

Boletín de seguimiento de campaña 2010/11

Sector cítricos

NARANJA



Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en centro de manipulación
3. Precio medio en centro de manipulación por producto
4. Precio medio en centro de manipulación por variedad
5. Incidencias de campaña
6. Precio medio y volumen acumulado en consumo de naranja 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 (III)

↪ 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.

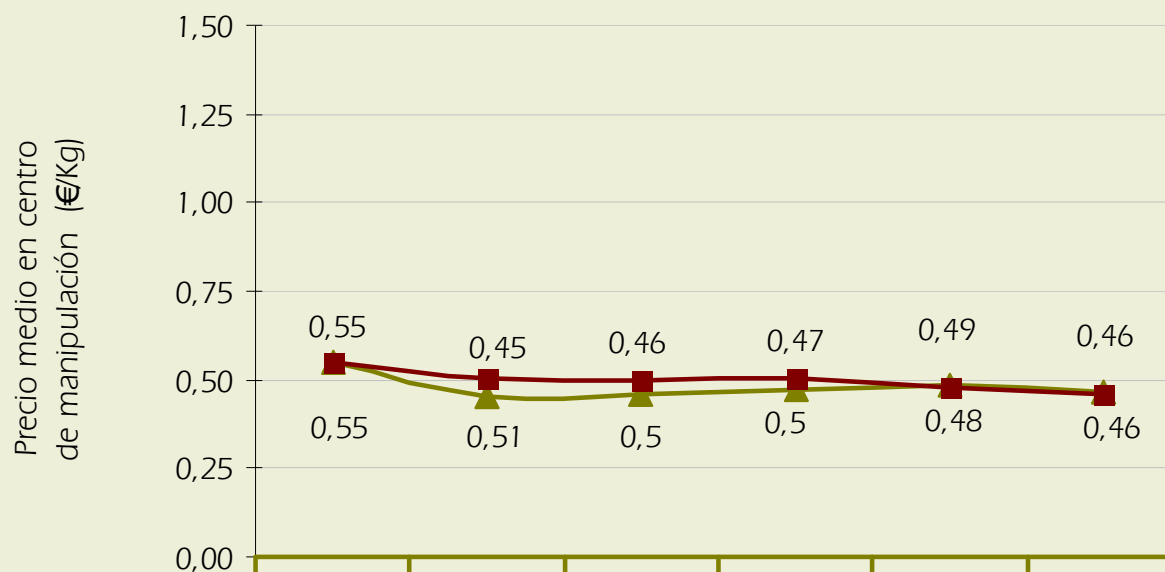
↪ **Precio y volumen acumulado en consumo por formato.** Compara el volumen y precio medio al consumo acumulado durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.

↪ **Precio 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.

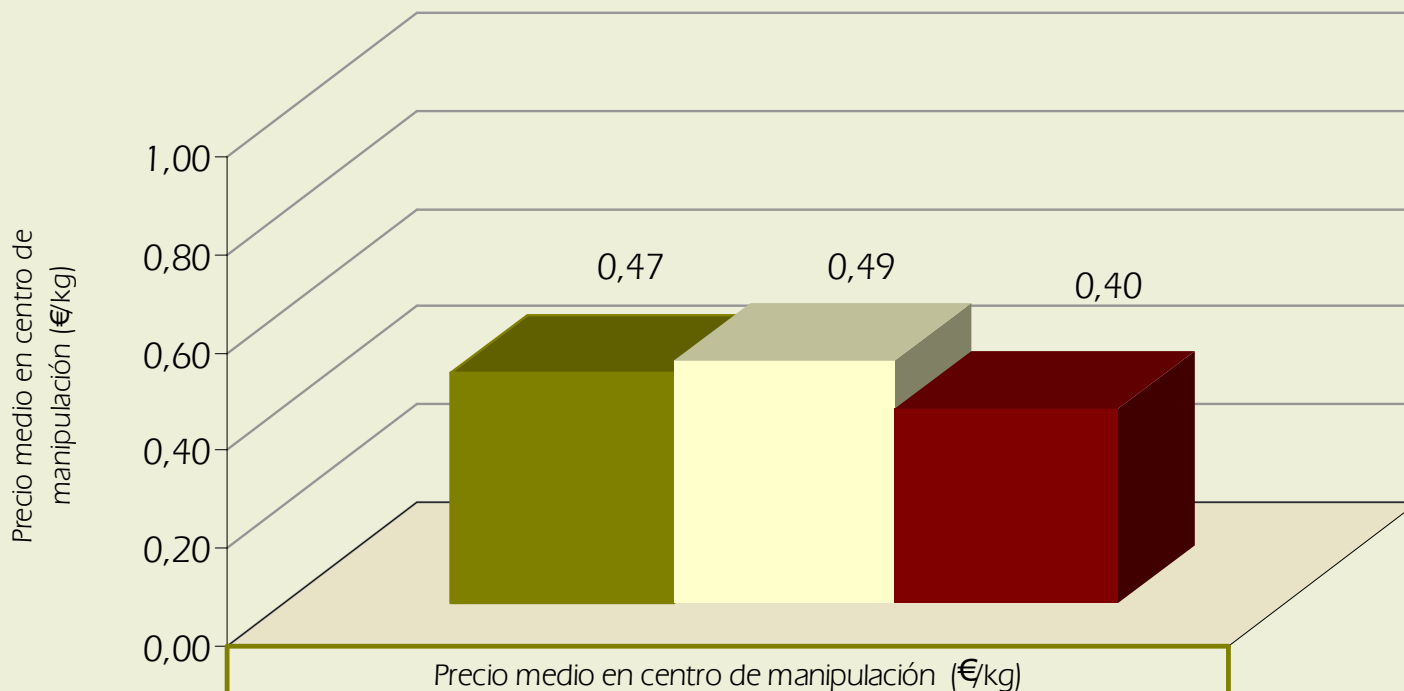
↪ **Volumen consumido acumulado en Andalucía y en España.** Analiza el volumen consumido acumulado durante la campaña actual y la pasada, en Andalucía y España.

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



	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar
▲ Precio medio mensual. Campaña 10/11	0,55	0,45	0,46	0,47	0,49	0,46
■ Precio medio mensual. Campaña 09/10	0,55	0,51	0,5	0,5	0,48	0,46

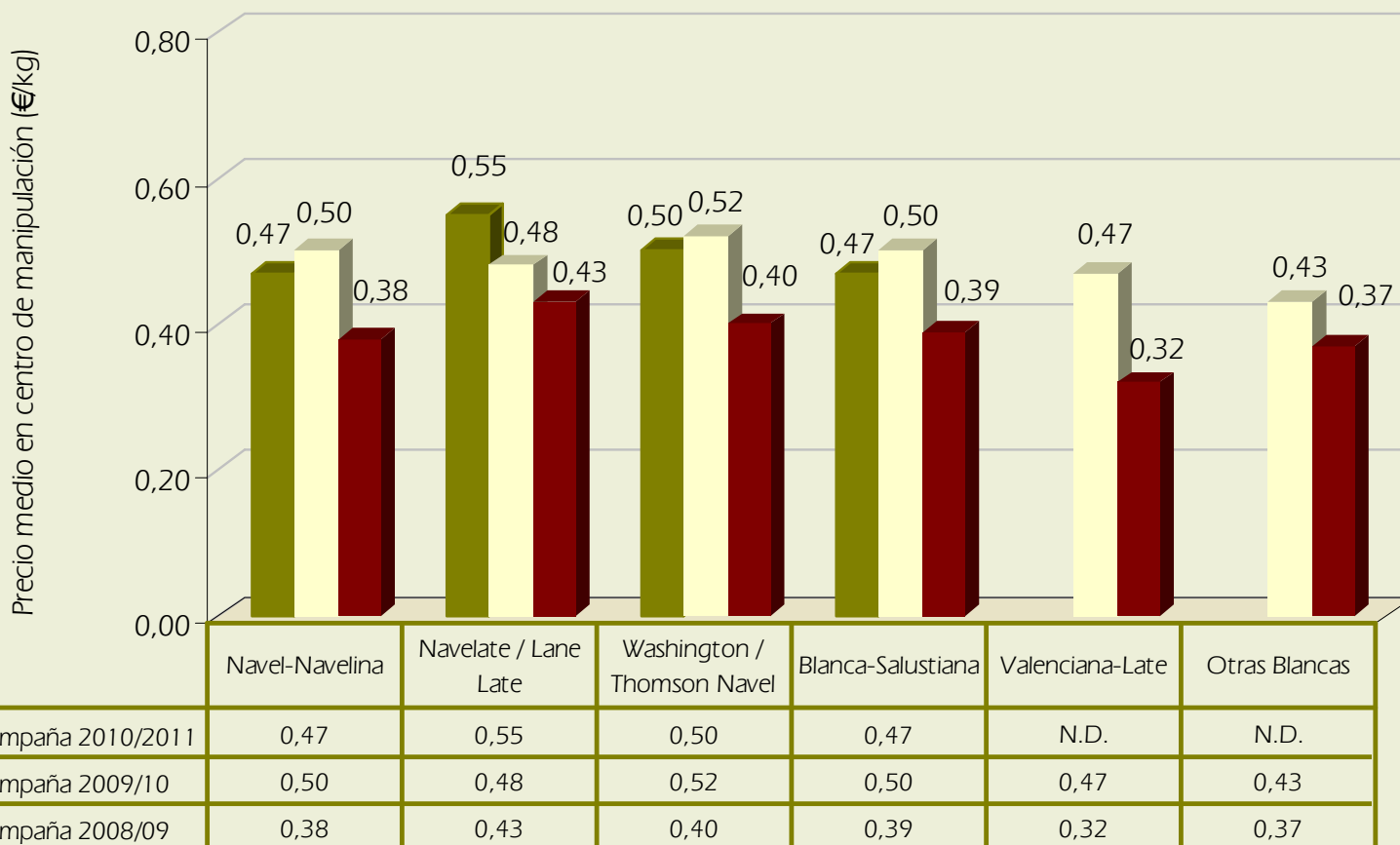
3. Precio medio en centro de manipulación de naranja (Oct-Mar)



Campaña	Precio medio en centro de manipulación (€/kg)
Campaña 2010-2011	0,47
Campaña 2009-2010	0,49
Campaña 2008-2009	0,40

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

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

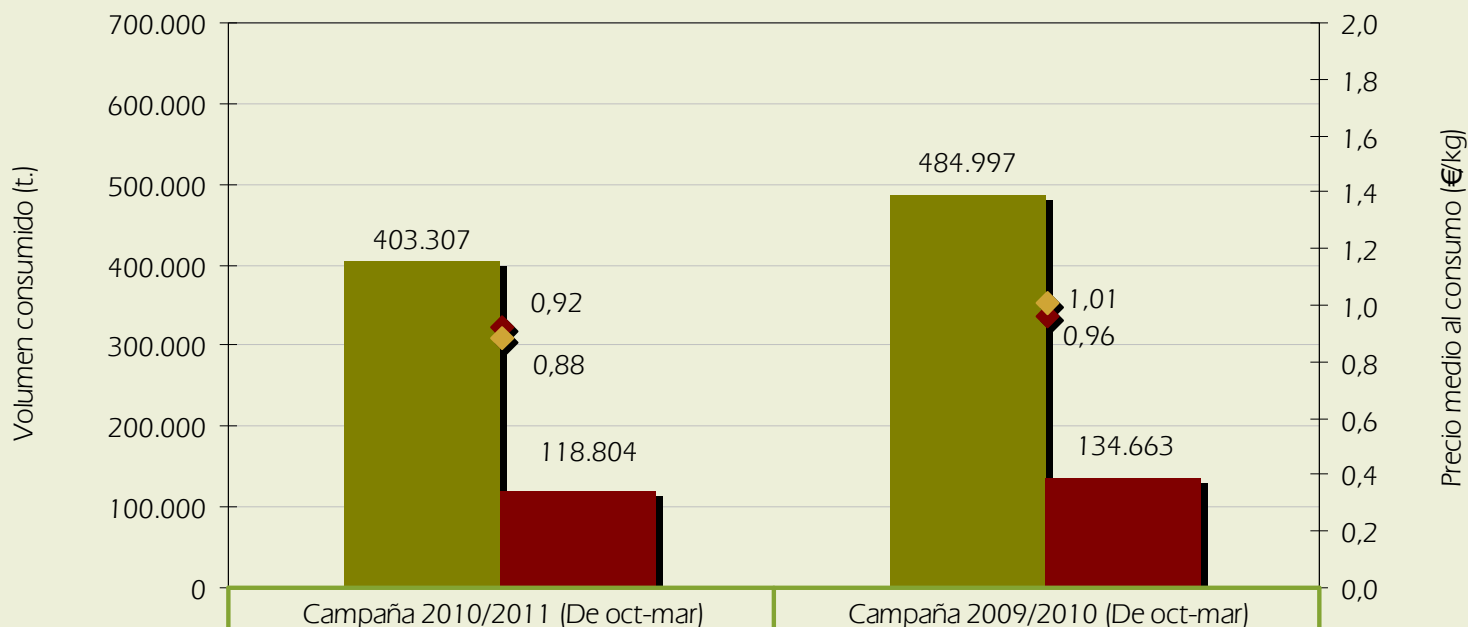


NOTA: N.D.: Datos no disponibles por el retraso existente durante la presente campaña en el comienzo de la recolección de la Valencia Late. En el caso de las Otras Blancas los datos no tiene la representatividad requerida para su presentación.

5. Incidencias de campaña

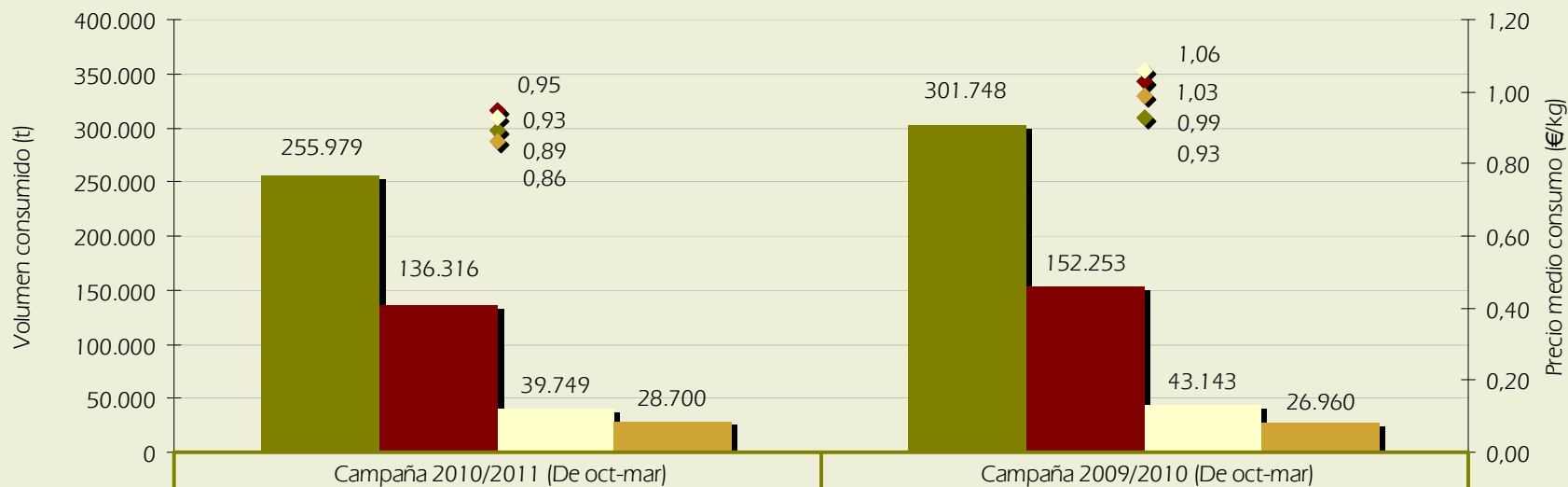
- El aforo calculado para inicios de campaña vaticinaba un incremento en todas las variedades de naranja con respecto a la campaña precedente. De hecho, se registraron para los primeros meses de campaña, precios altos en árbol, acompañados de un buen ritmo de ventas en las centrales de manipulación. Los calibres de los frutos se mantenían en niveles similares o algo inferiores a los de la anterior campaña, aunque dentro del rango óptimo de comercialización.
- A pesar del favorable inicio de campaña, desde mediados del mes de noviembre la situación se invierte, experimentando una caída gradual de los precios motivada por un retroceso sustancial de la demanda en los mercados europeos.
- Durante la segunda mitad del mes de diciembre, las inclemencias climáticas registradas en gran parte del continente europeo dificultaron el transporte por carretera, a lo que se sumaron las complicaciones vividas en la recolección en campo.
- A mediados del mes de enero, el Levante español registró fuertes heladas que dañaron su fruta. Esta circunstancia ha sido determinante en el progreso de la segunda mitad de la campaña, viéndose afectada la naranja de origen español con una importante reducción en los precios y en la demanda de los mercados europeos. Esta situación se prolongó hasta finales del mes de febrero.
- El inicio de la recolección de las variedades Navelate y Lanelate, libres de los efectos del hielo en la zona del Levante, estuvo acompañado de un repunte en las cotizaciones sobre árbol. No obstante se produce un desfase entre las cotizaciones en campo y las de salida de almacén, al no reflejarse el ascenso del precio sobre árbol en los precios al consumo, que se mantienen en niveles bajos.

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



■ Volumen granel	403.307	484.997
■ Volumen envasado	118.804	134.663
◆ Precio medio consumo granel	0,92	0,96
◆ Precio medio consumo envasado	0,88	1,01

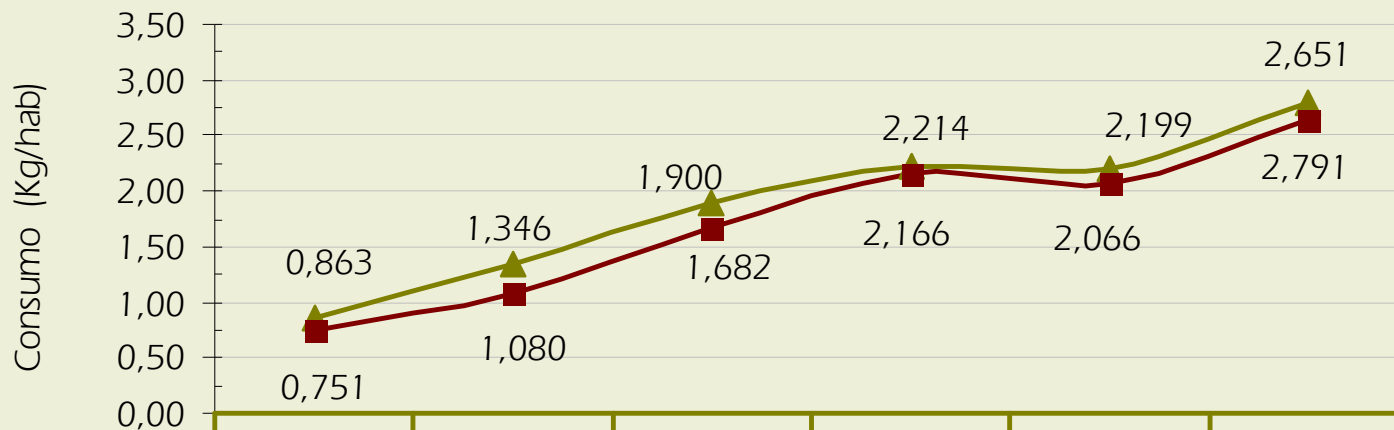
7. Precio y volumen acumulado en consumo de naranja por establecimiento de venta ⁽¹⁾ (Oct-Mar)



Volumen t.tradicional	255.979	301.748
Volumen supermercado	136.316	152.253
Volumen hipermercado	39.749	43.143
Volumen t.descuento	28.700	26.960
P.medio t.tradicional	0,89	0,93
P.medio supermercado	0,95	1,03
P.medio hipermercado	0,93	1,06
P.medio t.descuento	0,86	0,99

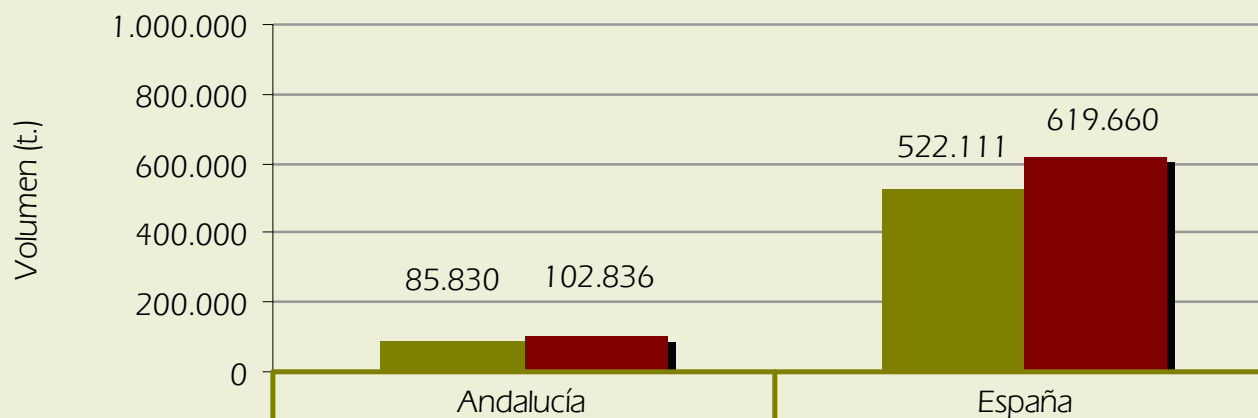
(1): Se desglosa por los principales tipos de establecimientos, excluyendo "otros canales" dentro del cual se encuentran los mercadillos, ventas online, etc.

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



▲ Consumo mensual per cápita España	0,863	1,346	1,900	2,214	2,199	2,791
■ Consumo mensual per cápita Andalucía	0,751	1,080	1,682	2,166	2,066	2,651

9. Volumen consumido acumulado de naranja en Andalucía y España



■ Volúmen consumido 2010-2011 (De oct-mar)	85.830	522.111
■ Volúmen consumido 2009-2010 (De oct-mar)	102.836	619.660
Variación porcentual interanual	-17%	-16%