

## Boletín de seguimiento de campaña 2010/11 Sector cítricos

### LIMÓN



## Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación
3. Precio medio en centro de manipulación del limón
4. Precio medio en centro de manipulación por variedad
5. Incidencias de campaña
6. Precio medio y volumen acumulado en consumo de limón 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:

El **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 del producto de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **Precio medio en centro de manipulación por variedad.** Compara el precio medio 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 durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.

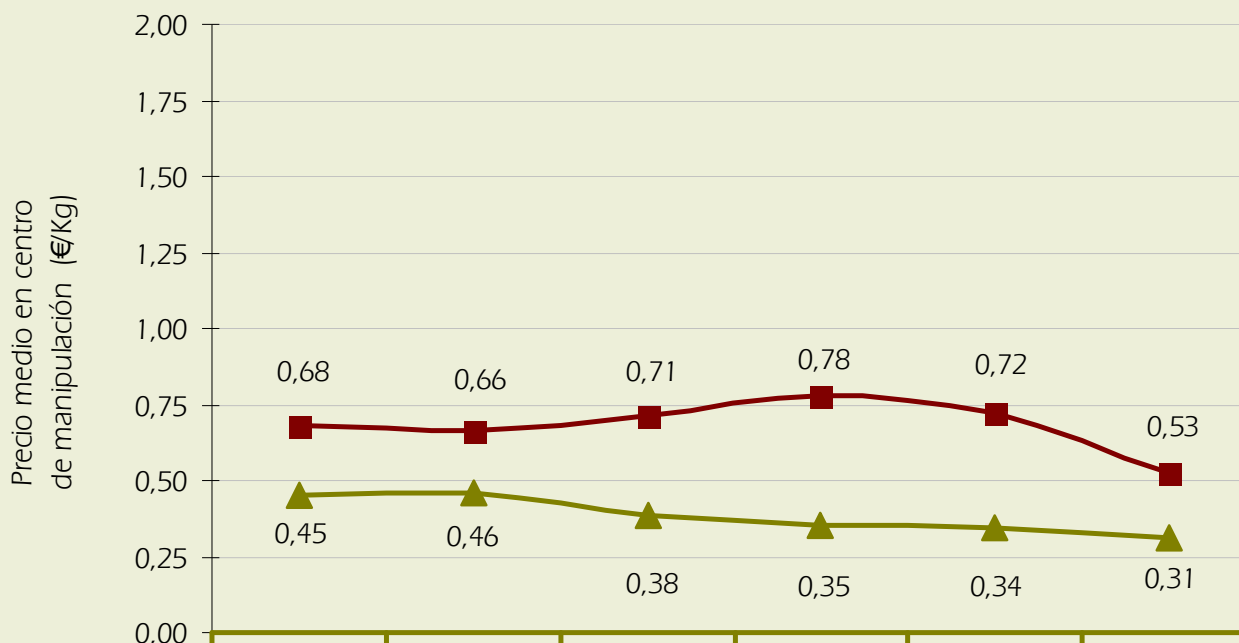
↪ **Precio medio y volumen acumulado en consumo por establecimiento de venta.** Compara los datos de consumo acumulado en la campaña actual, en España, con los de la campaña anterior diferenciando por establecimiento de venta.

↪ **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.

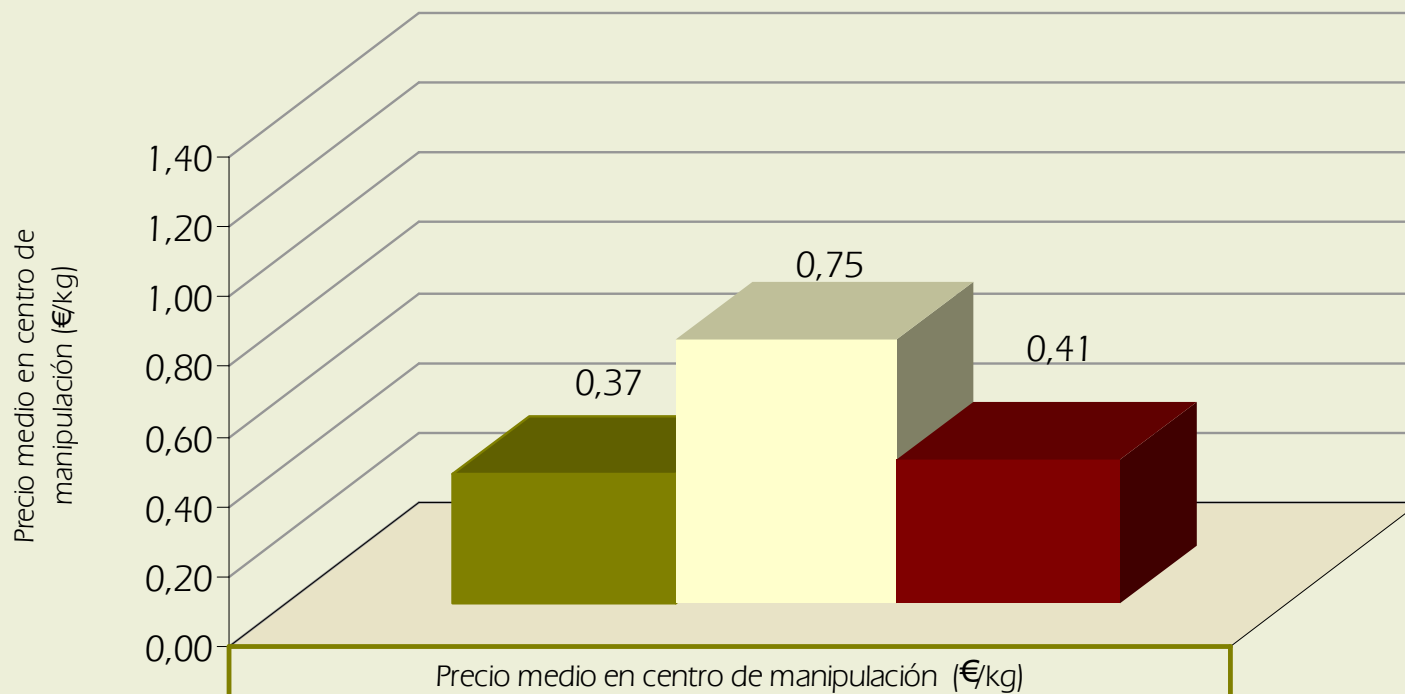


## 2. Evolución mensual de los precios en centro de manipulación de limón



▲ Precio medio mensual. Campaña 10/11	0,45	0,46	0,38	0,35	0,34	0,31
■ Precio medio mensual. Campaña 09/10	0,68	0,66	0,71	0,78	0,72	0,53

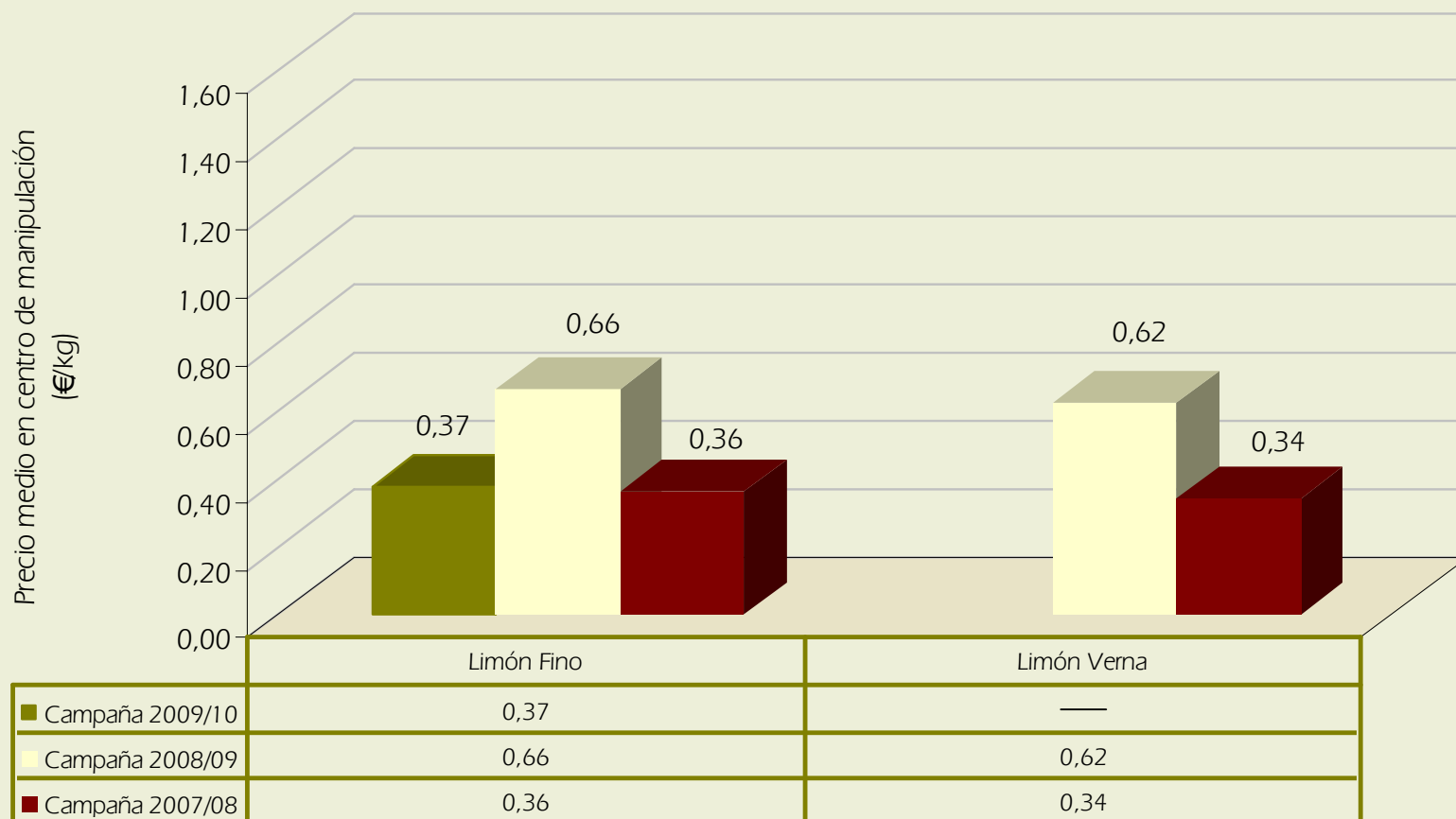
## 3. Precio medio en centro de manipulación de limón (Oct-Mar)



	Precio medio en centro de manipulación (€/kg)
■ Campaña 2010-2011	0,37
■ Campaña 2009-2010	0,75
■ Campaña 2008-2009	0,41

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

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



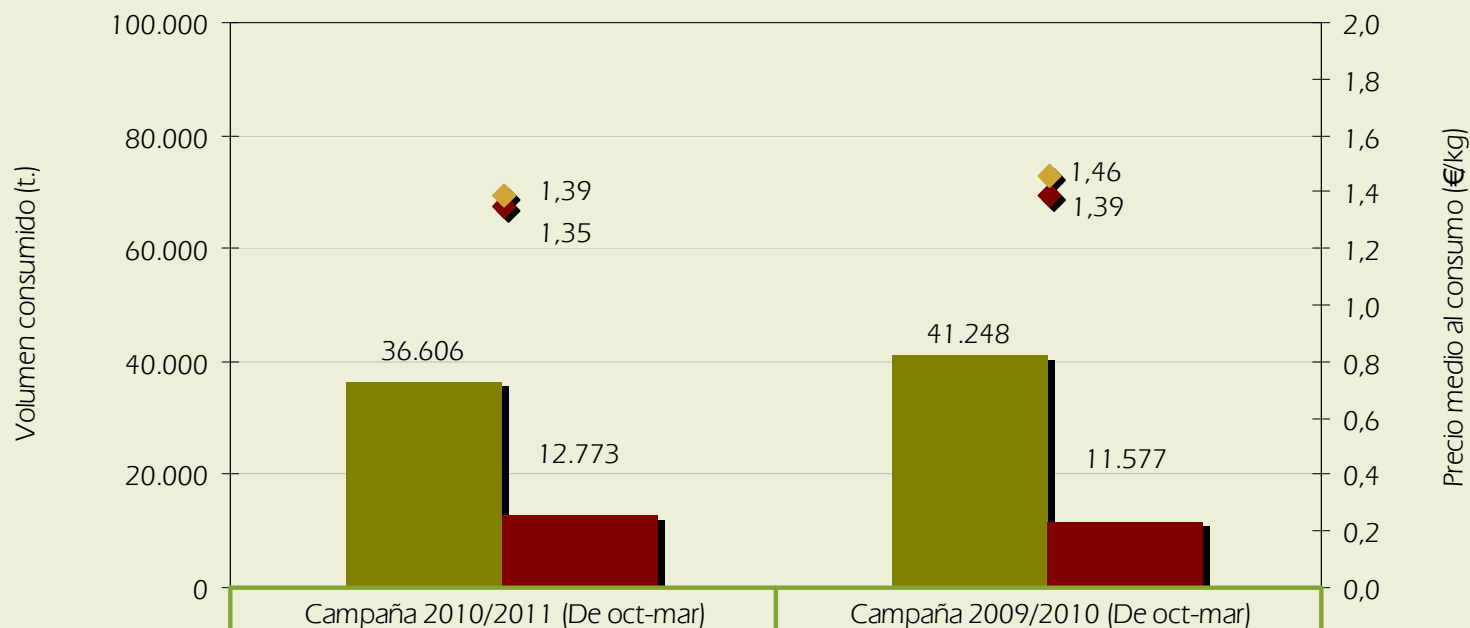
NOTA: No se dispone de datos representativos para el limón Verna por no haber comenzado su recolección durante el período considerado de la campaña 2010/11.

## 5. Incidencias de campaña

- La campaña 2010/11 comenzaba con la producción de limones de una elevada calidad, tanto para las cualidades organolépticas de la pulpa, como para el color de la piel que presentaba la fruta.
- El limón Fino registró unos bajos niveles de demanda a lo largo de todo su período de recolección. A esta situación se unieron las bajas cotizaciones registradas, tanto para el producto en árbol como confeccionado. La confluencia de estos factores impulsó a los citricultores de limón a destinar gran parte de sus producciones a la industria transformadora, lo que se tradujo en un descenso sustancial del precio pagado por la industria.
- Como consecuencia de lo expuesto en el punto anterior, a finales del mes de marzo y coincidiendo con el comienzo de la recolección del limón de la variedad Verna, con mejores perspectivas de comercialización, quedaba entre de un 8% y un 10% de la cosecha de la variedad Fino sin recolectar.
- Los citricultores del Valle de Lecrín tomaban en marzo la decisión de no recolectar sus producciones, debido a que no llegaban a cubrir los costes de producción y recolección del limón de esta zona.

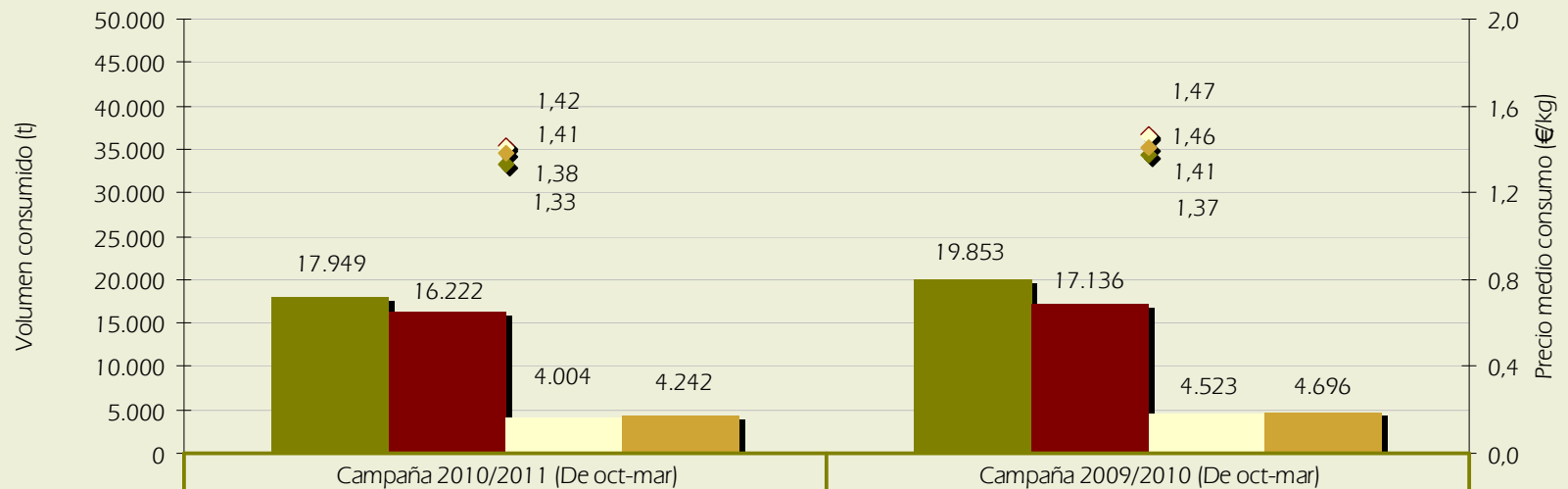


## 6. Precio y volumen en consumo de limón por formato (Oct-Mar)



■ Volumen granel	36.606	41.248
■ Volumen envasado	12.773	11.577
◆ Precio medio consumo granel	1,35	1,39
◆ Precio medio consumo envasado	1,39	1,46

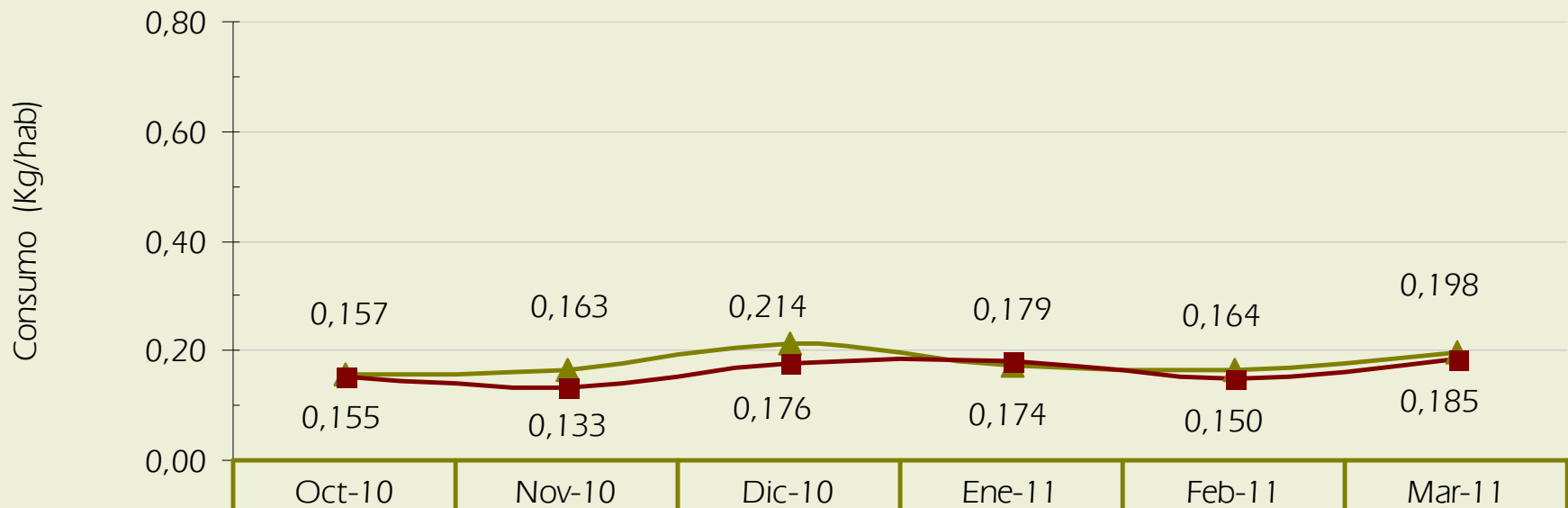
## 7. Precio y volumen en consumo de limón por establecimiento de venta (Oct-Mar)



	Campaña 2010/2011 (De oct-mar)	Campaña 2009/2010 (De oct-mar)
■ Volumen t.tradicional	17.949	19.853
■ Volumen supermercado	16.222	17.136
■ Volumen hipermercado	4.004	4.523
■ Volumen t.descuento	4.242	4.696
◆ P.medio t.tradicional	1,33	1,37
◆ P.medio supermercado	1,42	1,47
◆ P.medio hipermercado	1,41	1,46
◆ P.medio t.descuento	1,38	1,41

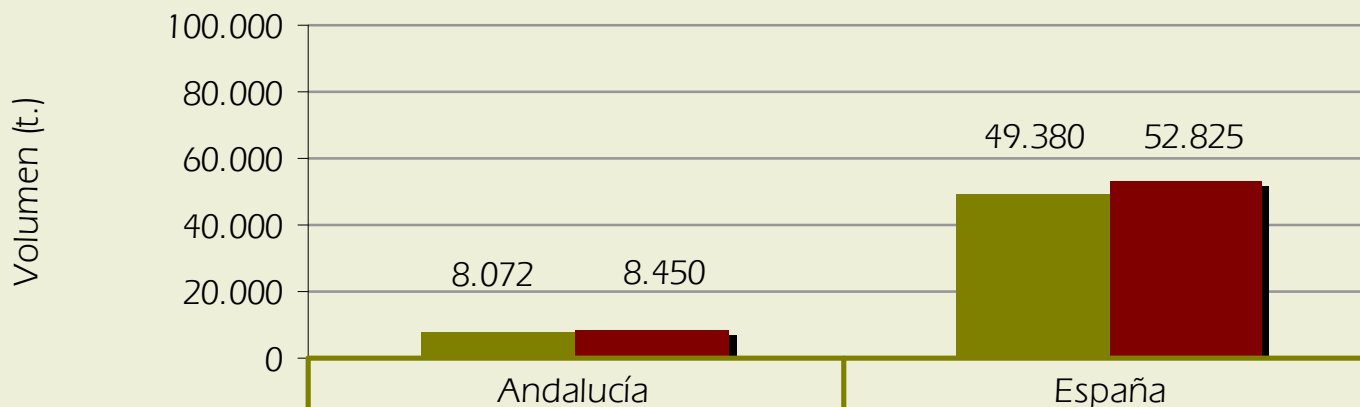
(1): Se desglosa por los principales tipos de establecimientos, excluyendo "otros canales" dentro del cual se encuentran los mercadillos, ventas online, etc.

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



▲ España	0,157	0,163	0,214	0,174	0,164	0,198
■ Andalucía	0,155	0,133	0,176	0,179	0,150	0,185

## 9. Volumen consumido acumulado de limón en Andalucía y España



■ Volúmen consumido 2010-2011 (De oct-mar)	8.072	49.380
■ Volúmen consumido 2009-2010 (De oct-mar)	8.450	52.825
Variación porcentual interanual	-4%	-7%