

# Boletín Mensual de Precios al Consumo de Hortícolas en Andalucía: FEBRERO de 2008

---

|   |   |
|---|---|
| Notas Metodológicas .....   | 1 |
| Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícola ..... | 2 |
| Análisis del consumo semanal en Andalucía .....                                 | 7 |

---

## Notas Metodológicas

Los precios medios al consumo presentados en este boletín son extraídos de las consultas realizadas al Observatorio de precios y mercados que se encuentra en 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. Este importe dependerá del recorrido del producto en la cadena de distribución, del tipo de establecimiento en cuestión - en este trabajo se diferencia entre supermercado, hipermercado, supermercado de descuento (discounts) y tienda tradicional- 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.

En el observatorio de precios y mercados se diferencian dos tipos de precios al consumo:

1. El precio medio por producto a granel y envasado, que se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas consumidas, utilizando una ponderación semanal del volumen.
2. El precio medio en diferentes canales de distribución. Se obtiene de forma similar al anterior, diferenciando entre canal tradicional, entendido como tal fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos; y los canales de distribución moderna, como supermercados, hipermercados y discounts.

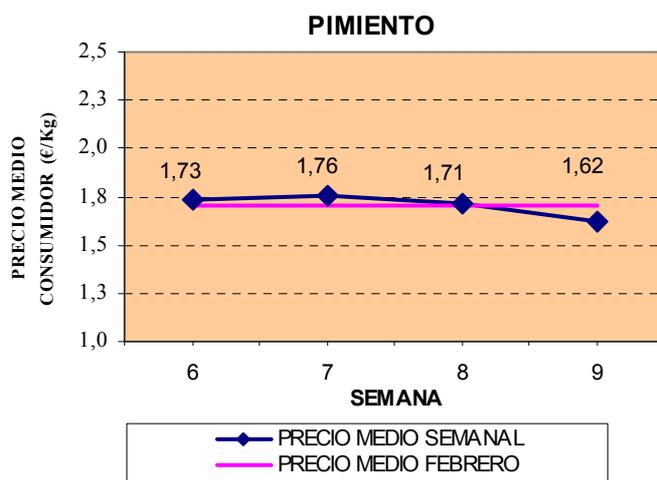
La presentación de los resultados se desglosa a continuación:

- En la “Evolución semanal de los precios al consumo por producto” se analiza la variación semanal de las cotizaciones de cada producto a lo largo del mes, comparándolas a su vez con el precio medio mensual.
- En “Diferencias en los precios al consumo semanales por producto en formatos granel y envasado” se estudia la variación semanal en los precios de ambos formatos a lo largo del mes, y las diferencias entre ellos.

- En “Diferencias en los precios al consumo semanales por producto en los distintos canales de comercialización” se estudia la variación semanal en los precios en cuatro canales de comercialización y las variaciones entre ellos.
- En “El análisis del consumo per cápita semanal en Andalucía” se analizan semanalmente los consumos por producto y se comparan los valores medios mensuales.
- En “Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes de enero” se comparan los datos de consumo acumulado en la presente campaña con los de la campaña anterior en el mismo periodo. Del mismo modo se analizan los valores del presente mes con los registrados en enero de la pasada campaña.

## Análisis de los precios al consumo de los principales productos hortícolas

### i. EVOLUCIÓN SEMANAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMO POR PRODUCTO

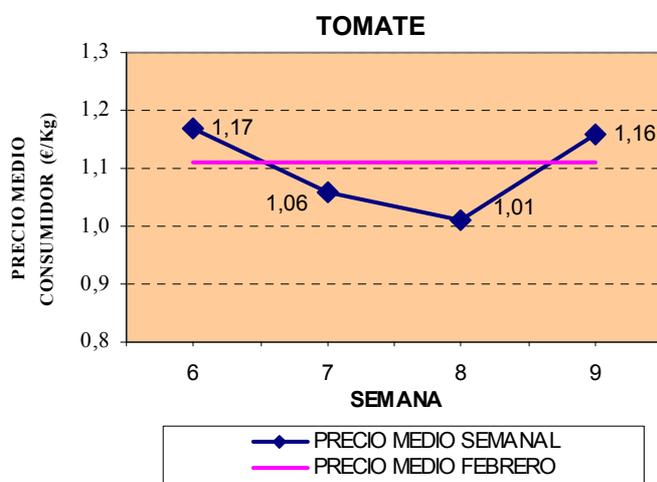


El pimiento comienza el periodo recuperándose de la caída de precios sufrida en la última semana de enero, donde alcanzó un valor de 1,5€/kg.

Las cotizaciones de febrero se mantienen prácticamente estables, con una ligera caída en la semana 9.

El pimiento ha experimentado a lo largo del mes una caída de 0,11€/kg (6%), cerrando el periodo a 1,62€/kg.

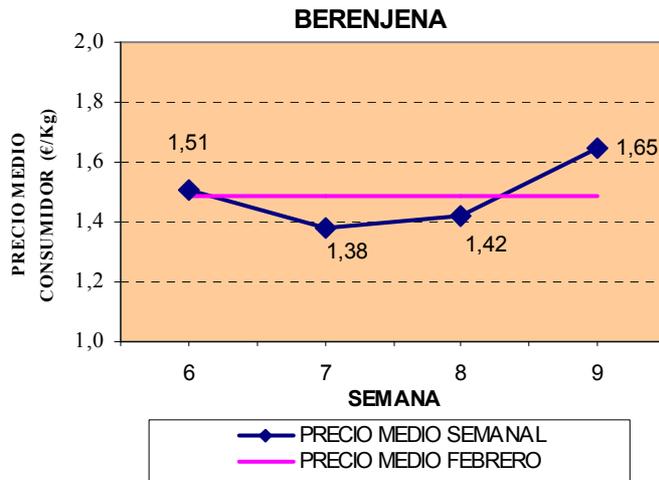
El precio medio semanal se sitúa en 1,70€/kg



El tomate inicia el mes de febrero continuando con la tendencia decreciente del pasado enero, que cerró a un precio de 1,25€/kg.

El periodo comienza con una cotización de 1,17€/kg, observándose una caída acusada hasta la semana 8 de 0,16€/kg (14%). En la semana 9 se aprecia una recuperación de 0,15€/kg (15%).

El ascenso de precios en la última semana de febrero está influenciada por una disminución del volumen de producción existente en el mercado. El precio medio semanal este mes se sitúa en 1,1€/kg.

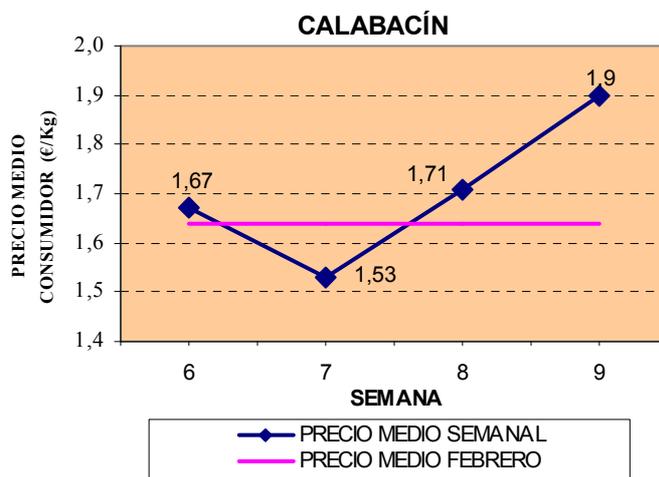


La berenjena inicia el mes con un precio medio de 1,51€/kg, recuperándose del bajo precio de cierre registrado en enero.

Hasta la semana 7 las cotizaciones descienden un 7% (0,13€/kg). A partir de entonces la tendencia se invierte, presentando una línea creciente hasta la semana 9, donde se incrementa 0,27€/kg (20%) respecto al precio más bajo del período.

A lo largo de este mes se observa un ascenso de las cotizaciones de 0,14€/kg (9%).

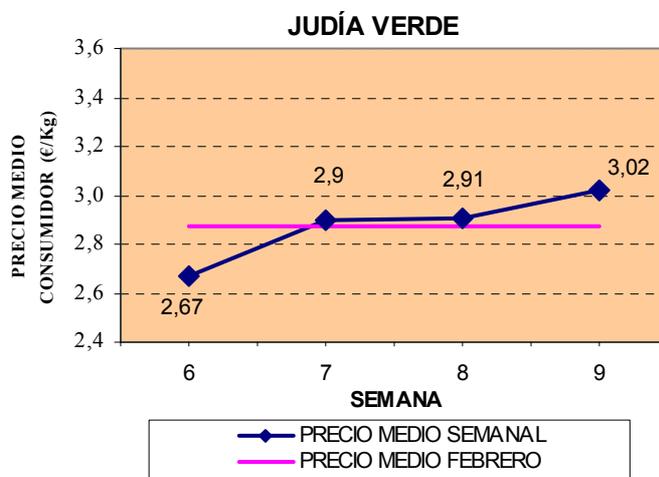
El precio medio semanal en este mes es de 1,55€/kg.



El calabacín muestra una clara diferencia de cotización entre la primera y segunda quincena del mes.

Entre la semanas 6 y 7 hay una caída de precios al consumo de 0,14€/kg (8%).

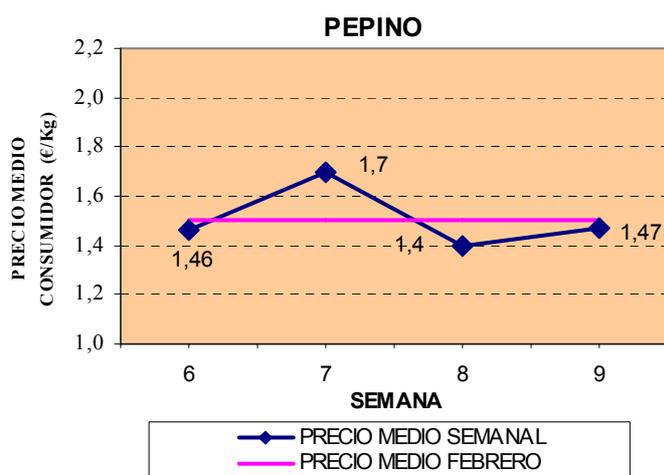
La semana 7 supone un punto de inflexión en las cotizaciones registradas durante el mes. A partir de entonces se experimenta un acusado aumento de precio, finalizando el periodo a 1,90€/kg, (24% por encima del precio mínimo del mes), un 23% superior al precio medio, que se cifra en 1,55€/kg.



La evolución de las cotizaciones de judía verde durante el mes de febrero presentan un paulatino incremento hasta la semana 9.

En la semana 6 se alcanza una cotización de 2,67€/kg, que se incrementa un 13% en la semana 9 hasta registrar 3,02€/kg.

La cotización media de la judía verde se sitúa a 2,84€/kg, lo que supone un descenso de 0,15€/kg (5%), sobre la registrada en el mes de enero.



El comportamiento del pepino ha sido desconcertante, presenta incrementos y decrementos alternativos de precio durante todo el mes.

Entre las semanas 7 y 8 se presenta la máxima variación de precios de febrero, que asciende a 0,30€/kg (18%).

La cotización media del pepino se sitúa en 1,49 €/kg, lo que refleja un descenso de 0,06€/kg respecto al registrado en enero.

Junto con el pimiento es el único producto analizado que cierra el mes con precio inferior al de inicio.

## ii. DIFERENCIAS EN LOS PRECIOS AL CONSUMO SEMANALES POR PRODUCTO EN FOMATOS GRANEL Y ENVASADO

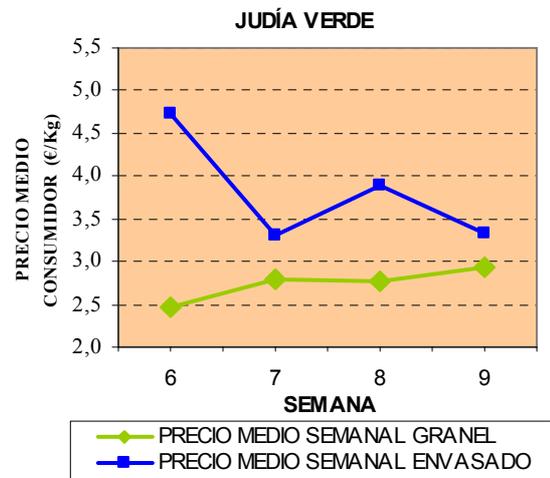
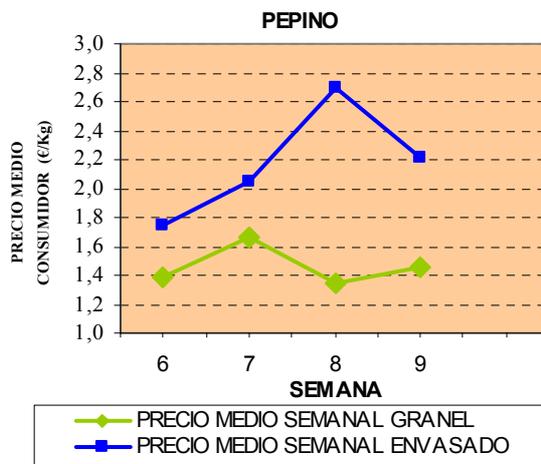
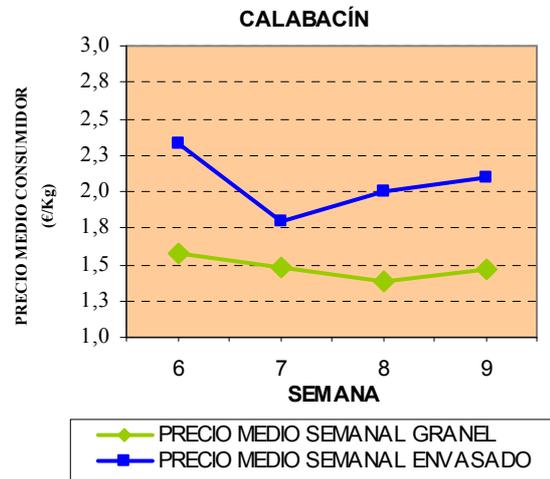
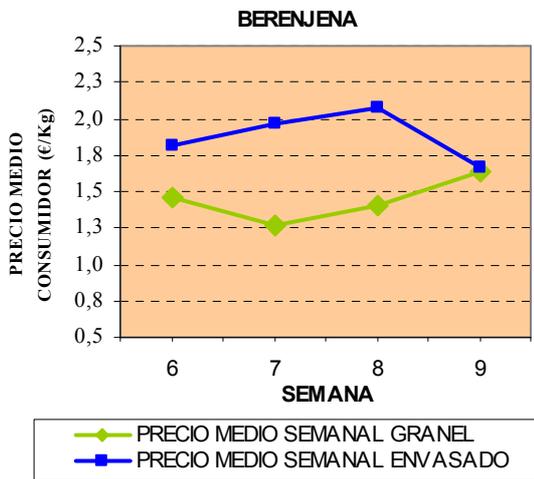
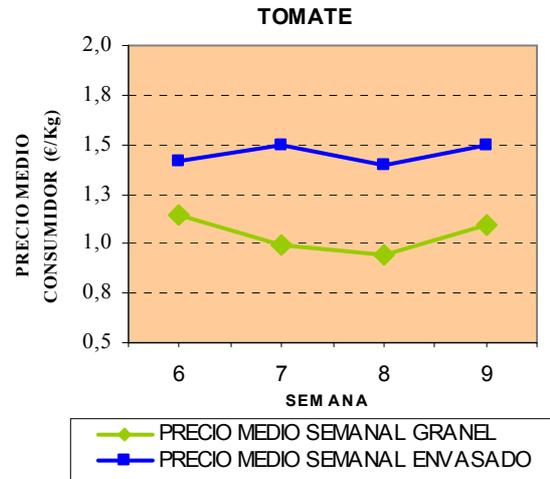
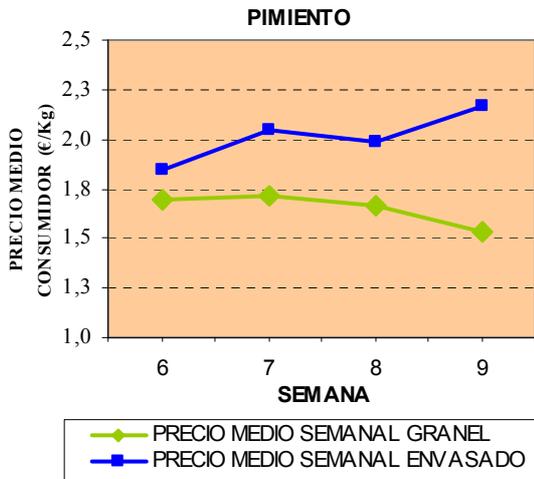
Como se puede observar en las gráficas siguientes las cotizaciones de los diferentes productos hortícolas en formato envasado, son superiores a las cotizaciones a granel.

El calabacín y el pepino presentan una evolución semanal semejante en los formatos analizados, con la excepción de la semana 8, donde el formato envasado refleja una subida que no se corresponde con lo que sucede en granel. El pimiento sigue una línea similar en ambos formatos, mientras que la judía verde y especialmente la berenjena muestra una evolución contraria.

La judía verde, el pepino y el calabacín son los productos con mayores diferencias entre los precios medios semanales en granel y envasado durante el mes de febrero. Estas variaciones son de 1,07€/kg en judía, 0,62€/kg en pepino y 0,56€ en calabacín. La berenjena es el hortícola con menor variación de precio entre los formatos analizados (0,21€/kg).

**Tabla 1** Precios medios semanales en granel y envasado de los principales productos hortícolas en el mes de febrero.

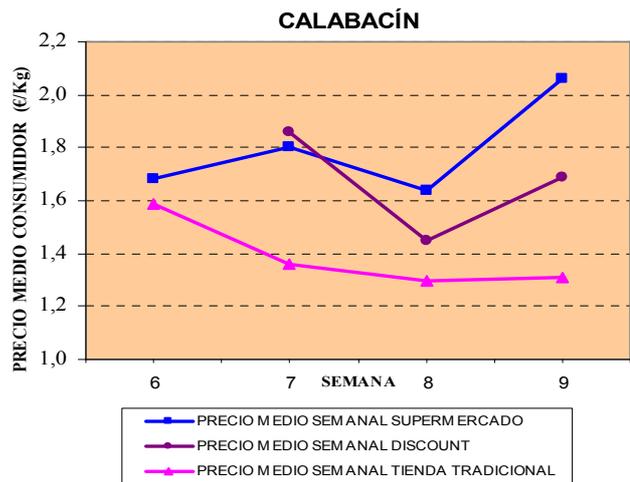
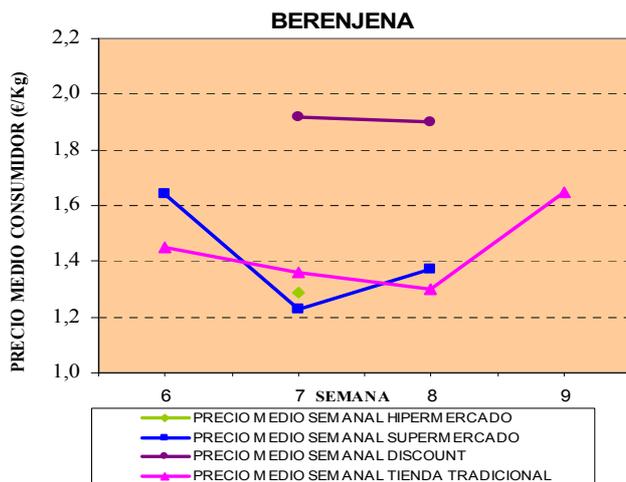
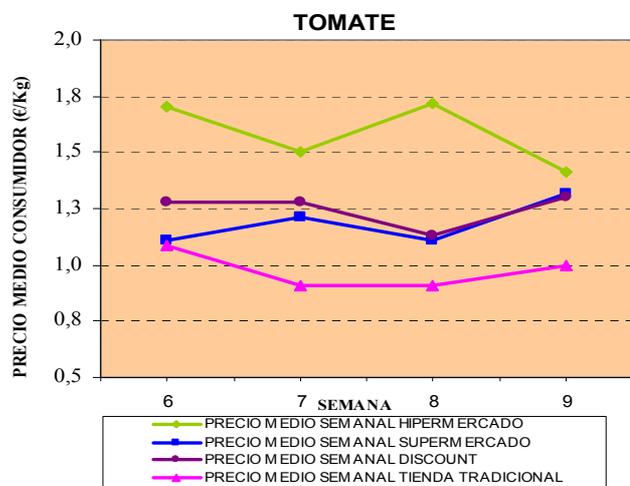
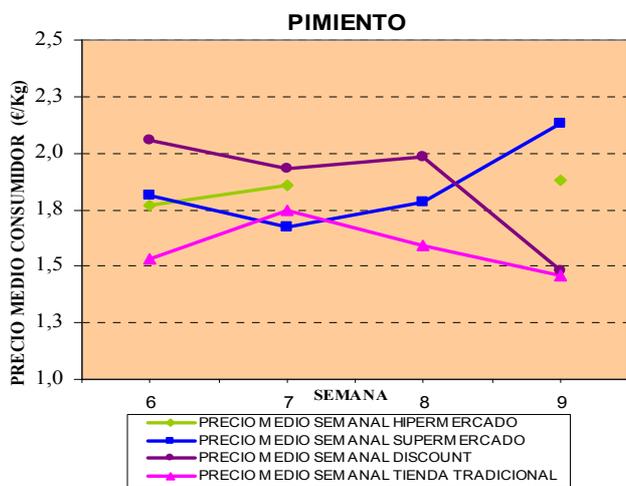
|          | Pimiento | Tomate | Berenjena | Calabacín | Judía verde | Pepino |
|----------|----------|--------|-----------|-----------|-------------|--------|
| Granel   | 1,64     | 1,05   | 1,48      | 1,46      | 2,68        | 1,45   |
| Envasado | 1,99     | 1,49   | 1,69      | 2,02      | 3,75        | 2,07   |

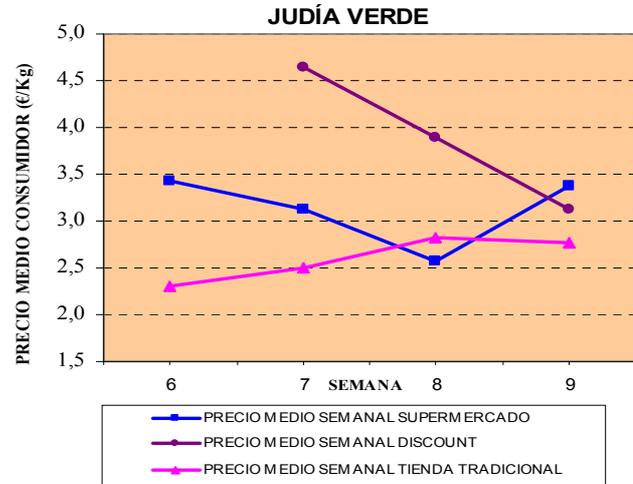
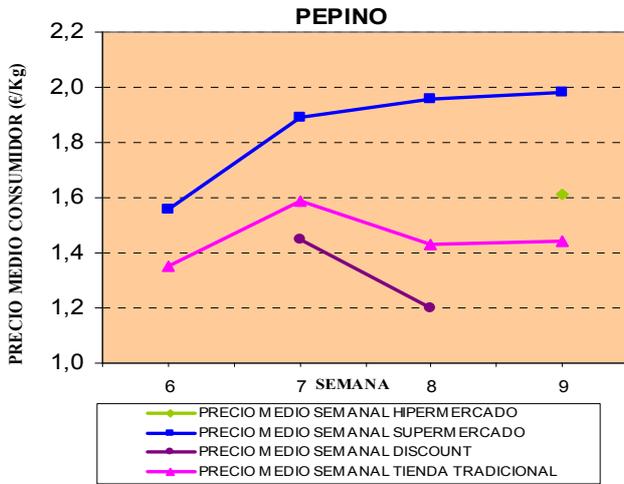


### iii. DIFERENCIAS EN LOS PRECIOS AL CONSUMO SEMANALES POR PRODUCTO EN DISTINTOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Como se aprecia en las gráficas siguientes los discounts y los supermercados presentan en todos los productos analizados, a excepción del tomate, los mayores precios de venta al público. En el caso del tomate son los hipermercados los que ofrecen los precios más elevados.

Al igual que en el pasado mes de enero, es la tienda tradicional, es decir fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos, la que presenta los precios de venta al público más bajos.





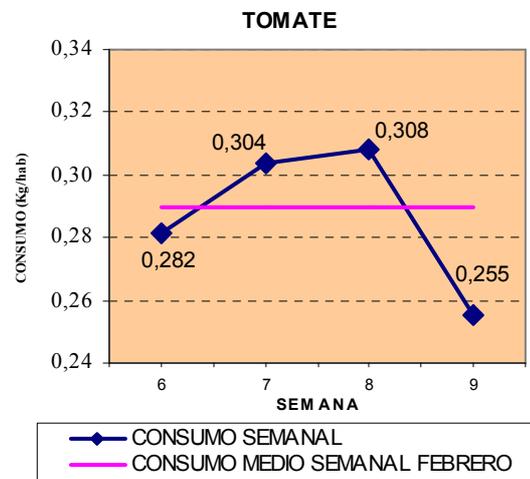
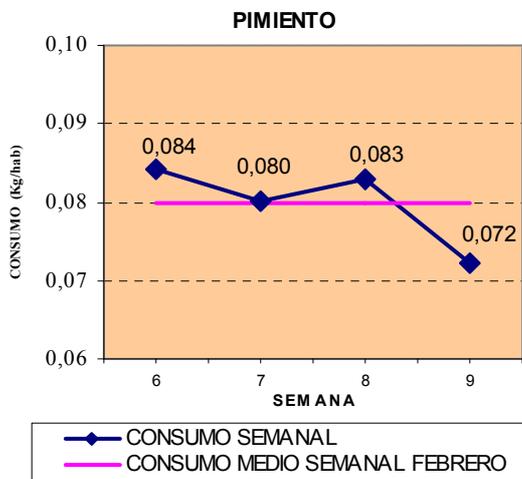
\* Cuando para un producto determinado y en una semana o semanas específicas no existen datos de precios, significa que la muestra tomada no ha aportado datos suficientes como para que sean representativos y por tanto, no se pueden considerar en el estudio.

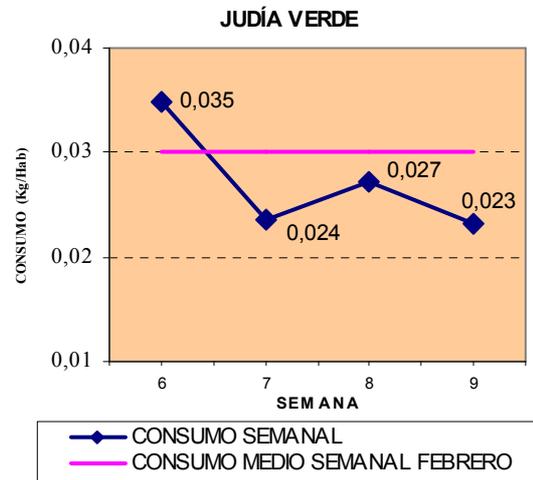
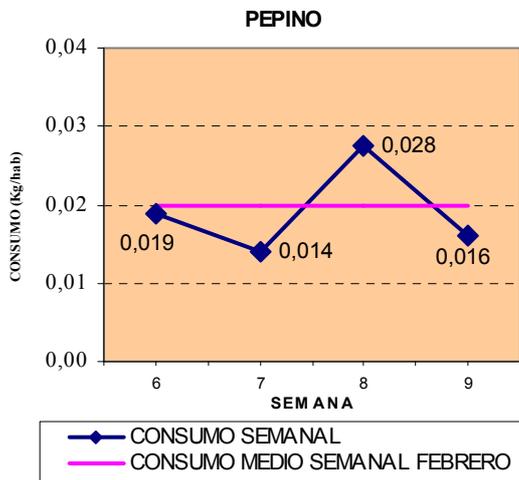
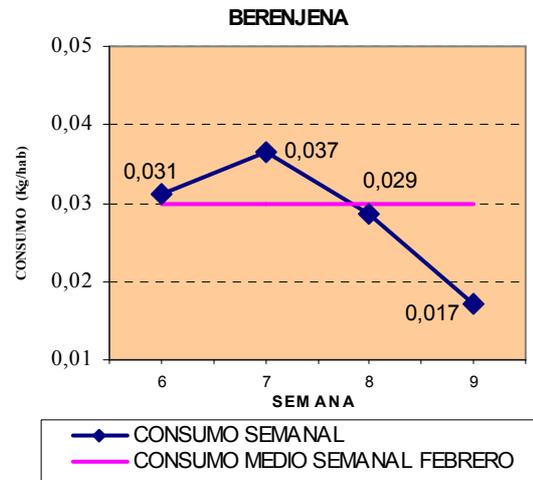
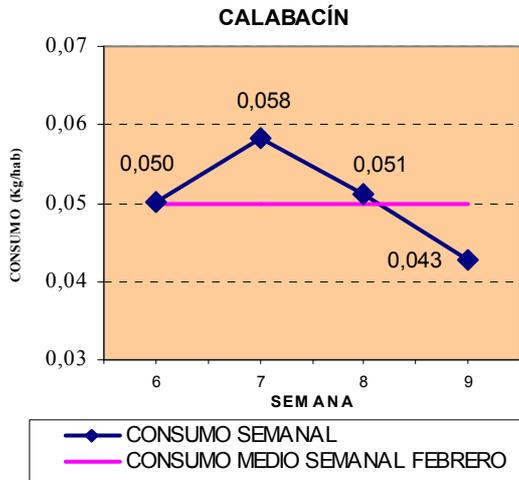
## Análisis del consumo semanal en Andalucía

### i. ANÁLISIS DEL CONSUMO PER CÁPITA SEMANAL EN ANDALUCÍA

El análisis del consumo per cápita en Andalucía revela que todos los productos estudiados han reducido su consumo a lo largo del mes. Si embargo, el consumo medio semanal se sitúa por encima del experimentado el pasado mes en todos los productos a excepción del pepino, que alcanzó un valor equivalente. El consumo de calabacín presenta las mayores variaciones semanales con respecto a la media mensual, mientras que el pimiento mantiene un consumo relativamente constante, con la excepción de la semana 9, donde cae un 13% por debajo de la media.

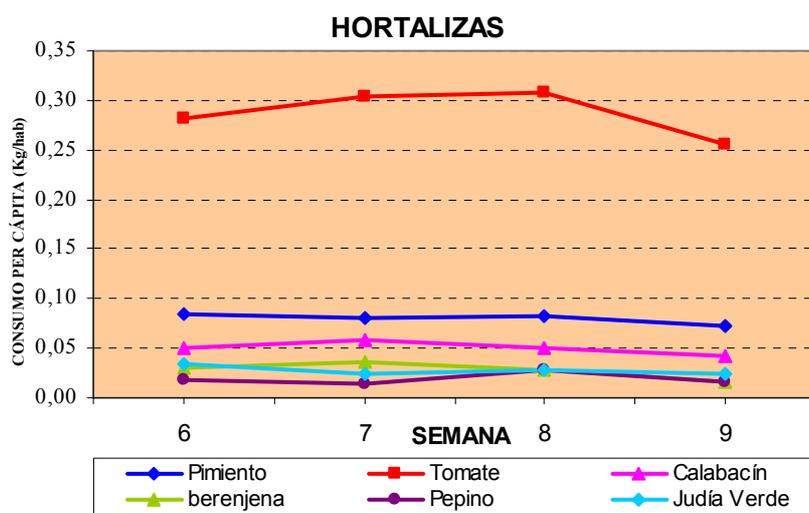
El calabacín y la berenjena siguen una evolución del consumo semejante, aunque con valores superiores para el primero.





El tomate continúa mostrándose como el hortícola con mayor consumo per cápita, alcanzando una media semanal de 0,29kg/hab -incremento 0,05kg/hab sobre el dato de enero-, en segundo lugar se encuentran el pimiento y el calabacín con medias semanales de 0,08kg/hab y 0,05kg/hab respectivamente -niveles similares a los del pasado mes-. Los productos hortícolas menos consumidos en enero han sido la berengena, la judía verde (ambas con 0,03kg/ha) y el pepino (0,02kg/hab).

El tomate registra una diferencia al inicio del periodo de 0,21kg/hab con respecto al pimiento segundo hortícola más consumido en Andalucía-, variación que se reduce a 0,19kg/hab a finales de mes.



## ii. ANÁLISIS DEL CONSUMO ACUMULADO EN LA PRESENTE CAMPAÑA Y DURANTE EL MES DE FEBRERO

El mayor consumo registrado durante febrero ha correspondido al tomate, seguido por el pimiento, el calabacín, la berenjena, la judía verde, y el pepino. Esta tendencia es similar a la del mismo periodo de la campaña pasada, a excepción de la judía verde y la berenjena, que intercambian su posición con respecto a febrero de 2007.

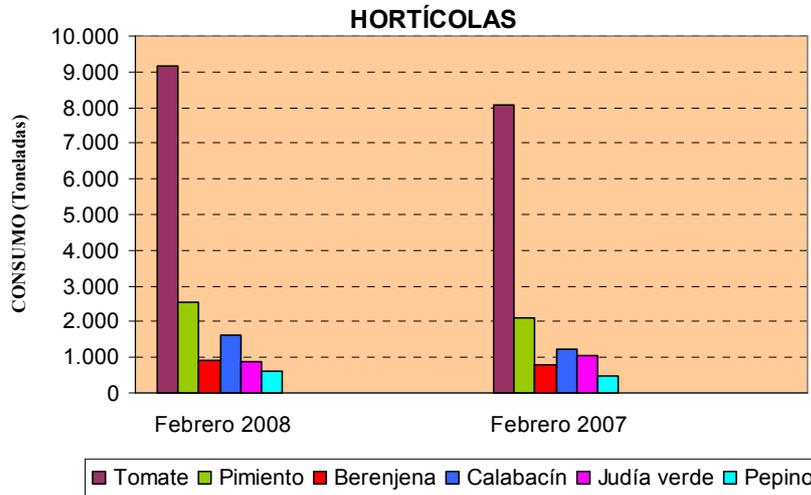
El consumo durante el mes de febrero en Andalucía en productos como el tomate, el pimiento, el calabacín, la berenjena y el pepino ha sido más elevado que los del mismo periodo de la campaña pasada. El tomate es el hortícola que más ha aumentado en valor absoluto su consumo, unas 1.110 toneladas (14%), seguido del pimiento que lo hace en 423 toneladas (20%) y del calabacín en 382 toneladas (31%).

La judía verde se sigue consumiendo en cantidades inferiores a las del mismo periodo de 2007, se observa una variación negativa de 204 toneladas (19%).

**Tabla 2** Consumo de los principales productos hortícolas en Andalucía en el mes de febrero de 2007 y 2008 y consumo acumulado de las campañas 2006/07 y 2007/2008 hasta el mes de febrero.

|   | Tomate | Pimiento | Berenjena | Calabacín | Judía verde | Pepino |
|---|--------|----------|-----------|-----------|-------------|--------|
| Consumo Febrero 2008 (toneladas)              | 9.163  | 2.549    | 903       | 1.615     | 869         | 611    |
| Consumo Febrero 2007 (toneladas)              | 8.053  | 2.126    | 804       | 1.233     | 1.073       | 472    |
| Consumo Acumulado campaña 2007/08 (toneladas) | 57.411 | 20.597   | 9.574     | 10.690    | 6.850       | 5.209  |
| Consumo Acumulado campaña 2006/07 (toneladas) | 52.563 | 16.054   | 6.657     | 8.893     | 6.867       | 4.514  |

**Gráfico 1** Consumo en el mes de febrero de las principales hortalizas en las campañas 2006/07 y 2007/08



La tendencia de consumo acumulado en los hortalizas analizados es semejante en los periodos objeto de comparación, aunque con valores mayores en la campaña actual, a excepción de la judía verde.

Con respecto a la pasada campaña el consumo de berenjena, pimiento y calabacín son los que han experimentado un mayor incremento en el consumo (44%, 28%, 20%), seguido de pepino y tomate (15% y 9% respectivamente).

**Gráfico 2** Consumo acumulado hasta el mes de febrero de las principales hortalizas en las campañas 2006/07 y 2007/08

