

Boletín Mensual de Precios al Consumo de Hortícolas Protegidos en Andalucía: FEBRERO de 2009

Notas metodológicas	1
I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícolas	2
II. Análisis del consumo en Andalucía	17

Notas metodológicas

Los precios medios al consumo presentados en este boletín, son extraídos de las consultas realizadas al Observatorio de Precios y Mercados de la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. El precio medio al consumo se define como el precio final del producto, en un establecimiento determinado, e incluye el IVA (4%).

Esta información se obtiene a partir de un universo muestral de 1.494 hogares andaluces que declaran lo que consumen diariamente.

El importe final del producto dependerá de su recorrido en la cadena de distribución, del tipo de establecimiento en cuestión y del formato de venta que presenta. Los precios reflejados en el presente documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo.

Las dos variables que definen el precio al consumo son:

1. El formato de presentación. Distinguiéndose el producto a granel y envasado.
2. El establecimiento de venta. Diferenciándose dentro del canal de distribución tradicional, la tienda tradicional; y dentro del canal moderno, los supermercados, hipermercados y supermercados de descuento. Además se diferencia un quinto tipo de establecimiento, otros canales, que engloba mercadillos, ventas telemáticas y ventas a domicilio.

En ambos casos, el precio se obtiene a partir del cálculo de la media ponderada de las partidas consumidas, o sea, utilizando una ponderación semanal del volumen.

Este boletín presenta dos bloques de análisis:

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía, con el siguiente desglose por producto:

- Evolución semanal de los precios al consumo. Se analiza la variación semanal de las cotizaciones a lo largo del mes y se comparan, a su vez, con el precio medio mensual.
- Evolución mensual de los precios al consumo a lo largo de la campaña. Se analiza la marcha de las cotizaciones durante la campaña vigente y se compara con las dos campañas precedentes.

- Comparativa del precio medio mensual al consumo en formatos granel y envasado. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en ambos formatos durante el mes.
- Comparativa del precio medio mensual al consumo en los distintos canales de comercialización. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en hipermercados, supermercados, supermercados de descuento, tiendas tradicionales y otros canales a lo largo del mes.

II. Análisis del consumo semanal en Andalucía con el siguiente desglose:

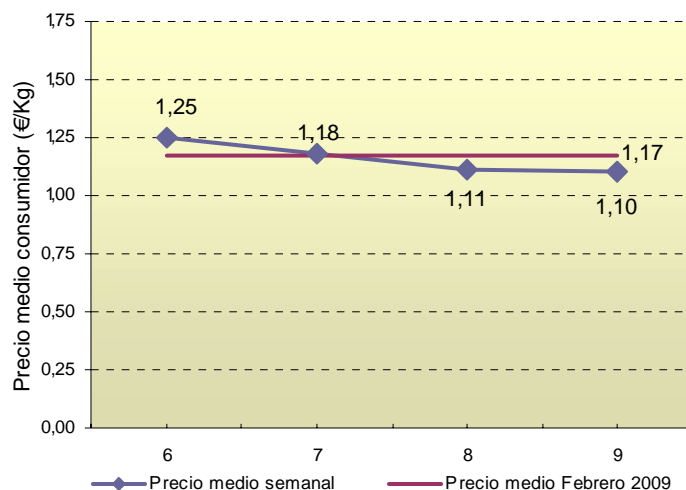
- Análisis de la evolución del consumo per cápita mensual en Andalucía. Se analiza la evolución mensual de los consumos por producto.
- Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes del boletín. Se comparan para el mismo periodo los datos de consumo acumulado en la campaña actual, con los de la campaña anterior. Del mismo modo, se analizan los valores del presente mes, con los registrados en la pasada campaña.

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícolas

I.1. TOMATE

I.1.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del tomate

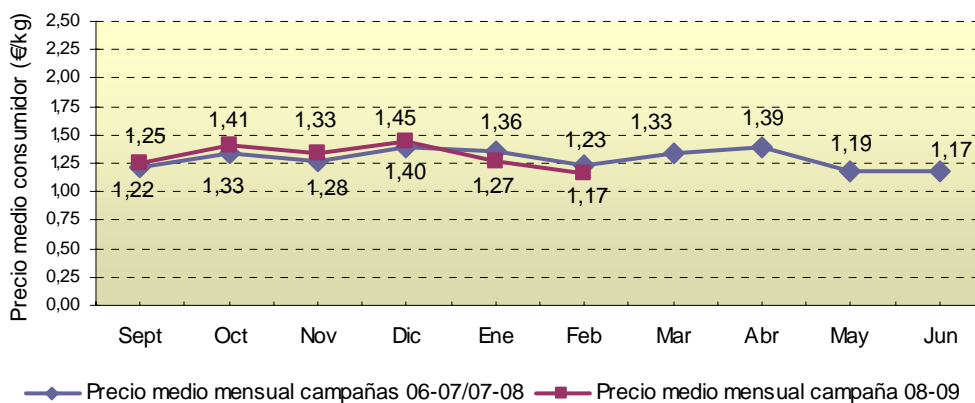
Gráfico 1 Evolución semanal de los precios al consumo del tomate



Durante el mes de febrero, continúa la bajada paulatina de cotizaciones del tomate iniciada en enero. El precio medio mensual se fija, finalmente, un 8% por debajo del mes precedente y, por segunda vez consecutiva, cotiza por debajo de la media de campañas anteriores.

Esta bajada de las cotizaciones tiene su origen en el elevado volumen de oferta puesto en el mercado, provocado por un incremento de la producción propia y de las importaciones procedentes de Marruecos con precios por debajo del mínimo establecido en el Acuerdo Mediterráneo de Asociación.

Gráfico 2 Evolución mensual de los precios al consumo del tomate



I.1.2 Comparativa precio medio mensual al consumo del tomate por formato de venta y canal de distribución

En líneas generales, las tendencias de consumo de tomate en Andalucía se mantienen similares a las del mes de enero. La ligera bajada de precios de febrero prácticamente no ha repercutido en el volumen consumido, que mantiene valores próximos al mes precedente. (Tabla 8. Consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2009 y 2008).

Las cotizaciones en Andalucía, como viene siendo habitual, continúan inferiores a las registradas en el resto España. Respecto a la elección de formatos, los consumidores andaluces siguen optando de forma mayoritaria por la compra a granel, con una representatividad del 90% frente al 10% del envasado. Claramente comprensible teniendo en cuenta que el precio es un 27% más económico en formato granel que en envasado.

Tampoco se han producido cambios sustanciales en la elección del establecimiento. Los hábitos de los consumidores parecen decidirse en función del precio del producto. Se puede observar una mayor preferencia por las tiendas tradicionales, con un 55% de las compras y el precio más bajo por establecimiento, 1,10€/kg. En contraposición, en los hipermercados se realizan el 4% de las compras y marcan el precio más alto con 1,38€/kg.

Tabla 1 Precios medios mensuales al consumo de tomate en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo del tomate (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,12	1,31
Envasado	1,54	1,77

Gráfico 3 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del tomate en formatos granel y envasado.

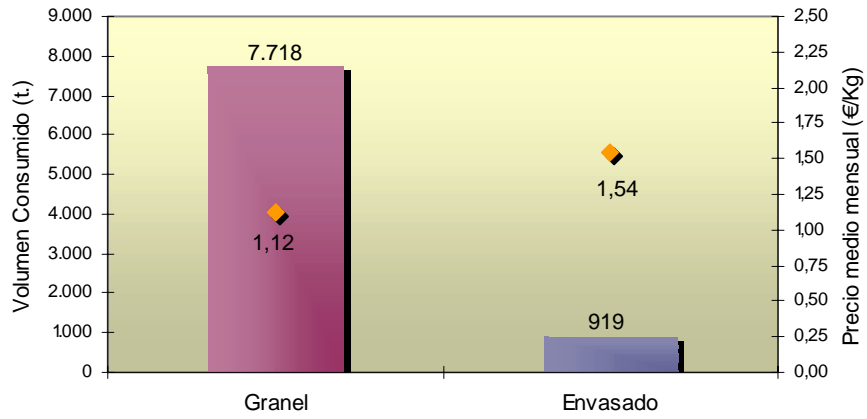
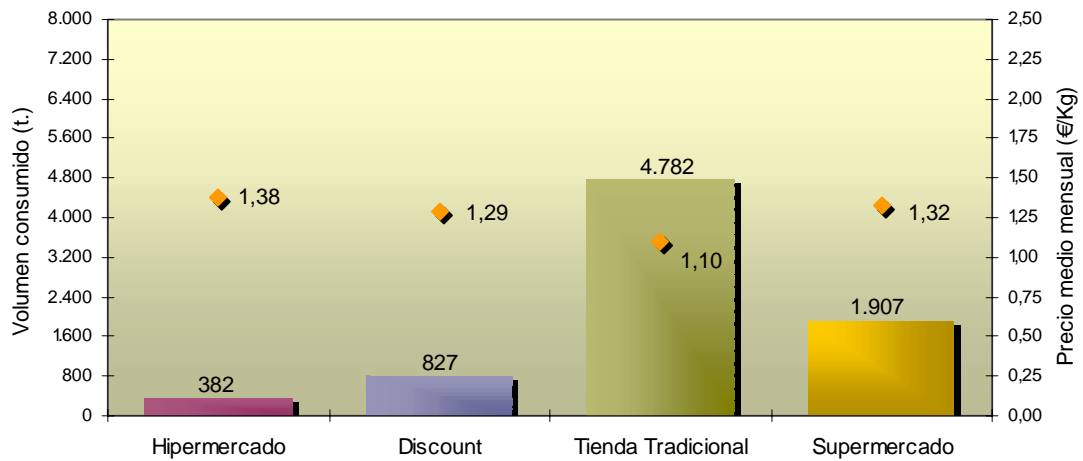


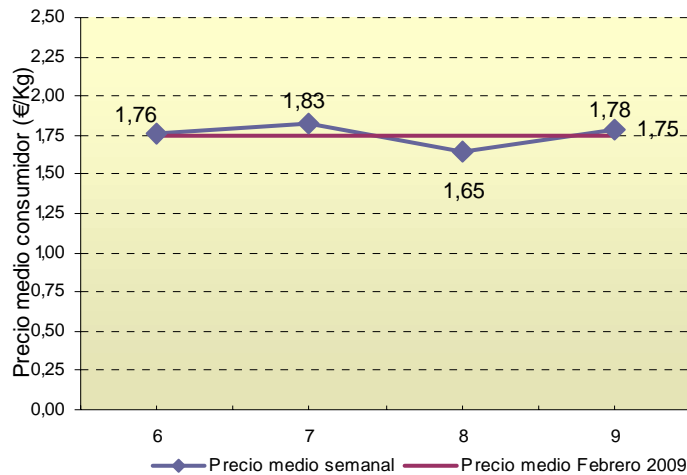
Gráfico 4 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del tomate en los distintos canales de distribución.



I.2. PIMIENTO

I.2.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del pimiento

Gráfico 5 Evolución semanal de los precios al consumo del pimiento

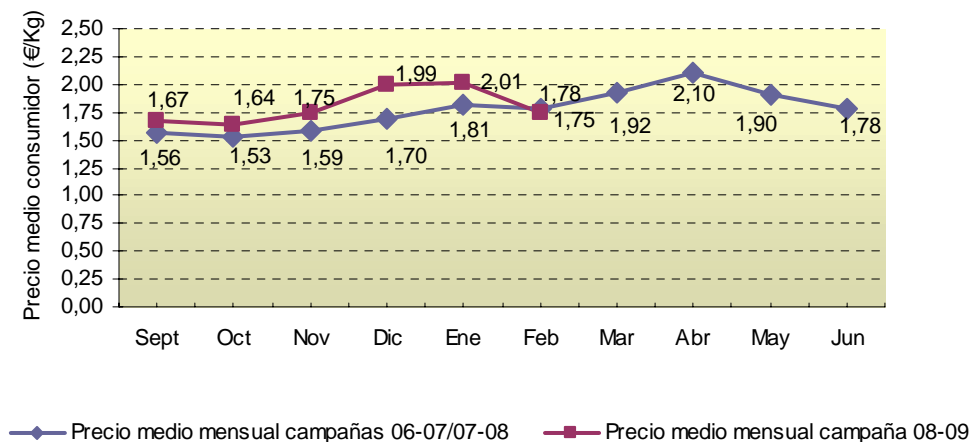


El precio medio mensual descende un 13% respecto al mes de enero.

La mejora de las temperaturas de febrero respecto a los dos meses precedentes han permitido una recolección más escalonada del fruto y una mayor estabilidad al mercado.

El precio medio mensual ha descendido hasta un valor similar a la media de las campañas anteriores.

Gráfico 6 Evolución mensual de los precios al consumo del pimiento



I.2.2 Comparativa precio medio mensual al consumo del pimiento por formato de venta y canal de distribución

Durante el mes de febrero, el pimiento vendido en el formato granel vuelve a recuperar la representatividad del mes de diciembre con valores próximos al 90%, a pesar de que ambos formatos presenten cotizaciones muy similares.

El mayor volumen de pimiento se sigue vendiendo en tiendas tradicionales, donde el producto se presenta exclusivamente en formato granel. Este establecimiento representa el 50% de las ventas, seguido de los supermercados con un 23%. Tiendas de descuento e hipermercados representan el 12 y 5% respectivamente. La elección del establecimiento vuelve a estar

directamente relacionada con el precio del producto: en tiendas tradicionales el pimiento se pudo adquirir un 18% más barato que en hipermercados.

Tabla 2 Precios medios mensuales al consumo de pimiento en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo del pimiento (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,75	1,81
Envasado	1,77	2,13

Gráfico 7 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pimiento en formatos granel y envasado.

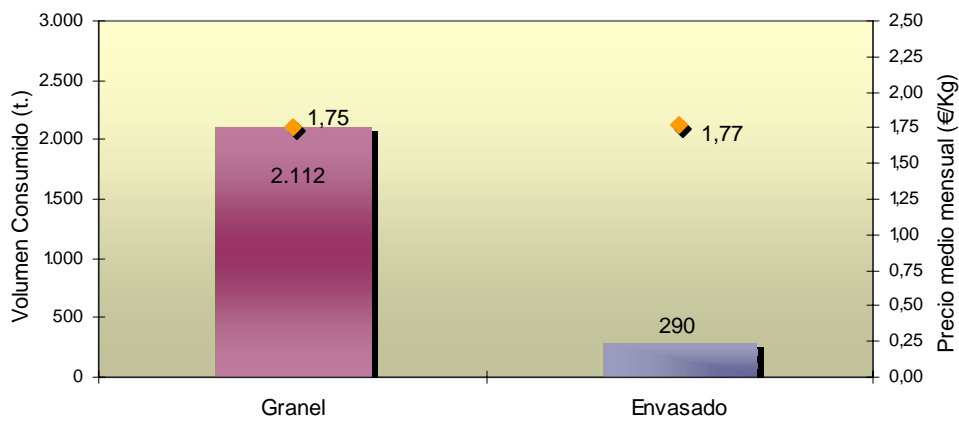
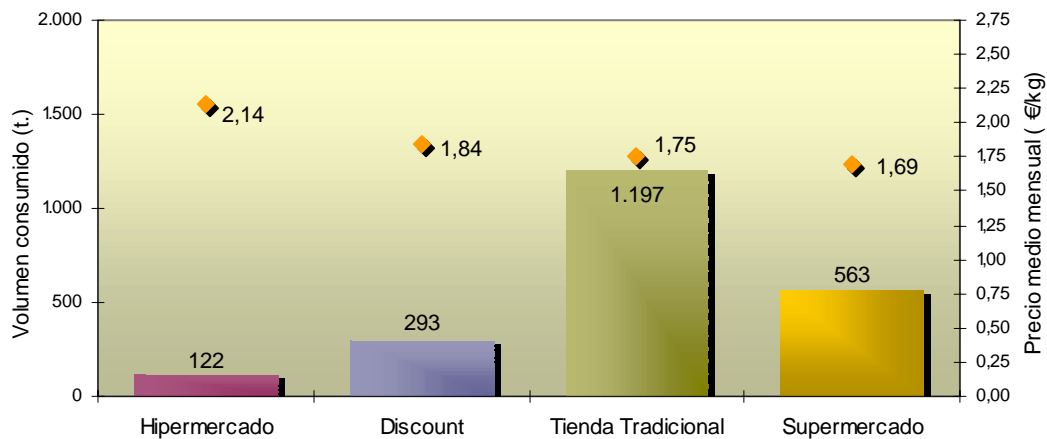


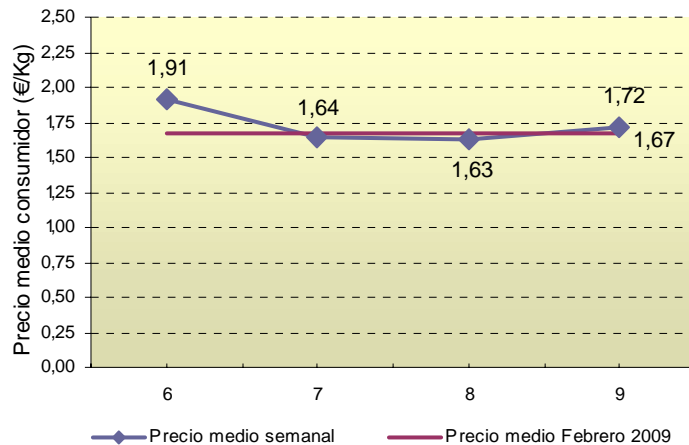
Gráfico 8 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pimiento en los distintos canales de distribución.



I.3. PEPINO

I.3.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del pepino

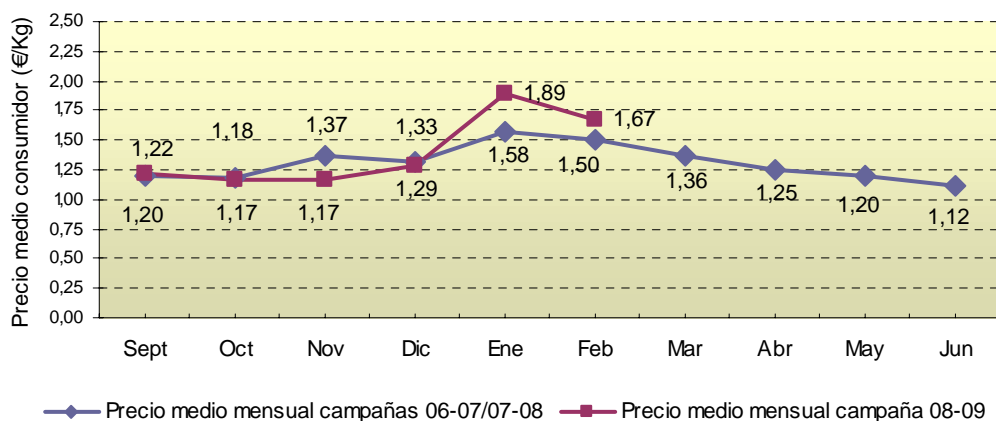
Gráfico 9 Evolución semanal de los precios al consumo del pepino



Tras tocar techo la última semana de enero, con el inicio de febrero, el pepino comienza el descenso de sus cotizaciones. El precio medio mensual se fija 22 céntimos por debajo de la cotización de enero (1,89€/Kg).

A pesar de este descenso, es el precio al consumo más alto de las dos últimas campañas. En ambos casos, la cotización se mantuvo en 1,50€/kg, por lo que el incremento de esta campaña es de un 11%.

Gráfico 10 Evolución mensual de los precios al consumo del pepino



I.3.2 Comparativa precio medio mensual al consumo del pepino por formato de venta y canal de distribución

El pepino presenta precios al consumo más bajos en Andalucía que en el resto de España, con unas diferencias considerables en torno al 13%, tanto para granel como para envasado.

Los andaluces que acostumbran a comprar las variedades de pepino corto y francés, realizan sus compras, preferentemente, en las tiendas tradicionales y supermercados. En este sentido, las tiendas tradicionales siguen teniendo la máxima representatividad con un 45% en contraposición con los hipermercados que no alcanzan representatividad estadística suficiente durante este mes. Lo que no parece de extrañar, si se tiene en cuenta que el pepino sigue estando a unos precios muy elevados y no es una hortaliza de elevado consumo para esta época del año. De hecho, su consumo ha experimentado una ligera recuperación respecto al mes de enero, pero sigue presentando un déficit del 13% respecto a la campaña 2007/08.

En estas circunstancias de elevados precios y escaso estímulo para el consumo por las bajas temperaturas, se sigue adquiriendo mayoritariamente en formato granel, un 79% frente al 21% del envasado, con una cotización ligeramente inferior.

Tabla 3 Precios medios mensuales al consumo de pepino en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo del pepino (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,67	1,91
Envasado	1,73	2,01

Gráfico 11 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pepino en formatos granel y envasado.

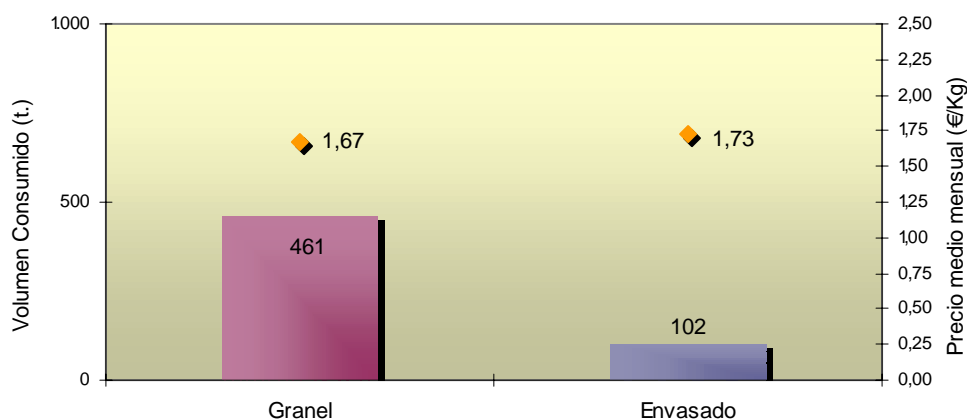
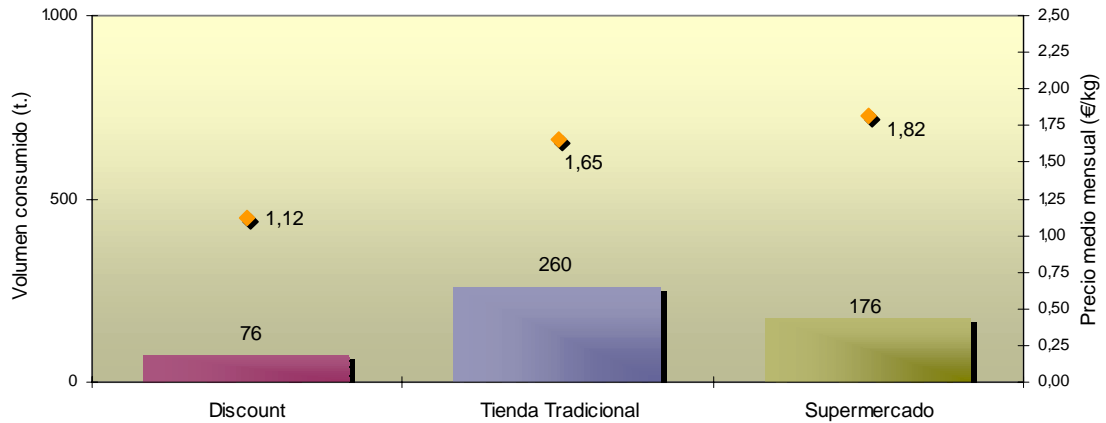


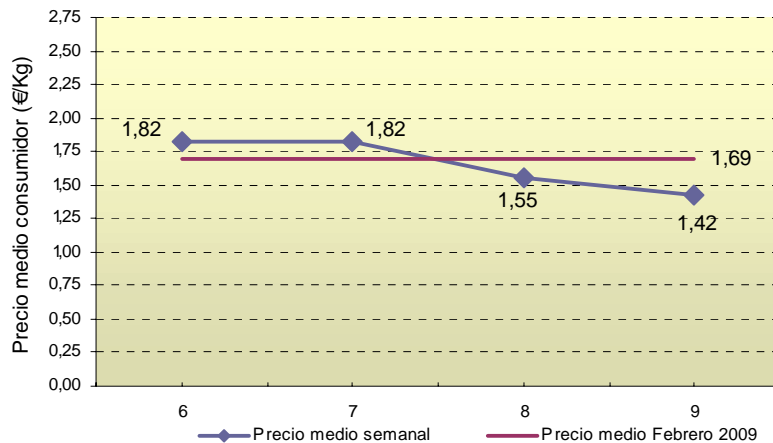
Gráfico 12 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pepino en los distintos canales de distribución¹



I.4. BERENJENA

I.4.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de la berenjena

Gráfico 13 Evolución semanal de los precios al consumo de la berenjena

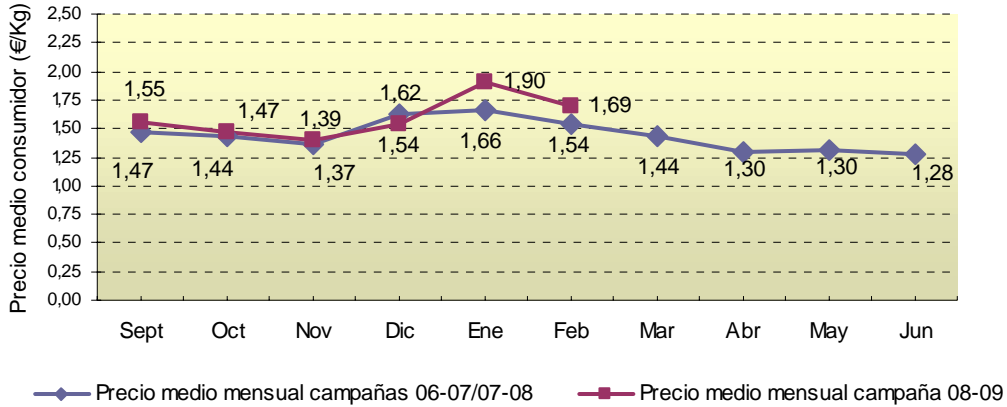


Durante el mes de febrero se observan dos partes bien diferenciadas: la primera mitad del mes, marcada por una continuidad de precios altos iniciados en el mes de enero; y la segunda mitad, con una fuerte bajada que sitúa la diferencia porcentual entre la primera y última semana del mes en un 22%.

Afortunadamente, el consumidor ha podido adquirir esta hortaliza como media 21 céntimos más económica que en el mes de enero. No obstante, su cotización en el mercado sigue estando un 10% más alta que la media de las dos campañas anteriores. Esto justifica, en parte, el descenso continuo de la demanda.

¹ No se dispone de precios al consumo de pepino en hipermercados.

Gráfico 14 Evolución mensual de los precios al consumo de la berenjena.



I.4.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de la berenjena por formato de venta y canal de distribución

La bajada de precios experimentada durante el mes de febrero, ha vuelto a situar el consumo a granel en su porcentaje habitual, en torno al 88% (durante el mes de enero alcanzaba un 92%). Sin embargo, esta bajada no ha repercutido en un incremento de la demanda. Siguiendo la tendencia del resto de los productos hortícolas, el consumo de berenjena descendió y se posicionó como el producto de mayor déficit acumulado respecto a la campaña anterior (31%) (Tabla 8. Consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2009 y 2008).

Por establecimientos, tienda tradicional y supermercados siguen siendo los más representativos, con un 57% y un 16% respectivamente. El 27% restante se reparte entre hipermercados, tiendas descuentos y otros establecimientos, mercadillos, internet, etc.

Los precios descendieron en ambos establecimientos de forma considerable. En el caso de la tienda tradicional, la bajada supuso un 13% respecto al mes de enero; y en el caso de los supermercados, un 18%.

Tabla 4 Precios medios mensuales al consumo de la berenjena en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo de la berenjena (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,68	1,84
Envasado	1,82	1,72

Gráfico 15 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la berenjena en formatos granel y envasado.

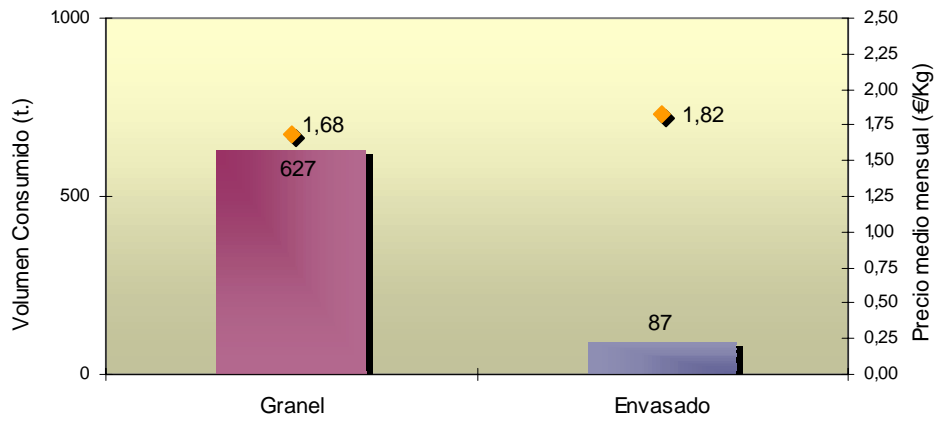
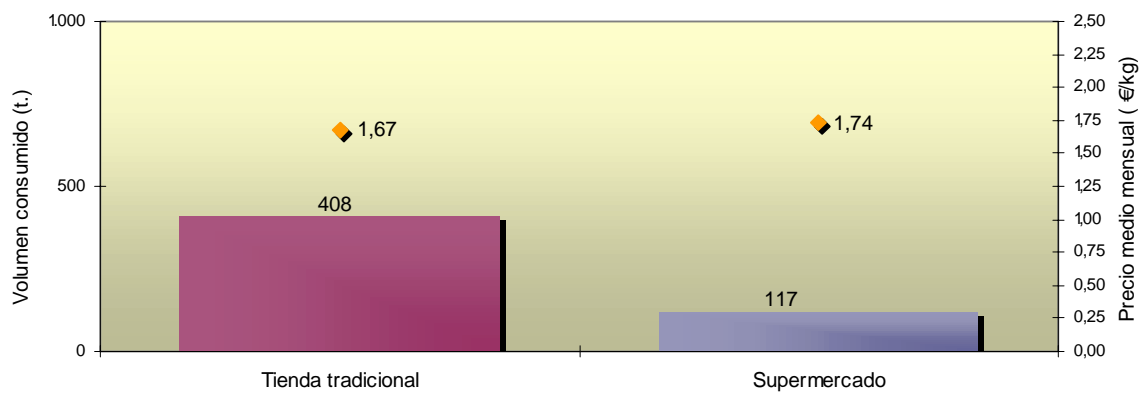


Gráfico 16 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la berenjena en los distintos canales de distribución².

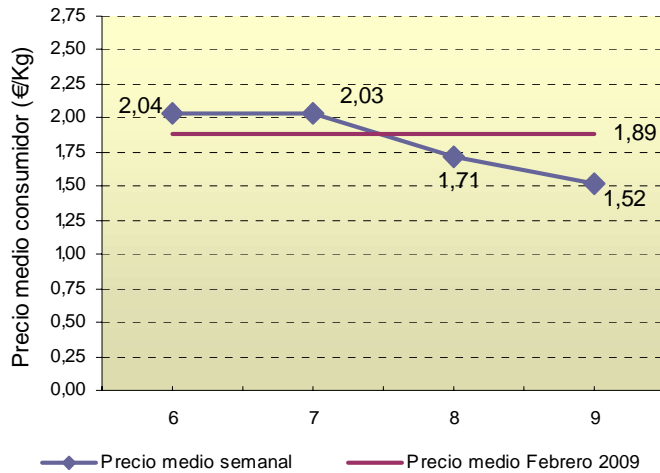


² No se dispone de Precio medio al consumo en Hipermercados ni Tiendas Discount.

I.5. CALABACÍN

I.5.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del calabacín

Gráfico 17 Evolución semanal de los precios al consumo del calabacín.

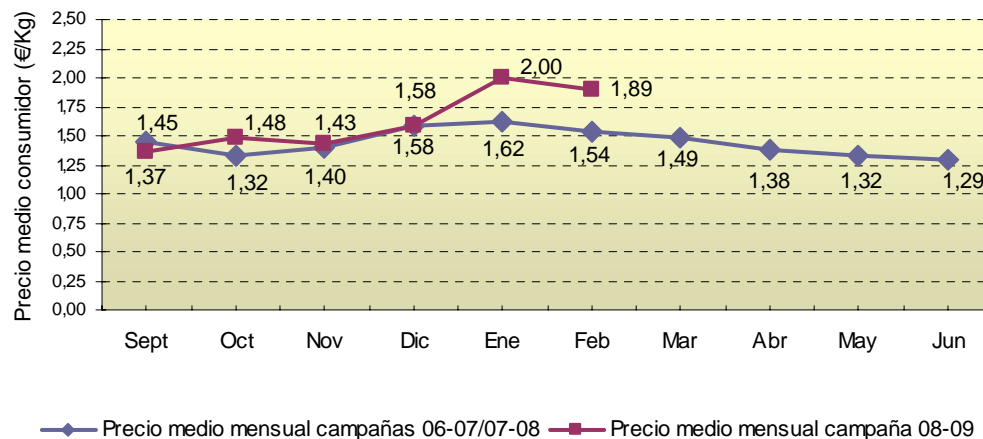


Con el inicio de febrero, tiene lugar la bajada de los precios del calabacín, aunque siguen muy por encima de las cotizaciones de campañas precedentes. En concreto, un 19% por encima de la media de las campañas de 2006/07 y 2007/8.

Esta tendencia a la baja coincide con el comportamiento de los precios en los mercados de origen, donde el incremento del volumen puesto en mercado ha hecho caer paulatinamente las cotizaciones.

Llama la atención, la diferencia de 52 céntimos entre el precio medio del inicio y final del mes, que supone una caída del 25%. Sin embargo, si se compara con el precio medio del mes de enero la diferencia es sólo de un 6%, siendo más económico en el mes de febrero.

Gráfico 18 Evolución mensual de los precios al consumo del calabacín.



I.5.2 Comparativa precio medio mensual al consumo del calabacín por formato de venta y canal de distribución

Los precios al consumo del mes de febrero se presentan, para ambos formatos, ligeramente más elevados en Andalucía que en el resto de España. En el caso del granel, la diferencia apenas alcanza el 2%. Para el envasado, la diferencia es de un 9%.

La tienda tradicional, es la opción elegida por más de la mitad de los ciudadanos andaluces, con un 57% para la compra del producto analizado. Le siguen, supermercados con un 20% y tiendas descuento, con un 10%. El 13% restante, se reparten entre hipermercados, mercadillos y otros establecimientos. Con relación a los precios, la única diferencia apreciable es la bajada respecto a enero del precio en tiendas tradicionales, con un 10%.

El hecho de que la tienda tradicional sea el establecimiento más representativo para adquirir calabacín mantiene una relación directa con la selección preferente del granel, con un 85% de representatividad, frente al envasado, con un 15%. En cuanto al precio, el formato granel es un 13% más económico que el envasado.

Tabla 5 Precios medios mensuales al consumo del calabacín en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo del calabacín (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,86	1,83
Envasado	2,09	1,92

Gráfico 19 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del calabacín en formatos granel y envasado.

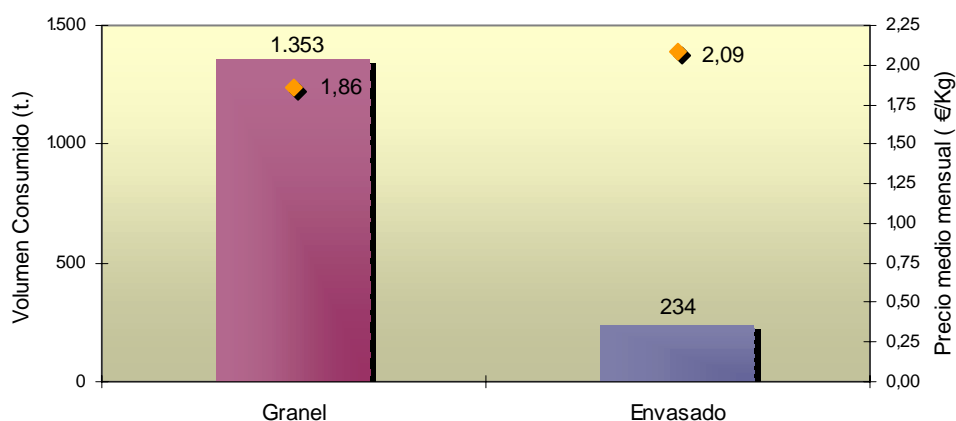
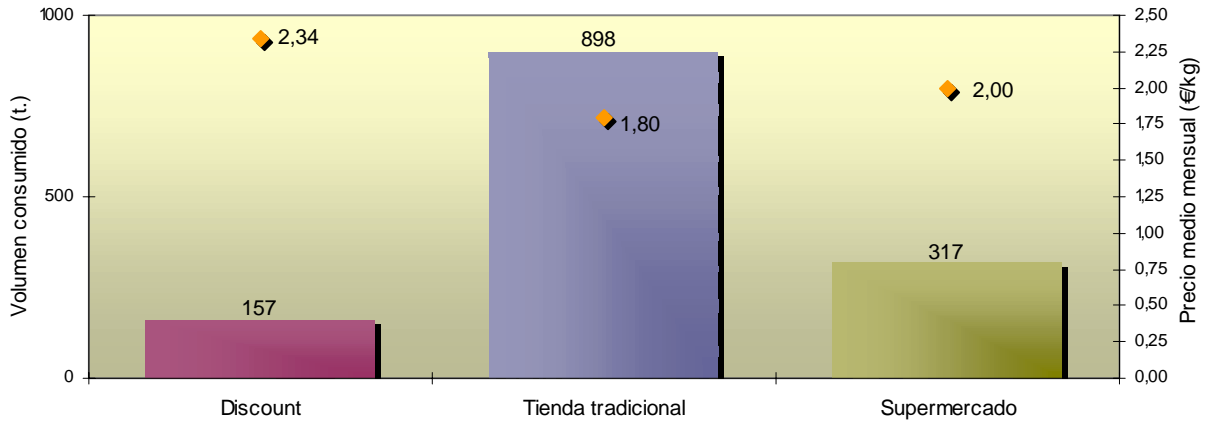


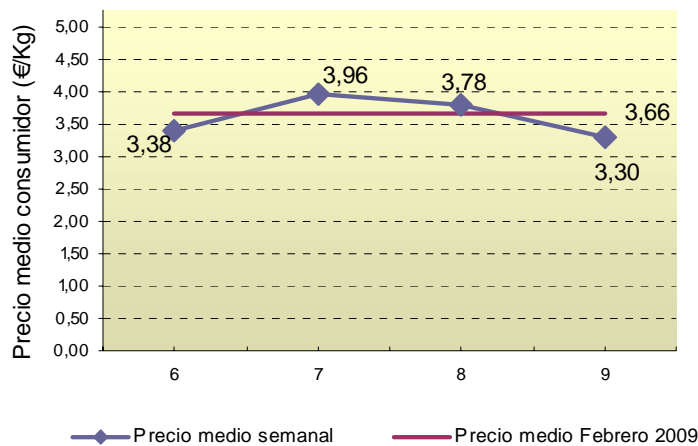
Gráfico 20 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del calabacín en los distintos canales de distribución³.



I.6. JUDÍA VERDE

I.6.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de la judía verde

Gráfico 21 Evolución semanal de los precios al consumo de la judía verde

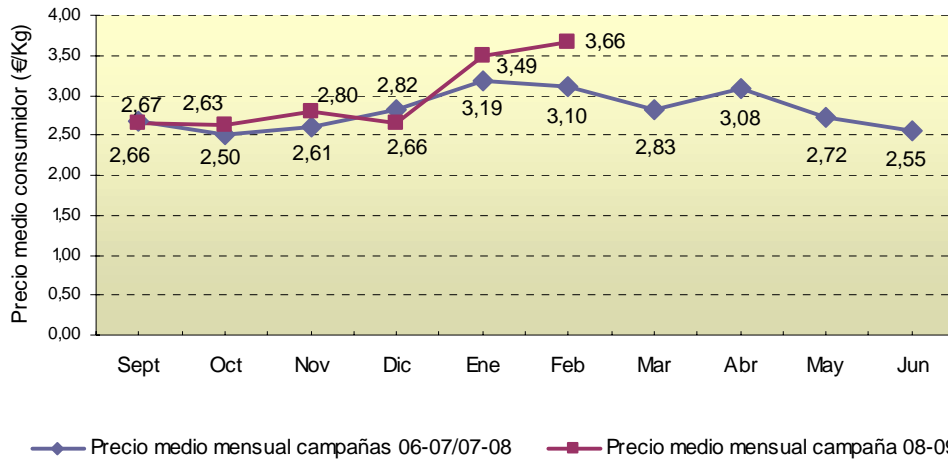


La judía verde continúa su tendencia de precios altos que se iniciaba en el mes de enero, situándose en febrero un 5% por encima del precio medio del mes precedente. Este incremento tiene su origen en una reducción de las producciones propias y de las importaciones procedentes, especialmente de Marruecos produjo un incremento de

El precio medio mensual es el más alto de las últimas campañas, quedando 16 puntos por encima de la media de las dos precedentes.

³ No se dispone de Precio medio al consumo en Hipermercados.

Gráfico 22 Evolución mensual de los precios al consumo de la judía verde



I.6.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de la judía verde por formato de venta y canal de distribución

El mercado de la judía verde continúa con sus pautas de comportamiento habituales. Por formato de venta, el precio a granel es más económico (6%) que el envasado, lo que lleva a los consumidores en amplia mayoría (72%) a elegir este formato para la compra de la hortaliza.

Por establecimientos, la tienda tradicional sigue siendo el más representativo, con un 43% de las compras, seguido de supermercados (26%) y tiendas descuento (10%). El resto de establecimientos no alcanzan suficiente representatividad en el periodo analizado. El precio más económico se ha registrado en las tiendas de descuento, a 3,23€/kg. Lo que supone un 6% más bajo que en las tiendas tradicionales; y un 23% por debajo del precio medio en supermercados.

Tabla 6 Precios medios mensuales al consumo de la judía verde en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de febrero.

Precio medio mensual al consumo de la judía verde (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	3,61	3,64
Envasado	3,82	3,66

Gráfico 23 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la judía verde en formatos granel y envasado.

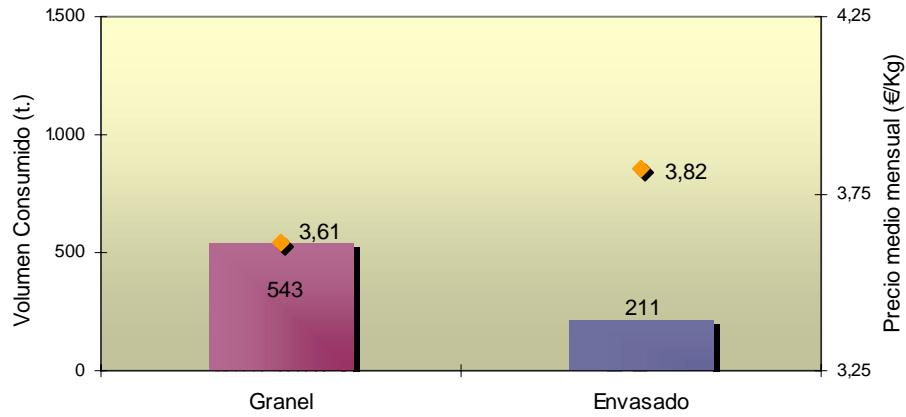
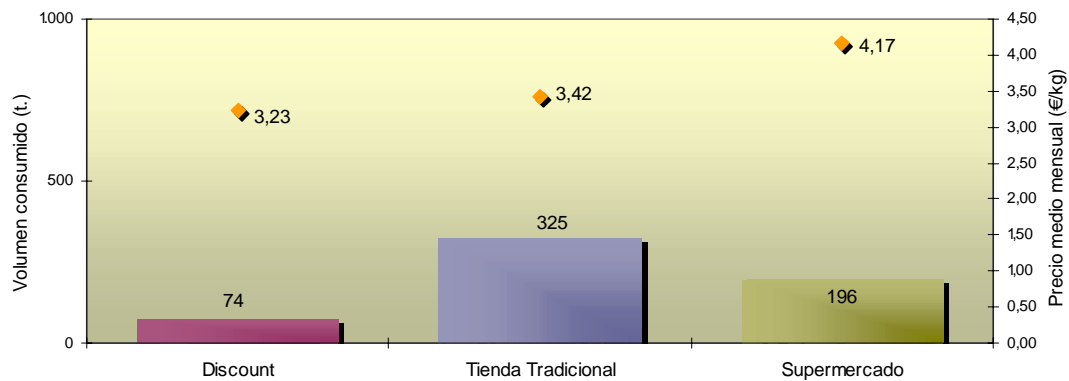


Gráfico 24 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la judía verde en los distintos canales de distribución⁴.



⁴ No se dispone de precios en Hipermercados.

II. Análisis del consumo en Andalucía

II.1. Evolución mensual del consumo per cápita en Andalucía.

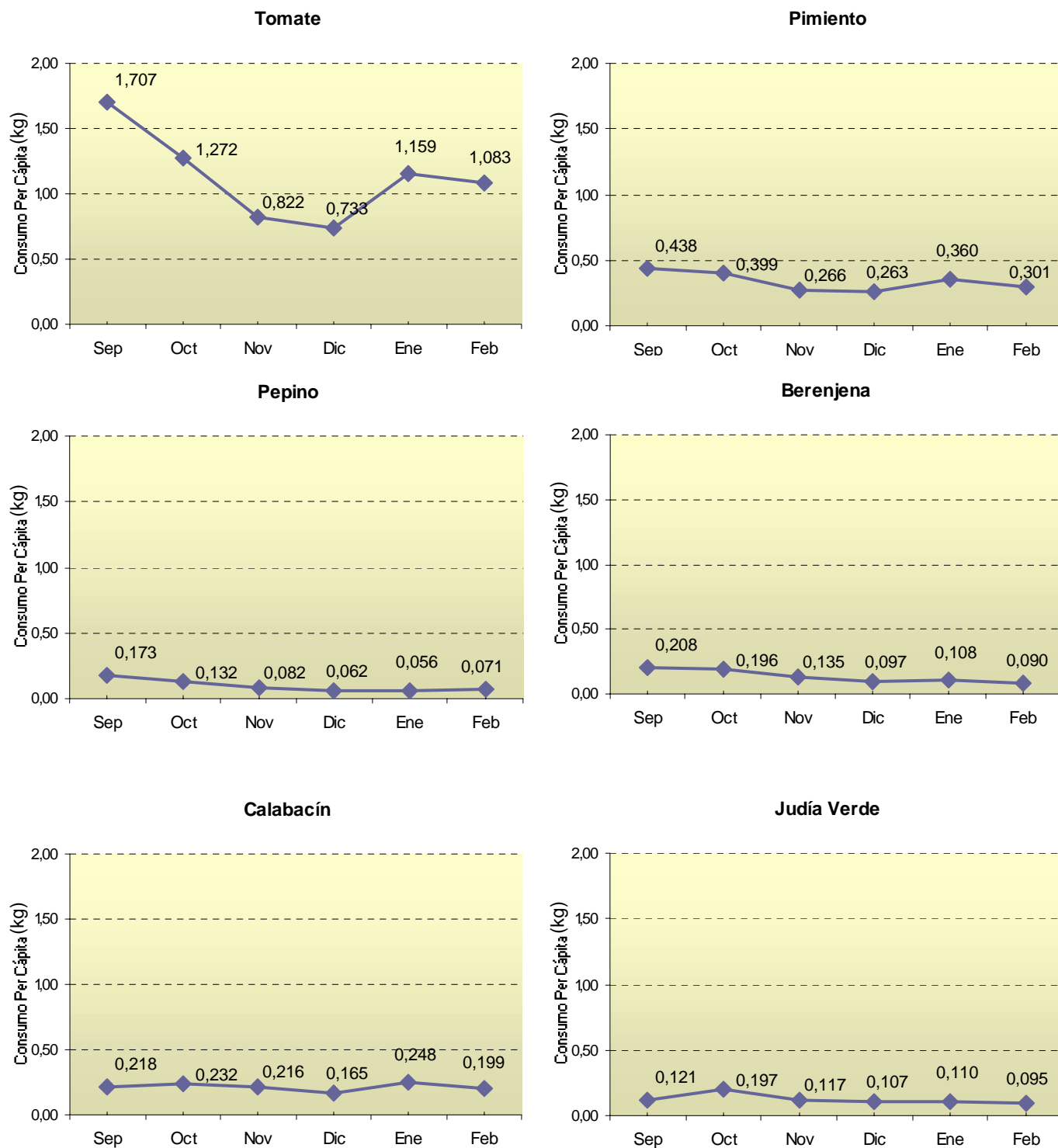


Tabla 7 Ranking por producto del consumo total per cápita mensual en Andalucía durante el mes de enero.

	Producto	Consumo (Kg/per cápita)
1º	Tomate	1,083
2º	Pimiento	0,301
3º	Calabacín	0,199
4º	Judía Verde	0,095
5º	Berenjena	0,090
6º	Pepino	0,071

Durante el mes de febrero desciende el consumo de per cápita de todos los productos, a excepción del pepino que reactiva su demanda con la bajada de las cotizaciones de este mes. Destaca el tremendo descenso de consumo de berenjena, hasta un 26% respecto al consumo del mismo mes de la campaña 2007/08; y un déficit del 31% en términos acumulados de campaña. El resto de productos mantienen los déficits acumulados en valores similares a los del mes de enero.

II.2. Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes de febrero

Tabla 8 Consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2009 y 2008.

	Tomate	Pimiento	Pepino	Berenjena	Calabacín	Judía Verde
Consumo Febrero 2009 (toneladas)	8.637	2.402	563	715	1.587	754
Consumo Febrero 2008 (toneladas)	9.163	2.543	611	903	1.615	869
% variación Consumo 2009 respecto al Consumo 2008	▼6%	▼6%	▼8%	▼21%	▼2%	▼13%
Acumulado Campaña 2008/09	54.051	16.165	4.593	6.646	10.193	5.955
Acumulado Campaña 2007/08	57.411	20.598	5.208	9.574	10.691	6.849
% variación Consumo Acumulado 2008/09 respecto al Consumo Acumulado 2007/08	▼6%	▼22%	▼12%	▼31%	▼5%	▼13%

Gráfico 25 Comparativa del volumen consumido de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2009 y 2008.

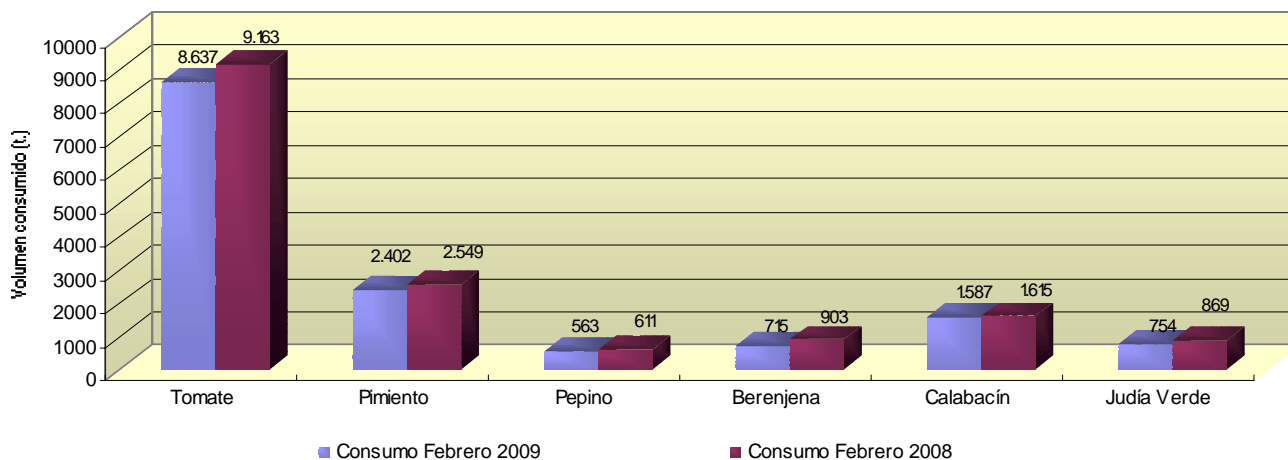


Gráfico 26 Comparativa del volumen consumido acumulado de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2008 y 2007

