

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

| | |
|--|----|
| Notas metodológicas | 1 |
| I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícolas..... | 2 |
| II. Análisis del consumo en Andalucía | 22 |

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:

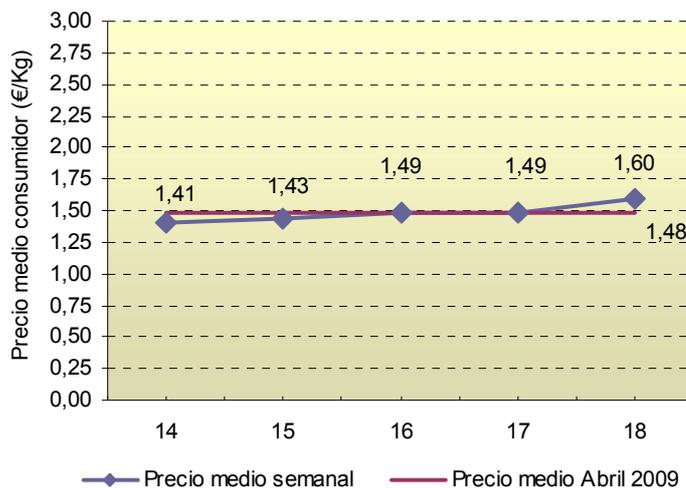
- Análisis de la evolución del consumo per cápita mensual en Andalucía. Se analiza la evolución mensual de los consumos por producto.
- Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes del boletín. Se comparan para el mismo periodo los datos de consumo acumulado en la campaña actual,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



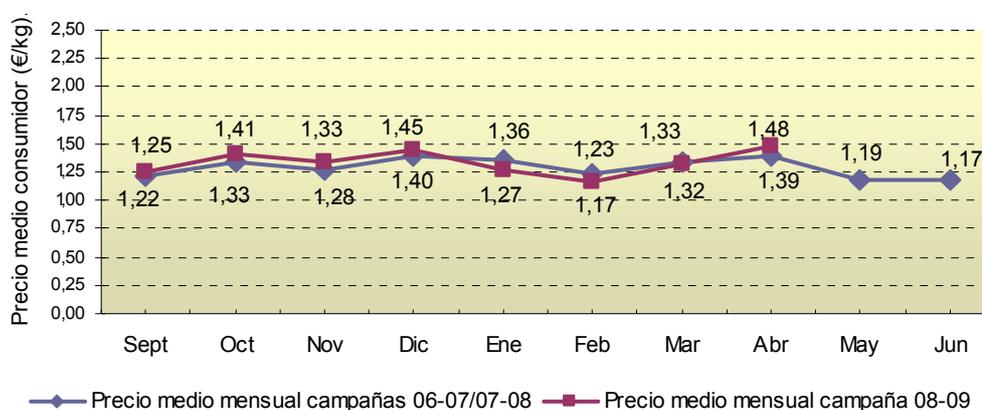
El tomate ha experimentado una subida continuada de su precio semanal durante todo el mes de abril. Esta recuperación se hace máxima durante la última semana del mes, en la que el repunte registrado se cuantifica en un 7% con respecto a la semana precedente. En líneas generales, desde inicio del mes hasta su finalización, podemos decir que el tomate ha incrementado su cotización en casi un 12%.

La escalada de precios en destino de esta hortaliza ha estado motivada por el encarecimiento del producto en origen, debido a su escasez al entrar las plantaciones de otoño en su ocaso productivo y las de primavera aun no encontrarse en pleno apogeo.

Por segundo mes consecutivo, el tomate continúa con su mejora en el precio medio mensual. Esta recuperación del precio ha provocado que se sitúe en su valor máximo desde el inicio de la campaña 2008-2009. Relacionando el mes de abril con el de marzo, vemos que ha existido un aumento del valor neto del tomate de 0,16€/kg.

En relación a las dos campañas precedentes, tras varios meses en los que la cotización del tomate se ha situado en niveles inferiores al promedio mensual de las campañas 06-07/07-08, se ha invertido la tendencia, posicionándose en valores un 6% superiores a los registrados en esas dos campañas.

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, los consumidores andaluces pudieron realizar sus compras de tomate a unos precios inferiores a la media del mercado nacional. En este sentido el mayor incremento de cotización se ha presentado al establecer la comparación en el formato a granel, en el que la diferencia porcentual se cifró en el 14%. En cuanto a la presentación envasada, el desembolso que ha debido realizar el comprador nacional por sus tomates ha diferido en un 6% del precio presentado al consumidor andaluz.

Si se analiza el volumen total adquirido, el tomate envasado supone el 11% de las compras realizadas en Andalucía durante el mes de abril mientras que el granel, como suele ser habitual, aglutina el 89%.

El consumidor andaluz mantiene sus predilecciones a la hora de adquirir sus tomates, por lo que la tienda tradicional repite acaparando el mayor volumen de ventas con un 54% del total. Existe un salto importante entre las transacciones que canaliza este establecimiento y el resto de canales de distribución, así el supermercado distribuye un 23%, las tiendas de discount un 10% y el hipermercado un 7%. Por último deben contemplarse las ventas a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. que han supuesto un 6% del total de ventas en nuestra comunidad. La tienda tradicional repite como el canal de

distribución más económico, beneficiándose de un precio entre un 7% y un 18% inferior según el establecimientos con el que la comparemos.

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

| Precio medio mensual al consumo del tomate (€/kg) | | |
|---|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,44 | 1,67 |
| Envasado | 1,87 | 1,99 |

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

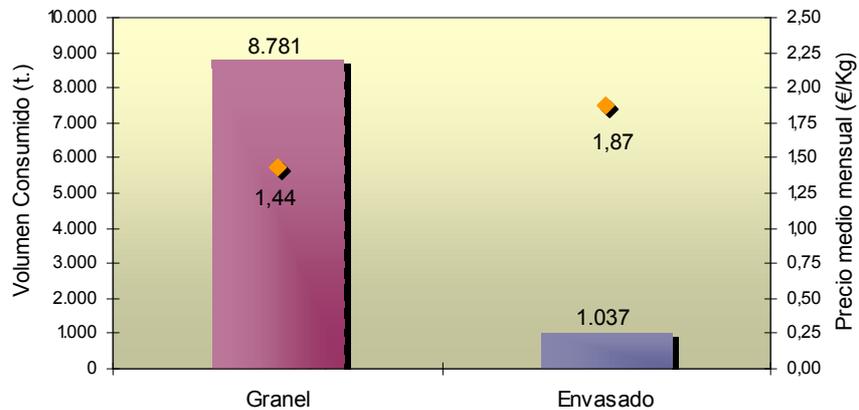
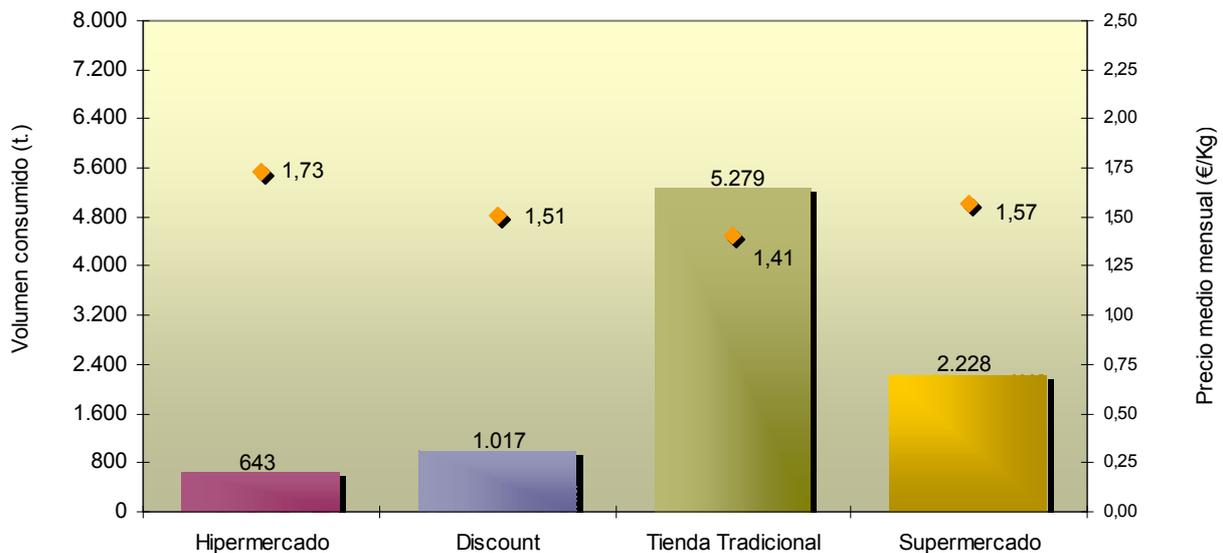


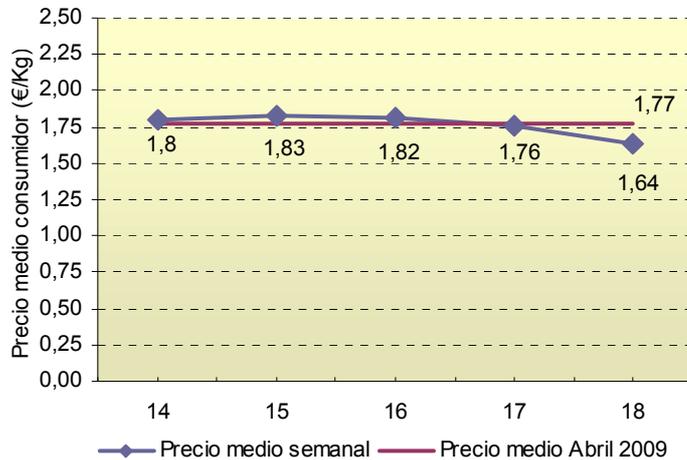
Gráfico 4 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del tomate en los distintos canales de distribución.



I.2. PIMIENTO

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

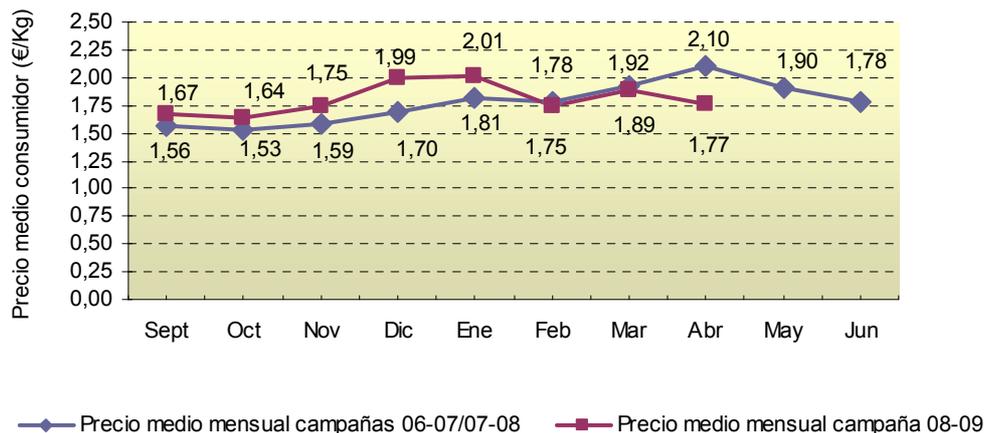
Gráfico 5 Evolución semanal de los precios al consumo del pimiento



Durante el mes de abril existen dos periodos claros en la evolución del precio medio semanal del pimiento. Una primera franja temporal en la que se mantiene estable con valores cercanos a la media y, un segundo intervalo en el que se produce una rebaja en su valor de un 7%. Una causa del descenso en la cotización de esta hortaliza pudo haber sido la finalización de la producción de muchas de las plantaciones protegidas en el sureste andaluz.

En relación al mes de marzo, en abril se ha producido un descenso en el precio medio mensual de un 6%, aunque lo más destacable es la diferencia de cotización con respecto a las dos campañas precedentes, pues se instala en valores un 16% inferiores a la media de dichos periodos.

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 abril, el pimiento vendido en el formato granel ha vuelto a ser el más económico, tanto a nivel andaluz como nacional, con diferencias que van desde el 18% para nuestra comunidad, hasta el 20% para el mercado español.

Como normal general, cuando un mismo producto se presenta en diferentes formatos, la presentación a granel suele ser más económica que la envasada y, como consecuencia, la más aceptada por el consumidor a la hora de realizar sus compras. En abril se observa el cumplimiento de esta regla, superando el volumen a granel adquirido en 10 veces al envasado.

El liderazgo de las tiendas tradicionales como establecimiento predilecto por lo consumidores ha sido un mes más indiscutible al acaparar un 46% de las ventas, seguidas por los supermercados con un 26%, y tras ellos las tiendas de discount y los hipermercados, con un 8% cada uno. Por último deben contemplarse las ventas a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. que han supuesto un 12% del total de ventas en nuestra comunidad. El precio repite como factor determinante al realizar la elección del establecimiento de adquisición de los pimientos. Puede observarse que el mayor nivel de ventas de las tiendas tradicionales se corresponde con un menor precio de compra y los establecimientos con una cotización mayor son los de menor volumen de ventas. La diferencia porcentual entre la primera y los segundos es de un 11% en el caso de las tiendas de discount y de un 17% para los hipermercados.

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

| Precio medio mensual al consumo del pimiento (€/kg) | | |
|---|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,75 | 1,76 |
| Envasado | 2,14 | 2,19 |

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

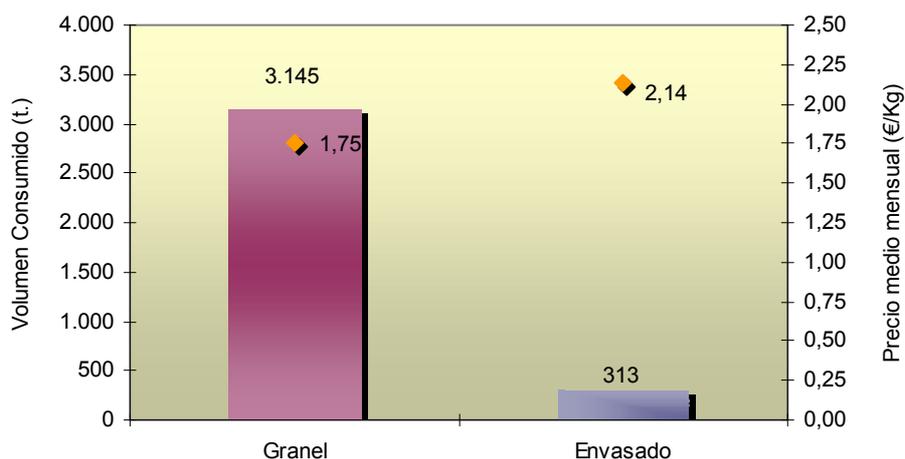
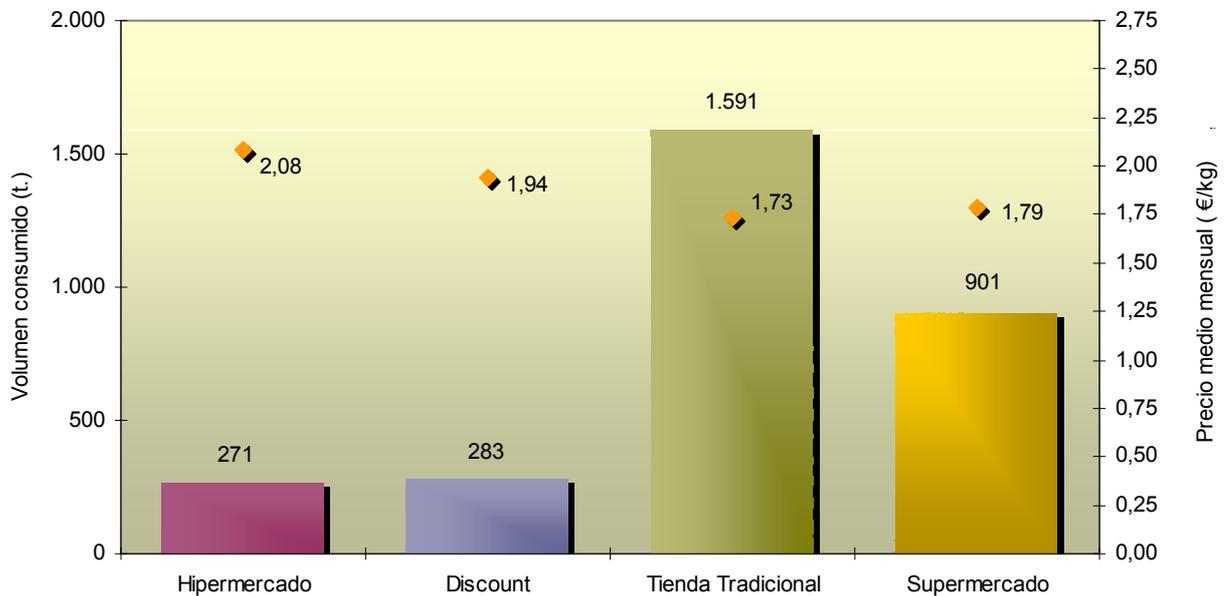


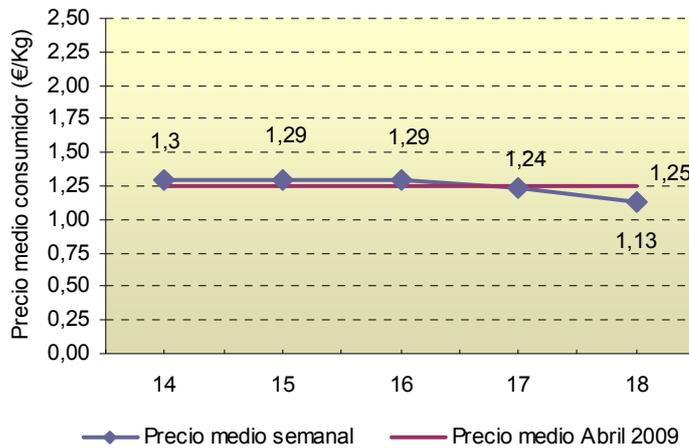
Gráfico 8 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pimiento en los distintos canales de distribución.



I.3. PEPINO

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

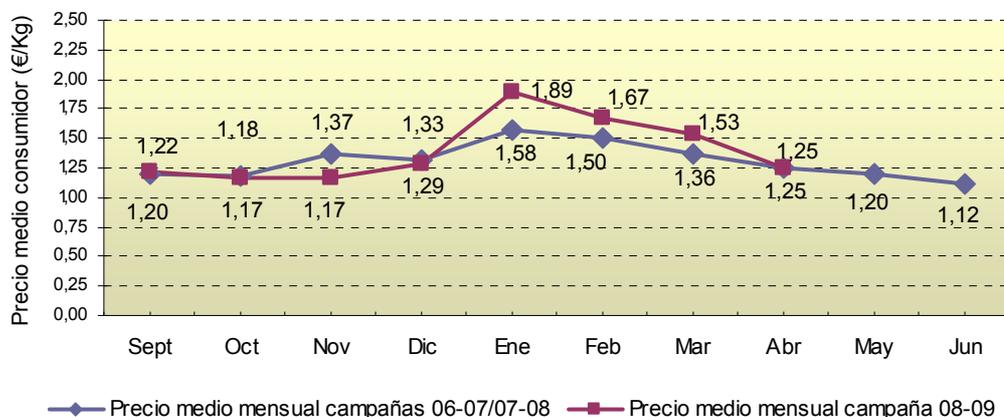
Gráfico 9 Evolución semanal de los precios al consumo del pepino



Durante el mes de abril la tendencia en la evolución del precio semanal del pepino presenta dos periodos diferenciados. El primero de estabilidad con un ligera variación entre semanas con valores cercanos a la media, y un segundo intervalo en el que se produce una rebaja en su precio de un 9%.

En abril se afianza la tendencia decreciente en el precio del pepino iniciada en el mes de enero, con un declive en su cotización de un 18%. Esta rebaja continuada ha provocado que tras alcanzar en enero la máxima diferencia con respecto a las dos campañas precedentes en abril se sitúe a la par de la media mensual de dichos años.

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

La compra de pepino a granel, tanto a nivel nacional como de la comunidad andaluza, le supuso al consumidor un esfuerzo económico menor que si los adquiriese en formato envasado. Esta diferencia se hizo máxima a nivel andaluz, donde resultó un 22% más caro obtenerlo en presentación envasada. En el mes de abril si se relacionan los volúmenes canalizados por ambos tipos de presentaciones, se observa que la balanza se decanta a favor del granel, pues 14 de cada 15kg adquiridos correspondieron al formato granel.

Un hábito de compra claro en abril del consumidor andaluz, ha sido la adquisición de pepino en las tiendas tradicionales y supermercados, que representaron el 41% y el 29% del total respectivamente. En cuanto a las tiendas de discount distribuyen el 16% del total. Por último deben contemplarse las ventas a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. que han supuesto un 5% del total de ventas en nuestra comunidad. Lo que más llama la atención es que en el mes de abril se ha producido un aumento importante en el consumo de esta hortaliza en relación al mes de marzo para todos los canales de comercialización estudiados, siendo el más destacable el experimentado por los supermercados, con un incremento de más del 66%, si bien no son nada desdeñables los registrados por el resto de establecimientos, con valores que oscilan entre el 29% de las tiendas de discount y el 53% de las tiendas tradicionales.

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

| Precio medio mensual al consumo del pepino (€/kg) | | |
|---|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,25 | 1,24 |
| Envasado | 1,61 | 1,31 |

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

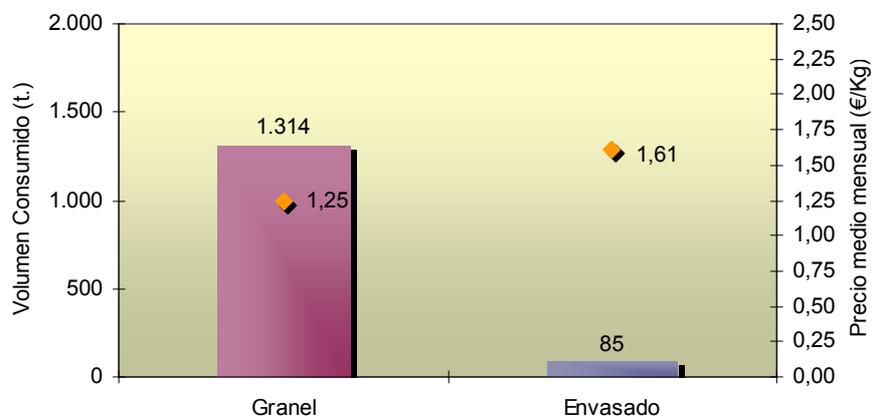
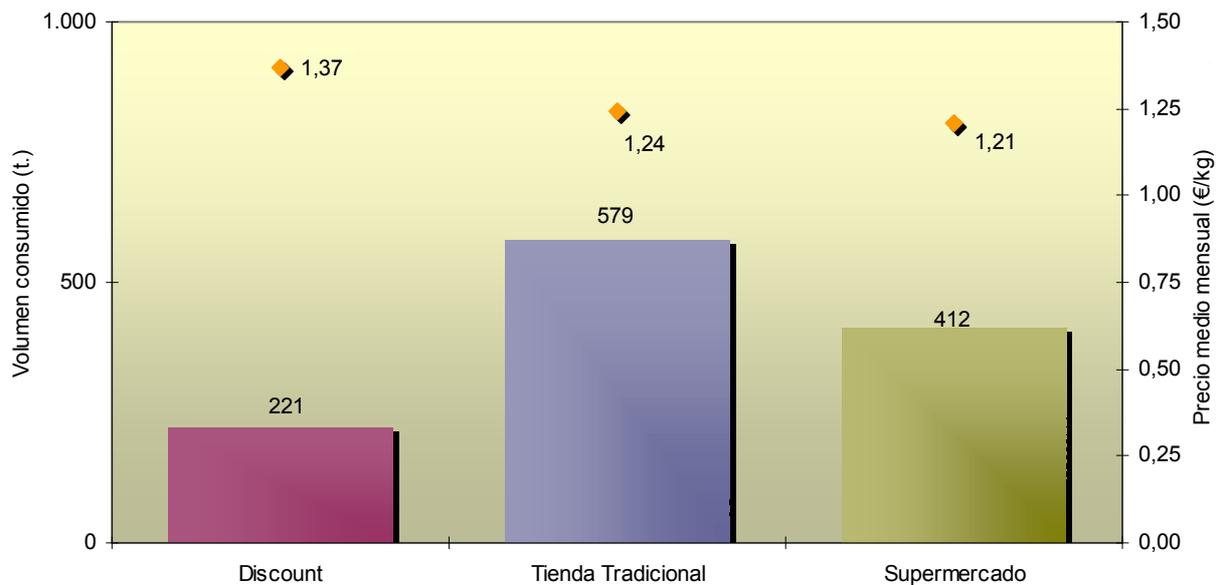


Gráfico 12 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del pepino en formatos Discount, Tienda Tradicional y Supermercado.

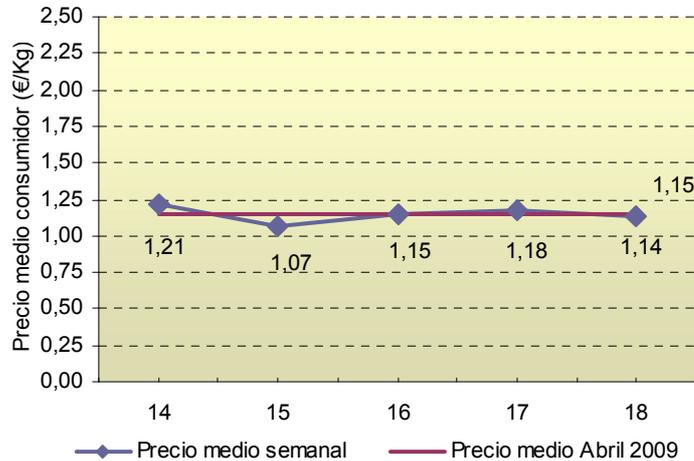


¹ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de pepino en el hipermercado no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

I.4. BERENJENA

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

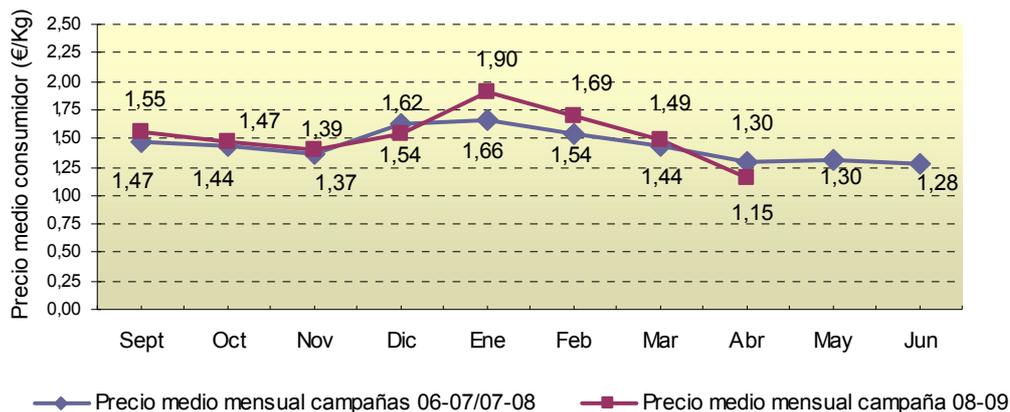
Gráfico 13 Evolución semanal de los precios al consumo de la berenjena



El arranque del mes de abril estuvo marcado por un descenso en el precio medio semanal de esta hortaliza de un 12%, recuperando parte del valor inicial a lo largo del resto del mes hasta situarlo en valores un 6% inferiores al que poseía a primeros de mes.

Merece la pena destacar la fuerte depreciación sufrida por el precio de la berenjena con respecto al mes de marzo que ha provocado una pérdida de valor de 0,34€/kg, posicionando su precio en niveles un 12% inferiores al valor medio mensual de las dos campañas precedentes.

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

Como ya es habitual en esta hortaliza, el grueso del volumen de ventas durante abril se ha realizado en formato a granel que representa el 92% del total comercializado. La bajada de precio con respecto a marzo, ha propiciado un incremento en el consumo total de berenjena durante abril.

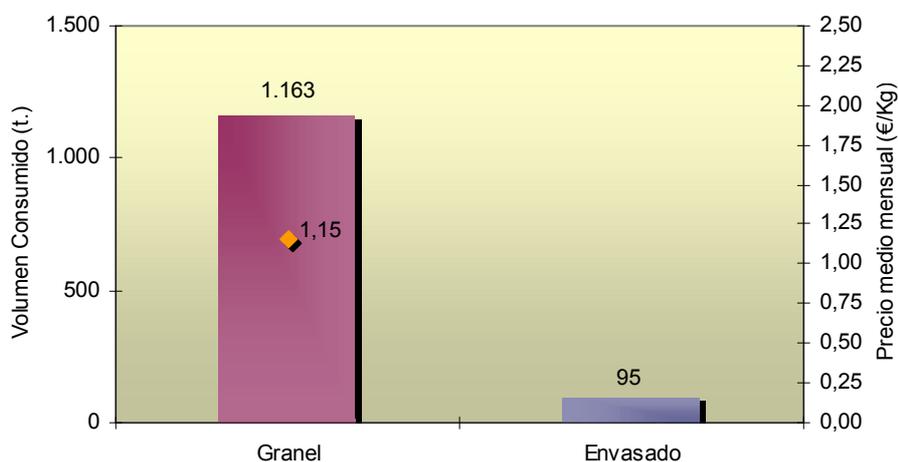
Como viene sucediendo habitualmente, las tiendas tradicionales son los establecimientos que acaparan la mayor parte de las ventas de berenjenas en Andalucía. Con respecto al total, las tiendas tradicionales han canalizado el 52%, los supermercados el 20% y las tiendas de discount un 11%. Por último deben contemplarse las ventas a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. que han supuesto un 11% del total de ventas en nuestra comunidad.

Considerando el precio por canal de distribución, vemos que los establecimientos más económicos fueron las tiendas de discount, que mantienen el mismo precio que durante el mes de marzo, seguidas por las tiendas tradicionales, que rebajan su cotización de esta hortaliza en más de 0,33€/kg y, los supermercados, que repiten como los establecimientos más caros, a pesar de que en con respecto a marzo han sufrido una disminución del precio en esta verdura de un 28%.

Tabla 4 Precios medios mensuales al consumo de la berenjena en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril².

| Precio medio mensual al consumo de la berenjena (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,15 | 1,31 |
| Envasado | - | 1,54 |

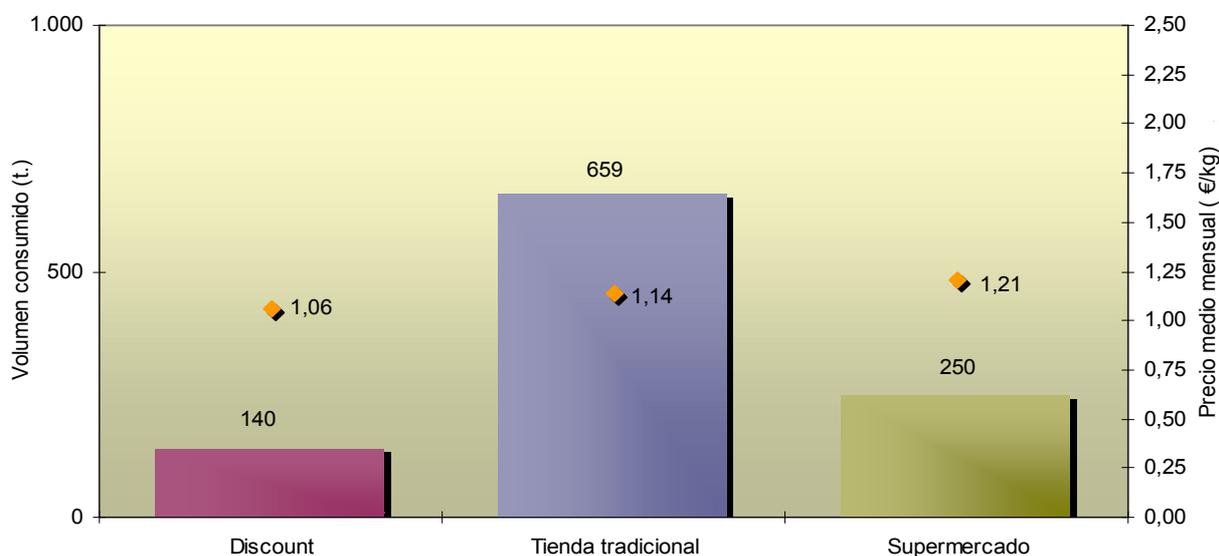
Gráfico 15 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la berenjena en formatos granel y envasado³.



² El dato del Precio medio mensual al consumo de berenjena en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

³ El dato del Precio medio mensual al consumo de berenjena en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

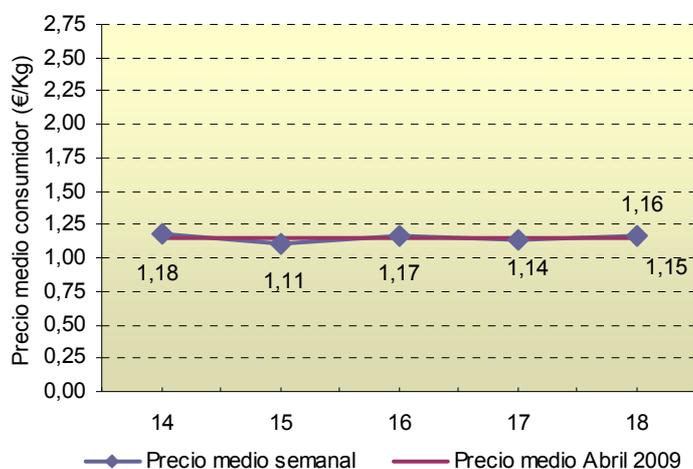
Gráfico 16 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la berenjena en los distintos canales de distribución⁴.



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.

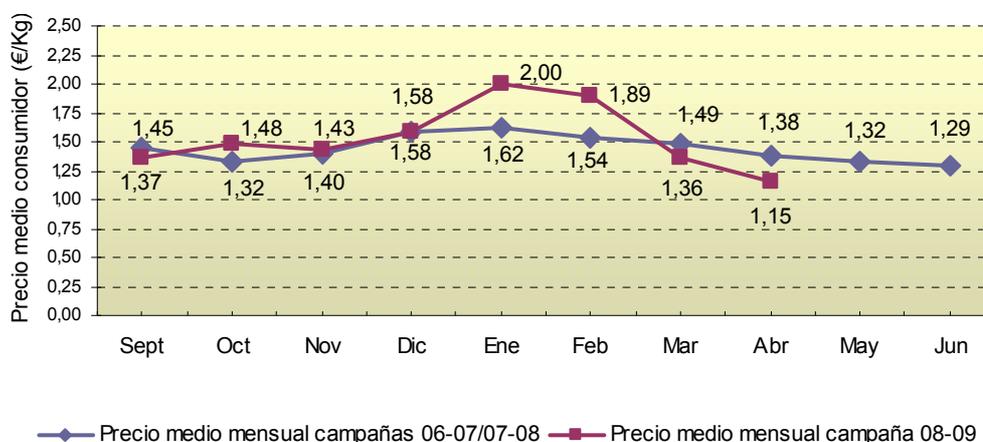


La estabilidad en la cotización del calabacín ha sido el acontecimiento a destacar en la evolución semanal a lo largo del mes. Sin embargo, esta estabilidad contrasta con el dato intermensual, en el que continúa la tónica descendente hasta registrar valores para el mes en estudio un 17% inferiores a la media de las campañas 06-07/07-08.

Esta tendencia a la baja coincide con una importante afluencia de producto a los mercados que propicia una bajada de precios en origen, con el consiguiente reflejo en los precios en destino.

⁴ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de berenjena en el hipermercado no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

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

El precio al consumo del formato a granel presenta valores muy similares tanto para el mercado nacional como el andaluz. Si consideramos el formato envasado, si existen diferencias entre el precio en España y el de Andalucía, en este sentido la caída de la cotización de esta hortaliza ha sido mayor para el mercado nacional con un descenso con respecto a marzo del un 19%, cifrándose en nuestra comunidad en el 16%.

El hecho de que los consumidores estén acostumbrados a comprar sus calabacines a granel, ha supuesto una ligera pérdida de poder adquisitivo para estos ciudadanos, ya que en abril el precio de la presentación envasada ha sido un 9% más económica. A pesar de este precio menor, solo 1 de cada 10 consumidores ha realizado sus compras de calabacín en envase consumidor.

Otro suceso destacable es el hecho de que durante abril las tiendas tradicionales han sido uno de los establecimientos más caros en cuanto a precio del calabacín, precedidas por las tiendas de discount, sólo 2 céntimos de euro de media por encima. Al contrario de lo que cabría esperar, las tiendas tradicionales repiten encabezando el ranking de ventas para abril canalizando un 47% de producto. El resto de establecimientos han supuesto un 24%, un 14% y un 8%, para supermercado, tiendas de discount e hipermercado respectivamente. Mencionar en último lugar el 7% de ventas que se han realizado a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc.

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

| Precio medio mensual al consumo del calabacín (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,16 | 1,17 |
| Envasado | 1,06 | 1,24 |

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

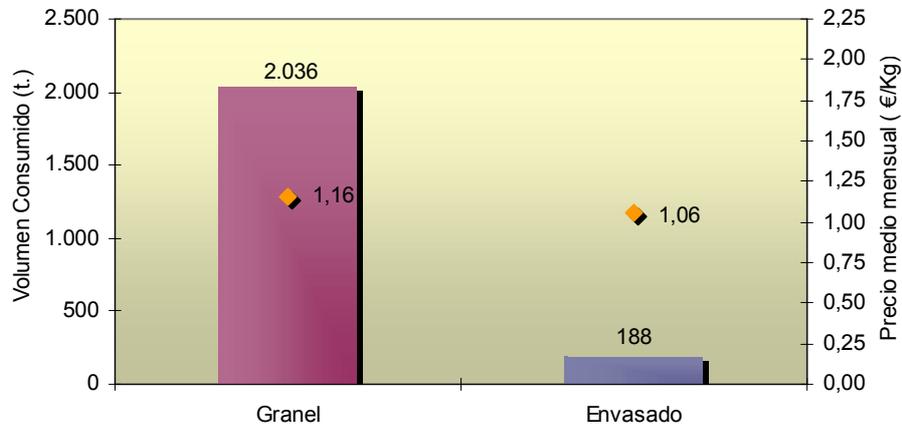
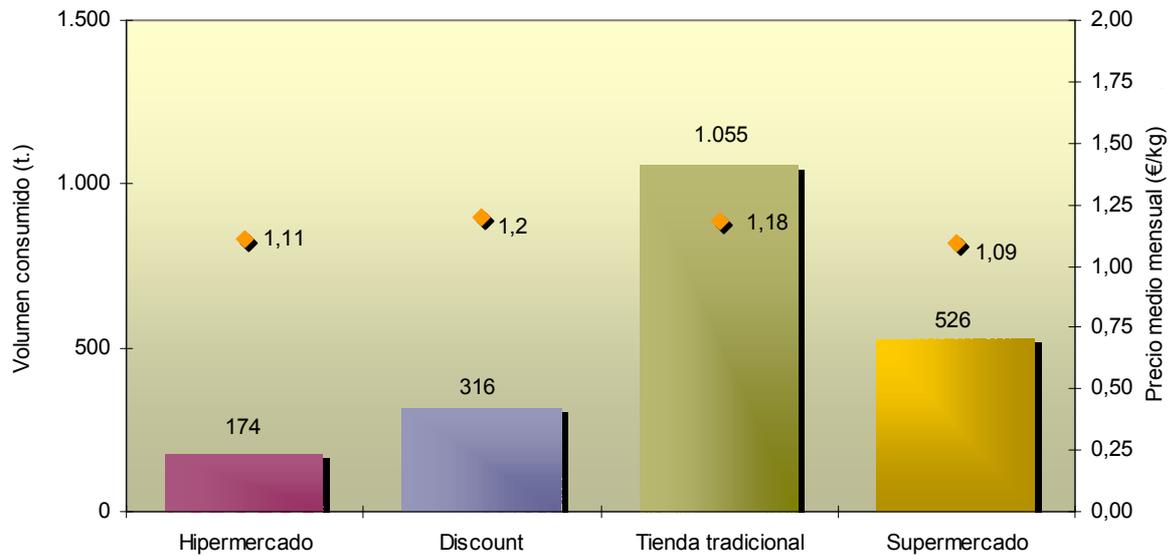


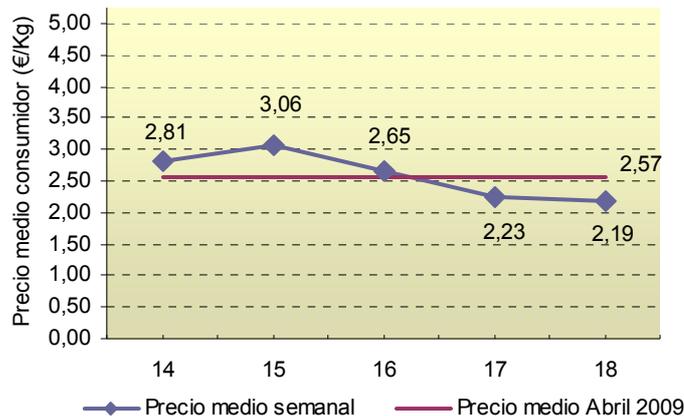
Gráfico 20 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del calabacín en los distintos canales de distribución.



I.6. JUDÍA VERDE

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

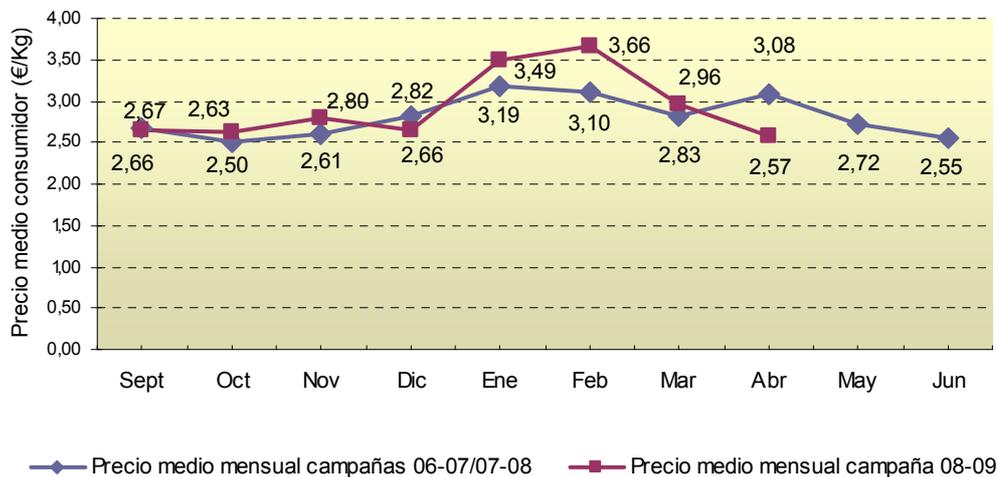
Gráfico 21 Evolución semanal de los precios al consumo de la judía verde



La judía verde ha presentado una clara tendencia sigmoidea en la evolución de su precio semanal. Estas fluctuaciones han provocado que la diferencia existente entre el valor máximo y el mínimo registrados sea de 0,87€/kg, rango nada desdeñable si consideramos que el precio medio se ha situado en 2,57€/kg.

Continúa la tendencia decreciente en el precio medio mensual, situándose este mes en valores un 17% inferiores a la media de las dos campañas precedentes. Es más destacable si cabe, la caída acumulada en los dos últimos meses en que ha existido una disminución de casi 1,1€/kg.

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

En abril se ha producido una situación curiosa en cuanto al precio medio por formato, pues existen diferencias de comportamiento según el mercado considerado. Así en Andalucía la judía a granel ha sido un 5% más económica que en presentaciones envasadas, no obstante si consideramos el mercado nacional ocurre justo lo contrario siendo la envasada un 4% más barata que a granel.

El menor precio de la judía a granel ha motivado un mes más que sea ésta la presentación predilecta por los consumidores andaluces con un 85%.

Por establecimientos, la tienda tradicional sigue siendo la más representativa, con un 59% de las compras, seguida de los supermercados con un 20% y las tiendas de discount con un 5%. Para finalizar hay que mencionar que las ventas a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. han supuesto un 12% del total de transacciones realizadas en nuestra comunidad.

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 abril.

| Precio medio mensual al consumo de la judía verde (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 2,56 | 2,60 |
| Envasado | 2,68 | 2,50 |

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

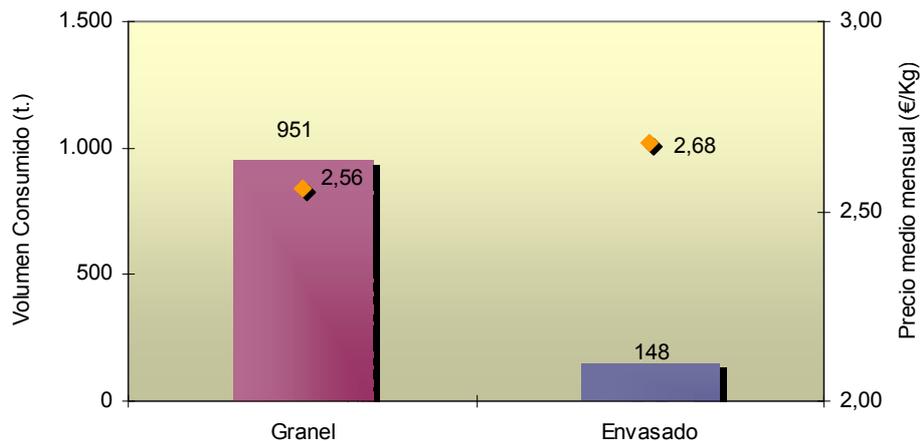
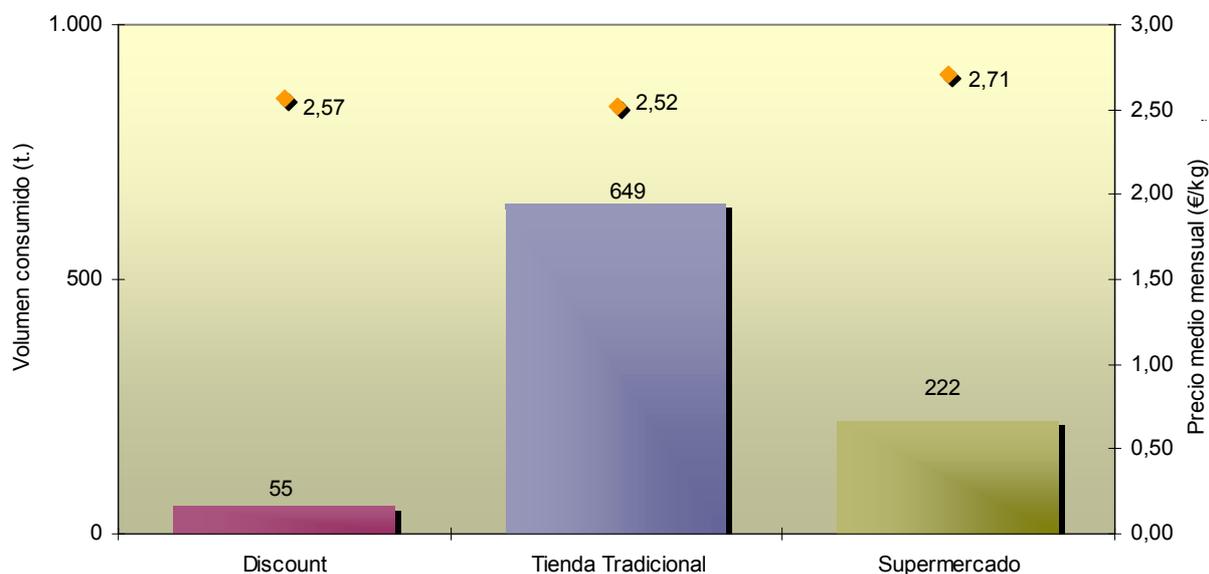


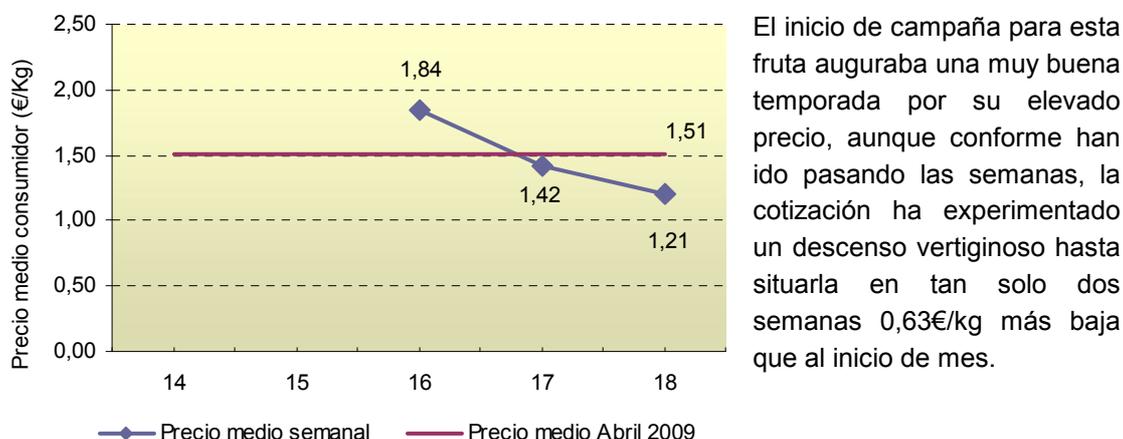
Gráfico 24 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la judía verde en los distintos canales de distribución⁵.



I.7. MELÓN

I.7.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del melón

Gráfico 25 Evolución semanal de los precios al consumo del melón

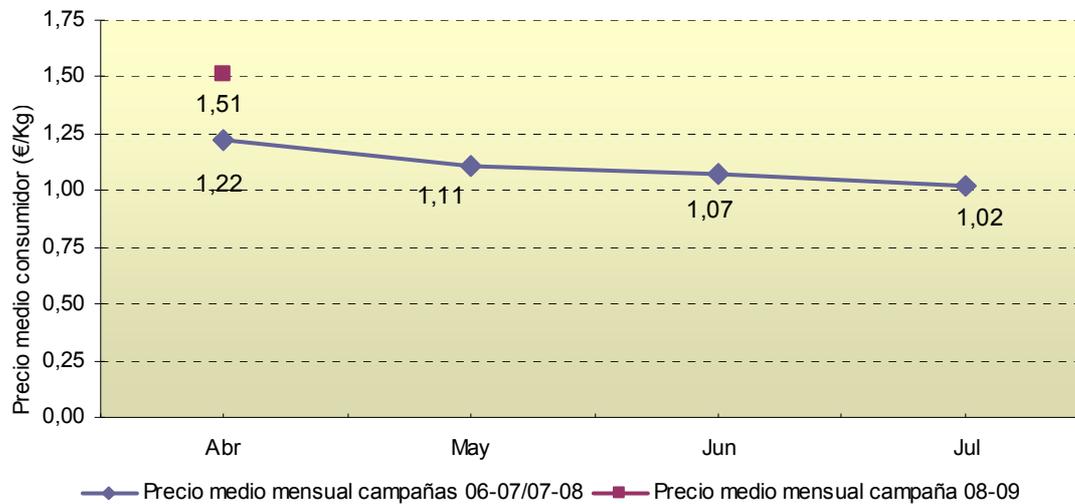


Esta bajada de precios ha estado originada por un nivel de oferta que paulatinamente se ha visto incrementado con el paso de las semanas.

En relación a las campañas 06-07/07-08, el precio medio mensual para abril de este año se ha situado en niveles un 19% superiores que la media de las campañas precedentes.

⁵ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de judía verde en el hipermercado no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

Gráfico 26 Evolución mensual de los precios al consumo del melón



I.7.2 Comparativa precio medio mensual al consumo del melón por formato de venta y canal de distribución

Profundizando en los hábitos de compra de los andaluces, se observa que esta fruta normalmente se adquiere en formato granel en nuestra comunidad, así solo 1 de cada 8 consumidores han comprado sus melones en presentaciones envasadas. En cuanto al establecimiento, el predilecto suele ser la tienda tradicional, que durante abril ha canalizado un 49% del total de ventas, seguidas por los supermercados con un 25%. Por último, se debe mencionar la existencia de un 5% de ventas que se han realizado a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al productor, etc. El precio en el arranque de la campaña de melón nacional para ambos establecimientos ha diferido sensiblemente a favor de las tiendas tradicionales, que se han mostrado como los establecimientos más caros, con una diferencia respecto a los supermercados de 0,21€/kg.

Tabla 7 Precios medios mensuales al consumo del melón en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril⁶.

| Precio medio mensual al consumo de la melón (€/kg) | | |
|--|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,51 | 1,73 |
| Envasado | - | 1,91 |

⁶ El dato del Precio medio mensual al consumo de melón en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

Gráfico 27 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del melón en formatos granel y envasado⁷.

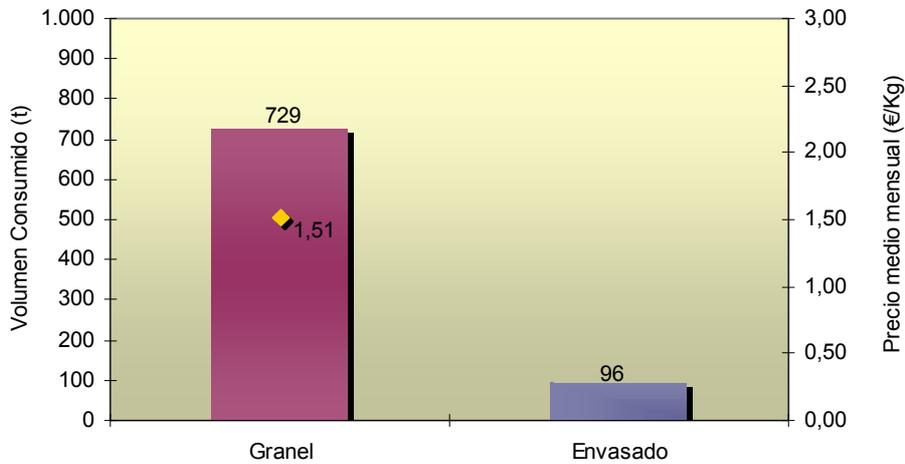
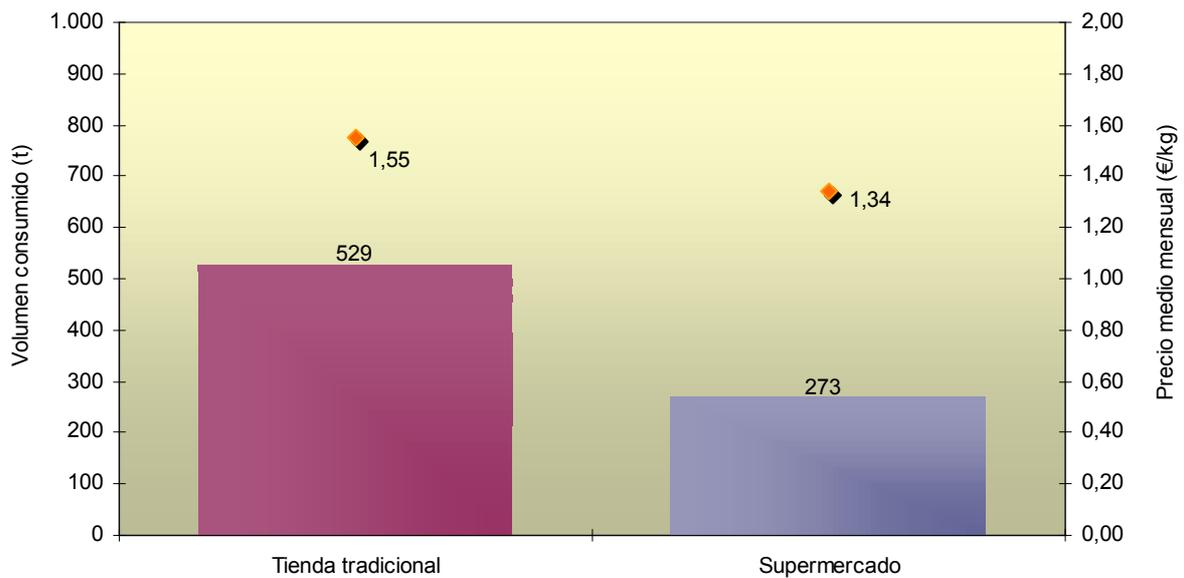


Gráfico 28 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual del melón en los distintos canales de distribución⁸.



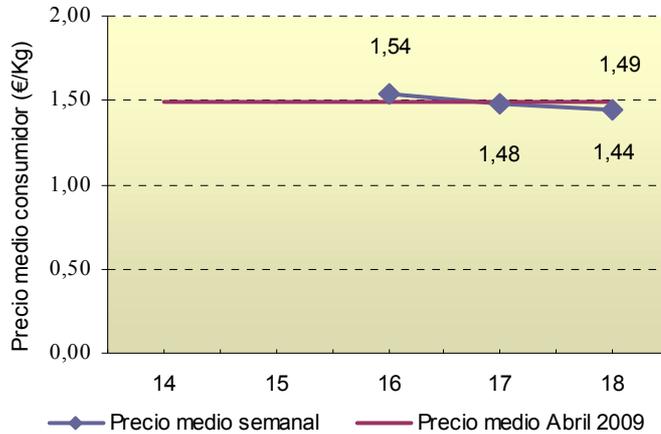
⁷ El dato del Precio medio mensual al consumo de melón en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

⁸ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de melón en el hipermercado y en las tiendas de discount no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

I.8. SANDÍA

I.8.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de la sandía

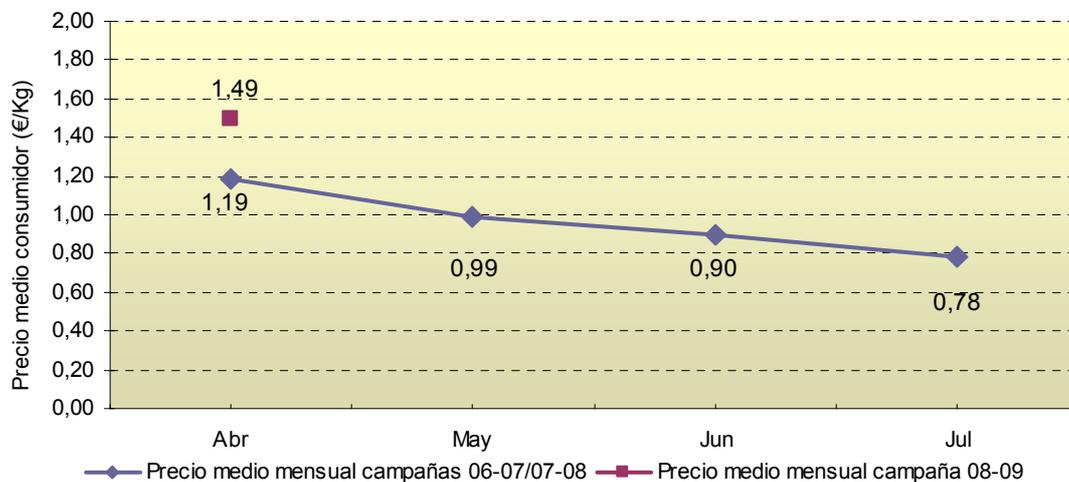
Gráfico 29 Evolución semanal de los precios al consumo de la sandía



La campaña de sandía comenzó con un precio alto al consumo, aunque inmediatamente inició un ligero descenso en su precio hasta situarlo en valores un 6% inferiores. Esta pérdida de valor es consecuencia del aumento de volumen ofertado algo superior a la demanda existente.

El inicio de campaña plantea buenas perspectivas para el sector, puesto que si se establece la comparación con las campañas precedentes vemos que el precio medio de abril ha sido un 20% superior que la media de dichas campañas.

Gráfico 30 Evolución mensual de los precios al consumo de la sandía



I.8.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de la sandía por formato de venta y canal de distribución

Durante abril, se observa que el formato granel ha sido el preferido por los consumidores andaluces a la hora de realizar sus compras, pues más del 95% de las ventas que se realizaron durante este mes se hicieron en este tipo de presentación comercial.

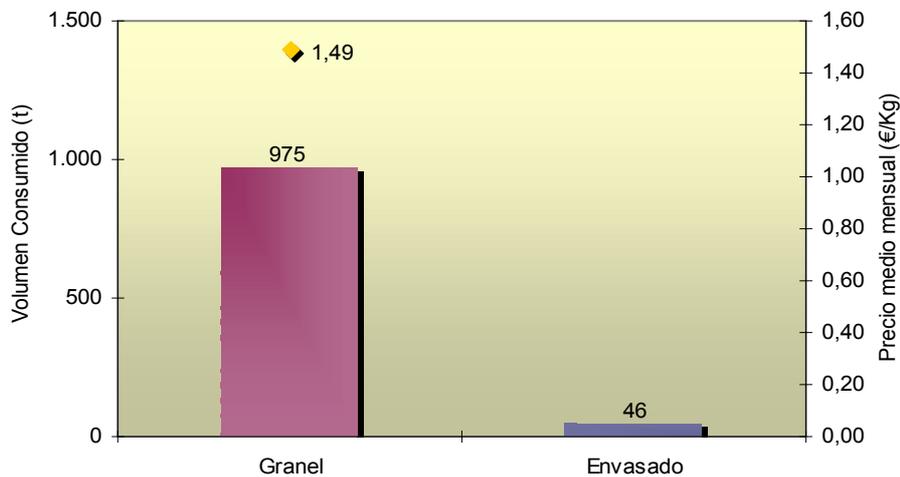
Considerando el establecimiento de compra las ventas se reparten de forma más o menos igualada entre las tiendas tradicionales, con un 30% del total de compras, y los supermercados, que canalizan un 25% del total. Merece la pena destacar que existe un 30% de ventas que se han realizado a través de otros canales como mercadillos, internet, compras directas al

productor, etc. El precio en el arranque de la campaña de sandía nacional para ambos establecimientos se ha presentado al mismo nivel, con un valor cercano a 1,5€/kg.

Tabla 8 Precios medios mensuales al consumo de la sandía en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril⁹.

| Precio medio mensual al consumo de la sandía (€/kg) | | |
|---|-----------|--------|
| | Andalucía | España |
| Granel | 1,49 | 1,40 |
| Envasado | - | 1,50 |

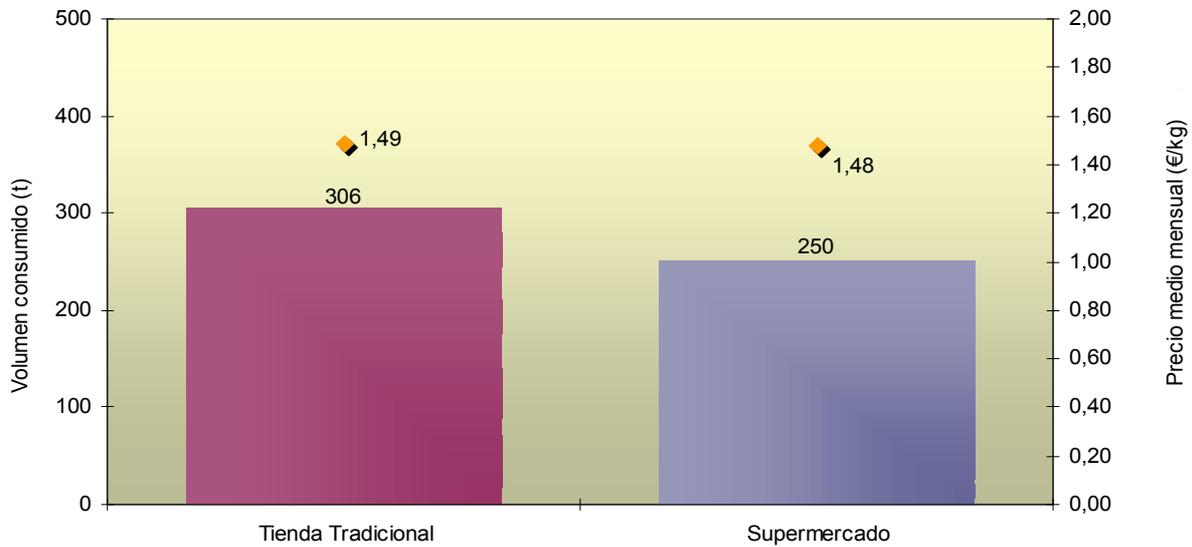
Gráfico 31 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la sandía en formatos granel y envasado¹⁰.



⁹ El dato del Precio medio mensual al consumo de sandía en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

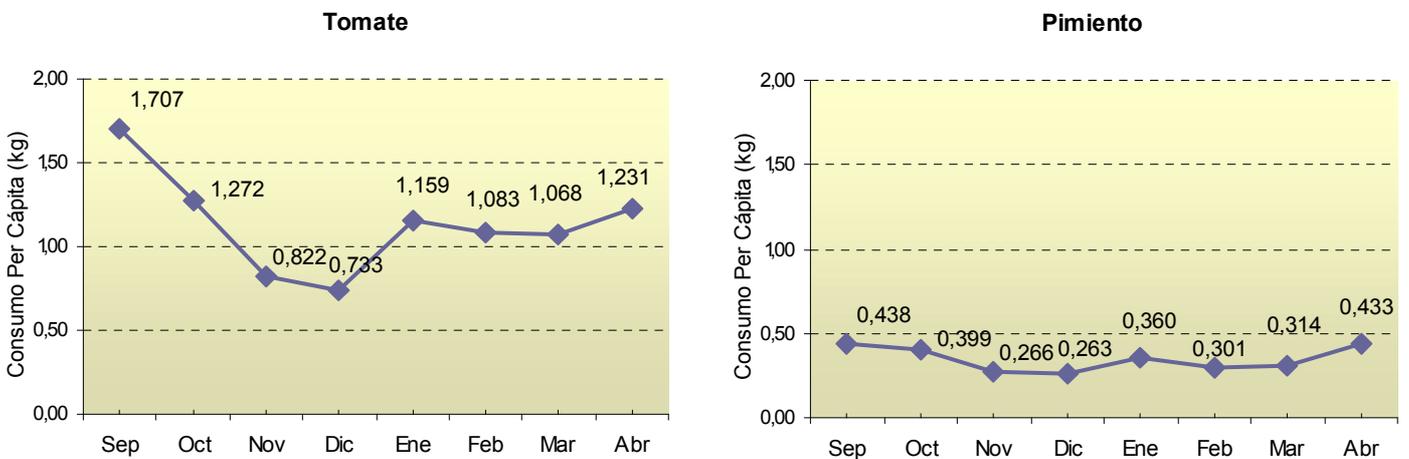
¹⁰ El dato del Precio medio mensual al consumo de sandía en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

Gráfico 32 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de la sandía en los distintos canales de distribución ¹¹.



II. Análisis del consumo en Andalucía

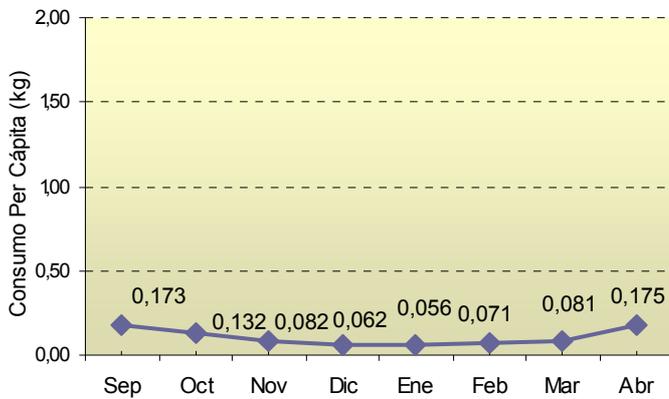
II.1. Evolución mensual del consumo per cápita en Andalucía. ¹²



¹¹ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de sandía en el hipermercado y en las tiendas de discount no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

¹² No se muestra la evolución del consumo per cápita del melón y la sandía, por iniciarse su análisis en abril.

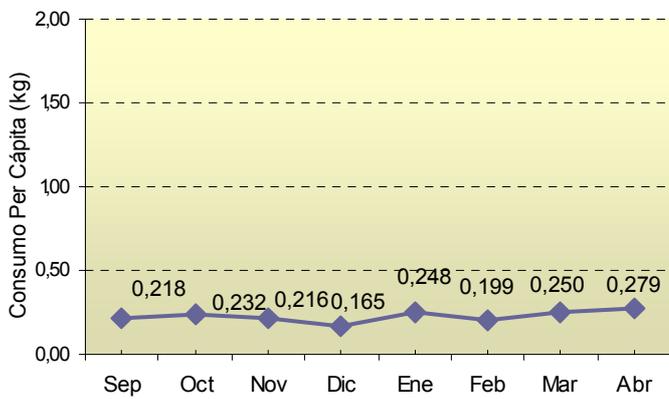
Pepino



Berenjena



Calabacín



Judía Verde



Tabla 9 Ranking por producto del consumo total per cápita mensual en Andalucía durante el mes de abril.

| Producto | | Consumo (Kg/per cápita) |
|----------|-------------|-------------------------|
| 1º | Tomate | 1,231 |
| 2º | Pimiento | 0,433 |
| 3º | Calabacín | 0,279 |
| 4º | Pepino | 0,175 |
| 5º | Berenjena | 0,158 |
| 6º | Judía Verde | 0,138 |
| 7º | Melón | 0,136 |
| 8º | Sandía | 0,128 |

Durante el mes de abril se produce una reactivación en el consumo per cápita de todos los productos motivada por la bajada generalizada de precios en casi todos, con la excepción del tomate, que aumentó su cotización.

Si se relaciona el consumo mensual actual con el de la campaña precedente, a excepción de sandía y melón, todos ellos experimentan un ascenso en su consumo superior al 20%. En tomate la subida se ha moderado más, frenándose en el 6%. Si expresamos los datos como consumos acumulados de campaña, en todos los productos existe déficit de consumo con respecto a la campaña 2007/08, con la excepción del calabacín que ha experimentado una ligera recuperación. Destacan las importantes caídas de consumo de la sandía y el melón, que rondan el 90%.

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

Tabla 10 Consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de abril de 2009 y 2008.

| | Tomate | Pimiento | Pepino | Berenjena | Calabacín | Judía Verde | Sandía | Melón |
|--|--------|----------|--------|-----------|-----------|-------------|--------|-------|
| Consumo Abril 2009 (toneladas) | 9.817 | 3.457 | 1.399 | 1.257 | 2.224 | 1.098 | 1.020 | 1.085 |
| Consumo Abril 2008 (toneladas) | 9.227 | 2.596 | 1.038 | 902 | 1.778 | 880 | 1.881 | 2.089 |
| % variación Consumo 2009 respecto al Consumo 2008 | ▲6% | ▲25% | ▲26% | ▲28% | ▲20% | ▲20% | ▼84% | ▼93% |
| Acumulado Campaña 2008/09 | 72.386 | 22.123 | 6.641 | 8.961 | 14.410 | 7.924 | 1.020 | 1.085 |
| Acumulado Campaña 2007/08 | 75352 | 25.537 | 6.962 | 11.349 | 14.091 | 8.599 | 1.881 | 2.089 |
| % variación Consumo Acumulado 2008/09 respecto al Consumo Acumulado 2007/08 | ▼4% | ▼15% | ▼5% | ▼27% | ▲2% | ▼9% | ▼84% | ▼93% |

Gráfico 33 Comparativa del volumen consumido de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de abril de 2009 y 2008.

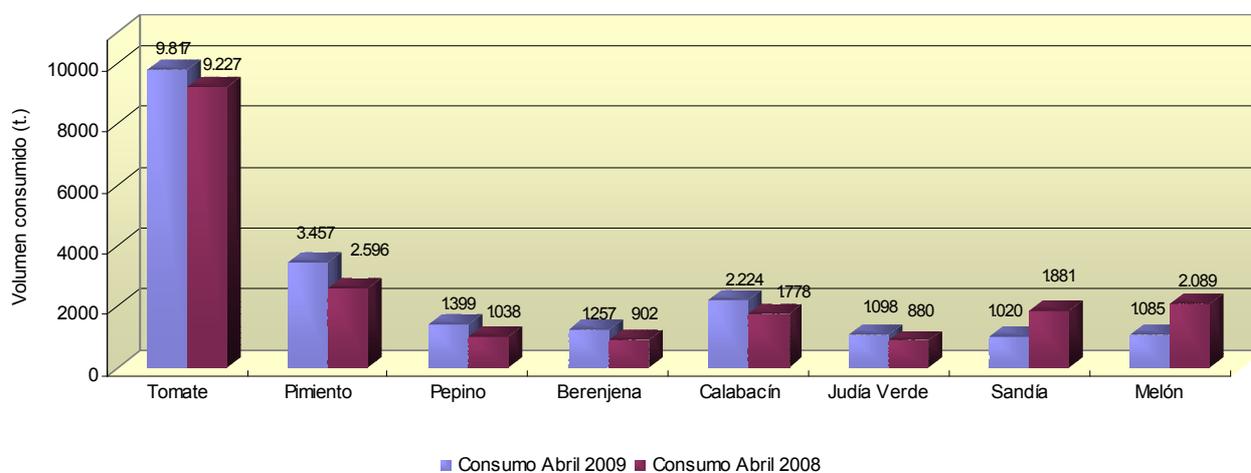


Gráfico 34 Comparativa del volumen consumido acumulado de los principales productos hortícolas en Andalucía hasta el mes de abril de 2008 y 2007

