

Boletín de seguimiento de campaña 2010/11

Sector cítricos

MANDARINA



Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación
3. Precio medio en centro de manipulación de mandarina
4. Precio medio en centro de manipulación por variedad
5. Incidencias de campaña
6. Precio medio y volumen acumulado en consumo de mandarina por formato
7. Precio medio y volumen acumulado en consumo por establecimiento de venta
8. Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España
9. Volumen consumido acumulado en Andalucía y España

1. Notas metodológicas (I)

↪ Los precios presentados en este boletín son extraídos de las consultas al Observatorio de precios y mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca (<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios>).

↪ El **precio en centro de manipulación (CM)** se define como el precio de la mercancía situada sobre el camión en el muelle de la comercializadora. Este precio incluye costes de estructura, mano de obra y envasado. Se diferencian dos tipos de precios medios en centro de manipulación:

↪ **Precio medio en CM por producto.** Se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas de producto utilizando una ponderación semanal del volumen.

↪ **El precio medio en CM por variedad.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en CM por producto, con la salvedad de diferenciar por variedades en la ponderación.

↪ 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 2.111 hogares andaluces y 12.000 españoles que declaran lo que consumen diariamente. El precio se obtiene utilizando una ponderación semanal del volumen consumido. Las dos variables que definen el precio al consumo son:

↪ El **formato de presentación.** Distinguiéndose el producto a granel y envasado.

↪ 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.

↪ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

1. Notas metodológicas (II)

Este boletín presenta los siguientes análisis:

↪ **Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación.** Estudia la evolución de la cotización en centro de manipulación del producto en la campaña vigente en comparación con la anterior.

↪ **Precio medio en centro de manipulación por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **Precio medio en centro de manipulación por variedad.** Compara el precio medio acumulado por variedad de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.

↪ **Incidencias de campaña.** Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.

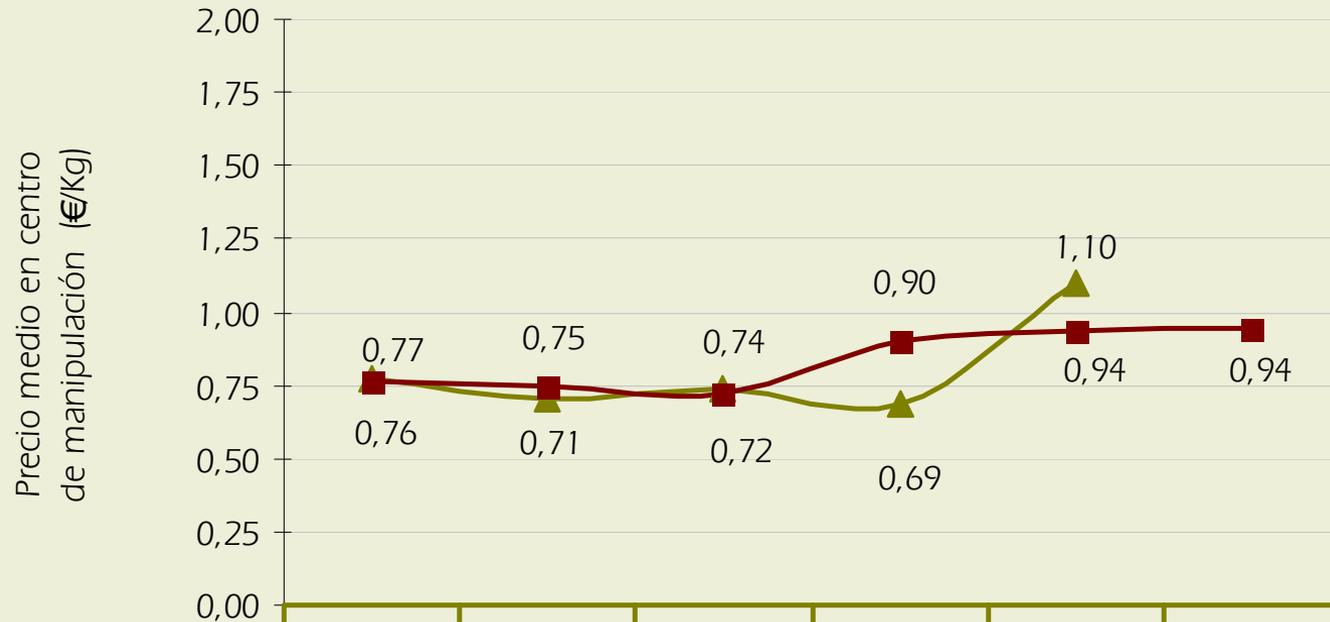
↪ **Precio medio y volumen acumulado en consumo por formato.** Compara el volumen y precio medio al consumo acumulado durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.

↪ **Precio medio y volumen acumulado en consumo por establecimiento de venta.** Compara los datos de consumo acumulado en la campaña actual, en España, con los de la campaña anterior diferenciando por establecimiento de venta.

↪ **Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España.** Estudia la evolución del consumo mensual en Andalucía y en España a lo largo de la campaña actual.

↪ **Volumen consumido acumulado en Andalucía y en España.** Analiza el volumen consumido acumulado durante la campaña actual y la pasada, en Andalucía y España.

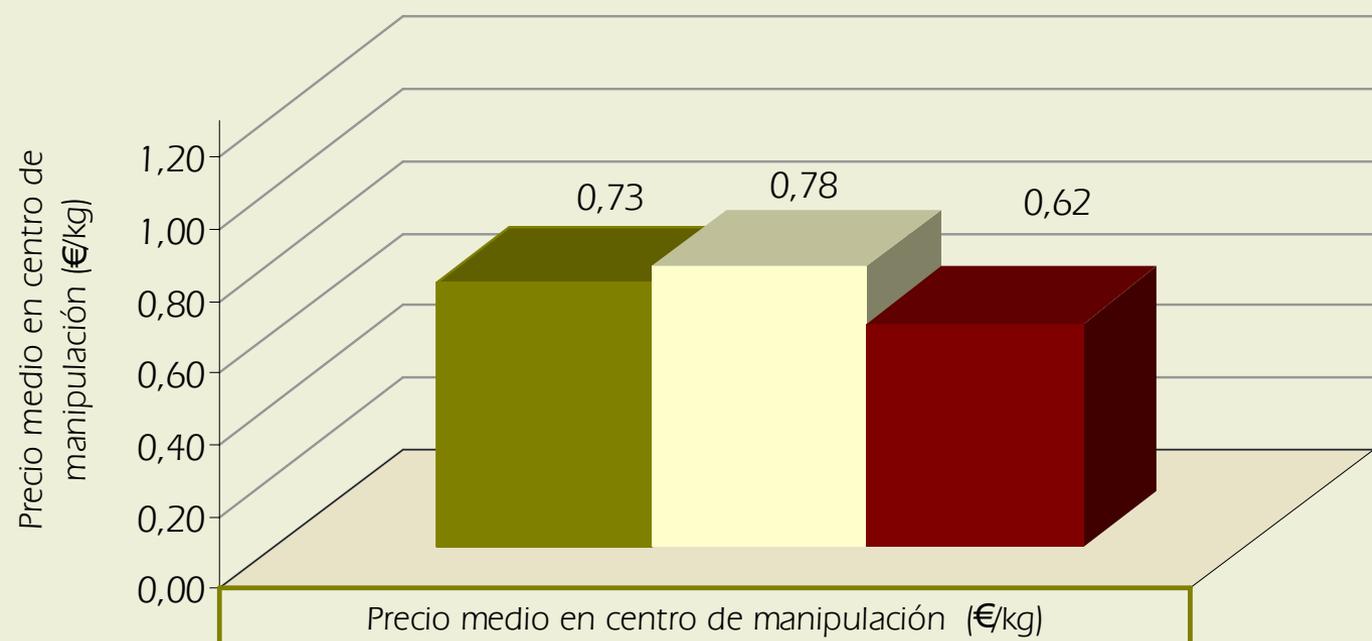
2. Evolución mensual de los precios en centro de manipulación de mandarina



	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar
▲ Precio medio mensual. Campaña 10/11	0,77	0,71	0,74	0,69	1,10	—
■ Precio medio mensual. Campaña 09/10	0,76	0,75	0,72	0,90	0,94	0,94

NOTA: No se dispone de datos representativos de la mandarina para el mes de marzo de la campaña 2010/11.

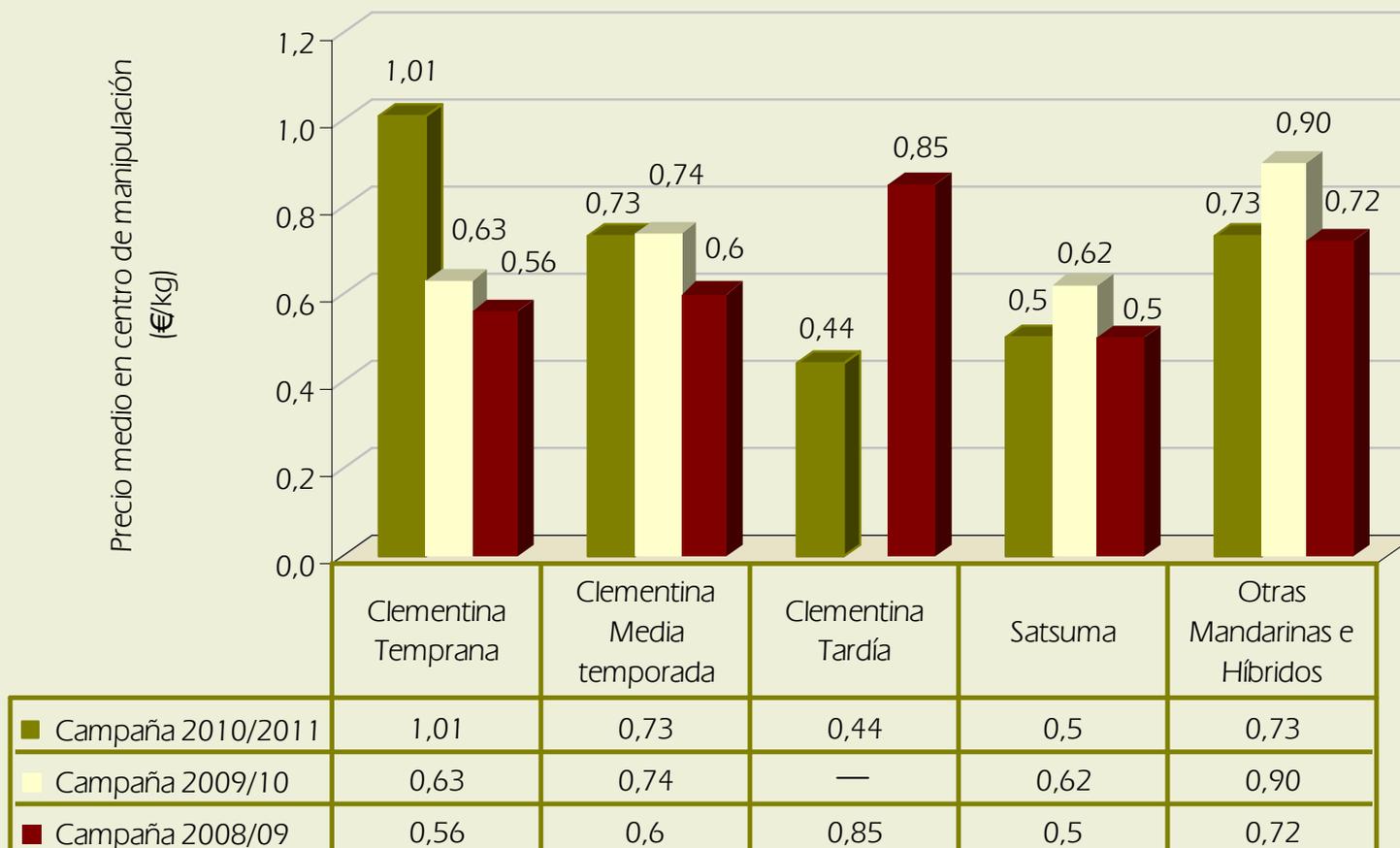
3. Precio medio en centro de manipulación de mandarina (Oct-Mar)



Campaña	Precio medio en centro de manipulación (€/kg)
Campaña 2010-2011	0,73
Campaña 2009-2010	0,78
Campaña 2008-2009	0,62

NOTA: Los datos de precio en centro de manipulación para la mandarina se obtienen a partir de los valores para los meses de octubre a marzo.

4. Precios medios en centro de manipulación por variedad de mandarina (Oct-Mar)

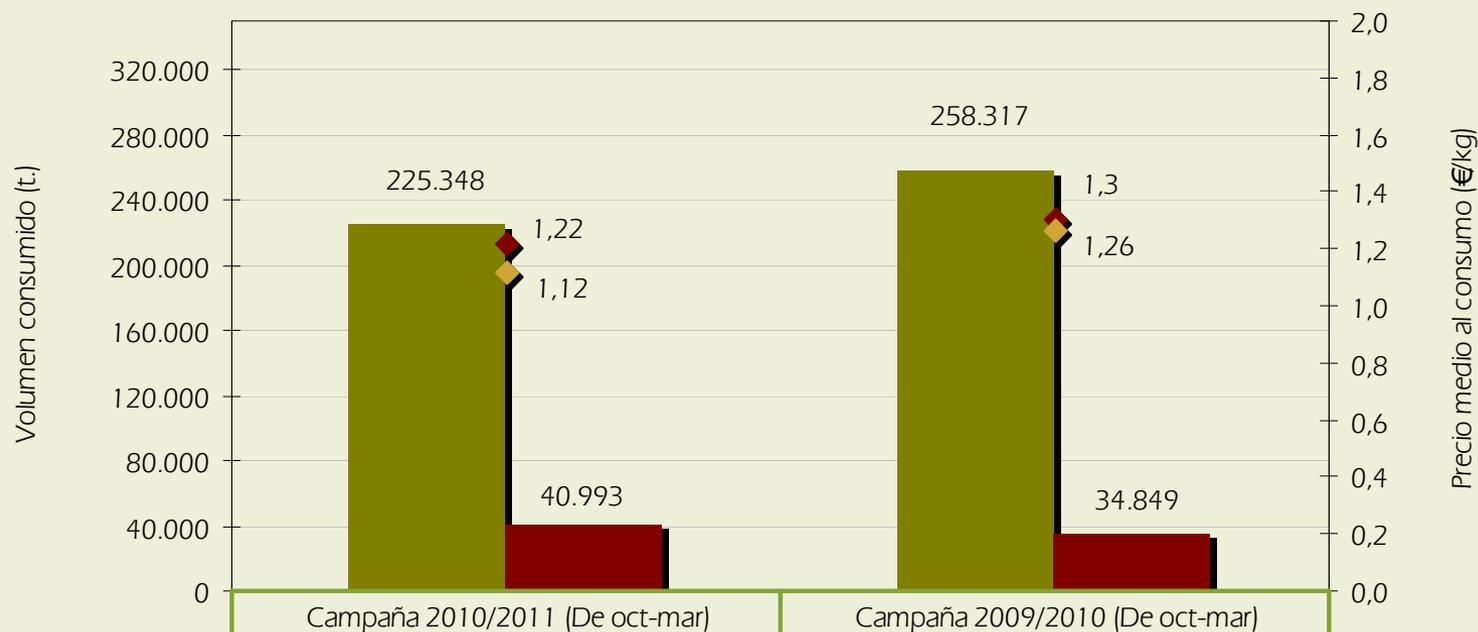


NOTA: No se dispone de datos representativos de la Clementina Tardía para el período de octubre a marzo de la campaña 2009/10.

5. Incidencias de campaña

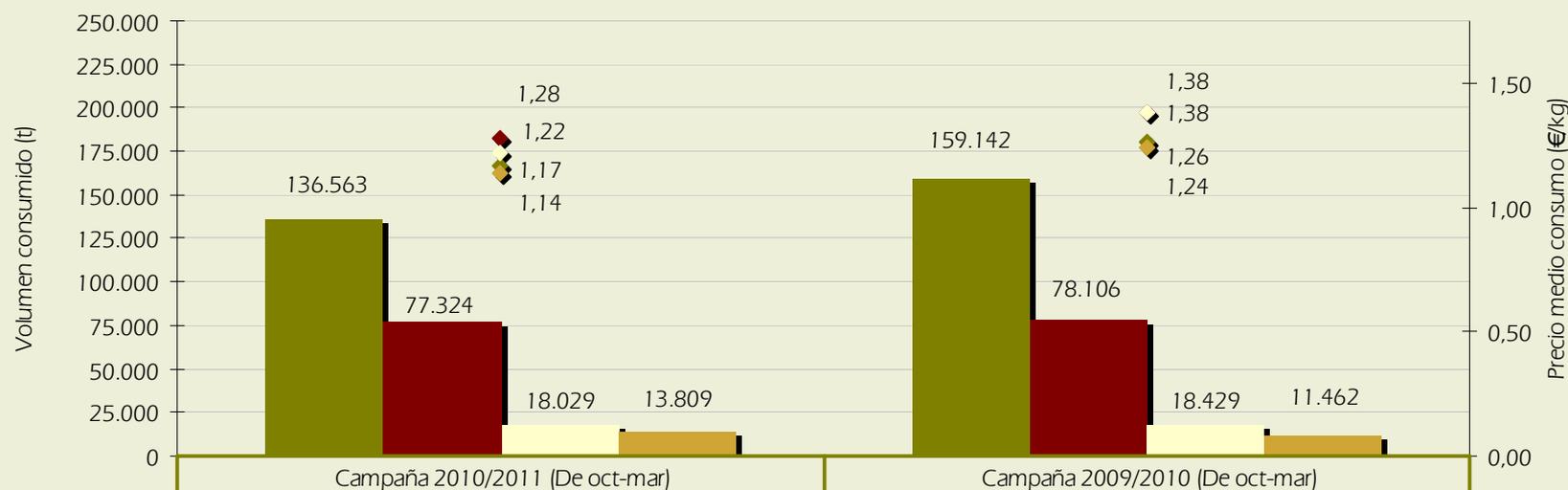
- Realizados los aforos de cosecha al comienzo de la campaña se estimó que la producción iba a ser superior a la del año anterior. El comienzo de campaña estuvo marcado por un mayor aforo de cosecha que la campaña precedente, con frutos de menor calibre pero de una calidad excepcional. Esta circunstancia propició la obtención de elevadas cotizaciones en árbol y unos mayores precios al consumo.
- Durante el período invernal se mantuvo la tónica de campañas precedentes, al predominar la climatología adversa que afectó a todo el continente europeo, dificultando notablemente el transporte por carretera, y por tanto la distribución de las exportaciones.
- La estabilidad de las cotizaciones durante los primeros meses de la campaña de la mandarina, contrasta con la situación vivida a partir del mes de enero, caracterizado por una bajada de las cotizaciones de la fruta tanto en campo como de salida de centro de manipulación.
- A raíz del inicio de la campaña de la variedad Nadorcott durante el mes de febrero, protegida por patente y muy valorada por el mercado, se experimenta un repunte de las cotizaciones medias de salida de almacén.
- Con la salvedad de algunas partidas de la variedad Nadorcott, el mes de marzo marca la finalización de la comercialización de la mandarina andaluza.
- Con respecto al PVP cabe destacar una bajada general del mismo con respecto a la anterior campaña, especialmente acentuada en el producto envasado, al destinar a este formato los calibres y las categorías menos valoradas.

6. Precio medio y volumen acumulado en consumo de mandarina por formato (Oct-Mar)



■ Volumen granel	225.348	258.317
■ Volumen envasado	40.993	34.849
◆ Precio medio consumo granel	1,22	1,3
◆ Precio medio consumo envasado	1,12	1,26

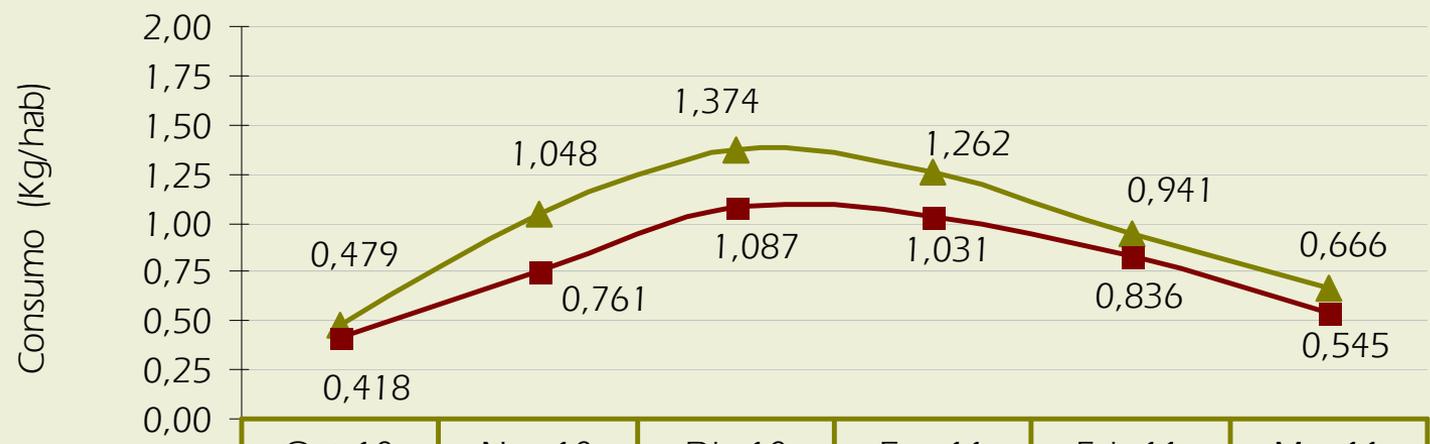
7. Precio y volumen acumulado en consumo de mandarina por establecimiento de venta ⁽¹⁾ (Oct-Mar)



■ Volumen t.tradicional	136.563	159.142
■ Volumen supermercado	77.324	78.106
■ Volumen hipermercado	18.029	18.429
■ Volumen t.descuento	13.809	11.462
◆ P.medio t.tradicional	1,17	1,26
◆ P.medio supermercado	1,28	1,38
◆ P.medio hipermercado	1,22	1,38
◆ P.medio t.descuento	1,14	1,24

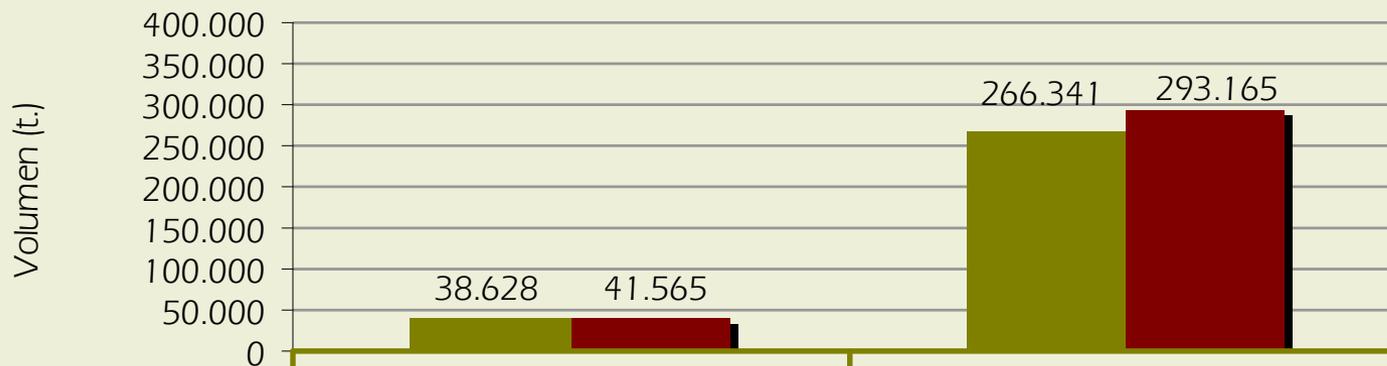
(1): Se desglosa por los principales tipos de establecimientos, excluyendo "otros canales" dentro del cual se encuentran los mercadillos, ventas online, etc.

8. Análisis del consumo mensual per cápita de mandarina en Andalucía y España



Consumo (Kg/hab)	Oct-10	Nov-10	Dic-10	Ene-11	Feb-11	Mar-11
Consumo mensual per cápita España	0,479	1,048	1,374	1,262	0,941	0,666
Consumo mensual per cápita Andalucía	0,418	0,761	1,087	1,031	0,836	0,545

9. Volumen consumido acumulado de mandarina en Andalucía y España



■ Volúmen consumido 2010-2011 (De oct-mar)	38.628	266.341
■ Volúmen consumido 2009-2010 (De oct-mar)	41.565	293.165
Variación porcentual interanual	-7%	-9%