

Boletín Mensual de Precios al Consumo de Cítricos en Andalucía: MARZO de 2009

| | |
|---|----|
| Notas metodológicas | 1 |
| I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos | 2 |
| II. Análisis del consumo en Andalucía | 11 |

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 (fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos); 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 a domicilio y ventas telemáticas.

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

Este boletín presenta dos bloques de análisis:

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos 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 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 en Andalucía con el siguiente desglose:

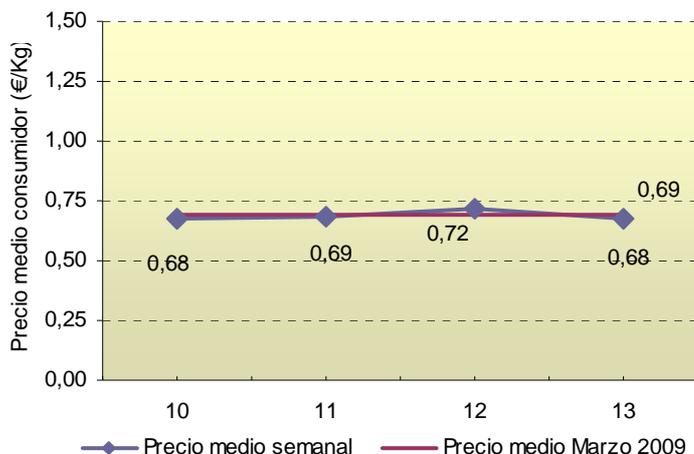
- Análisis del consumo per cápita mensual en Andalucía. Se analiza la evolución mensual de los consumos por producto.
- Análisis del consumo en la presente campaña y durante el mes en curso. Se comparan para el mismo periodo los datos de consumo y consumo acumulado en la campaña actual con los registrados en la pasada campaña.

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

I.1. NARANJA

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

Gráfico 1 Evolución semanal de los precios al consumo de la naranja



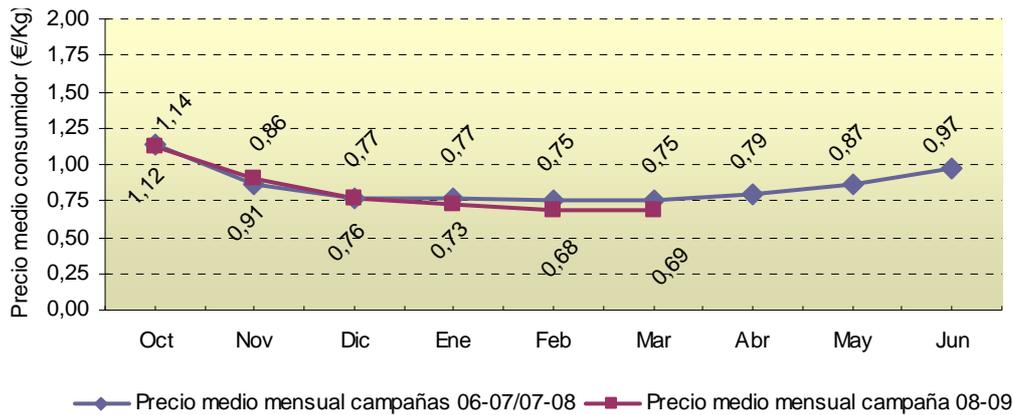
La estabilidad en el precio medio semanal al consumo de naranja ha sido la tónica dominante durante el mes de marzo. Esta estabilidad queda reflejada en la diferencia del 5% existente entre el valor máximo y el mínimo alcanzados durante este periodo.

Tras varios meses de caída continuada en el precio, en marzo se invierte esta tendencia, registrándose un leve repunte de un 1,5% en la cotización de la naranja con respecto al mes de febrero. Si comparamos el dato medio de marzo con el dato medio de las dos campañas

precedentes, nos situamos en valores un 8% inferiores que el valor registrado para dicho periodo.

La falta de demanda, tanto en el mercado nacional como de exportación, es el factor determinante del bajo precio registrado por esta fruta durante el mes de marzo. En este sentido, el sector ha registrado una caída en su demanda que ha llegado hasta un 30%.

Gráfico 2 Evolución mensual de los precios al consumo de la naranja



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

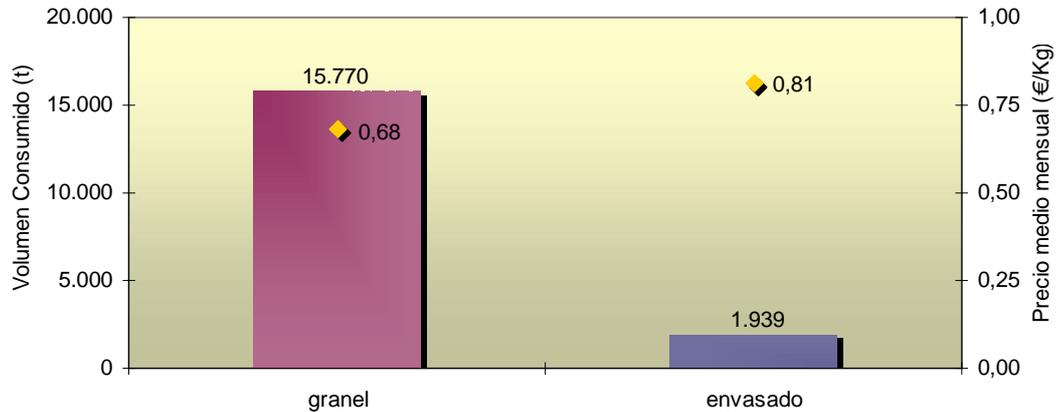
En el mes de marzo, la cotización de naranja en formato granel ha sido un 18% inferior que el dato para el mismo formato a nivel nacional. Por el contrario, si consideramos el formato envasado, los resultados arrojan que el precio medio mensual al consumo en nuestra comunidad es similar al dato del mismo mes a nivel nacional.

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

| Precio medio mensual al consumo de la naranja (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 0,68 | 0,83 |
| Envasado | 0,81 | 0,80 |

Los consumidores andaluces prefirieron durante el mes de marzo la presentación a granel que el formato envasado a la hora de adquirir sus naranjas, así el 80% de la naranja total consumida en Andalucía ha sido en presentación a granel. Si se comparan las cotizaciones medias mensuales para los diferentes formatos en Andalucía, se observa que el producto envasado es un 16% más caro que la cotización media del producto a granel.

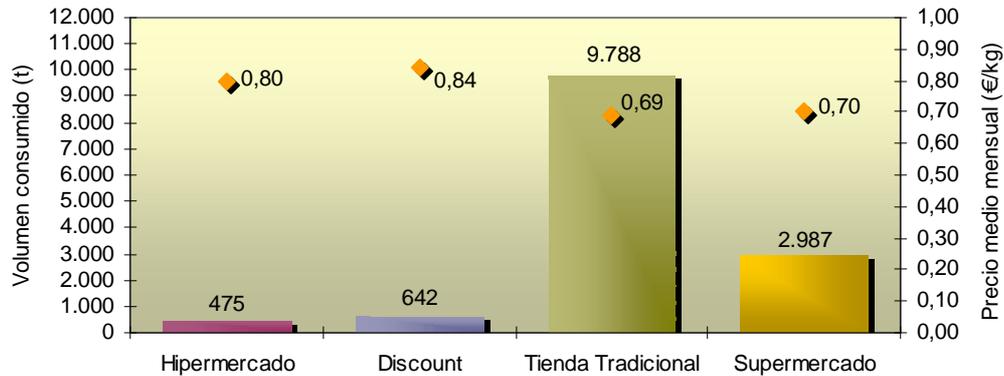
Gráfico 3 Comparativa del precio medio mensual al consumo y del volumen de naranja consumido durante el presente mes en formatos granel y envasado



Los consumidores andaluces adquirieron principalmente naranja en las tiendas tradicionales, en las que se comercializa el 55% de la naranja consumida. El resto de la naranja comercializada se distribuye en los supermercados con un 17%, seguidos de las tiendas de discount con un 4% y los hipermercados, donde se distribuye el 3% del total. Para finalizar es importante reseñar que un 21% del total de la naranja comercializada en Andalucía se ha distribuido por otros canales, tales como ventas por internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

Si nos centramos en el precio de venta medio por canal durante el mes de marzo, las tiendas tradicionales son los establecimientos donde se ha podido adquirir las naranjas a un precio más económico a pesar de la subida del 7% registrado con respecto a febrero. Los supermercados han registrado una rebaja del 3% en su precio hasta situarlos al mismo nivel que las tiendas tradicionales. En las tiendas de discount el precio ha experimentado una rebaja del 1% con respecto a febrero, pero continúan siendo los establecimientos donde el precio es mayor.

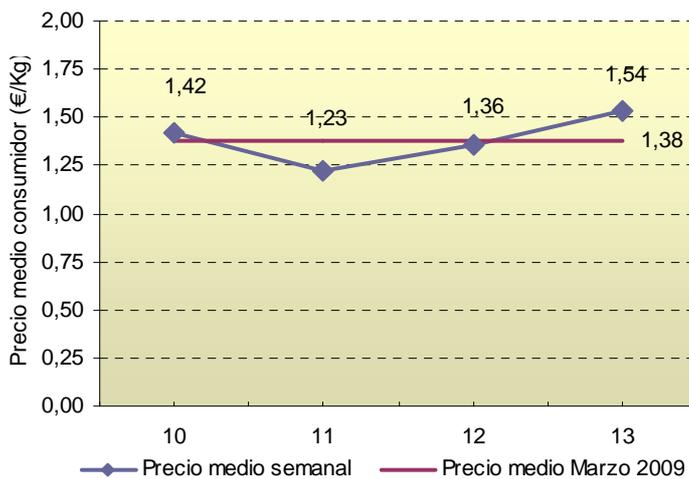
Gráfico 4 Comparativa del precio medio mensual al consumo de naranja y volumen mensual consumido en los distintos canales de distribución.



I.2. MANDARINA

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

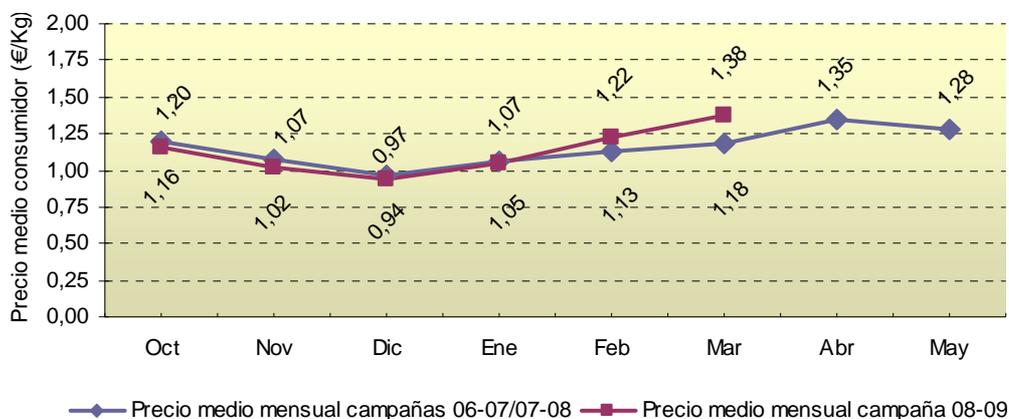
Gráfico 5 Evolución semanal de los precios al consumo de la mandarina



El precio de la mandarina continúa con la tendencia alcista mostrada desde el mes de diciembre. En el inicio del mes de marzo se produjo una caída de su cotización de un 13%, recuperándose durante las semanas siguientes hasta alcanzar a final de mes, un valor un 8% superior al precio registrado a comienzos de mes.

En relación a febrero, la mandarina registra en marzo un incremento en la cotización media mensual de un 12%.

Gráfico 6 Evolución mensual de los precios al consumo de la mandarina



En marzo se mantiene la tendencia iniciada en diciembre de 2008 de ascenso continuado en el precio medio mensual de la mandarina. Durante este mes se ha registrado un incremento mucho mayor que la subida de precios producida en el mismo periodo de las 2 campañas precedentes. Este incremento, ha permitido que la cotización para este periodo, se sitúe en niveles un 14% superiores que la media del mes de campañas precedentes.

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

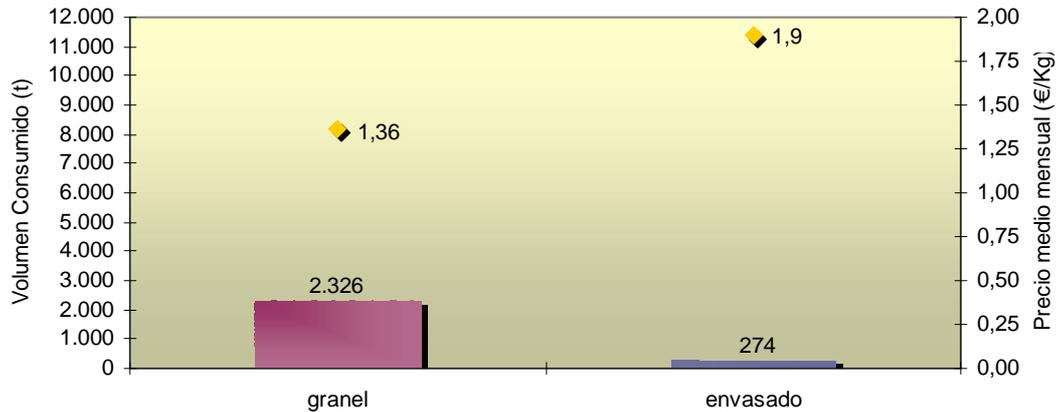
El precio del formato granel en Andalucía durante el mes de marzo ha sido un 8% inferior al de España. Por el contrario, si consideramos el precio de la mandarina envasada, el precio en nuestra comunidad ha sido un 15% superior que el precio medio mensual al consumo a nivel nacional.

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

| Precio medio mensual al consumo de la mandarina (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,36 | 1,48 |
| Envasado | 1,90 | 1,62 |

El 90% del total de la mandarina consumida en Andalucía se realiza en presentaciones a granel. Por el contrario, la presentación envasada es la que registra una cotización mayor, siendo un 28% superior que la alcanzada por la mandarina a granel.

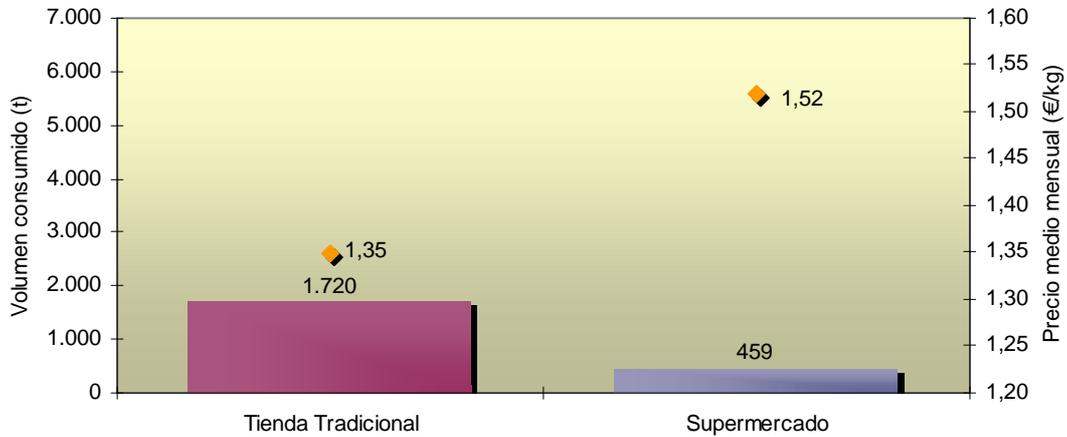
Gráfico 7 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de mandarina en formatos granel y envasado



La tienda tradicional vuelve a ser el establecimiento predilecto de los consumidores andaluces para adquirir las mandarinas, con un 66% del volumen total comercializado durante mes de marzo, seguida por los supermercados con un 8% de cuota de mercado. Existe un 26% de ventas de mandarinas que se han efectuado por otros canales, tales como internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

Durante el mes de marzo, se ha producido un alza en el precio de las mandarinas en todos los establecimientos considerados. En este sentido, cabe destacar que la mayor subida de precios se ha registrado en las tiendas tradicionales, con un alza del 15%, seguido de los supermercados, con un 10%. A pesar de que el mayor incremento de precios se registra en las tiendas tradicionales, estos establecimientos siguen siendo los más económicos, con un precio medio mensual de 1,35€/kg, frente a los supermercados en los que se ha podido adquirir esta fruta a 1,52 €/kg.

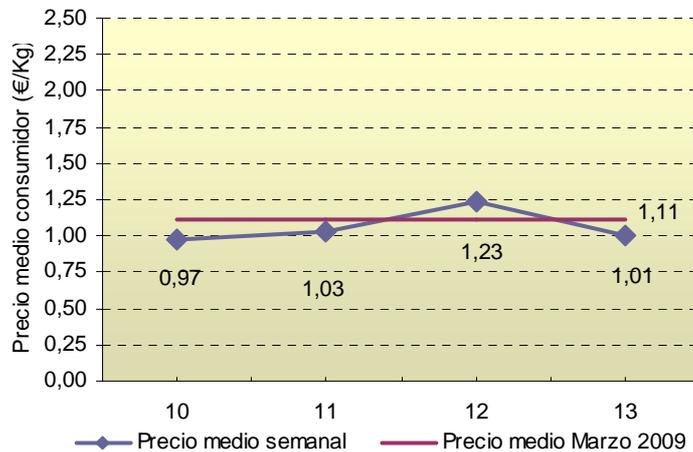
Gráfico 8 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de mandarina en los distintos canales de distribución.¹



I.3. LIMÓN

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

Gráfico 9 Evolución semanal de los precios al consumo del limón

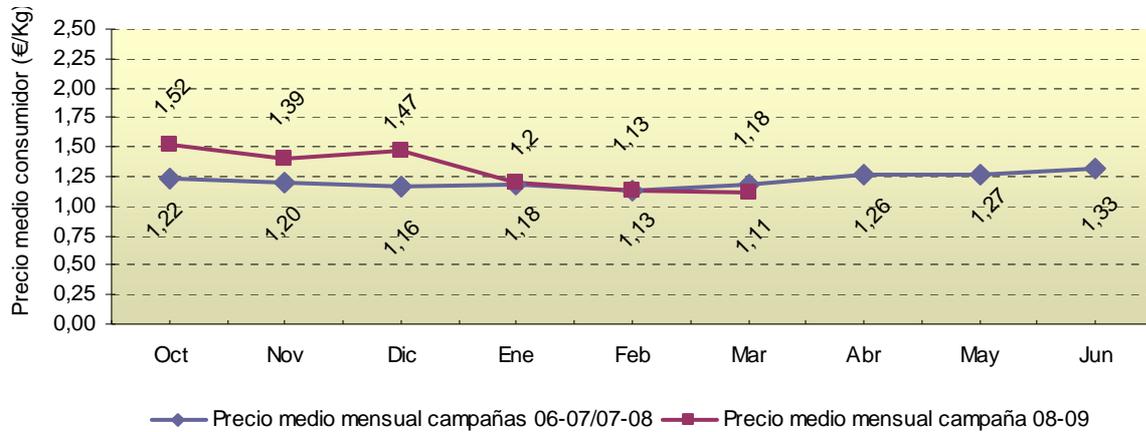


El mes de marzo ha estado caracterizado por la tendencia al alza del precio del limón, hasta la semana final, en que se invierte la tónica del periodo, registrando una caída en el precio de un 18% con respecto a la tercera semana del mes. El balance global entre inicio y fin de mes es de un incremento en el precio de un 4%.

El precio medio registrado durante el mes de marzo ha provocado que la cotización media registrada se sitúe en valores un 6% inferiores que la media de las campañas 06/07 y 07/08. Sin embargo, el precio medio de marzo se ha mantenido con respecto al del mes anterior.

¹ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de naranja en el hipermercado y en las tiendas de discount no se presentan por ser su valor poco representativo frente al resto de establecimientos.

Gráfico 10 Evolución mensual de los precios al consumo del limón



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

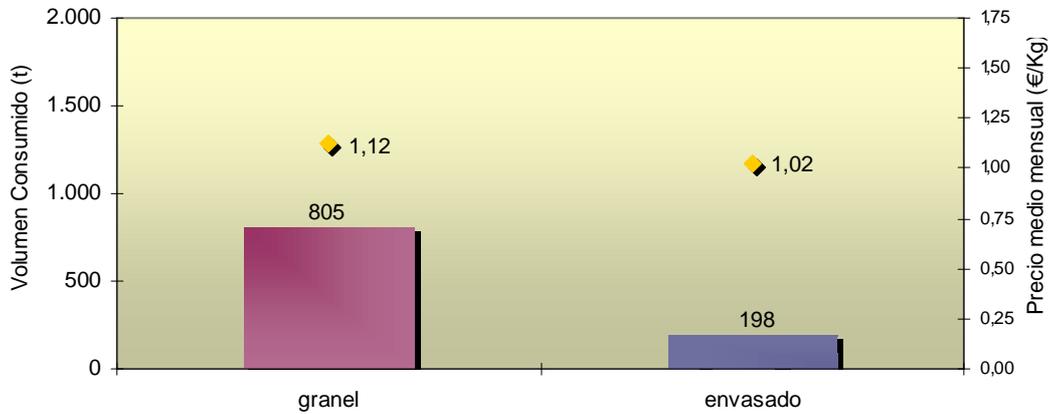
Los precios al consumo de limón en formato granel son un 11% inferiores en Andalucía que en el mercado nacional. Si consideramos el precio del limón envasado durante el mes de marzo, la cotización de esta fruta a nivel nacional ha sido superior en un 13% al precio del limón envasado andaluz.

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

| Precio medio mensual al consumo del limón (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,12 | 1,26 |
| Envasado | 1,02 | 1,17 |

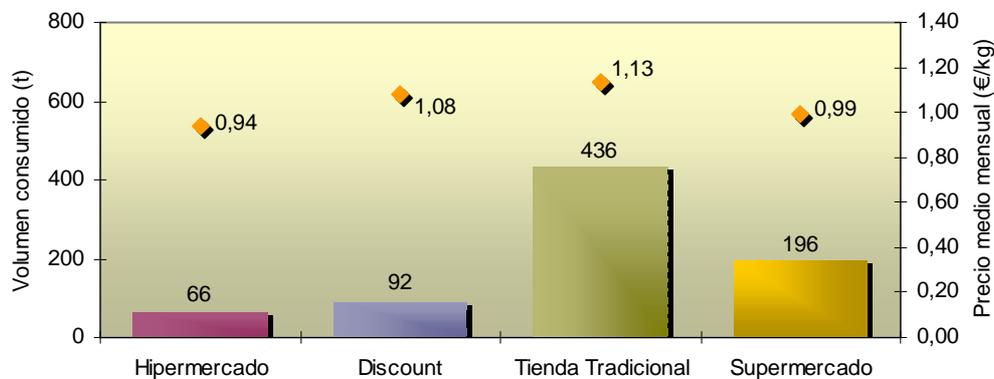
En Andalucía el consumo de limón granel ha sido un 80% del total consumido durante el mes de marzo. Si consideramos su cotización, el precio medio del limón a granel ha sido un 9% superior a la cotización del limón presentado en envases.

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



Como sucediera los meses precedentes, la tienda tradicional volvió a ser el establecimiento preferido por los consumidores para realizar las compras de limón. En estos establecimientos se realizaron el 43% de las ventas del mes de marzo, seguida por los supermercados con un 20% y a continuación se encuentran las tiendas de discount y los hipermercados que canalizan un 9% y un 7% respectivamente. Existe un 21% de ventas de limón que se han efectuado por otros canales, tales como internet, mercadillos, compras directas al productor, etc. En cuanto a precios, con la excepción de las tiendas tradicionales en las que el precio se ha mantenido estable, el limón en el resto de establecimientos ha registrado durante el mes de marzo una depreciación importante de su valor, rebaja que oscila entre el 19% de las tiendas de discount como valor máximo, y el 11% registrado en los supermercados.

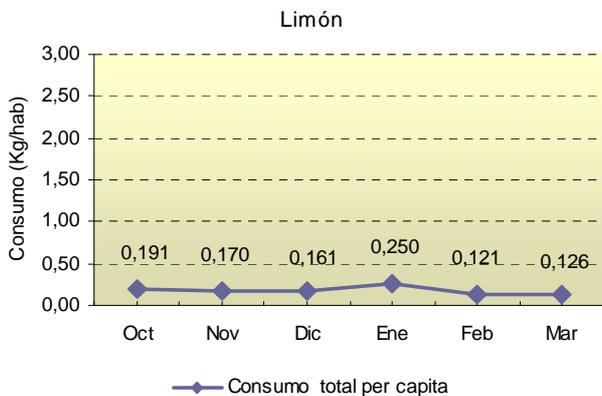
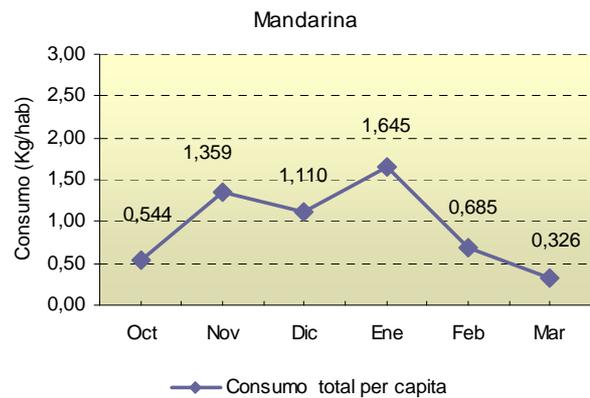
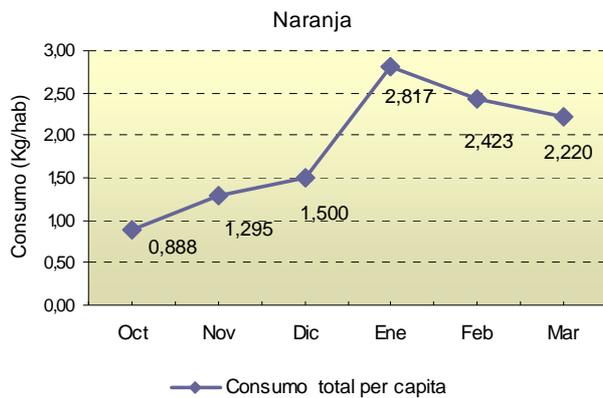
Gráfico 12 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de limón en los distintos canales de distribución.



II. Análisis del consumo en Andalucía

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

A excepción del limón en el que el consumo per cápita en Andalucía ha experimentado un ligero repunte, en el resto de los cítricos continúa la tendencia descendente en su consumo iniciada a comienzos de año. En relación con el mes anterior, en naranja la caída ha sido de un 8% mientras que la mandarina experimentó un descenso del 52%. Este descenso tan acusado en el consumo de mandarina, supuso que en el mes de marzo se han adquirido un 80% menos mandarinas por habitante que a comienzos de año.



Un mes más, la naranja continúa siendo el cítrico preferido por los consumidores andaluces, ya que 4 de cada 5 kilos de los cítricos consumidos en marzo han sido de naranja. Le siguen la mandarina con un 12% y por último el limón con un 5% del consumo total.

Tabla 4 Ranking por producto del consumo per cápita mensual en Andalucía durante el mes de marzo.

| | Producto | Consumo (Kg/per cápita) |
|----|-----------|----------------------------|
| 1º | Naranja | 2,220 |
| 2º | Mandarina | 0,326 |
| 3º | Limón | 0,126 |

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

En el periodo considerado, el único cítrico en el que aumentó su consumo fue la naranja, con un incremento de un 8%. Para las otras dos frutas consideradas, el consumo descendió un 9% la mandarina y un 16% el limón.

Para naranja y mandarina el consumo acumulado durante la campaña continua un mes más siendo superior que en la campaña precedente. El retroceso experimentado en el consumo de limón durante el mes de marzo, provocó que el consumo acumulado de campaña de este mes sea un 12% inferior que el dato registrado en el mismo periodo de la campaña 07/08.

Tabla 5 Consumo cítricos en Andalucía en el mes de marzo de 2009 y 2008.

| | Naranja | Mandarina | Limón |
|--|---------|-----------|-------|
| Consumo Marzo 2009 (toneladas) | 17.709 | 2.600 | 1.003 |
| Consumo Marzo 2008 (toneladas) | 16.266 | 2.863 | 1.194 |
| % variación Consumo 2009 respecto al Consumo 2008 | ▲8% | ▼-9% | ▼-16% |

Gráfico 13 Comparativa del volumen consumido de cítricos en Andalucía en el mes de marzo de 2009 y 2008

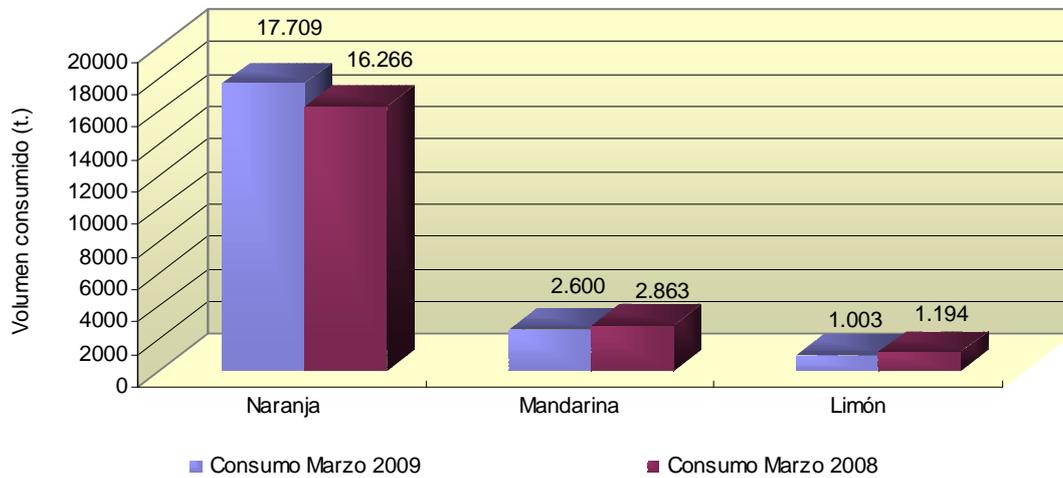


Gráfico 14 Comparativa del volumen consumido acumulado de cítricos en Andalucía hasta el mes de marzo de 2009 y 2008

