

## Baja el precio del aguacate y se invierte la tendencia al alza

### **El productor recibió este año un 16% menos que en la campaña anterior**

El aguacate ha tocado techo, al menos en lo que se refiere al precio pagado al agricultor, ya que tras varios años de subidas continuadas en los mercados, la campaña 2018/19 ha supuesto un punto de inflexión en esta tendencia al alza.

El Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura señala que la caída ha afectado tanto al precio final del producto como a todas sus variedades. Así, el precio medio de campaña se ha situado en 2,15 euros el kilo, lo que supone un descenso del 16% respecto a 2017/18, cuando se alcanzaba el máximo valor con un precio de 2,55 euros el kilo.

El motivo de este ajuste hay que buscarlo en la entrada en el mercado europeo de un elevado volumen de fruta procedente de terceros países, lo que ha motivado que durante toda la campaña el nivel de precios del aguacate andaluz se mantuviera por debajo de campañas anteriores.

La campaña empezó ya con un fuerte descenso de las cotizaciones durante las principales semanas de producción de las variedades verdes.

El aguacate Bacon, con un precio medio de campaña de 0,78 euros el kilo y una representatividad del 5% de la producción total, desciende un 40% respecto a 2017/18; mientras que el Fuerte, situado en 1,19 euros el kilo y con un 7% de la producción comercializada, desciende un 23% respecto al mismo período.

De este modo, el inicio de campaña fue complicado para los agricultores, que además detectaron una mayor preferencia de los consumidores europeos hacia la variedad Hass y, por otra, una



sobreoferta en el mercado de producto procedente de Israel, Sudáfrica y Perú.

Todo esto dio lugar al recorte de precios y en la primera categoría del fruto, con un 76% del volumen comercializado, alcanzó un precio medio de liquidación al agricultor de 2,44 euros el kilo. Pero el precio medio de campaña descendió en todas las variedades de aguacate. El mayor se produjo en la variedad Bacon, con un 40% respecto a la 2017/18. En la variedad Fuerte el precio cayó un 23%, y en la Hass, con un 85% del volumen comercializado, descendió un 14%.

El 75% de la variedad Hass se comercializó como primera categoría, con un precio medio de campaña pagado al agricultor de 2,65 euros el kilo. Su cotización para esta categoría se movió en un intervalo de 2,30 a 2,80 euros el kilo a lo largo de la campaña. La segunda categoría obtuvo una cotización media de 1,43 euros el kilo.

El aguacate Fuerte representa el 6% del volumen comercializado de aguacate. La primera categoría alcanzó una cotización media de 1,33 euros el kilo, que supone el 83% del volumen de la variedad. En cuanto a las ventas al exterior, el aguacate andaluz, referente de calidad en el mercado, vuelve a incrementar en un 6% el volumen de sus exportaciones de aguacate durante su período de producción, respecto a la campaña precedente.

No obstante, debido a un menor precio de venta, el valor de las exportaciones fue un 1% inferior a 2017/18, rondando los 225 millones de euros. La Unión Europea recibe el 94% de las exportaciones, teniendo como principales destinos Francia, con el 35% del volumen; Países Bajos, con el 14%; y Alemania y Reino Unido, con el 13 y 10% respectivamente.

### **Dinámica internacional**

A final de noviembre, con Sudáfrica y Perú fuera del mercado y una entrada lenta de Chile, se inició la recuperación de los precios al disminuir el volumen de aguacate en el mercado europeo. El Hass andaluz entró a al mercado con mayor producción y precios inferiores a pasadas campañas. A pesar de que la falta de los calibres más comerciales, 12, 14 y 16, presionan los precios al alza, el resto de calibres se mantienen estables.



El Observatorio indica que los precios se van a mantener hasta el final de campaña por debajo de los precedentes y explica la incidencia del movimiento de protesta de los “chalecos amarillos” iniciado en Francia y que se extiende, en menor medida, a otros países vecinos como Bélgica, Países Bajos y Alemania. Este acontecimiento provoca problemas en la comercialización del aguacate andaluz, tanto por retrasos en las salidas de producto a destinos europeos, como por la calidad de la fruta a su llegada a destino.

**Liens articles :**

[https://www.diariodesevilla.es/agr\\_andalucia/mercados/Baja-precio-aguacate-invierte-tendencia\\_0\\_1391860973.html](https://www.diariodesevilla.es/agr_andalucia/mercados/Baja-precio-aguacate-invierte-tendencia_0_1391860973.html)

