

Precios en los mercados mayoristas internacionales

Sector cítrico

Campaña 2012/13



Observatorio de precios y mercados

Diciembre 2013

CONTENIDOS

1. Notas metodológicas
2. Naranja
3. Mandarina
4. Limón
5. Síntesis de la campaña

Cada producto presenta los siguientes análisis:

- a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto
- b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto (si procede)
- c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto





1. Notas Metodológicas

Definiciones

Precio medio más frecuente en mercado mayorista internacional

El precio en mercado mayorista se define como el precio medio de productos comercializados en los principales mercados mayoristas internacionales. Refleja el precio de venta del comercio mayorista al comercio detallista.

Los precios mostrados se corresponden con la media de los precios más frecuentes tomados de lunes a viernes en los mercados mayoristas internacionales más representativos.

Fuentes de información

Aplicación IPRECOM. Ministerio de Economía y Competitividad

Los precios en mercados mayoristas internacionales proceden de consultas realizadas a la Aplicación IPRECOM (<http://iprecom.comercio.es/>) del Ministerio de Economía y Competitividad. Las consultas recogen los precios más frecuentes para los diferentes productos en los principales mercados europeos y de EE.UU, identificando el origen del producto, el formato, calibre, categoría, etc. El período tenido en cuenta para la realización de las consultas está comprendido entre los meses de octubre de 2012 y septiembre de 2013 (campaña 2012/13).

Consideraciones previas I

Los precios presentados en este documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg) y en todos los casos se refieren a productos cuyo origen es España.

1. Notas Metodológicas

Consideraciones previas II

Mercados mayoristas analizados

Los mercados internacionales consultados se han analizado agrupándolos en base a su país de origen, mostrándose de la siguiente manera:

Mercados franceses

Lyon

París

Perpignan

Toulouse

Mercados alemanes

Colonia

Frankfurt

Hamburgo

Otros mercados europeos

Londres

Milán

Mercados americanos

Baltimore

Boston

Filadelfia

Nueva York





2. NARANJA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2012/13.



2. Naranja

2.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

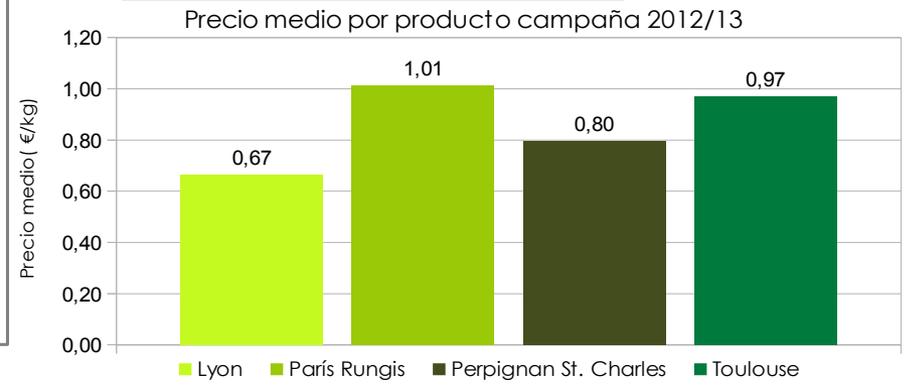
En los **mercados franceses**, hubo diferencia en las cotizaciones medias, siendo el de París el que registró un precio más alto, con 1,01 €/kg y Lyon el más bajo con 0,67 €/kg.

Los **mercados alemanes** registraron un precio medio muy similar entre ellos y superior al precio medio de la campaña en todos los mercados.

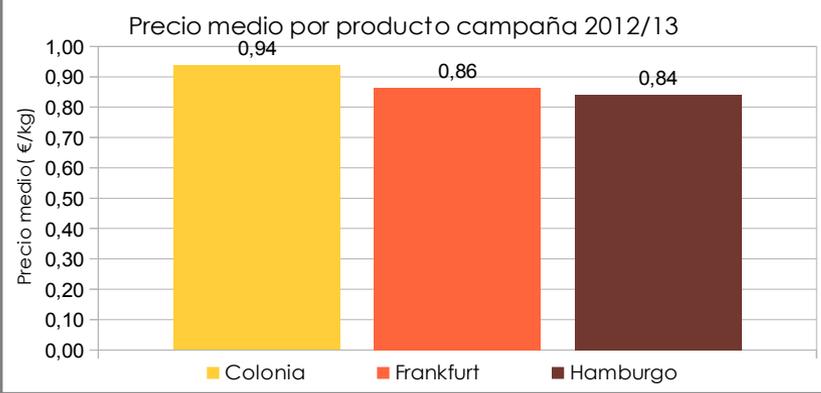
Respecto a **otros mercados europeos**, cabe destacar el mercado de Milán, ya que registró las mayores cotizaciones de los nueve con **1,18 €/kg**.

Precio medio de la campaña: 0,84 €/kg

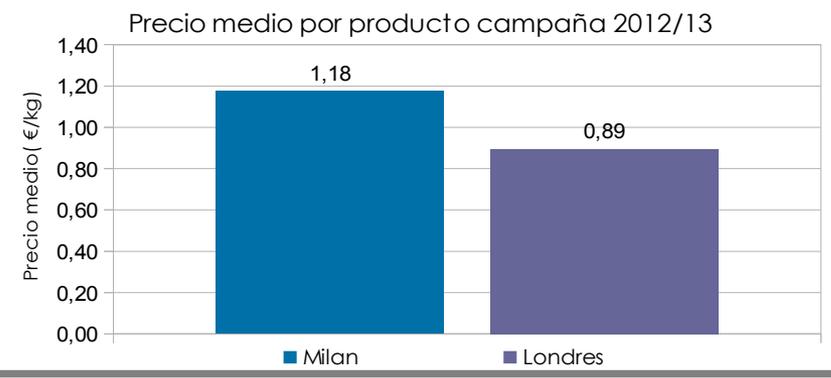
Mercados franceses



Mercados alemanes



Otros mercados europeos

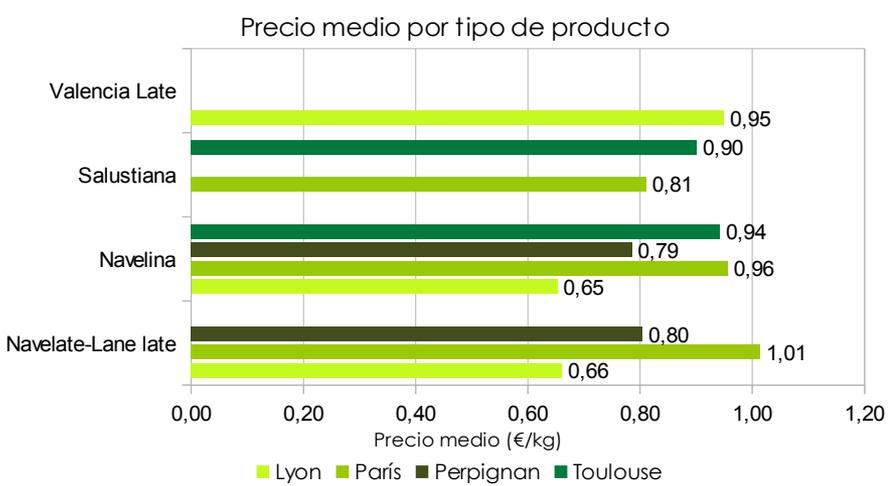


Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

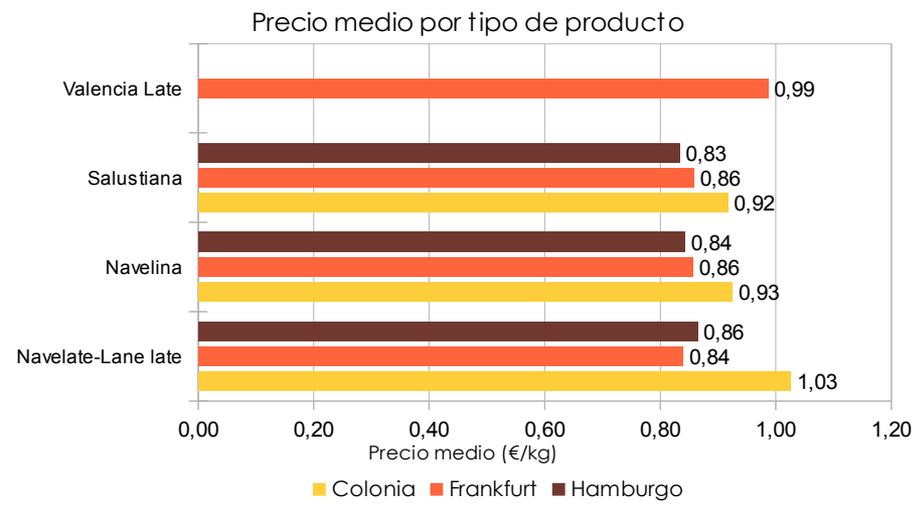
2. Naranja

2.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Mercados franceses



Mercados alemanes



Tanto en los mercados franceses como en los alemanes se comercializó la naranja de origen España bajo numerosos tipos.

En los **mercados franceses** cabe señalar que todos comercializaron naranja tipo navelina. En el lado opuesto se encuentra el tipo valencia late, con presencia sólo en el mercado de Lyon.

En los **mercados alemanes** apenas hubo diferencias en las cotizaciones entre unos tipos y otros.

Los mercados de **Londres y Milán** comercializaron **un sólo tipo de naranja** en esta campaña, por lo que su precio coincide con el anteriormente mostrado por producto. En el de **Milán** se comercializó la naranja de tipo **Valencia Late** y en el de **Londres** bajo el tipo **no designado**.

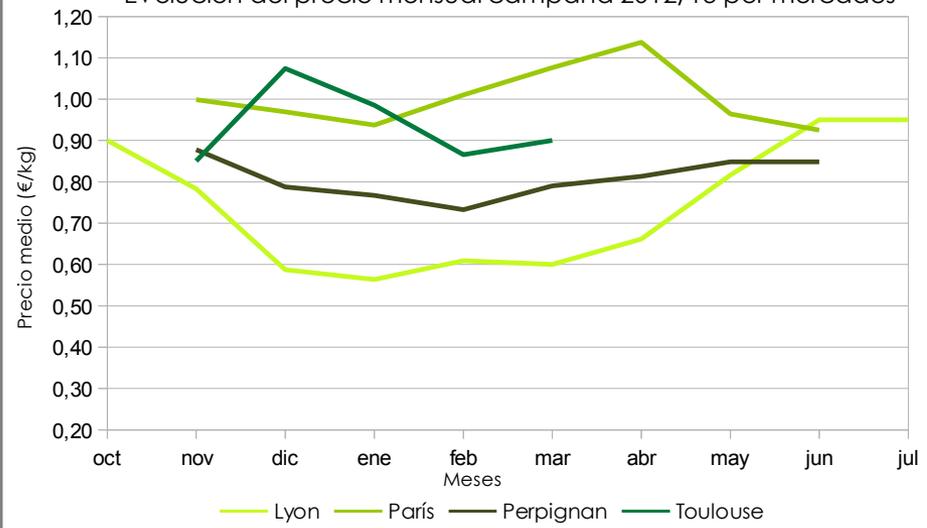
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

2. Naranja

2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



El mercado de **Lyon** fue el que tuvo un **mayor** número de semanas con **presencia** de naranja origen España, con **33** semanas. En el lado opuesto se encuentra el mercado de **Toulouse** con **sólo 14** semanas de presencia de naranja con origen España.

El mercado de **Lyon** se caracterizó por comenzar y terminar la campaña con un precio similar al precio medio del producto, aunque las cotizaciones a lo largo de ésta fueron inferiores a la media.

El resto de mercados franceses comercializaron el producto durante un periodo más corto aunque a un precio medio superior. A lo largo de la campaña se produjeron fluctuaciones, pero sin ser demasiado pronunciadas.

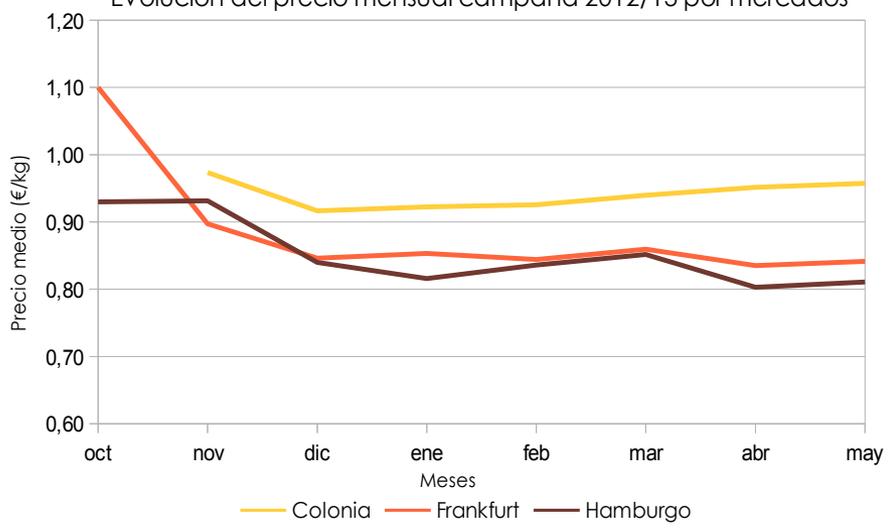
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	0,95	23 a 30	0,55	6
París	1,20	17 y 18	0,78	6
Perpignan	0,91	46	0,71	7
Toulouse	1,13	49	0,85	48, 2, 6 y 7

2. Naranja

2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



Los tres **mercados alemanes** analizados mostraron un **comportamiento similar** entre ellos, a lo largo de la campaña. El mercado de **Frankfurt** comenzó con el precio más elevado, aunque pronto se igualó al de **Hamburgo** y continuaron a lo largo de la campaña de **forma análoga**. El mercado de **Colonia** comenzó la campaña en noviembre, aunque con **cotizaciones ligeramente superiores** al resto de mercados.



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	1,10	46	0,90	48
Frankfurt	1,10	43	0,80	6
Hamburgo	1,12	44	0,80	13, 16, 17 y 19



3. MANDARINA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2012/13.



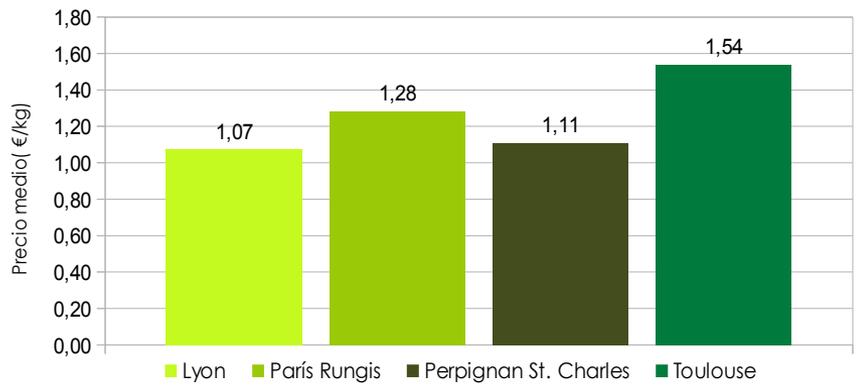
3. Mandarina

3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 1,31 €/kg

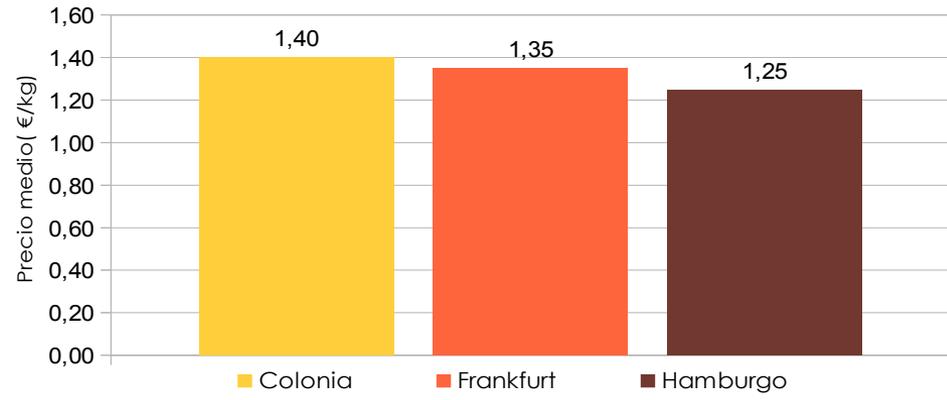
Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2012/13



Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2012/13



Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2012/13



En los **mercados franceses** destaca el precio alcanzado en Toulouse con **1,54 €/kg** siendo el más alto de los mercados europeos.

En los **mercados alemanes** el precio fue similar a la media, con Colonia con el precio más elevado y Hamburgo con el precio más bajo.

Respecto a **otros mercados europeos**, Londres registró un precio por debajo de la media, con **1,07 €/kg**. Junto con **Lyon**, fueron los mercados con un precio medio más bajo de todos ellos.

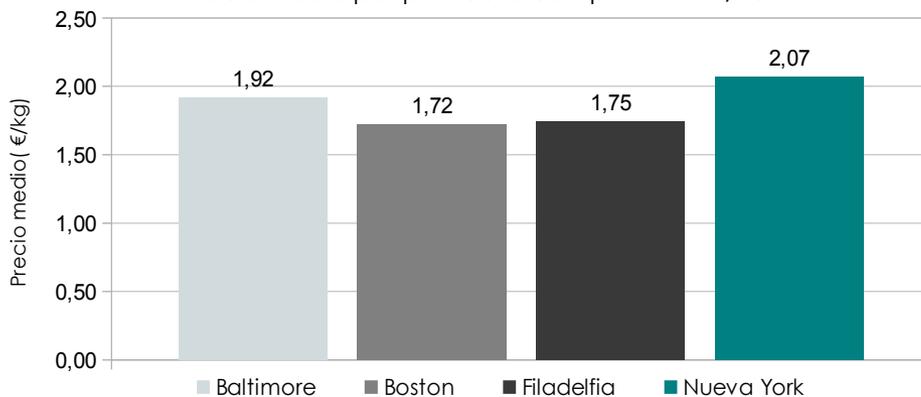
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

3. Mandarina

3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados americanos

Precio medio por producto campaña 2012/13



La mandarina con origen España también tuvo presencia en los **mercados americanos**. Allí se alcanzó un **precio medio superior** al alcanzado en los mercados europeos analizados.

El mercado de **Nueva York** fue el que alcanzó un precio medio **más elevado**, seguido de Baltimore, Filadelfia y Boston.

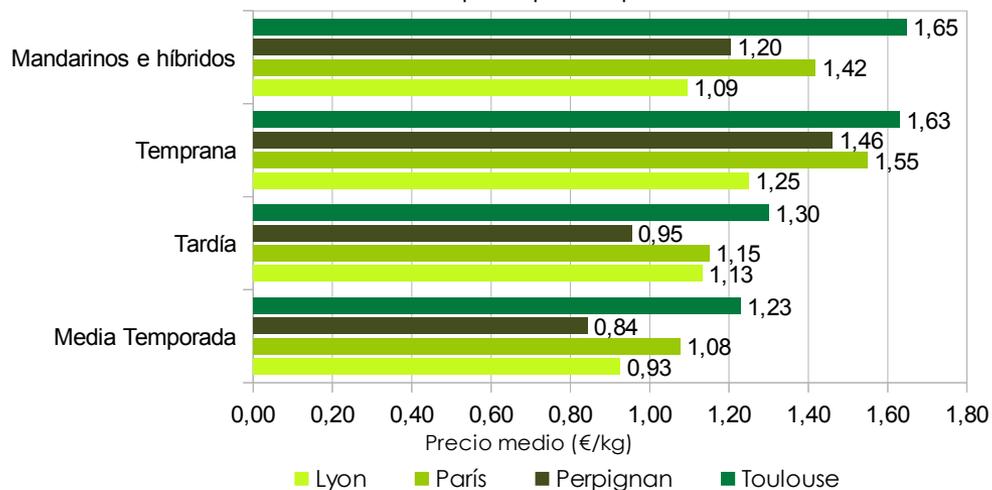


3. Mandarina

3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



La mandarina con origen España se comercializó bajo **numerosos tipos** en los mercados franceses.

El **tipo clementina** se divide en **subtipos** en estos mercados franceses distinguiéndose entre: **temprana, tardía y media temporada**.

Cabe destacar que en el mercado de Toulouse se alcanza el precio más alto en todos los tipos.

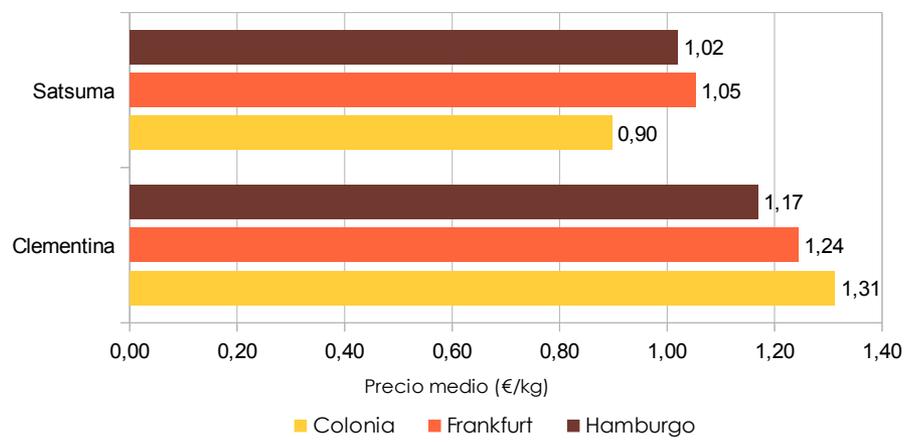


3. Mandarina

3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

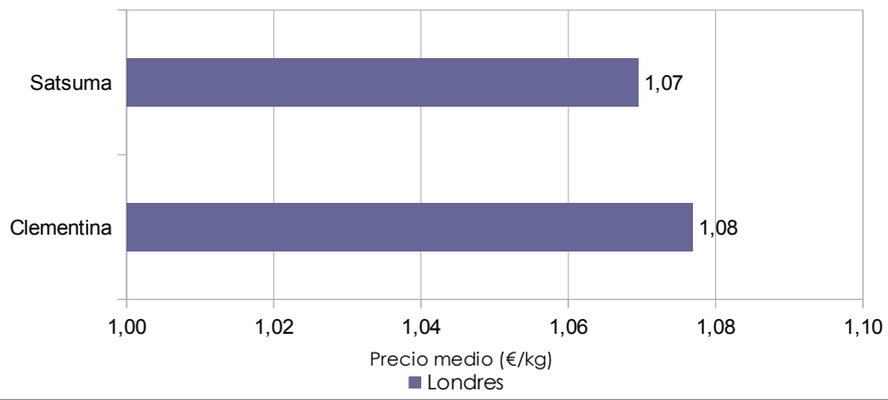
Mercados alemanes

Precio medio por tipo de producto



Otros mercados europeos

Precio medio por tipo de producto



Tanto los mercados alemanes como el mercado de Londres, comercializaron la mandarina clasificada bajo los mismos **tipos: Satsuma y Clementina**.

En estos cuatro mercados el tipo **Satsuma** fue el que registró unos **precios medios inferiores**.

En el mercado de **Londres no hubo diferencias significativas** en los diferentes tipos de mandarina comercializada.

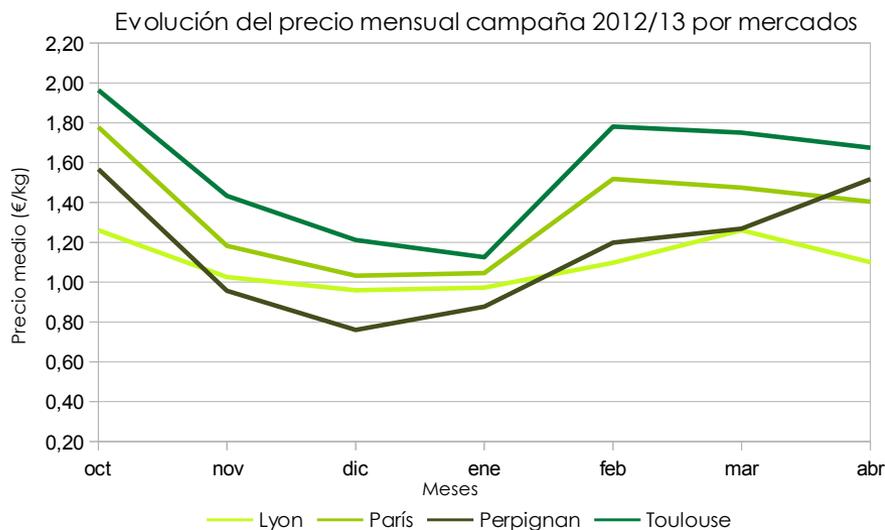
Los **mercados americanos no** realizaron ninguna **diferenciación por tipo**.

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

3. Mandarina

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses



La evolución mensual de las cotizaciones en todos los **mercados franceses** apunta una tendencia similar descendente hasta el mes de enero, salvo en el mercado de Perpignan que tuvo su cotización mínima en el mes de diciembre. A partir de entonces, hubo un repunte ascendente de las cotizaciones hasta el mes de febrero. En el tramo final de la campaña hubo un suave descenso del precio del producto, salvo en el mercado de Perpignan, en el cual se produce un repunte. El fin de la campaña tuvo lugar en el mes de abril.

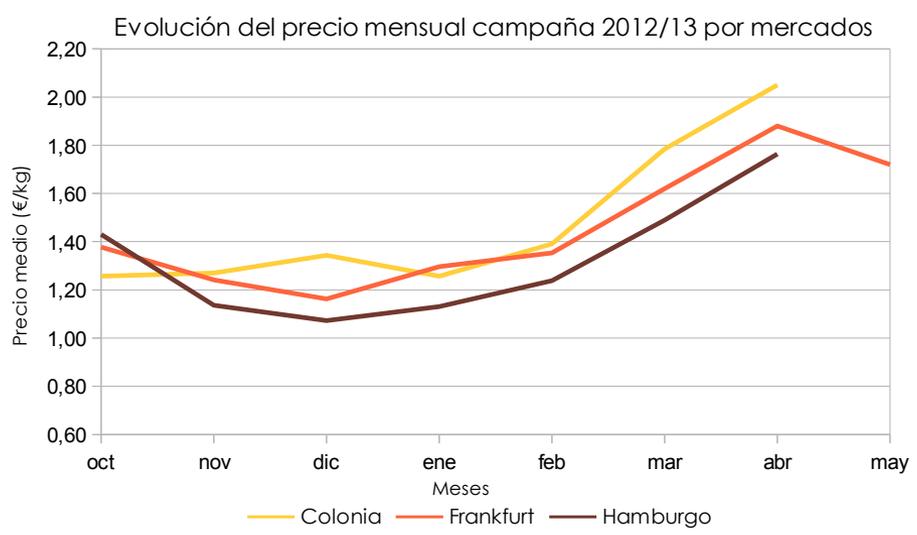
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,41	41	0,88	3
París	2,05	40	0,99	3
Perpignan	1,81	40	0,74	51
Toulouse	2,55	40	0,99	4



3. Mandarina

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados alemanes



Los **mercados alemanes** tuvieron un **comportamiento análogo entre ellos**, comenzando con un ligero descenso de las cotizaciones y produciéndose una posterior subida hasta alcanzar las cotizaciones máximas en el mes de abril. En este momento es cuando cesan las cotizaciones en los mercados de Colonia y Hamburgo. En el mercado de Frankfurt se produjeron cotizaciones hasta el mes de mayo.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	2,08	16	1,2	1
Frankfurt	1,91	16	1,14	50
Hamburgo	1,78	13 y 16	1,07	50

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

3. Mandarina

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

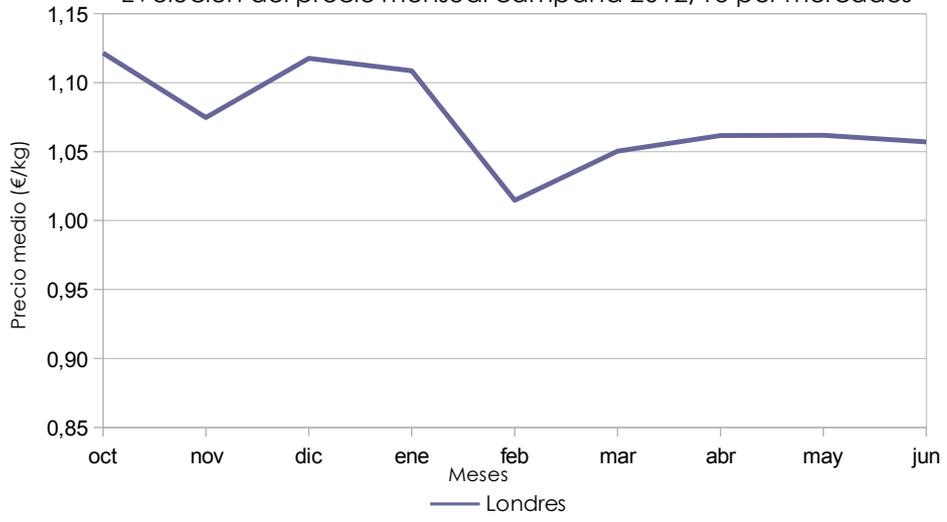
El mercado de **Londres** fue el que tuvo una **mayor continuidad** en sus cotizaciones presentando 36 semanas con cotizaciones de mandarina con origen España y alargándose la campaña hasta el mes de junio.

Los precios alcanzados a lo largo de la campaña fueron inferiores a la media del producto.

Se produjeron varias oscilaciones, alcanzando su punto más bajo en el mes de febrero. A partir de ese punto, el precio fue relativamente estable hasta finalizar la campaña.

Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	1,15	1	0,97	6

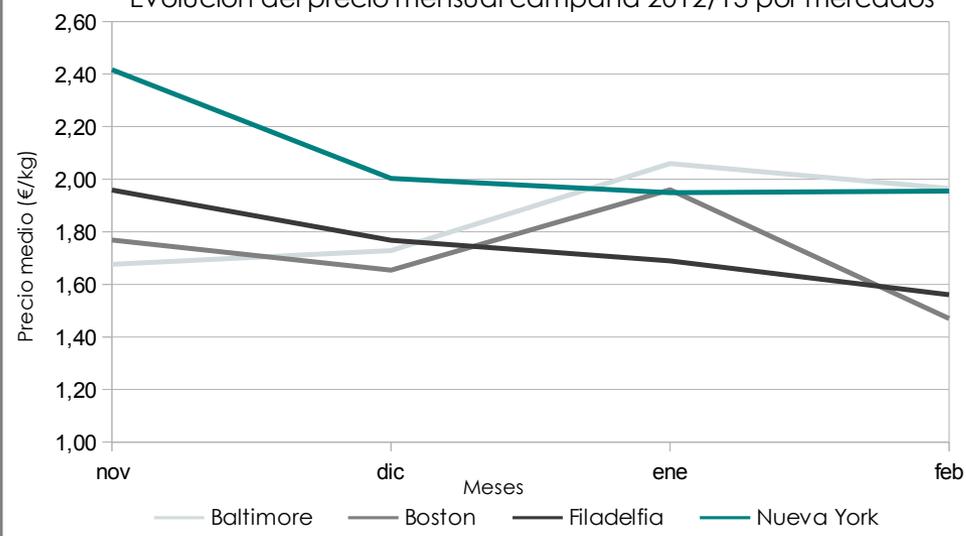


3. Mandarina

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados americanos

Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



La campaña de mandarina con origen España en los mercados americanos se extendió desde el mes de noviembre hasta febrero.

Nueva York y Filadelfia partieron de un precio medio más elevado y se produjo una bajada de manera lineal y progresiva.

Baltimore y Boston partieron de un precio medio más bajo y a lo largo de la campaña incrementaron sus cotizaciones medias, aunque en el mercado de Boston las cotizaciones sufrieron una fuerte caída en el último mes.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Baltimore	2,11	1	1,59	50
Boston	2,08	45	0,88	8
Filadelfia	2,11	45	0,97	6
Nueva York	2,75	45	1,73	2

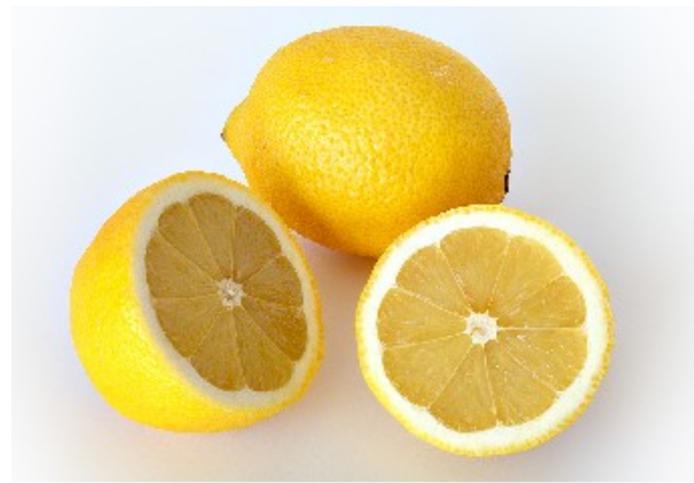
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.



4. LIMÓN

Precios mercados internacionales.

Campaña 2012/13.

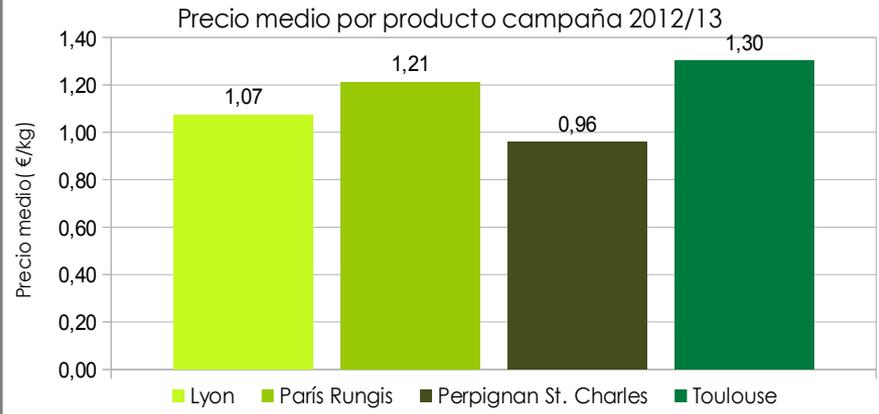


4. Limón

4.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

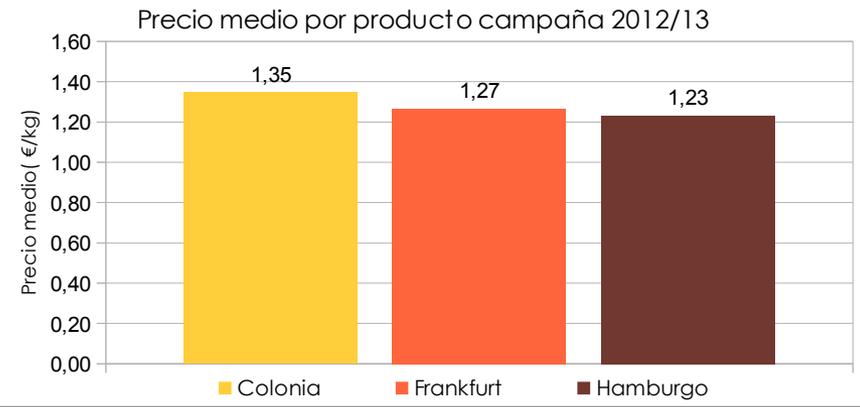
Precio medio de la campaña: 1,10 €/kg

Mercados franceses

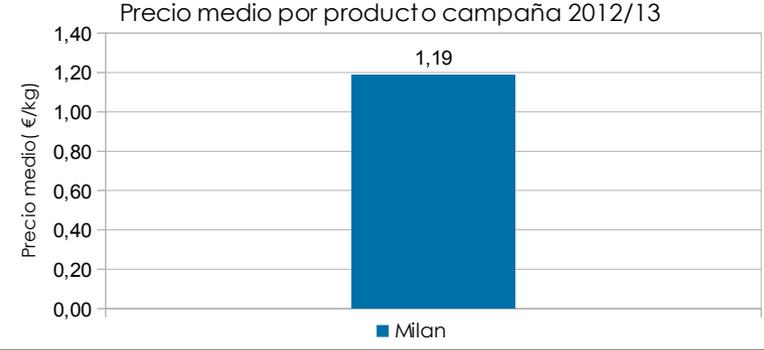


En base a los datos registrados, los **mercados franceses** mostraron disparidad en la media de sus precios, con Toulouse con un precio medio más alto y **Perpignan** con el precio medio más bajo de todos los mercados analizados con **0,96 €/kg**.
 Los **mercados alemanes** obtuvieron unos precios medios similares entre ellos y superiores a la media, con **Colonia** a la cabeza como precio medio más alto de los mercados analizados con **1,35 €/kg**.
 El mercado de Milán registró un precio medio ligeramente superior al precio medio de la campaña.

Mercados alemanes



Otros mercados europeos

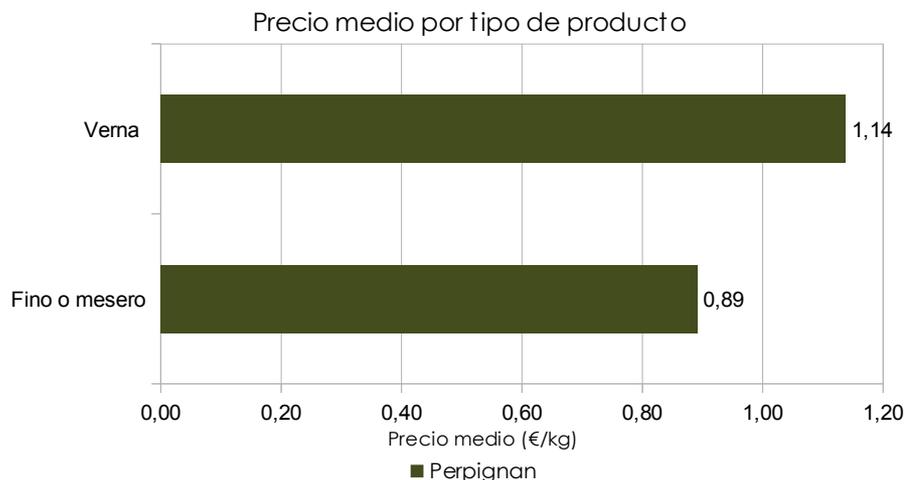


Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

4. Limón

4.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

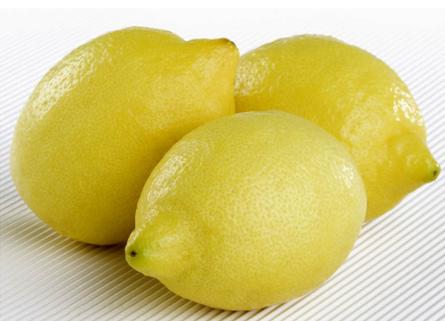
Mercados franceses



En base a los datos que se manejan, los **mercados franceses** son los únicos que comercializaron limón bajo diversos tipos. Fundamentalmente el limón comercializado fue bajo el tipo no designado, salvo en el mercado de **Perpignan** que comercializó limón bajo los tipos **verna** y **fino o mesero**, obteniéndose un precio medio más alto con el tipo fino o mesero.

Todo el limón comercializado por los **mercados alemanes** fue bajo el **tipo no designado**.

En el mercado de **Milán** solo se comercializó limón bajo el **tipo verna**, por lo que su precio coincide con el mostrado anteriormente por producto.



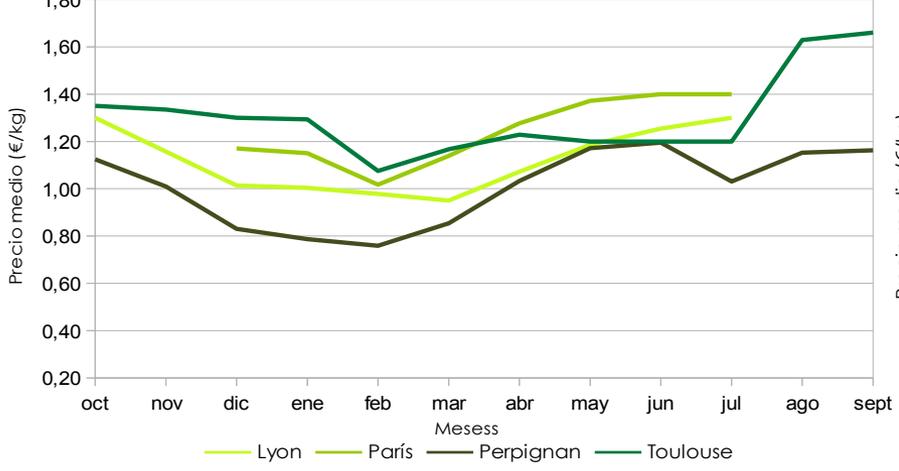
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

4. Limón

4.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses

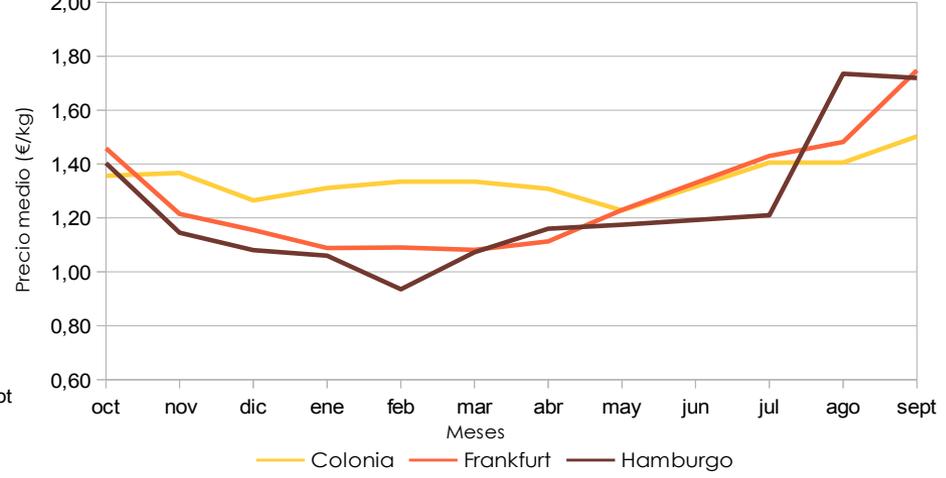
Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,30	42, 24 a 30	0,95	8 a 14
París	1,40	21 a 30	1,00	7 a 9
Perpignan	1,31	36	0,74	5 y 6
Toulouse	1,86	32	1,00	7

Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2012/13 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio(€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	1,63	39	1,16	18
Frankfurt	1,77	37 y 39	1,07	1, 8 y 9
Hamburgo	1,75	39	0,91	8

Los mercados de **Perpignan y Toulouse** son los que tuvieron un **mayor número de semanas con cotizaciones**, alargándose la campaña respecto a los demás mercados franceses. Los **mercados alemanes** mostraron una tendencia descendente hasta alrededor del mes de febrero y a partir de este punto hubo un repunte finalizando la campaña con un precio superior al inicial.

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

5. Síntesis de la campaña

En base a los datos que se manejan, el comportamiento de los mercados estudiados puede resumirse de la siguiente manera:

- ✓ Por lo general los mercados que obtienen precios medios más elevados para estos tres productos son los mercados de Toulouse y París, en Francia y los de Colonia y Frankfurt en Alemania.
- ✓ Los mercados de Londres y Milán no suelen tener continuidad en sus cotizaciones, salvo el mercado de Londres para la mandarina, llegando a ser incluso el mercado que más semanas registra cotizaciones de este producto. Siguiendo con la mandarina cabe destacar la presencia de este producto en los mercados americanos, con precios bastante más elevados que los del resto, aunque en un menor periodo de tiempo.
- ✓ Tanto la naranja como la mandarina se ha comercializado bajo numerosos tipos, al contrario de lo que ha ocurrido con el limón, el cual se ha comercializado, casi en su totalidad, bajo el tipo no designado.
- ✓ Respecto al periodo de comercialización de estos productos, se puede decir que la campaña de naranja y mandarina comprendió los meses de octubre a mayo, aunque algunos mercados franceses alargaron la campaña de naranja hasta los meses de junio y julio. La campaña de la mandarina fue algo más corta en Francia, terminando en el mes de abril, algo más larga en Londres y como se ha indicado anteriormente bastante más corta en los mercados americanos. Por su parte, la campaña del limón difiere bastante de las dos anteriores, siendo en términos generales de octubre a septiembre, aunque algunos mercados franceses finalizaron uno o dos meses antes.

Precios en los mercados mayoristas internacionales

Sector cítrico

Campaña 2012/13



Observatorio de precios y mercados

Diciembre 2013