Datos del Panel de Consumo en hogares, 2008-2018. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (*) Datos de 2018 del segundo semestre no disponibles.

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.2. Datos del consumo y gasto per cápita de mandarina

EVOLUCIÓN MENSUAL DEL CONSUMO PER CÁPITA DE MANDARINA DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

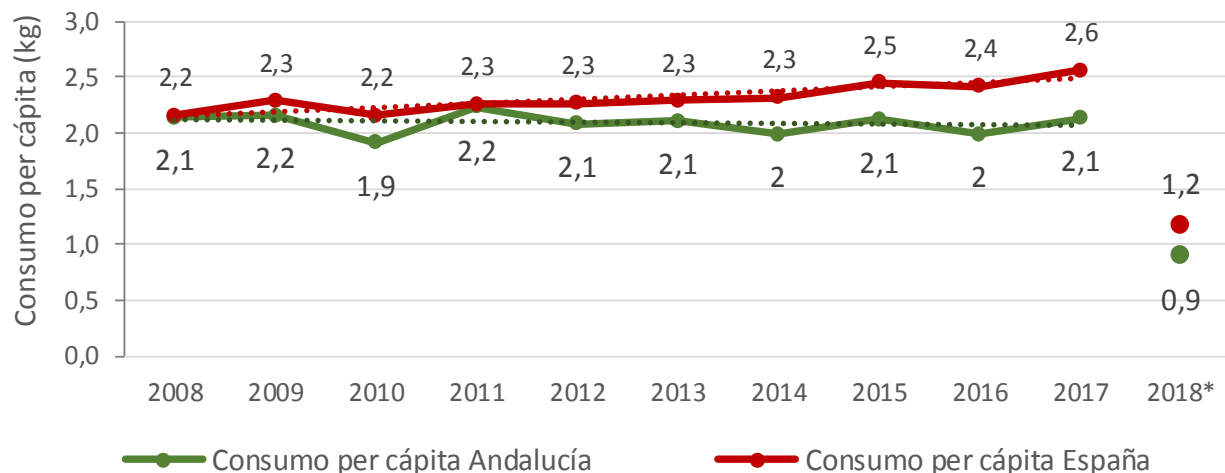


El consumo per cápita mensual de mandarina sigue un comportamiento similar en los distintos años estudiados, y similar también al seguido en el consumo de naranja, aunque con ligeras diferencias. El consumo de naranja va incrementando de forma continuada desde el inicio de la campaña pero, a diferencia de la naranja, el consumo máximo de mandarina comienza algo antes, correspondiendo a los meses de noviembre, diciembre y enero, marcando normalmente el máximo en el mes de enero. Posteriormente, el consumo desciende de forma progresiva hasta el final de la campaña. Analizando los valores máximos del consumo per cápita mensual de mandarina a nivel nacional y autonómico entre 2013 y 2018 se observa un descenso del 29% del consumo a nivel nacional y, del 31% a nivel autonómico.

3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.3. Datos del consumo y gasto per cápita de limón

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE LIMÓN DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

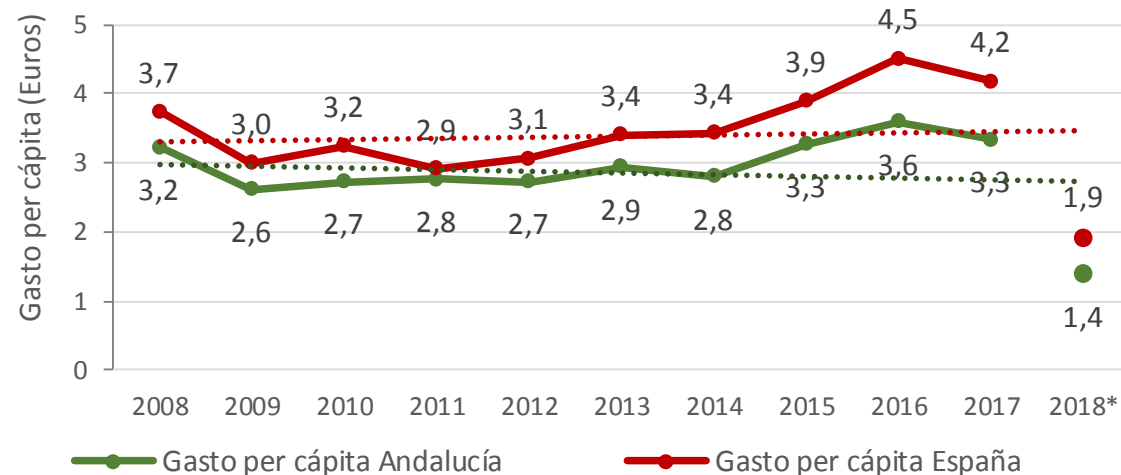


El consumo per cápita de limón, a diferencia de la naranja y la mandarina, sigue una evolución positiva en los últimos años. Concretamente, el consumo de limón en 2017 ha aumentado en un 18,5% a nivel nacional y un 0,5% a nivel andaluz, con respecto al consumo registrado en 2008.

Aunque la brecha entre el consumo per cápita a nivel nacional y autonómico es menor en comparación con el resto de cítricos analizados, ésta ha ido aumentando considerablemente en los últimos años, hasta alcanzar una diferencia del 20%.

EVOLUCIÓN DEL GASTO PER CÁPITA EN LIMÓN DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)

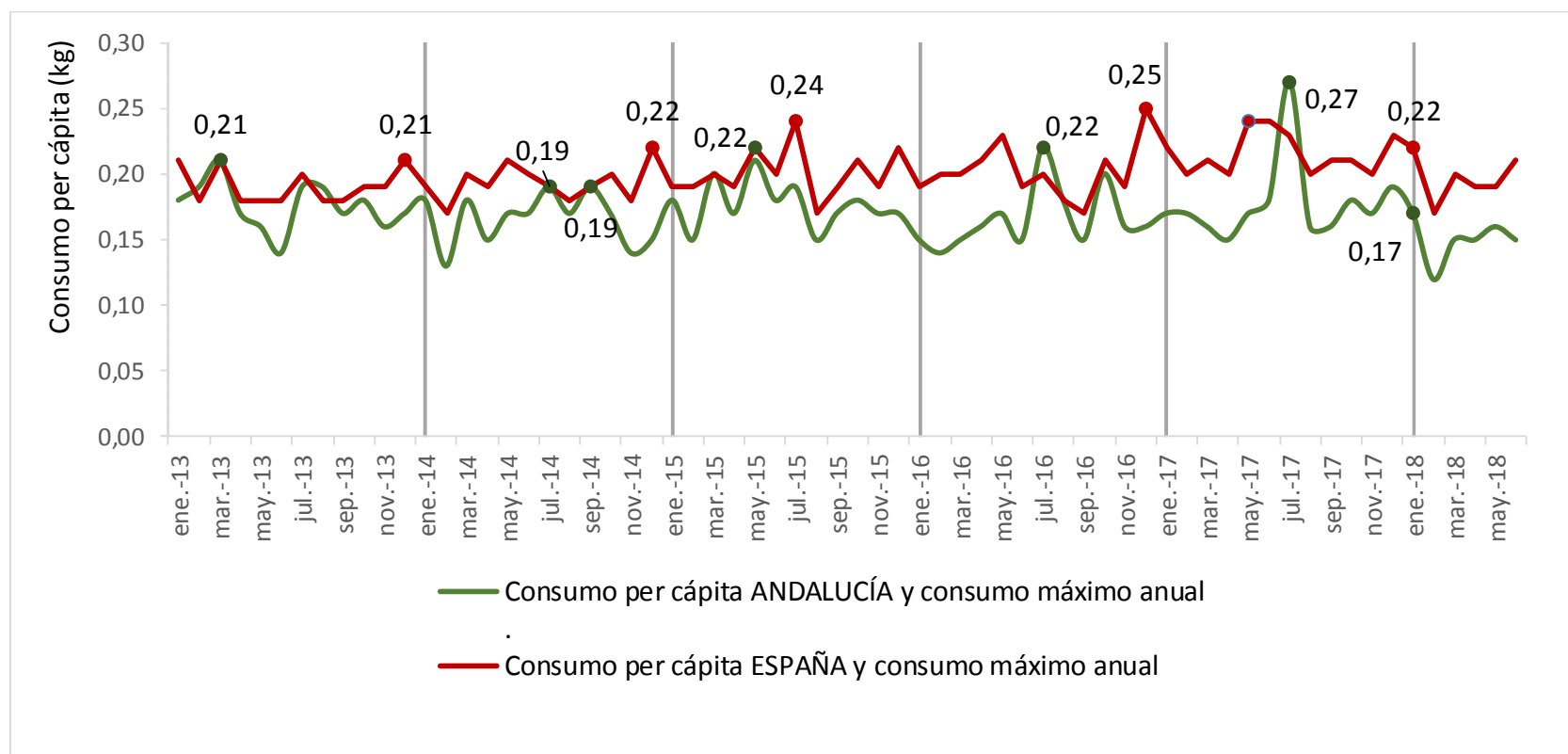
La evolución del gasto per cápita en limón en los hogares españoles es ascendente durante la última década, aunque con una pendiente mucho más pronunciada en el caso del gasto en España. Así, mientras en Andalucía el gasto medio por habitante se incrementó en un 3%, pasando de 3,23 € a 3,34 €; en España el incremento se ha situado en el 12%, pasando de 3,74 € a 4,18 €



3. DATOS DE CONSUMO Y GASTO

3.3. Datos del consumo y gasto per cápita de limón

CONSUMO PER CÁPITA DE LIMÓN DE ANDALUCÍA Y DE ESPAÑA (Kg)



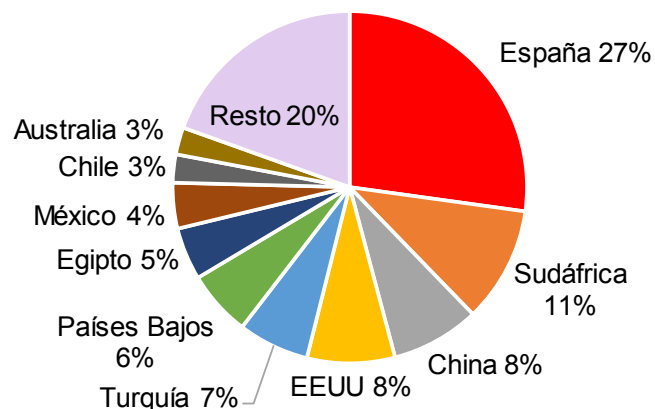
La evolución del consumo mensual de limón sigue un comportamiento irregular en los distintos años analizados. Mientras en Andalucía parece claro que los meses de verano marcan los consumos máximos, con un máximo de 0,27 Kg per cápita en el mes de julio de 2017; en España el consumo máximo (0,25 kg per cápita) se da en el mes de diciembre de 2016.

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1. Mercado mundial de cítricos

CUOTA DEL MERCADO MUNDIAL DE CITRICOS

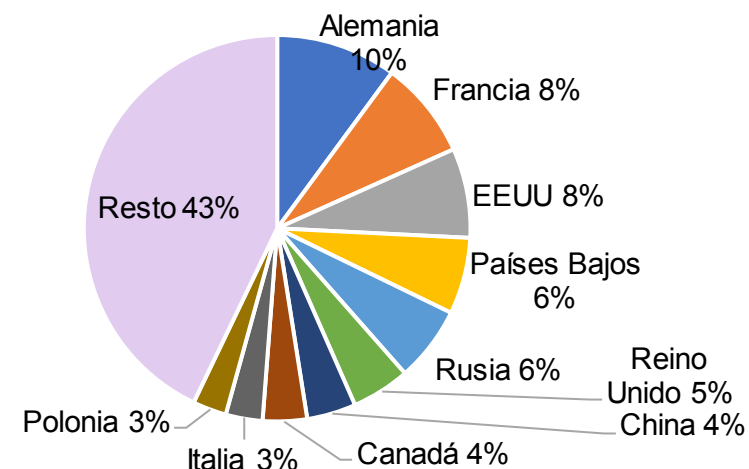
Cuota mundial principales proveedores 2017



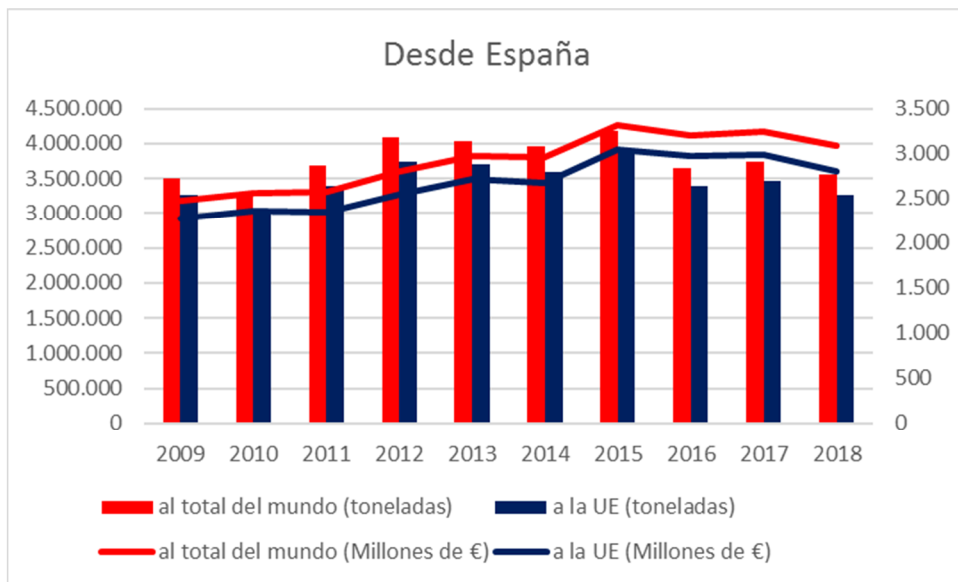
España es el mayor exportador mundial de cítricos, con el 27% de cuota entre los principales proveedores, en 2017; seguido de Sudáfrica (11%), China (8%), EEUU (8%) y Turquía (7%), todos ellos países extracomunitarios.

Los países que importan cítricos son principalmente europeos, así solo los 6 primeros europeos suman el 36% de la cuota mundial (Alemania -10%-, Francia -8%-, Países Bajos -6%-, Reino Unido -5%-, Italia -3%- y Polonia -3%-). Por otro lado están los países extracomunitarios entre los que destaca, como principal importador, EEUU (8%) seguido de Rusia (6%), China (4%) y Canadá con el 3% de cuota mundial.

Cuota mundial principales importadores 2017

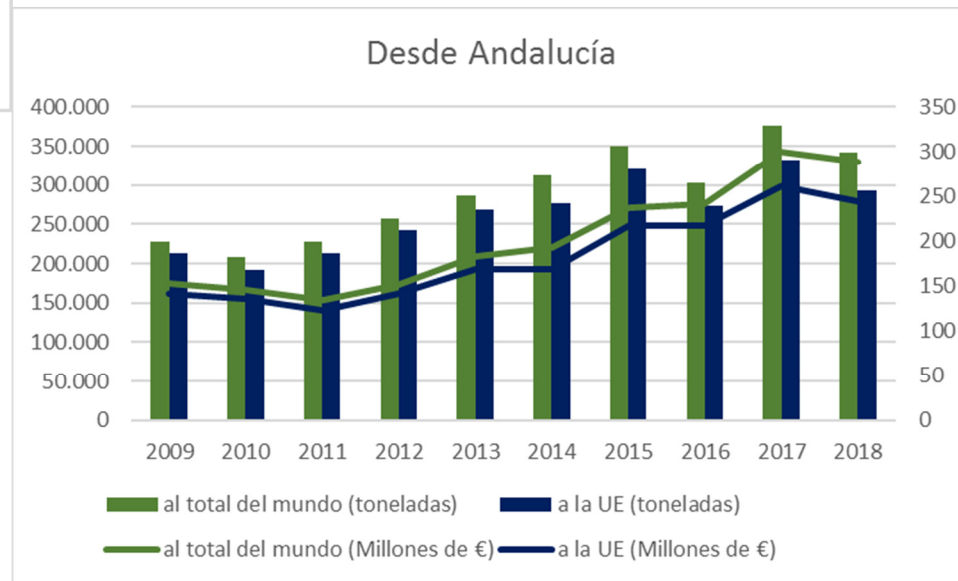


EXPORTACIONES ESPAÑOLAS Y ANDALUZAS AL MUNDO Y A LA UE



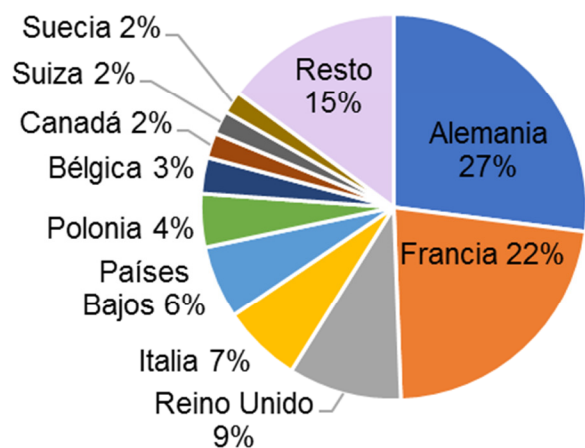
El principal cliente de los cítricos españoles es Europa (ya en 2009 el 93% del volumen y el 92% del valor de las exportaciones de cítricos españoles iban dirigidas a Europa y 10 años después el 92% del volumen y el 91% del valor siguen con destino Europa).

Del mismo modo, **el principal cliente de los cítricos andaluces es Europa**, sin embargo, las exportaciones a destinos extracomunitarios se han duplicado en los últimos 10 años (así de 2009 a 2018 se ha pasado del 7% al 15% del volumen y valor de las exportaciones andaluzas de cítricos a países extracomunitarios).



PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS Y ANDALUZAS

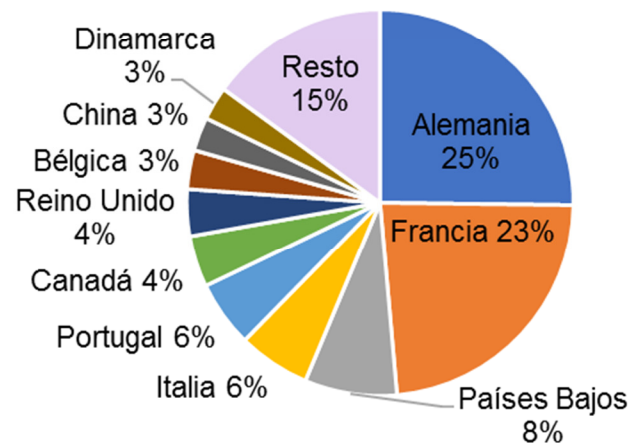
Cuota clientes de cítricos españoles 2018



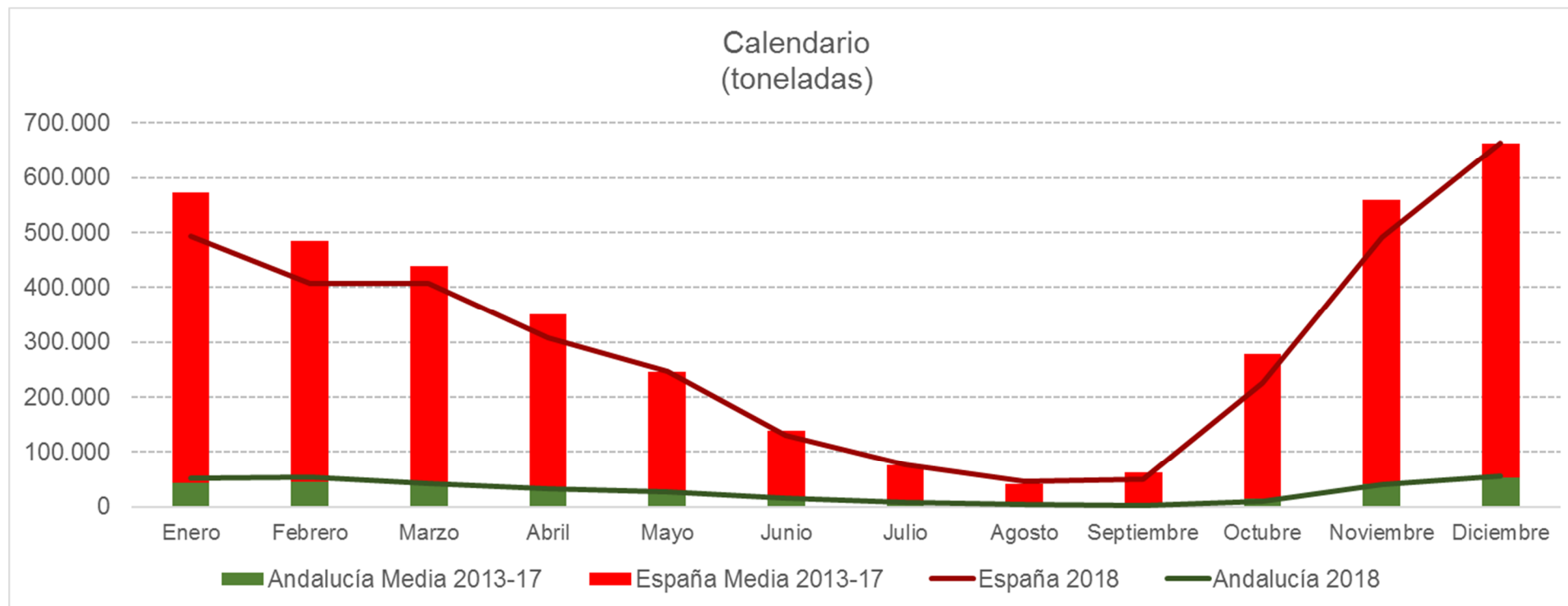
Alemania y Francia fueron en 2018 los clientes más importantes de los cítricos españoles, tanto para España como para Andalucía, si bien en el caso español ambos países llegaron a representar prácticamente el 50% de la cuota de mercado.

Destacar que, mientras **para España** el primer cliente extracomunitario ha sido Canadá (2%) seguido de Suiza (2%) que ocupan el 8º y 9º lugar, respectivamente, en el ranking de clientes; **para Andalucía** el primer cliente extracomunitario ocupa el 6º lugar en el ranking (Canadá con el 4%) y el siguiente es China con el 9º lugar y el 3% de cuota de producto.

Cuota clientes de cítricos andaluces 2018

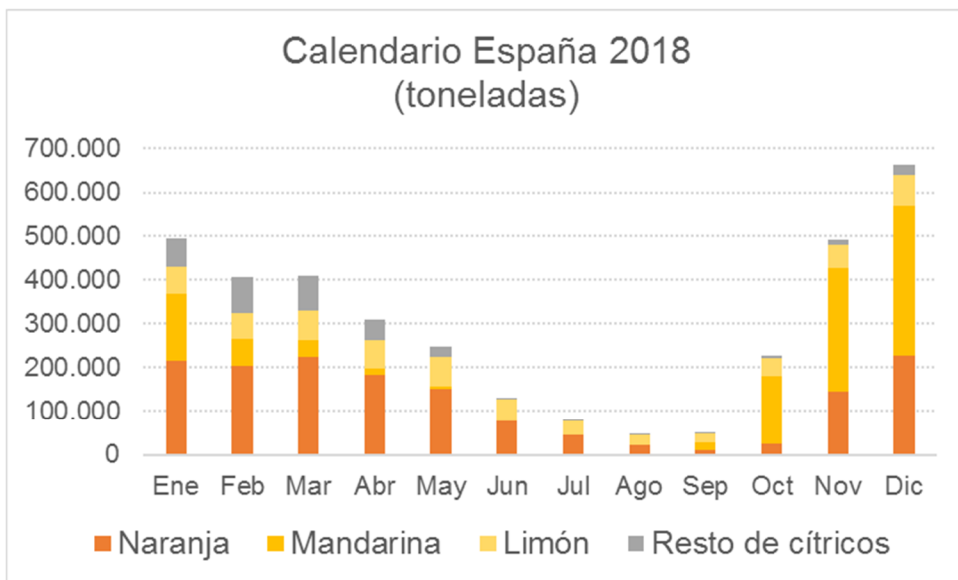


CALENDARIO DE EXPORTACIONES

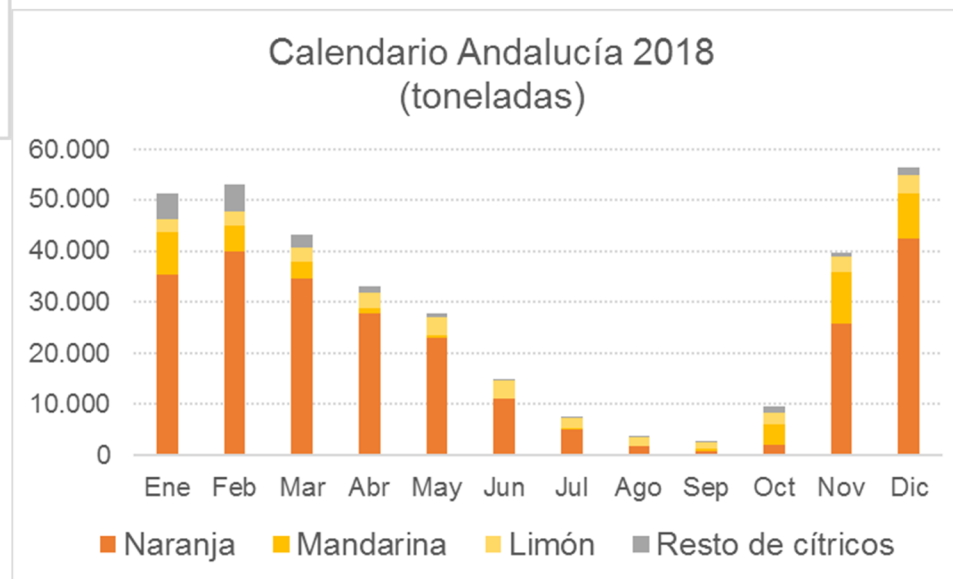


En **2018** las exportaciones andaluzas de cítricos han representado **un 10% de las españolas** (un punto más que en la media de los últimos 5 años -2013/17-). Así las **exportaciones españolas se han reducido un 1%** respecto a la media de los últimos 5 años (2013/17), **mientras que las andaluzas se han incrementado un 5%** respecto al mismo periodo de referencia.

CALENDARIO DE EXPORTACIONES



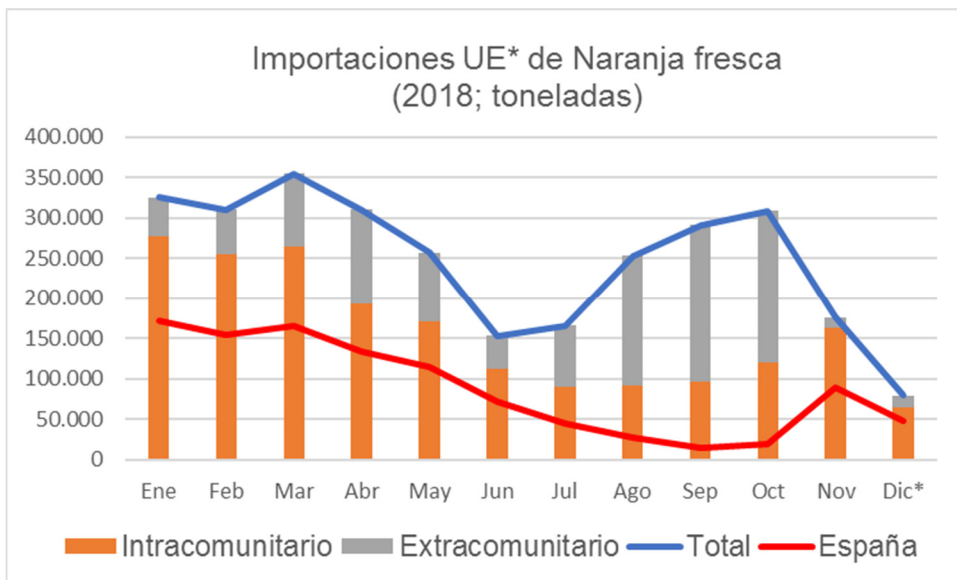
El **cítrico más importante**, en el calendario de exportación (2018), es la **naranja** (con el 43% de representación en el calendario nacional y el 73% en el andaluz), **seguido de la mandarina** (con el 30% de representación en el calendario nacional y el 12% en el andaluz) y el **limón** (con el 17% de representación en el calendario nacional y el 9% en el andaluz).



4. COMERCIO EXTERIOR

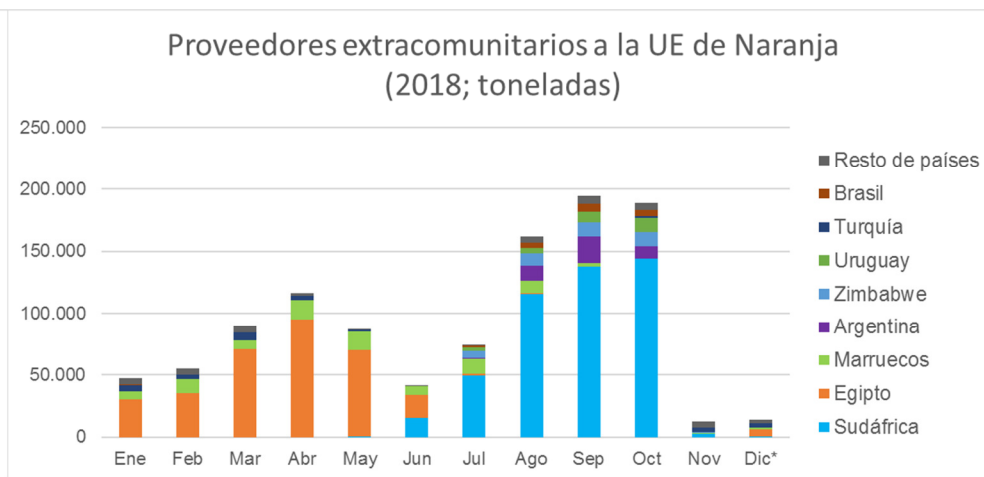
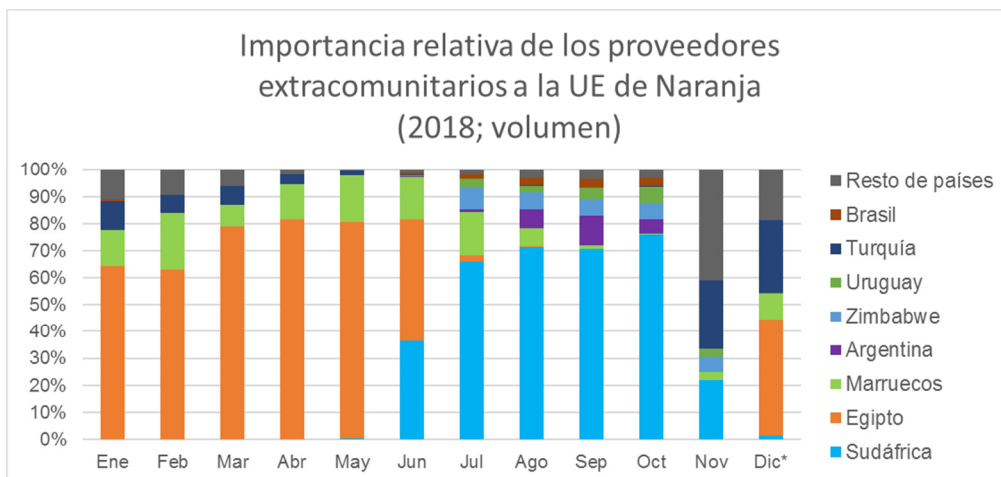
4.3. Análisis de las importaciones

IMPORTACIONES A LA UE



Las importaciones extracomunitarias a la UE de naranja suponen el **36%** del total, aunque en los meses estivales este porcentaje puede llegar hasta el **65%**.

Los principales países extracomunitarios proveedores de naranjas a la UE son Sudáfrica, Egipto, Marruecos y Argentina. **Sudáfrica** en el período 2013/17 representó el **45%**, **Egipto** el **24%**, **Marruecos** el **8%** y **Argentina** el **5%**. El montante principal de las exportaciones de **Sudáfrica** se centra en el **período junio-noviembre**, mientras que las de **Egipto** y **Marruecos** lo hacen en el **período diciembre-mayo**.

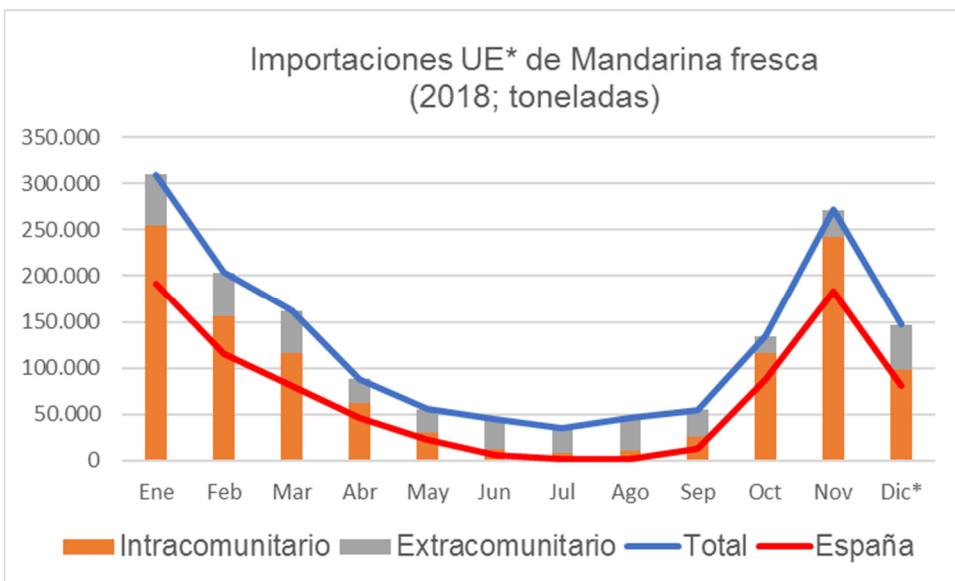


Fuente: ICEX. EUROSTACOM. (Las importaciones UE* publicadas por Eurostat tienen un retraso de tres meses sobre el tiempo real, ya que los países hacen la comunicación de sus importaciones en ese periodo de tiempo. Las importaciones / exportaciones publicadas por ICEX -de España-, tienen un retraso de dos meses. Esto explica el dato de diciembre -Dic*-).

4. COMERCIO EXTERIOR

4.3. Análisis de las importaciones

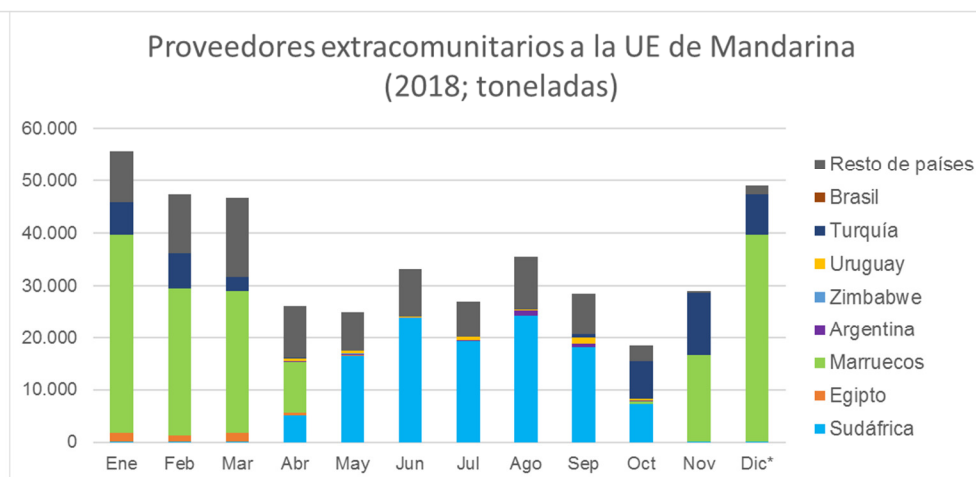
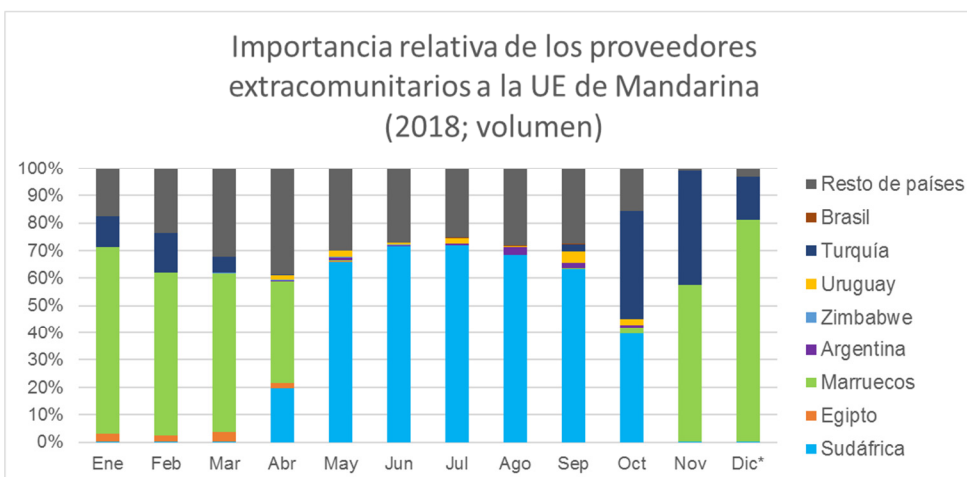
IMPORTACIONES A LA UE



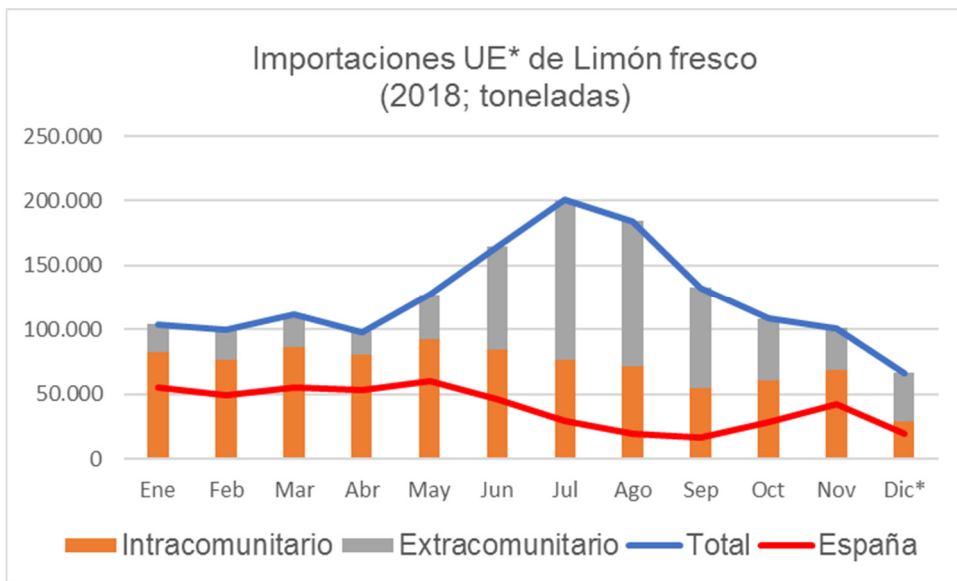
Las importaciones extracomunitarias de mandarina a la UE suponen el **27%** del total.

Aunque en los meses de junio, julio y agosto este porcentaje puede llegar hasta el 80%, el volumen es bastante reducido.

Marruecos y Sudáfrica son los principales países exportadores de mandarina a la UE.

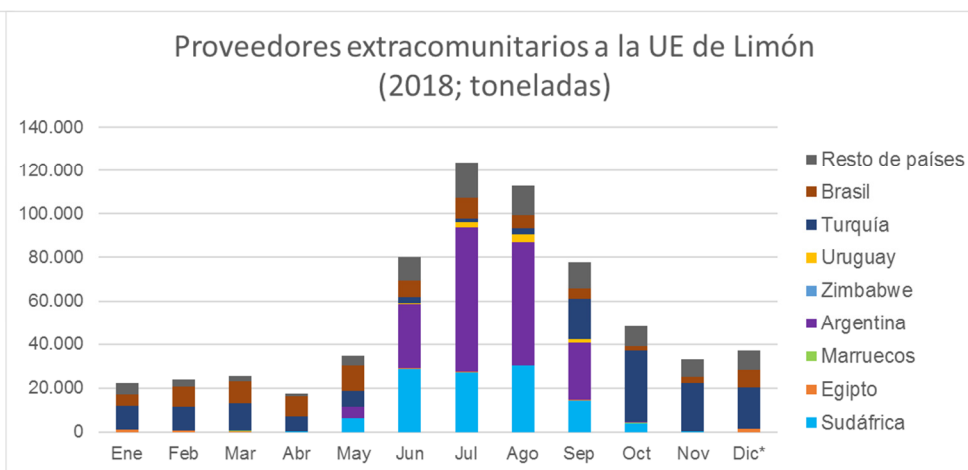
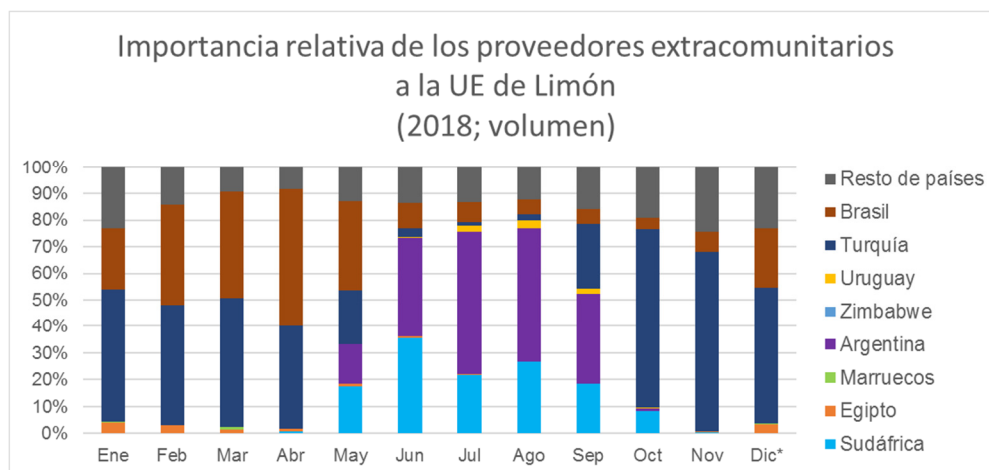


IMPORTACIONES A LA UE



Las importaciones extracomunitarias de limón a la UE suponen el **42%** del total, aunque en los meses estivales este porcentaje puede llegar hasta el **60%**.

Argentina y Sudáfrica son los principales países extracomunitarios suministradores de limón a la UE.



4. COMERCIO EXTERIOR

4.3. Análisis de las importaciones

IMPORTACIONES A LA UE

SUDÁFRICA	2014	2015	2016	2017	2018
Naranjas	380.233	428.492	402.977	450.922	464.506
Mandarinas	85.306	94.938	115.816	100.928	114.740
Limones	36.493	41.365	63.078	78.790	110.282
Total	502.033	564.795	581.871	630.639	689.212

EGIPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Naranjas	181.960	196.842	265.467	281.094	328.436
Mandarinas	1.608	1.706	1.069	1.500	5.128
Limones	881	308	2.221	3.521	4.841
Total	184.449	198.856	268.756	286.115	331.087

ARGENTINA	2014	2015	2016	2017	2018
Naranjas	44.737	36.607	49.180	39.233	44.394
Mandarinas	11.998	4.068	3.922	1.505	2.374
Limones	105.378	130.355	198.201	158.501	184.654
Total	162.112	171.029	251.302	199.238	231.447

MARRUECOS	2014	2015	2016	2017	2018
Naranjas	66.849	85.441	68.290	121.151	88.690
Mandarinas	99.522	118.406	153.102	145.109	159.692
Limones	1.478	696	2.889	664	668
Total	167.849	204.542	224.280	266.924	208.106

ESPAÑA	2014	2015	2016	2017	2018
Naranjas	1.250.195	1.444.531	1.278.359	1.302.123	1.054.447
Mandarinas	1.263.427	1.279.656	1.288.013	1.051.296	827.006
Limones	504.981	543.862	485.585	596.922	475.516
Total	3.018.603	3.268.049	3.051.957	2.950.341	2.356.969

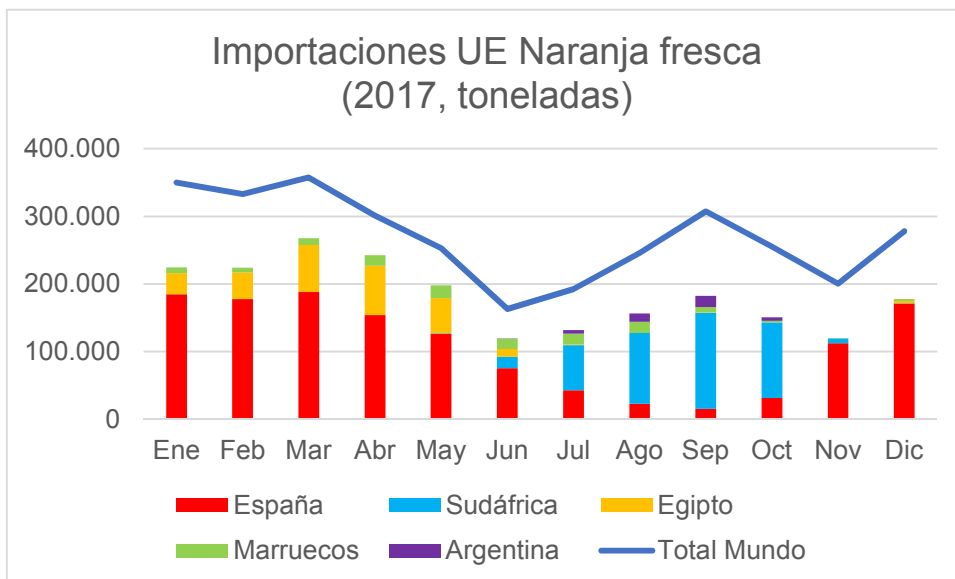
Evolución de las importaciones a la UE de los distintos cítricos procedentes de Sudáfrica, Egipto, Argentina y Marruecos.

Naranjas: Tanto Egipto, como Sudáfrica y Marruecos, han incrementado sus exportaciones a la UE en el período analizado. Egipto las ha incrementado en un 80% (146.476 t), Sudáfrica lo hizo en un 22% (84.273 t) y Marruecos en un 33% (21.841 t).

Mandarinas: Tanto Egipto, como Sudáfrica y Marruecos, han incrementado sus exportaciones a la UE en el período analizado. Sudáfrica las incrementó en un 35% (29.434 t) y Marruecos en un 60% (60.170 t). Egipto multiplicó por 3 sus exportaciones, aunque éstas siguen siendo poco representativas, tan sólo 5.128 t.

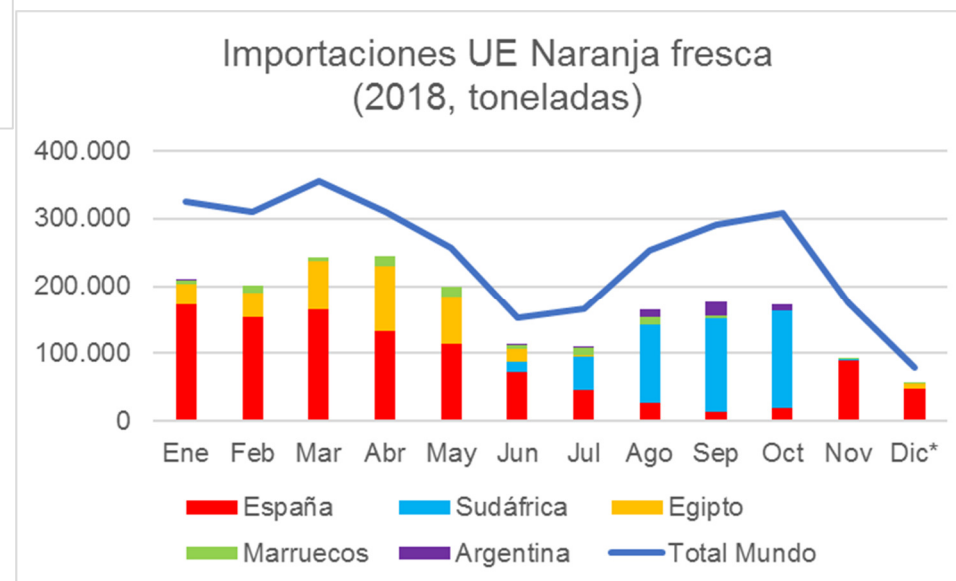
Limones: Sudáfrica y Argentina han incrementado sus exportaciones a la UE desde 2014. Sudáfrica ha triplicado sus exportaciones, con un incremento de 73.789 t, mientras que Argentina las incrementó en un 75% (79.276 t).

CALENDARIO MENSUAL DE IMPORTACIONES DE NARANJA A LA UE



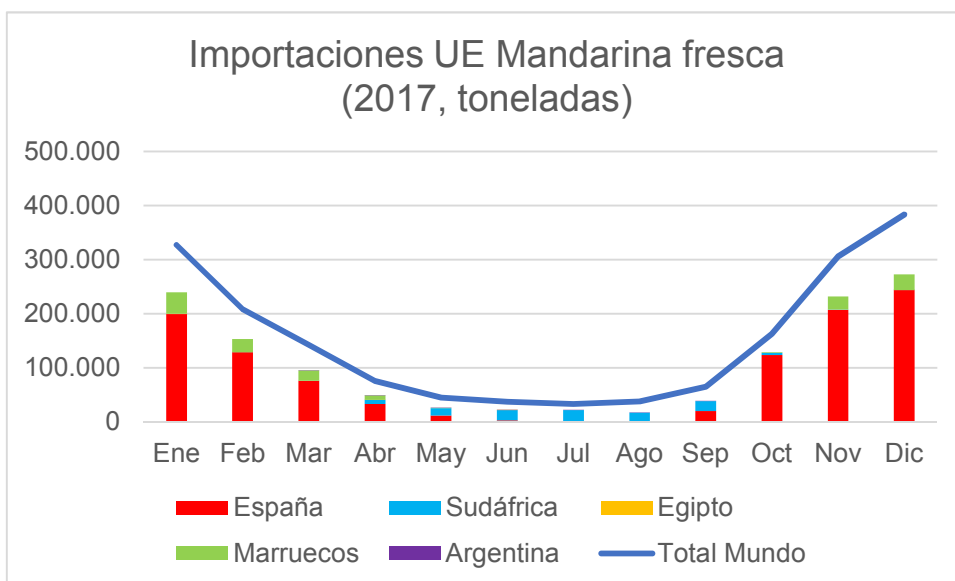
Egipto es el país cuyo calendario de producción y, por tanto, de exportaciones a la UE más se solapa con el español, así, en 2018 las importaciones de naranja a la UE procedentes de Egipto supusieron el **23% de lo exportado por España en febrero, el 43% en marzo y el 71% en abril.**

A partir del mes de junio es **Sudáfrica** la que toma protagonismo en las exportaciones a la UE. Así en junio de 2018 las exportaciones de Sudáfrica a la UE representaron el 21% de las españolas, pasando ya a ser muy superiores a partir de julio y situándose así hasta el mes de octubre



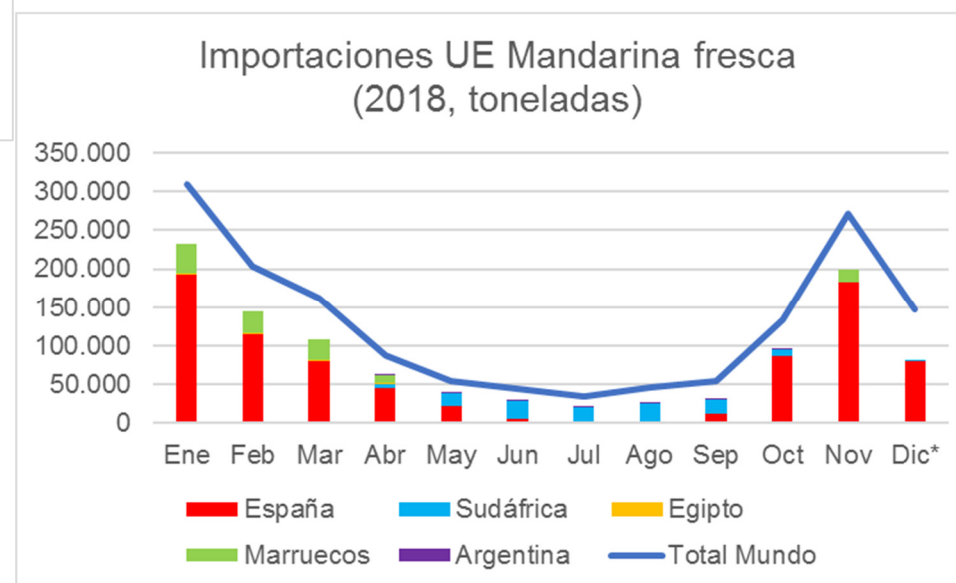
(*): Datos de diciembre se salen de rango y el total del mundo podría estar incompleto, (Eurostat tiene 3 meses de desfase, hasta que todos los países hacen la comunicación definitiva).

CALENDARIO MENSUAL DE IMPORTACIONES DE MANDARINA A LA UE



A partir del mes de mayo es **Sudáfrica** la que toma protagonismo en las exportaciones a la UE. Así en mayo de 2018 las exportaciones de Sudáfrica a la UE ya representaron el 76% de las españolas, pasando ya a ser muy superiores a partir de julio y situándose así hasta el mes de septiembre.

Marruecos es el país cuyo calendario de producción y, por tanto, de exportaciones a la UE más se solapa con el español. Así, en 2018 las importaciones de mandarina a la UE procedentes de Marruecos supusieron **el 20% de lo exportado por España en enero, el 25% en febrero y el 34% en marzo.**

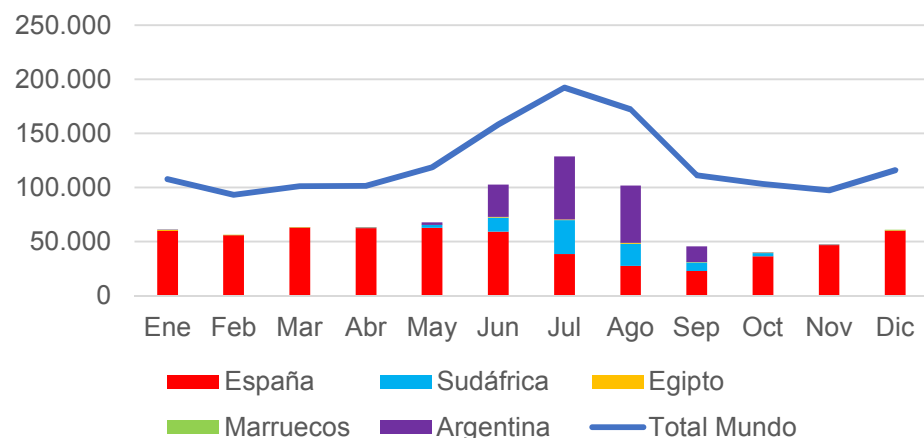


(*): Datos de diciembre se salen de rango y el total del mundo podría estar incompleto, (Eurostat tiene 3 meses de desfase, hasta que todos los países hacen la comunicación definitiva).

4. COMERCIO EXTERIOR

4.3. Análisis de las importaciones

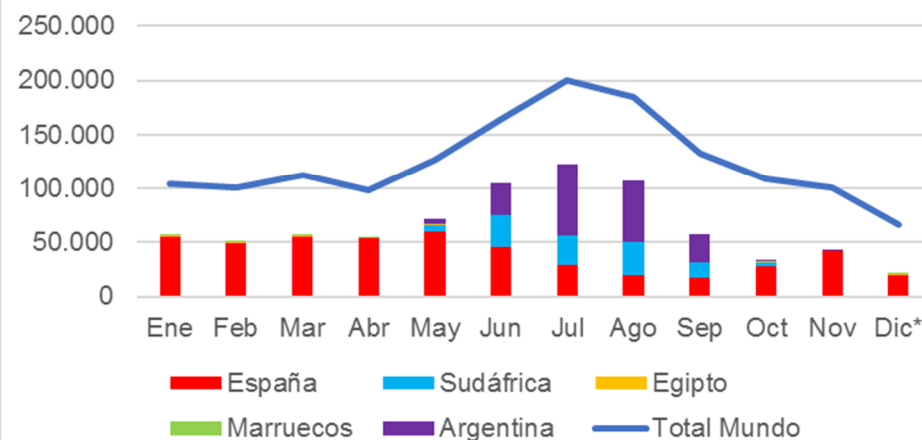
Importaciones UE Limón fresco
(2017, toneladas)



Argentina y Sudáfrica son los principales competidores de los limones españoles en el mercado de la UE. Argentina comercializó en 2017 el **27%** de lo comercializado por España, mientras que Sudáfrica lo hizo en un **13%**.

El **período de mayo a septiembre** es en el que se solapa la comercialización de limón español con los limones argentinos y sudafricanos. Así, en **mayo** de 2018 el volumen comercializado por Argentina en la UE supuso el **9%** de lo comercializado por España, porcentaje que en **junio** se situó en el **65%**, pasando ya a partir de julio a ser superior al volumen español.

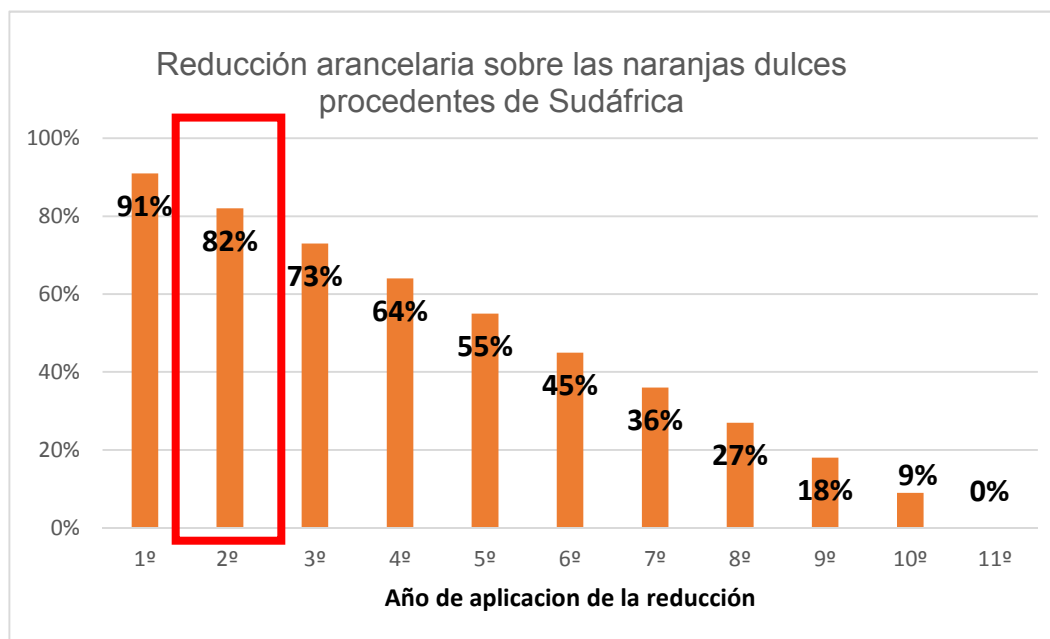
Importaciones UE Limón fresco
(2018, toneladas)



(*): Datos de diciembre se salen de rango y el total del mundo podría estar incompleto, (Eurostat tiene 3 meses de desfase, hasta que todos los países hacen la comunicación definitiva).

5. ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA

- La Comisión Europea anunció el 10 de octubre de 2016 la entrada en vigor del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) con cinco Estados de la Comunidad para el Desarrollo de África Meridional (SADC). Desde la citada fecha, el convenio se aplica al comercio entre la UE y Namibia, Sudáfrica, Botsuana, Suazilandia y Lesoto.
- Sudáfrica, específicamente, se beneficia en este acuerdo con el incremento del período durante el cual puede comercializar naranja dulce en la UE con un arancel reducido. En el acuerdo anterior, el período de reducción arancelaria se aplicaba del 1 de junio al 15 de octubre. Con la entrada en vigor de este nuevo acuerdo, dicho período se incrementa del 16 de octubre al 30 de noviembre, período durante el cual se suprimirán gradualmente los derechos de aduana, de conformidad con los porcentajes referenciados en la siguiente gráfica.
- A fecha de febrero de 2019 el acuerdo se encuentra en su segundo año de aplicación.



- El **sector de los cítricos es relevante en Andalucía** suponiendo el 6,4% de su Producción de la Rama Agraria, alcanzando un valor en 2017 cercano a 653 millones de euros y generando más de **7,2 millones de jornales**.
- **Andalucía** produce en torno al **45%** de la naranja, del **20%** de la mandarina y del **10%** del limón nacional.
- La **campaña actual** se está caracterizando por sus **bajas cotizaciones**, principalmente en naranja y mandarina.
- **España es el mayor exportador mundial de cítricos**, con el 27% en 2017; seguido de Sudáfrica (11%), China (8%), EEUU (8%) y Turquía (7%).
- **Alemania, Francia y Países Bajos** fueron en 2018 nuestros principales clientes suponiendo entre los tres más del 50%.
- Nuestros principales **competidores** son **Egipto, Turquía y Marruecos**. **Sudáfrica** compite al inicio y fin de campaña, presentando un calendario complementario.