

## Boletín Mensual de Precios al Consumo de Cítricos en Andalucía: MARZO de 2008

---

Notas Metodológicas .....	1
Análisis de los precios al consumo de cítricos .....	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, 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. 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; 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.

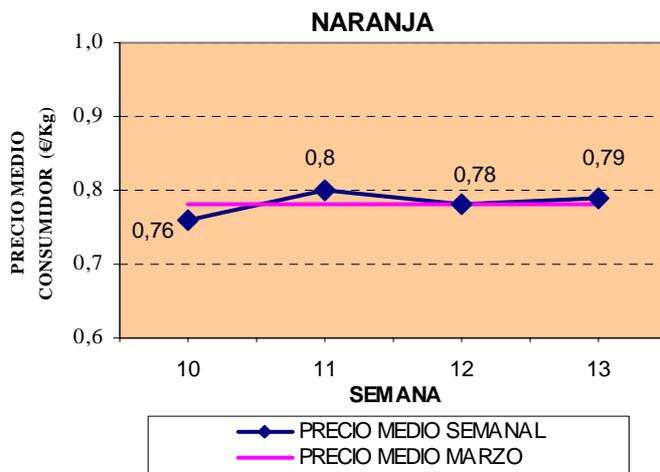
La presentación de los resultados se desglosa a continuación:

- 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 la “Evolución mensual de los precios al consumo por producto, a lo largo de la campaña”, se analiza la marcha de las cotizaciones de cada producto en la campaña vigente y en comparación con la campaña precedente.

- En “Diferencias en los precios al consumo semanales por producto, en formatos granel y envasado”, se estudia la oscilación semanal, de los precios de ambos formatos a lo largo del mes, y la variación 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 diferencias 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 en la campaña anterior durante el mes de marzo”, se comparan los datos de consumo acumulado en la campaña actual, con los de la campaña anterior en el mismo periodo. Del mismo modo, se analizan los valores del presente mes, con los registrados en marzo de la pasada campaña.

## Análisis de los precios al consumo de cítricos

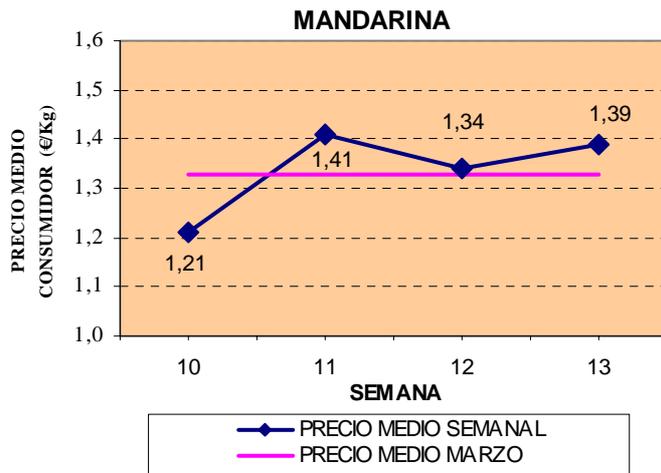
### i. EVOLUCIÓN SEMANAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMO POR PRODUCTO



Las cotizaciones de naranja, al igual que venía ocurriendo en meses precedentes, continúan mostrándose estables.

En la semana 10, se mantiene el mismo precio de cierre del mes de febrero y en la semana 11, se aprecia un leve incremento de las cotizaciones (3%). Las variedades con mayor volumen comercializado durante este periodo, han sido navelate, valenciana, salustiana y en menor medida navelina.

El precio medio alcanzado por la naranja en marzo, es de 0,78€/kg, manteniéndose al nivel de meses precedentes.

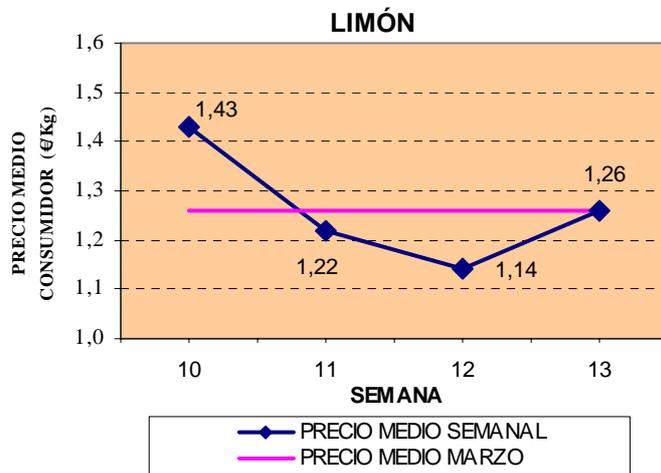


La evolución de las cotizaciones de mandarina, experimentan un incremento del 16%, en la primera quincena de marzo.

A partir de la semana 11, se observan pequeñas oscilaciones en los precios, que se mantienen hasta finalizar el periodo.

En estas fechas, la recolección de mandarina está prácticamente terminada, quedando únicamente cierta cantidad de mandarina de media temporada y tardía.

El precio medio de marzo es de 1,33€/kg, 0,10€/kg por encima del precio medio del pasado mes.



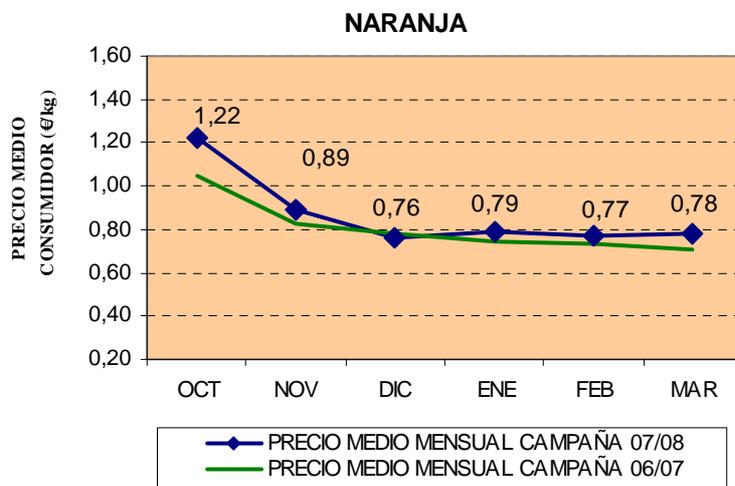
El limón inicia el periodo, con una cotización un 16% (0,20€/kg) superior a la de cierre del pasado mes de febrero.

El precio del limón experimenta una acusada caída, desde la semana 10 a la 12 (25%), recuperándose un 11% el la última semana de marzo.

Las cotizaciones de limón han disminuido un 12% a lo largo del mes.

La media ponderada de febrero se sitúa a 1,26€/kg (2% superior a la de febrero).

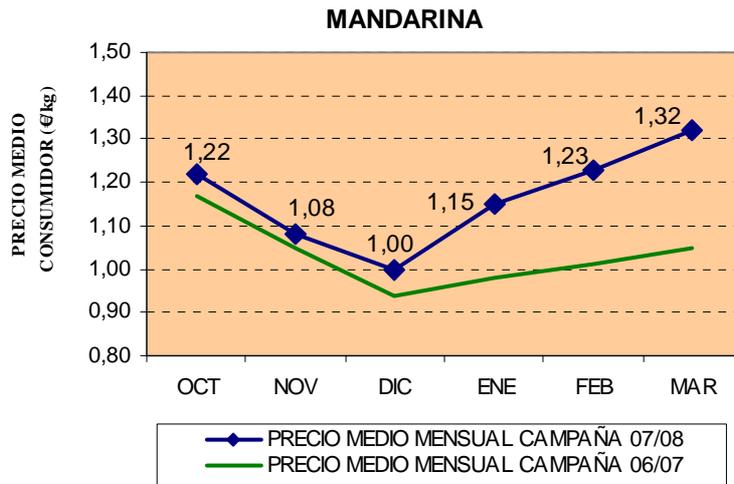
## ii. EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMO POR PRODUCTO A LO LARGO DE LA CAMPAÑA



El comportamiento de las cotizaciones de naranja a lo largo de la campaña, muestra una tendencia descendente hasta el mes de diciembre, estabilizándose desde entonces y hasta finalizar el periodo.

Los precios de naranja registrados en la campaña 07/08, son levemente superiores a los de la campaña precedente, apreciándose la máxima diferencia en octubre (16%) y la mínima en el mes de diciembre (-2%).

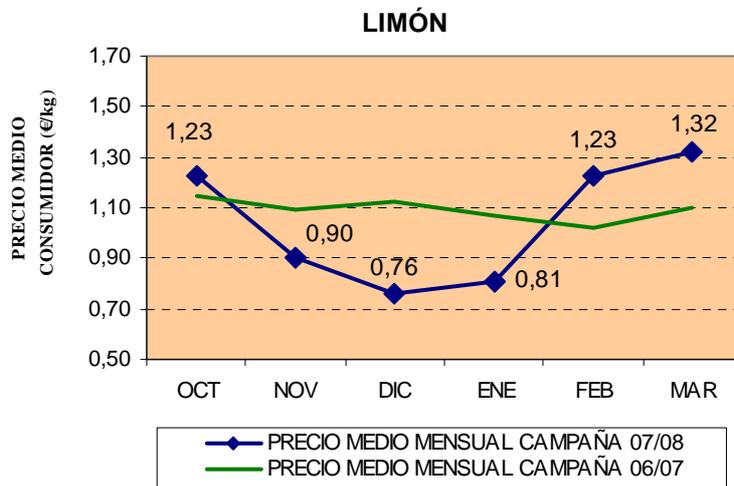
Los precios alcanzados en marzo, son un 10% superiores a los de la campaña precedente.



La mandarina registra durante esta campaña, una evolución similar a la pasada. Sin embargo, desde septiembre a marzo las cotizaciones alcanzadas son superiores a las de la campaña 06/07.

El mayor incremento de cotizaciones del periodo actual, se observa entre los meses de enero a marzo, en torno al 15% (0,17€/kg).

Se alcanzan variaciones máximas respecto a la pasada campaña, en los meses de febrero (22%) y marzo (26%).



El limón presenta desde octubre a diciembre un acusado descenso de precios (38%), que contrasta con la evolución uniforme que se registró durante la pasada campaña.

A partir de enero y hasta el actual mes de marzo, las cotizaciones de este producto se elevan un 63%, cerrando el periodo con un valor un 20% superior al obtenido en la anterior campaña.

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

Las cotizaciones semanales de cítricos en formato envasado, se mantienen por encima de las cotizaciones a granel, a excepción de la mandarina, donde el formato envasado se situó levemente (2%) por debajo de aquel. Esto puede ser debido fundamentalmente, a que durante este periodo, la calidad de la mandarina vendida a granel, fue superior a la manipulada y envasada.

La naranja refleja a lo largo del mes de marzo, una evolución semejante en ambos formatos. Sin embargo, con menores oscilaciones en granel.

La mandarina presenta durante todo el periodo, mayor cotización en formato granel, con valores estables, en torno a 1,40€/kg. Mientras la mandarina envasada, sufre un ligero incremento de cotizaciones en la semana 11 (1,24€/kg) para bajar hasta 1,16€/kg en la semana 12.

El limón a granel, muestra una evolución decreciente hasta la semana 12, donde registra un precio mínimo mensual de 1,06€/kg. El descenso experimentado en las cotizaciones de limón

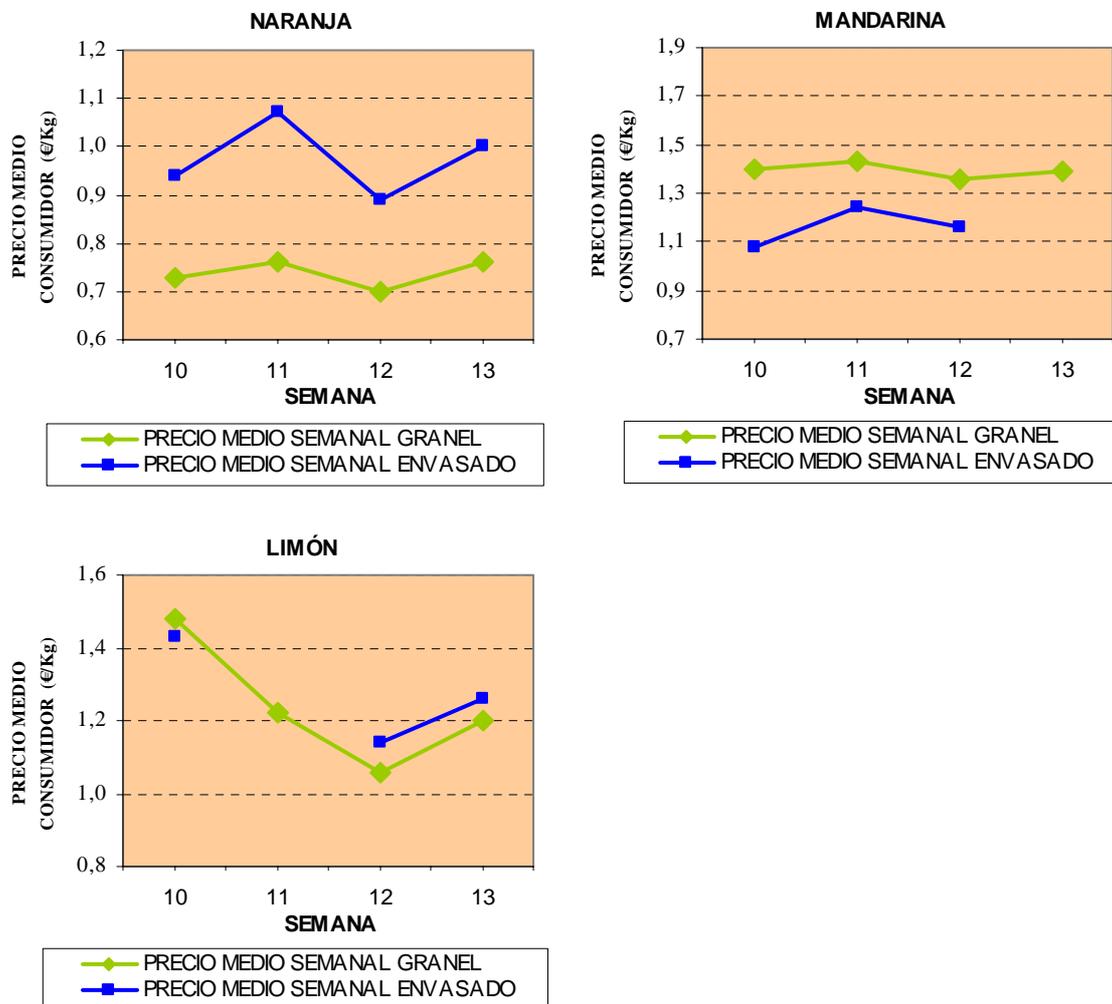
desde el comienzo del mes hasta la semana 12, es del 28%, recuperándose en la última semana del mes un 13%.

Con respecto al precio medio semanal, la naranja es el cítrico que más variación presenta entre los formatos envasado y granel (28%), seguido del limón (22%) y de la mandarina (-2%). Las diferencias entre ambos formatos se han reducido considerablemente en todos los productos analizados, con respecto al pasado mes de febrero.

**Tabla 1** Precios medios semanales de cítricos en granel y en envasado durante el mes de marzo.

Precios (€/kg)	Naranja	Mandarina	Limón
Granel	0,74	1,40	1,22
Envasado	0,95	1,10	1,49

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura y Pesca.



\* 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.

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

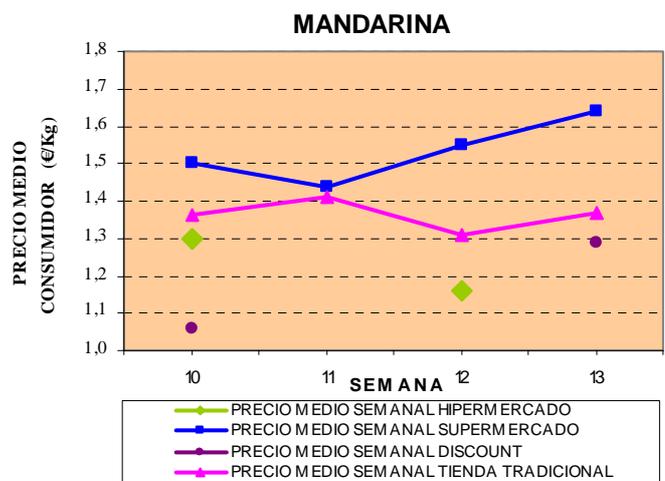
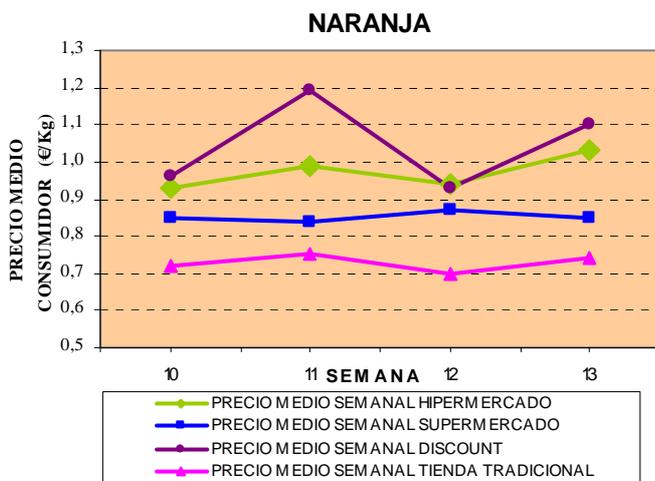
Como se observa en las siguientes gráficas, los discounts y los hipermercados, son los canales que presentan mayores precios de venta al público, en el caso de la naranja. Mientras que son los supermercados, los que durante el mes de marzo, fijan una cotización más elevada para mandarina. En el caso del limón son los discounts y los supermercados, los que ofrecen unos precios de venta al público más altos.

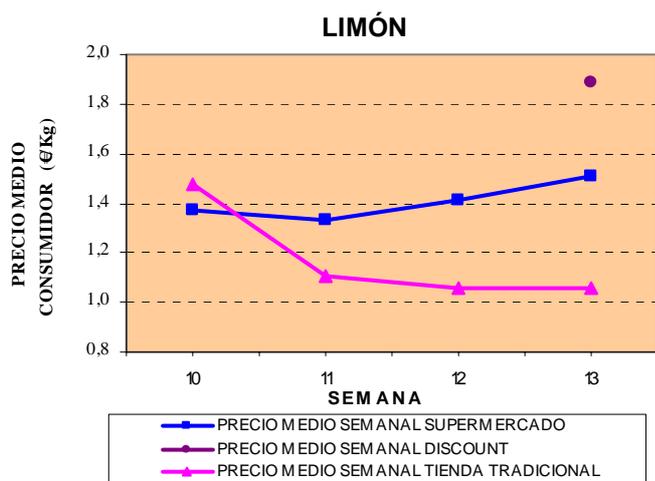
En líneas generales, los precios de venta al público registrados en los establecimientos tradicionales, es decir fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos, son los más bajos durante la mayor parte del periodo analizado, en productos como la naranja y el limón.

La naranja finaliza el periodo, con cotizaciones superiores a las del inicio, en prácticamente todos los canales analizados, observándose la máxima diferencia entre estos en la semana 11, donde el precio de los discounts supera al de los hipermercados en un 20%, al de los supermercados en un 41%, y al canal tradicional en un 59%.

La mandarina muestra una evolución ascendente en todos los canales durante la mayor parte del periodo, a excepción del hipermercado, que se sitúa en la semana 8 con una cotización mínima de 1,16€/kg. La máxima diferencia de precios (42%), se aprecia entre supermercados y discount, en la semana 10.

Respecto al limón, se observa una clara diferencia en la evolución de las cotizaciones, entre supermercado y tienda tradicional. Mientras que en el primero, los precios experimentan un incremento del 10%, entre el principio y el final del mes, la tienda tradicional sufre una disminución del 25% en las dos primeras semanas de marzo, que se atenúa a partir de entonces y hasta finalizar el periodo (-4%). A medida que avanza el mes, las diferencias entre ambos canales, aumentan desde un 8%, a favor de los establecimientos tradicionales en la semana 10, hasta llegar al 42%, a favor de los supermercados, en la semana 13. Durante esta última las cotizaciones fijadas por los discounts, se elevan un 25% sobre las establecidas por los supermercados.





\* 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

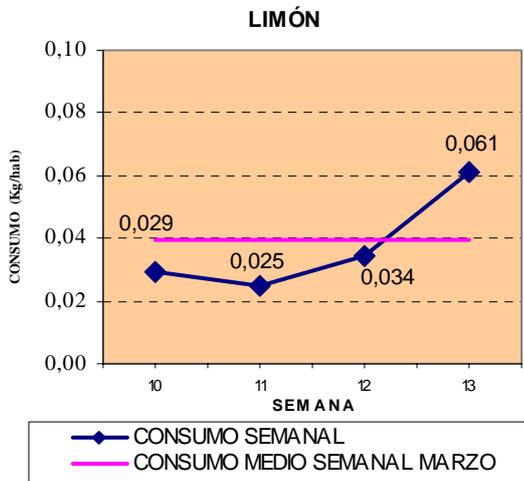
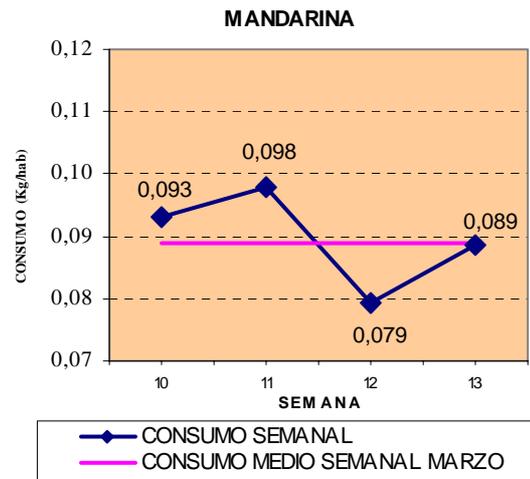
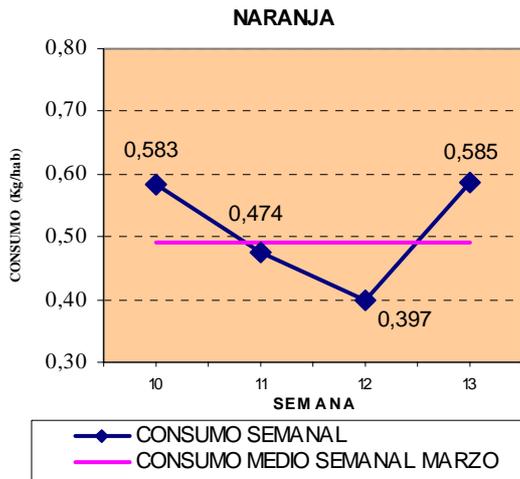
El análisis del consumo per cápita en Andalucía, revela una brusca disminución (2%) del consumo de naranja, desde comienzos de mes hasta la semana 12. En la semana 13, el consumo se recupera, registrándose valores similares a los del inicio.

El consumo medio semanal de naranja, se situó en 0,49 kg/hab, lo que indica un descenso del 18% respecto al registrado en febrero y un incremento del 2% sobre el consumo de enero.

La mandarina, al igual que la naranja, muestra un consumo mínimo en la semana 12, experimentado hasta esta fecha un descenso respecto al inicio del 15%. En la última semana del periodo analizado, el consumo se eleva un 13%, pero a pesar de ello, durante el presente mes ha decrecido un 4%.

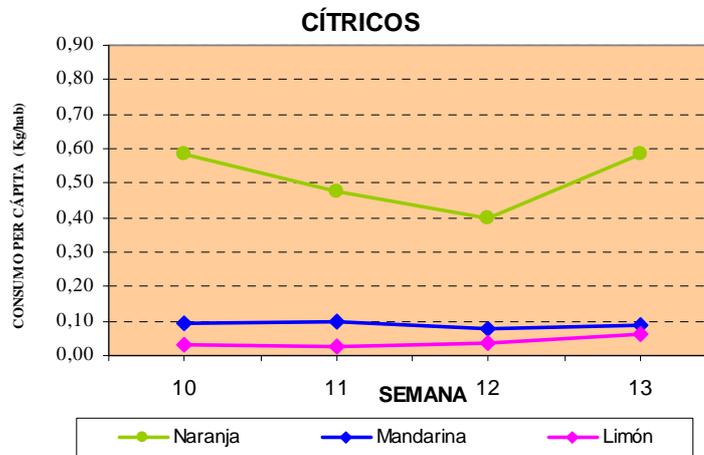
El consumo medio semanal de mandarina durante febrero es de 0,09 kg/hab, revelando un descenso del 50% respecto al registrado en febrero y del 61% respecto al de enero. Este menor consumo en marzo, es debido al menor volumen de producción en el mercado, por estar el cultivo prácticamente recolectado.

El consumo de limón se incrementa un 110% a lo largo del mes de marzo, siguiendo una tendencia exponencial. La media semanal durante el presente mes es de 0,04 kg/hab, un 20% por debajo de la registrada en febrero.



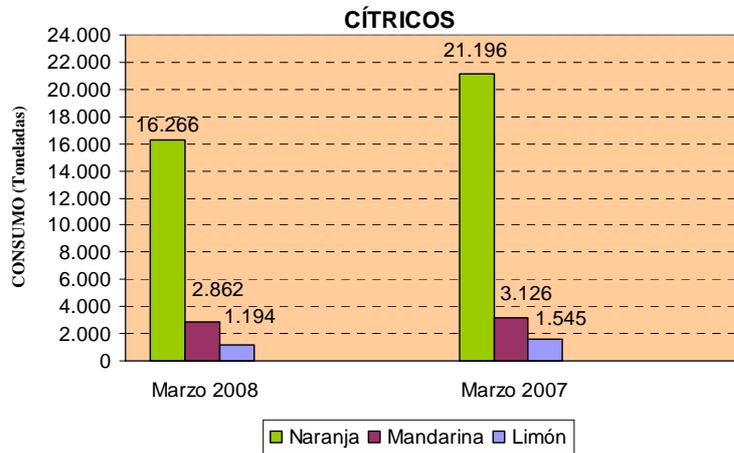
La naranja presenta en este periodo, un consumo mayor que la mandarina, elevándose la diferencia a 0,55kg/hab en la semana 13 y reduciéndose a 0,37kg/hab en la semana 12.

El consumo de mandarina y de limón, presentan una evolución similar a lo del mes, con diferencias máximas en la semana 11 (7%) y mínimas en la 13 (46%).



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

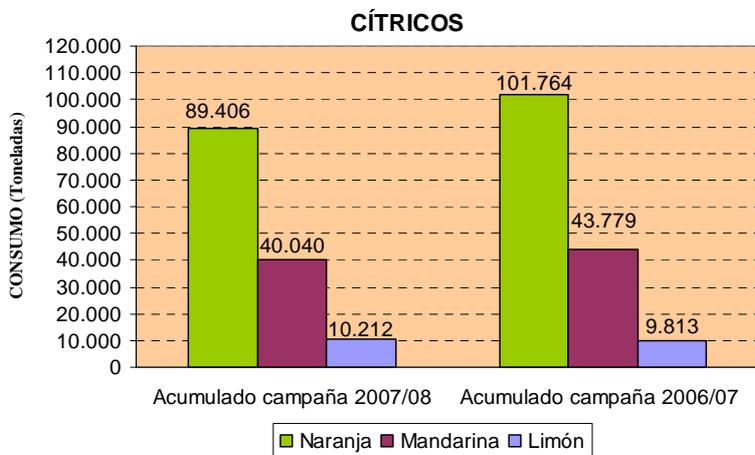
**Gráfico 1** Consumo de cítricos en el mes de marzo en las campañas 2006/07 y 2007/08



La naranja y el limón, son los productos que más han disminuido su consumo (23%), respecto al mismo periodo de la pasada campaña. La mandarina sin embargo, experimenta una reducción del 9%, con respecto a marzo de 2007.

El consumo total de naranja en este periodo está en torno a las 16.300 toneladas, superando en más del 460% al de mandarina. Mientras que en el mismo periodo de la pasada campaña, el consumo de naranja se incrementó un 580%, por encima del de mandarina.

**Gráfico 2** Consumo de cítricos acumulado hasta el mes de marzo en las campañas 2006/07 y 2007/08



Los consumos acumulados de naranja y mandarina en la actual campaña, han descendido un 12% y 8% respectivamente, en relación con la campaña precedente. No obstante, el consumo de limón se ha incrementado un 8%.

El consumo de naranja en datos acumulados de la campaña 07/08, es un 123% superior al de mandarina, mientras que en la pasada campaña superó el 130%.