

# Precios en los mercados mayoristas internacionales

## Sector citrícola

### Campaña 2013/14



Observatorio de precios y mercados

Julio 2015

## CONTENIDOS

1. Notas metodológicas
2. Naranja
3. Mandarina
4. Limón
5. Síntesis de la campaña

Cada producto presenta los siguientes análisis:

- a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto
- b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto (si procede)
- c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto



# 1. Notas Metodológicas

## Definiciones

### Precio medio más frecuente en mercado mayorista internacional

El precio en mercado mayorista se define como el precio medio de productos comercializados en los principales mercados mayoristas internacionales. Refleja el precio de venta del comercio mayorista al comercio detallista.

Los precios mostrados en este informe se corresponden con la media de los precios más frecuentes correspondientes a diferentes variedades o tipologías, sin tener en cuenta calibres ni tipos de envase y tomados de lunes a viernes en los mercados más representativos internacionales.

## Fuentes de información

### Aplicación IPRECOM. Ministerio de Economía y Competitividad

Los precios en mercados mayoristas internacionales proceden de consultas realizadas a la Aplicación IPRECOM (<http://iprecom.comercio.es/>) del Ministerio de Economía y Competitividad. Las consultas recogen los precios más frecuentes para los diferentes productos en los principales mercados europeos y de EE.UU, identificando el origen del producto, el formato, calibre, categoría, etc. El período tenido en cuenta para la realización de las consultas está comprendido entre los meses de octubre de 2013 y septiembre de 2014 (Campaña 2013/14).

## Consideraciones previas I

Los precios presentados en este documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg) y en todos los casos se refieren a productos cuyo origen es España.

# 1. Notas Metodológicas

## Consideraciones previas II

Las diferencias de precios entre los distintos mercados se pueden deber a factores que no han sido analizados, como los distintos formatos o los distintos tipos de producto, en muchas ocasiones por falta de información. Por tanto, las conclusiones deben tomarse con precaución.

## Mercados mayoristas analizados

Los mercados internacionales consultados se han analizado agrupándolos en base a su país de origen, mostrándose de la siguiente manera:

### Mercados franceses

Lyon

París

Perpignan

Toulouse

### Mercados alemanes

Colonia

Frankfurt

Hamburgo

### Otros mercados europeos

Londres

Milán

### Mercados americanos

Baltimore

Boston

Filadelfia

Nueva York





## 2. NARANJA

### Precios mercados internacionales.

### Campaña 2013/14.



## 2. Naranja

### 2.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

En los **mercados franceses**, hubo diferencia en las cotizaciones medias, siendo el de Toulouse el que registró un precio más alto, con 1,14 €/kg y Lyon el más bajo con 0,61 €/kg.

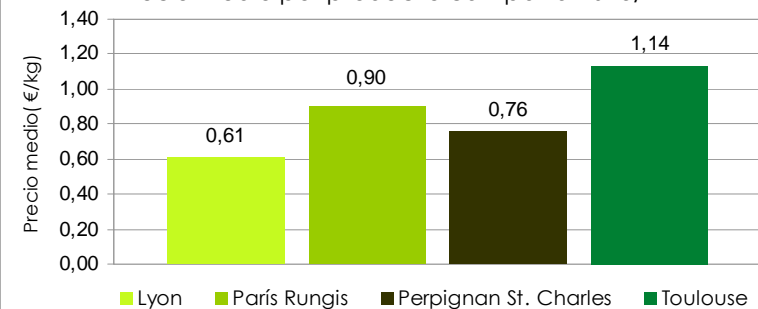
Los **mercados alemanes** registraron un precio medio similar entre ellos y superior al precio medio de la campaña en dos de sus mercados.

Respecto a **otros mercados europeos**, cabe destacar el mercado de Milán, ya que registró uno de los precios medios más bajos de los nueve, siendo la campaña pasada el que obtuvo el mayor precio medio.

**Precio medio de la campaña: 0,81 €/kg**

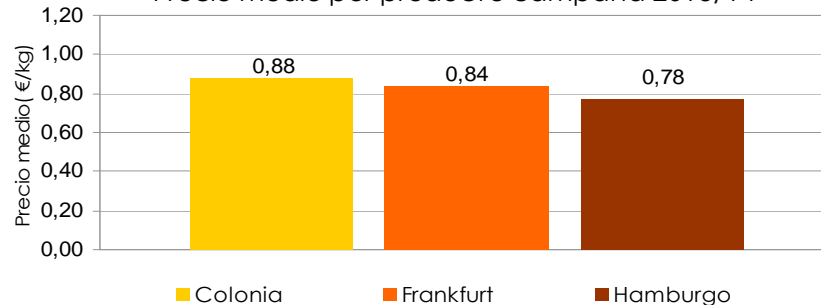
#### Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



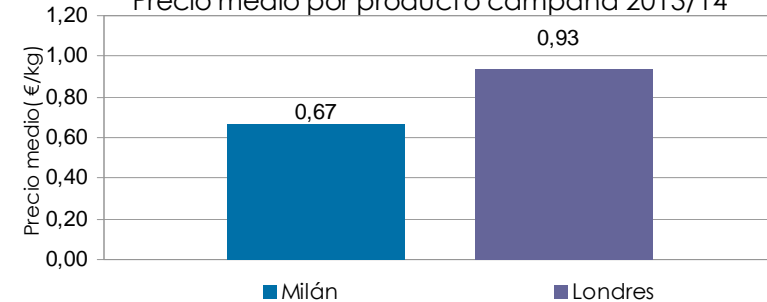
#### Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



#### Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14

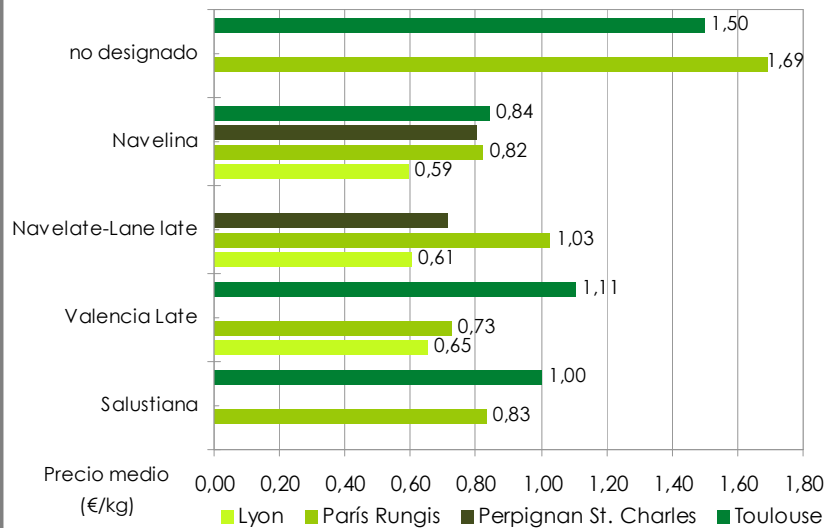


## 2. Naranja

### 2.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

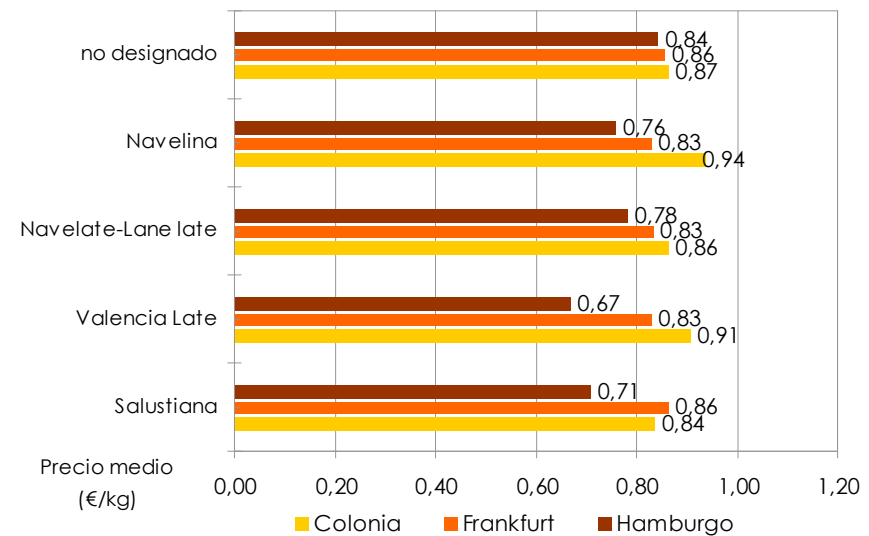
#### Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



#### Mercados alemanes

Precio medio por tipo de producto



Tanto en los mercados franceses como en los alemanes se comercializó la naranja de origen España bajo **numerosos tipos**.

En los **mercados franceses** cabe señalar que todos comercializaron naranja tipo Navelina. En el lado opuesto se encuentra el tipo Salustiana, con presencia sólo en los mercados de Toulouse y París.

En los **mercados alemanes** apenas hubo diferencias en los precios medios de unos tipos y otros. En términos generales se registraron precios medios más altos en el mercado de Colonia y más bajos en el de Hamburgo en casi todos los tipos de naranja comercializada.

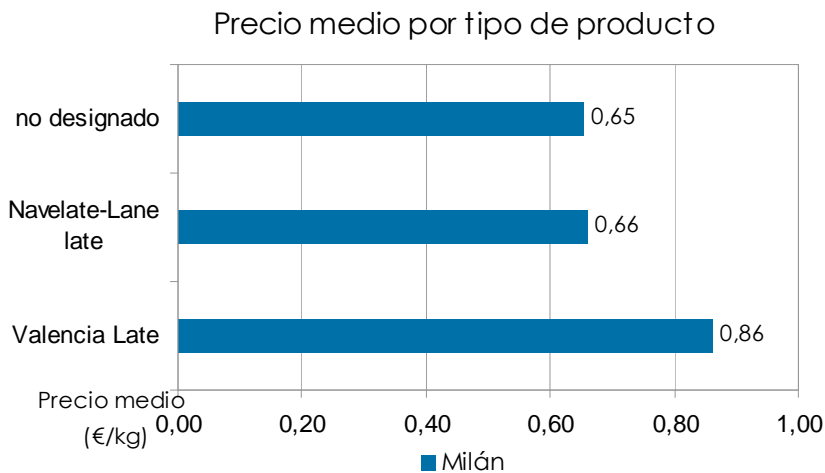
## 2. Naranja

### 2.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

El mercado de **Londres** comercializó toda la naranja con origen España **sin clasificar por tipo**, por lo que su precio coincide con el anteriormente mostrado por producto.

En el de **Milán** se comercializó la naranja de los tipos **Valencia Late**, **Navelate-Lane late** y **no designado**, siendo el primero el que alcanzó un precio medio más elevado.

#### Otros mercados europeos



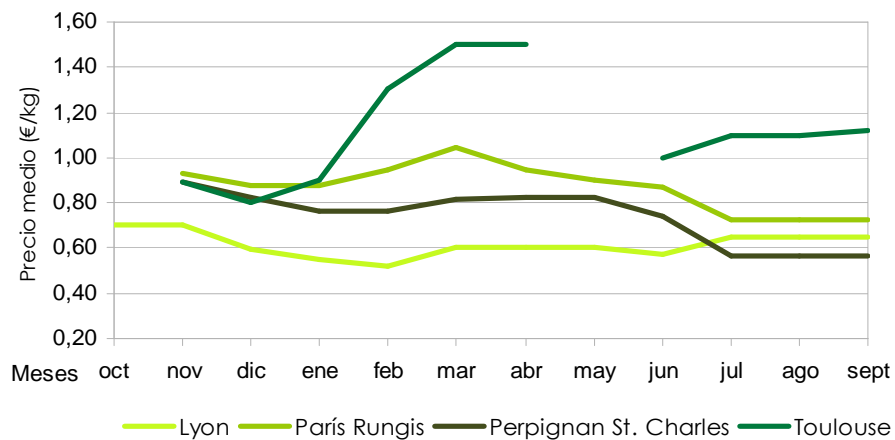


## 2. Naranja

### 2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

#### Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Todos los mercados franceses han tenido un gran número de semanas con presencia de naranja origen España. El mercado de **Lyon** fue el que tuvo un **mayor** número de semanas con **presencia** de naranja española, con **41 semanas**. En el lado opuesto se encuentra el mercado de **Toulouse** con **36 semanas**.

El mercado de Toulouse fue el único que registró un periodo en mitad de la campaña sin presencia de este producto. Salvo al comienzo de la campaña, este mercado registró el precio medio más alto de todos ellos, y normalmente con una diferencia significativa.

Lyon registró las cotizaciones medias más bajas a lo largo de la campaña, salvo al final de ésta, posición que pasa a ocupar el mercado de Perpignan.

La evolución de las cotizaciones fueron con fluctuaciones, aunque sin ser demasiado pronunciadas, salvo en el mercado de **Toulouse**, en el que sí se produjeron **fuertes desviaciones**.

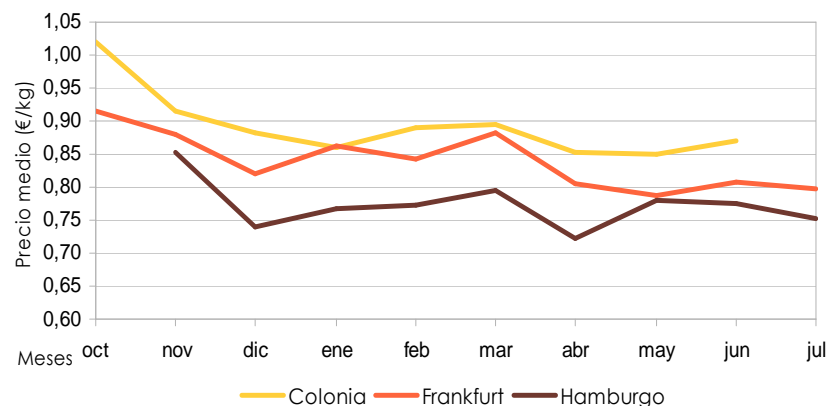
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Lyon</b>	0,70	44-49	0,52	7-9
<b>París</b>	1,11	10	0,725	27-37
<b>Perpignan</b>	0,92	46 y 47	0,56	26-38
<b>Toulouse</b>	1,50	7-18	0,80	48-51

## 2. Naranja

### 2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

#### Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Los tres **mercados alemanes** analizados mostraron un **comportamiento similar** entre ellos, a lo largo de la campaña.

El mercado de **Colonia** siempre registró **cotizaciones superiores** al resto de mercados.

El mercado de **Hamburgo** comenzó un mes después que el resto de mercados, registrando **siempre cotizaciones inferiores** respecto a las de los demás.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Colonia</b>	1,17	45 y 46	0,84	22-24
<b>Frankfurt</b>	0,93	45	0,78	19-21, 28 y 29
<b>Hamburgo</b>	0,89	44	0,71	16

# 3. MANDARINA

## Precios mercados internacionales.

### Campaña 2013/14.



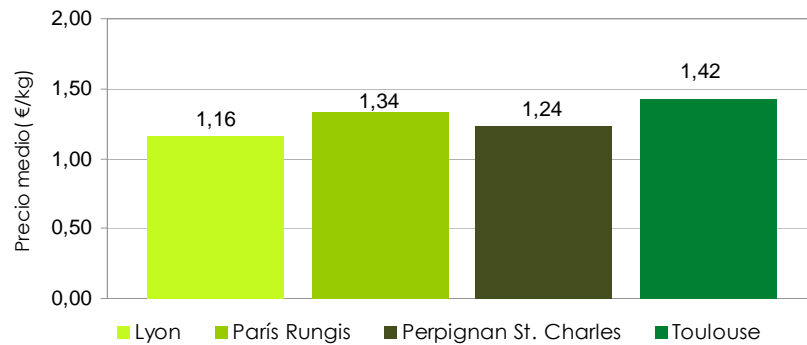
## 3. Mandarina

### 3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

**Precio medio de la  
campaña: 1,27 €/kg**

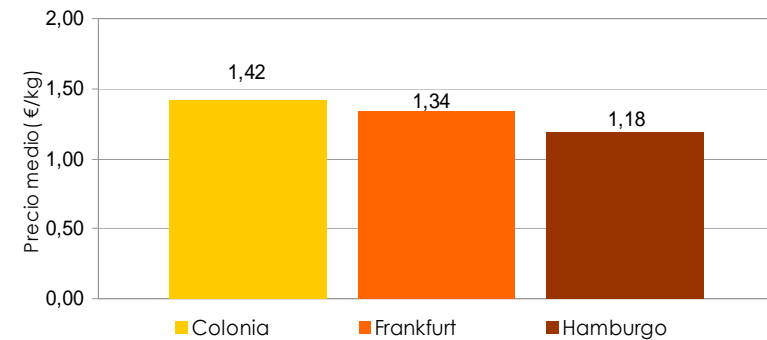
#### Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



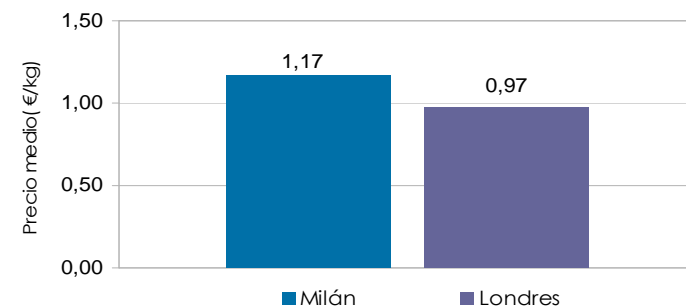
#### Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



#### Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



En los **mercados franceses** destaca el precio alcanzado en Toulouse con 1,42 €/kg siendo, junto al mercado alemán de Colonia, el más alto de los mercados europeos.

En los **mercados alemanes** destaca Hamburgo con el precio más bajo, siendo éste de 1,18 €/kg.

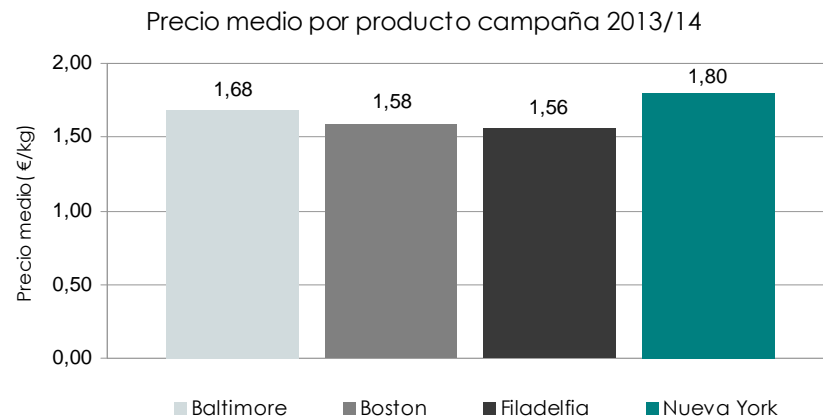
Respecto a **otros mercados europeos**, Londres registró el precio medio más bajo de todos los mercados, con **0,97 €/kg** y aparece en esta campaña **Milán** como **nuevo mercado** con mandarina origen España.



## 3. Mandarina

### 3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

#### Mercados americanos



La mandarina con origen España también tuvo presencia en los **mercados americanos**. En estos se alcanzó un **precio medio superior** al alcanzado en los mercados europeos analizados.

El mercado de **Nueva York** fue el que alcanzó un precio medio **más elevado**, seguido de Baltimore, Boston y en último lugar, Filadelfia.

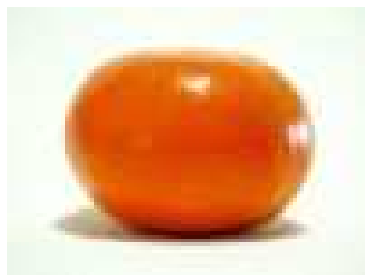
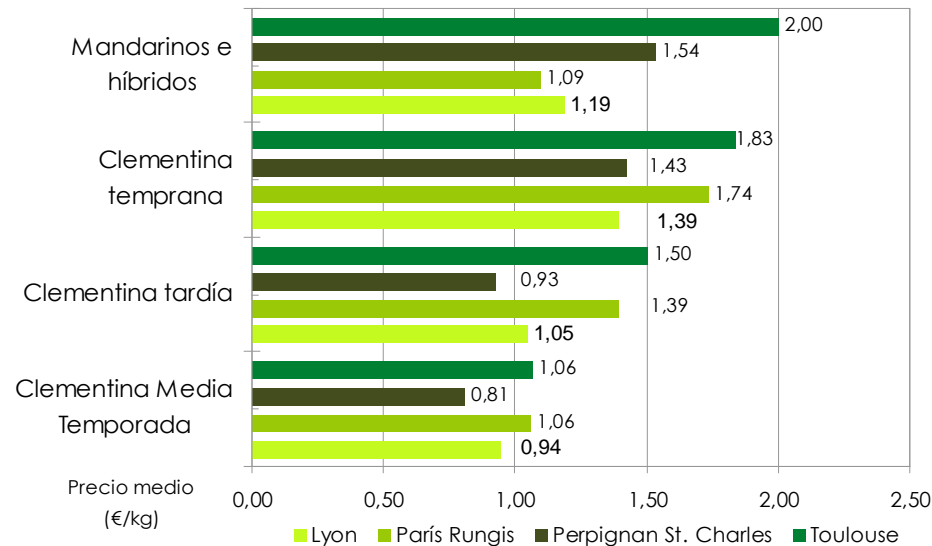


### 3. Mandarina

#### 3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

##### Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



La mandarina con origen España se comercializó bajo **numerosos tipos** en los mercados franceses.

El **tipo clementina** se divide en **subtipos** en estos mercados distinguiéndose entre: **temprana, media temporada y tardía**.

Se puede observar que la clementina temprana, junto a los mandarinos e híbridos, son los que obtuvieron cotizaciones más elevadas en la mayoría de los mercados.

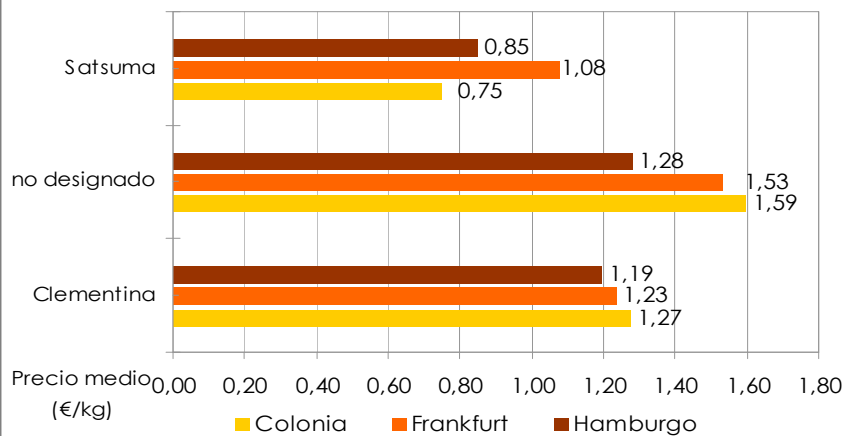
Cabe destacar que en el mercado de Toulouse se alcanza el precio más alto en todos los tipos.

### 3. Mandarina

#### 3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

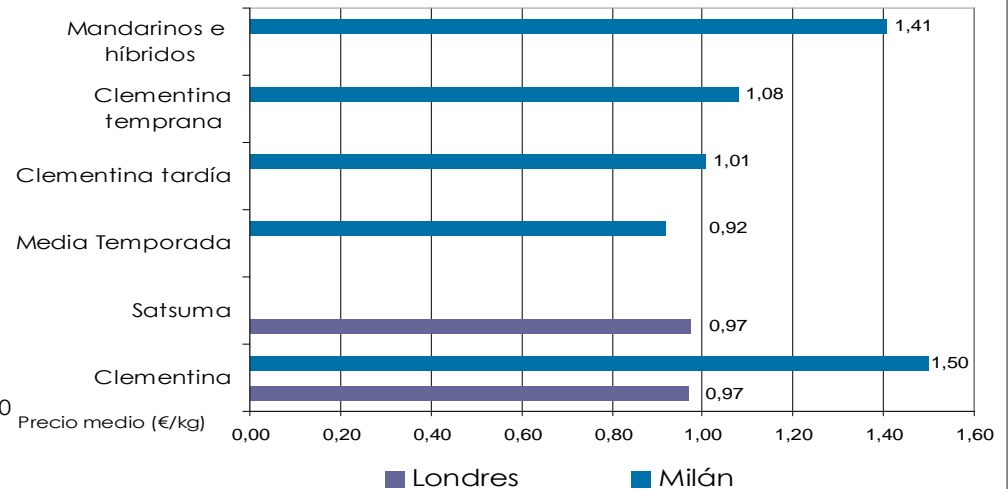
##### Mercados alemanes

Precio medio por tipo de producto



##### Otros mercados europeos

Precio medio por tipo de producto



Los **mercados alemanes** comercializaron la mandarina clasificada bajo los tipos **Satsuma y Clementina**, aunque, en todos los mercados, los precios medios más elevados fueron para la mandarina sin clasificar.

El mercado de **Londres** registró el mismo precio medio para los dos tipos que comercializó.

El mercado de **Milán** fue el que diferenció bajo un mayor número de tipos, destacando por sus altos precios la clementina y los mandarinos e híbridos respecto a los demás tipos dentro de este mercado.

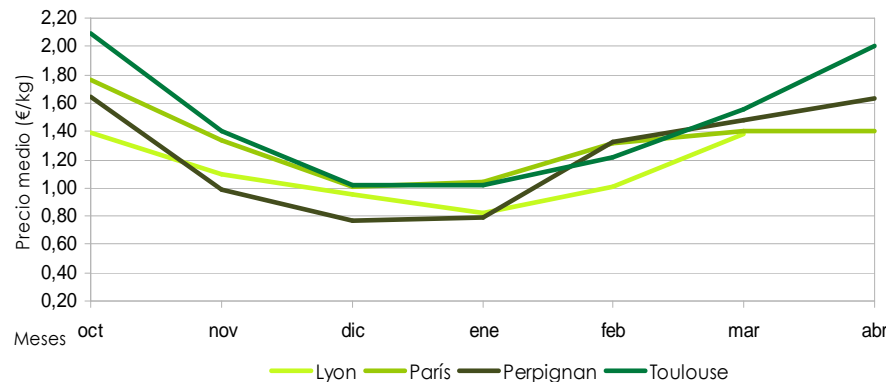
Los **mercados americanos** no realizaron ninguna **diferenciación por tipo**.

## 3. Mandarina

### 3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

#### Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Lyon</b>	1,64	40	0,79	5
<b>París</b>	2,00	40	0,92	5
<b>Perpignan</b>	2,00	40	0,75	50 y 51
<b>Toulouse</b>	2,20	40, 41 y 42	0,95	49

El **comportamiento** de la evolución mensual de las cotizaciones en todos los **mercados franceses** ha sido **similar**, aunque a distintos niveles.

El **comienzo y final** de la campaña ha sido con un precio **superior** al resto de ella.

Comenzaron con las cotizaciones más altas, para seguir con una tendencia descendente hasta el mes de enero. A partir de ese momento, cambió la tendencia de las cotizaciones para ir aumentando de manera progresiva, salvo en el mercado de Perpignan que tuvo una marcada subida hasta el mes de febrero, hasta finalizar la campaña con precios similares a los del comienzo.

El tramo final de la campaña en París fue a un precio constante.

El fin de la campaña tuvo lugar en el mes de abril para todos los mercados, salvo Lyon que finalizó en marzo.

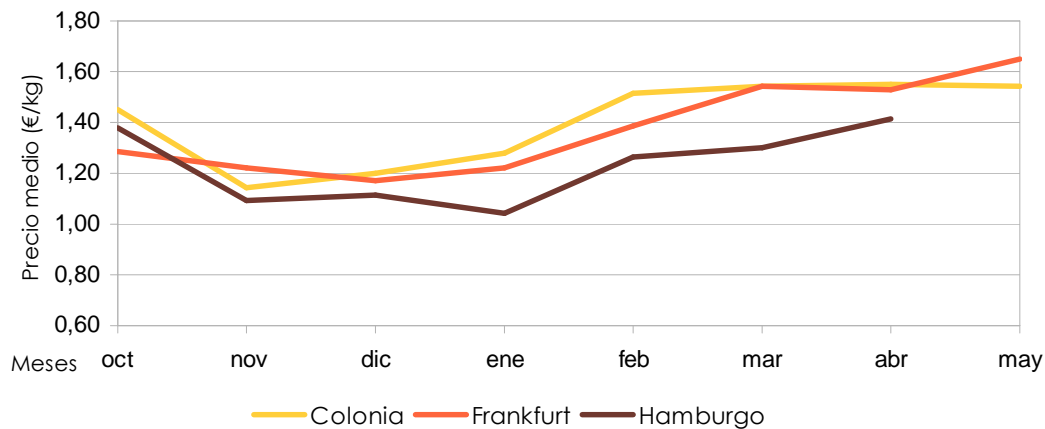


### 3. Mandarina

#### 3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

##### Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Los **mercados alemanes** tuvieron un **comportamiento análogo entre ellos**, comenzando con un ligero descenso de las cotizaciones, alcanzándose las cotizaciones mínimas en los meses de noviembre, diciembre y enero, dependiendo del mercado, para a partir de ese momento, continuar con una tendencia ascendente hasta finalizar la campaña con las cotizaciones máximas.

La campaña finalizó en el mes de mayo, salvo en el mercado de Hamburgo que cesaron las cotizaciones en el mes de abril.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Colonia</b>	1,65	12	1,10	44, 45 y 46
<b>Frankfurt</b>	1,65	18	0,98	4
<b>Hamburgo</b>	1,50	41	0,84	4



## 3. Mandarina

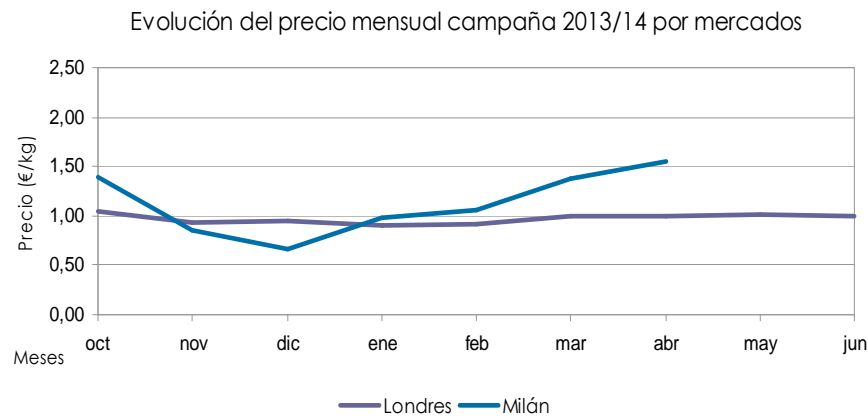
### 3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

El mercado de **Londres** fue el que tuvo una **mayor continuidad** en sus cotizaciones presentando cotizaciones de mandarina con origen España a lo largo de toda la campaña. La campaña se caracterizó, en este mercado, por presentar una gran **estabilidad**.

El mercado de **Milán** se comportó de manera diferente. Comenzó la campaña con una bajada de las cotizaciones, alcanzando su punto **más bajo** en el mes de **diciembre**. A partir de ese punto, empezaron a aumentar las cotizaciones, para **terminar** la campaña en el mes de abril, con las **máximas cotizaciones** registradas.

#### Otros mercados europeos

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Londres</b>	1,06	40-43	0,87	1
<b>Milán</b>	1,70	15	0,66	49

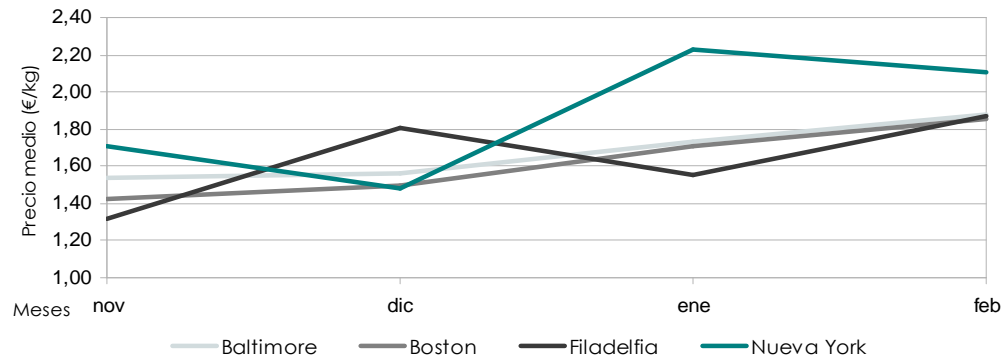


### 3. Mandarina

#### 3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

##### Mercados americanos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Baltimore</b>	2,10	45	1,41	51
<b>Boston</b>	1,93	8	0,97	46
<b>Filadelfia</b>	2,62	51	1,02	47
<b>Nueva York</b>	2,29	5	1,36	1

Al igual que la campaña pasada, la presencia de mandarina con origen España en todos los mercados americanos se extendió desde el mes de noviembre hasta febrero.

Todos los mercados comenzaron con cotizaciones más bajas a las que terminaron la campaña.

Los mercados de Baltimore y Boston, incrementaron sus cotizaciones de manera gradual.

Por el contrario, los mercados de Filadelfia y Nueva York experimentaron dos cambios bruscos en sus tendencias, en los meses de diciembre y enero, siendo los cambios opuestos entre estos dos mercados.

# 4. LIMÓN

## Precios mercados internacionales.

### Campaña 2013/14.





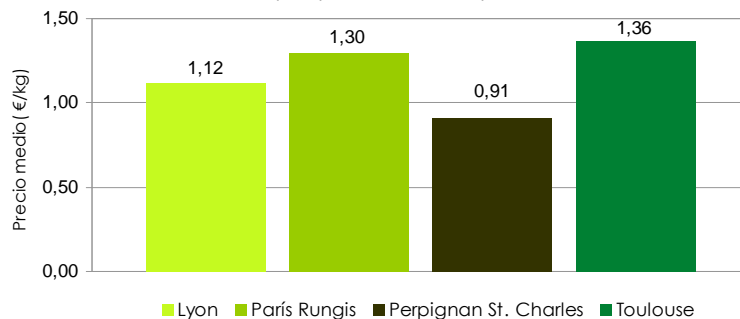
## 4. Limón

### 4.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

**Precio medio de la campaña: 1,11 €/kg**

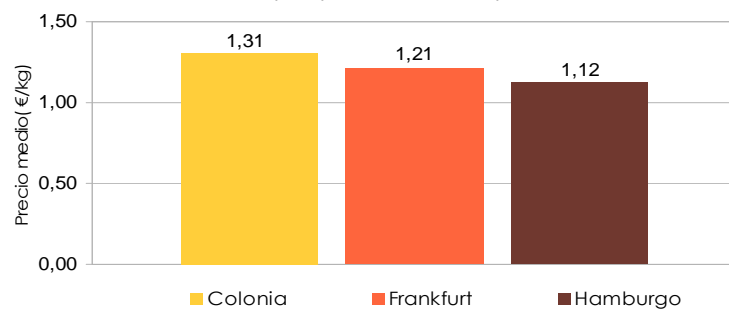
#### Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



#### Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



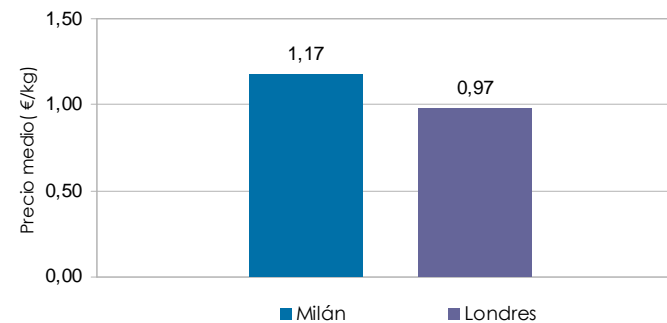
En base a los datos registrados, los **mercados franceses** mostraron disparidad en sus precios medios, con **Toulouse** con el precio medio más alto de todos los mercados analizados con **1,36 €/kg** y **Perpignan** en el extremo opuesto, con el precio medio más bajo de todos los mercados analizados, con **0,91 €/kg**.

Los **mercados alemanes** también mostraron disparidad en sus precios medios, aunque todos superiores a la media, con **Colonia** a la cabeza.

El mercado de Milán registró un precio medio ligeramente superior al precio medio de la campaña y el de Londres fue uno de los pocos que lo tuvo por debajo de la media de la campaña.

#### Otros mercados europeos

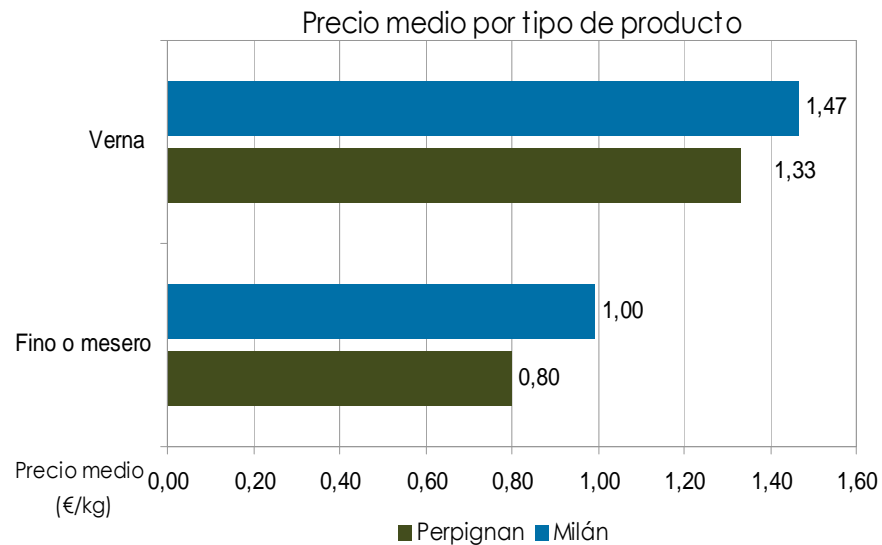
Precio medio por producto campaña 2013/14



## 4. Limón

### 4.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

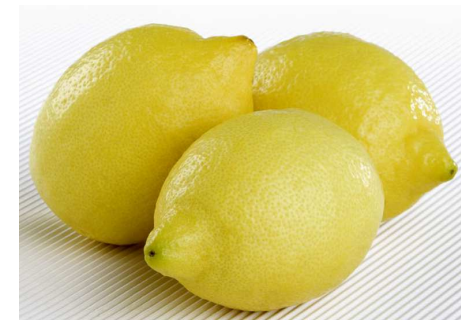
#### Mercados europeos



En base a los datos que se manejan, los únicos mercados que realizaron distinciones en base al tipo fueron **Perpignan** y **Milán**. Estos mercados clasificaron el limón bajo los tipos **verna** y **fino o mesero**.

El tipo **verna** alcanzó **mayores cotizaciones** en los dos mercados, al igual que ocurrió la campaña pasada.

El **resto de mercados** analizados comercializaron el limón como **no designado**.

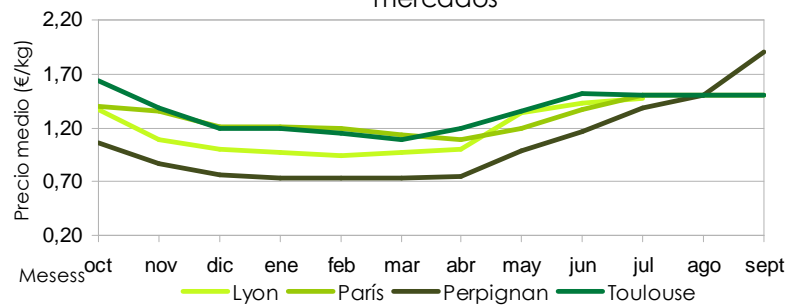


## 4. Limón

### 4.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

#### Mercados franceses

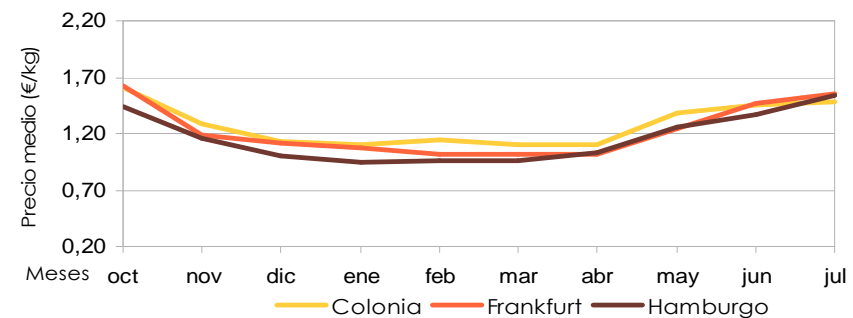
Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Lyon</b>	1,50	41, 20,21,23 y 28	0,85	16
<b>París</b>	1,50	24 y 26-39	1,03	16
<b>Perpignan</b>	2,00	38	0,72	51
<b>Toulouse</b>	1,70	43 y 44	1,00	9-11

#### Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
<b>Colonia</b>	1,63	40	1,07	11
<b>Frankfurt</b>	1,70	40	0,97	9
<b>Hamburgo</b>	1,75	40	0,88	3

Los mercados de **Perpignan y Toulouse** registraron cotizaciones a lo largo de **toda la campaña**, mientras que el resto de mercados finalizaron las cotizaciones en el mes de julio.

Todos los mercados analizados se caracterizaron por tener una curva de evolución de sus cotizaciones **sin fuertes oscilaciones**.

En el principio y final de la campaña se registraron las cotizaciones más elevadas.

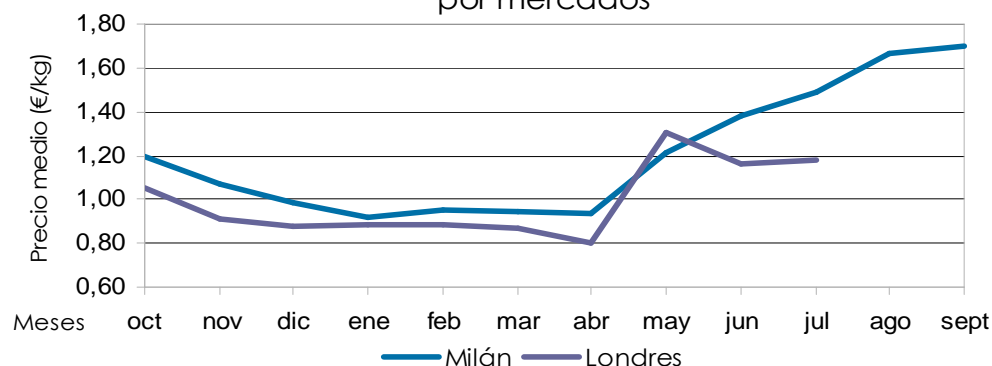
Se comenzó con una tendencia descendente de las cotizaciones, pasando a una estabilidad en la parte central de la campaña, para terminar con una tendencia ascendente de las cotizaciones.

## 4. Limón

### 4.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

#### Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	1,32	21	0,73	16
Milán	1,80	37	0,87	15

El mercado de **Milán** registró cotizaciones de limón con origen España a lo largo de **toda la campaña**.

Ambos mercados comenzaron comportándose de manera análoga, con un descenso en las cotizaciones durante los dos primeros meses, para continuar con cotizaciones relativamente constantes. A partir del mes de abril se produce un marcado cambio en la tendencia de las cotizaciones pasando a ser ascendentes.

El mercado de Milán continúa esta tendencia ascendente hasta el fin de campaña, mientras que el mercado de Londres cambia en el mes de mayo descendiendo para finalizar el último mes con cotizaciones constantes.

El **cierre** de la campaña fue con un precio superior al inicial.



## 5. Síntesis de la campaña

En base a los datos que se manejan, el comportamiento de los mercados estudiados puede resumirse de la siguiente manera:

- ✓ Comparando con los datos del informe del año anterior (disponible en [www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio](http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio)), se observa que la campaña de estos productos se ha caracterizado por tener precios medios similares a los de la pasada campaña, siendo los de naranja y mandarina algo inferiores y el de limón ligeramente superior.
- ✓ Por lo general los mercados que obtienen precios medios más elevados para estos tres productos son los mercados de Toulouse y París, en Francia y los de Colonia y Frankfurt en Alemania.
- ✓ Los mercados de Londres y Milán, que se caracterizaban la pasada campaña por no tener continuidad en sus cotizaciones, han aumentado el número de semanas con cotizaciones. Además, ha aumentado la clasificación por tipo que se realiza de estos productos en el mercado de Milán.
- ✓ En relación a la presencia de mandarina en los mercados americanos, estos mercados han sido los que registraron cotizaciones más altas para este producto, aunque son inferiores a las registradas la pasada campaña.
- ✓ Tanto la naranja como la mandarina, se han comercializado bajo numerosos tipos, al contrario de lo que ha ocurrido con el limón, el cual se ha comercializado, en casi todos los mercados, bajo el tipo no designado.

## 5. Síntesis de la campaña

- ✓ Respecto al período de comercialización de la naranja, se puede decir que éste ha aumentado considerablemente respecto a la campaña pasada. La presencia fue completa en casi todos los mercados franceses, mientras que en la mayor parte de los mercados alemanes la campaña finalizó en el mes de julio.
- ✓ Por último, la campaña del limón fue, en términos generales, la más extensa, abarcando entre 10 y 12 meses, dependiendo del mercado.

# Precios en los mercados mayoristas internacionales

## Sector citrícola

### Campaña 2013/14



**Observatorio de precios y mercados**

Julio 2015