

Boletín final de seguimiento de la Campaña 2009/10 Sector fresa

FRESA



Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en origen
3. Precio medio en origen acumulado por producto
4. Precio medio en origen acumulado por variedad
5. Incidencias de campaña
6. Precio y volumen acumulados en consumo por formato
7. Precio y volumen acumulados 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
10. Evolución mensual del margen bruto origen-destino

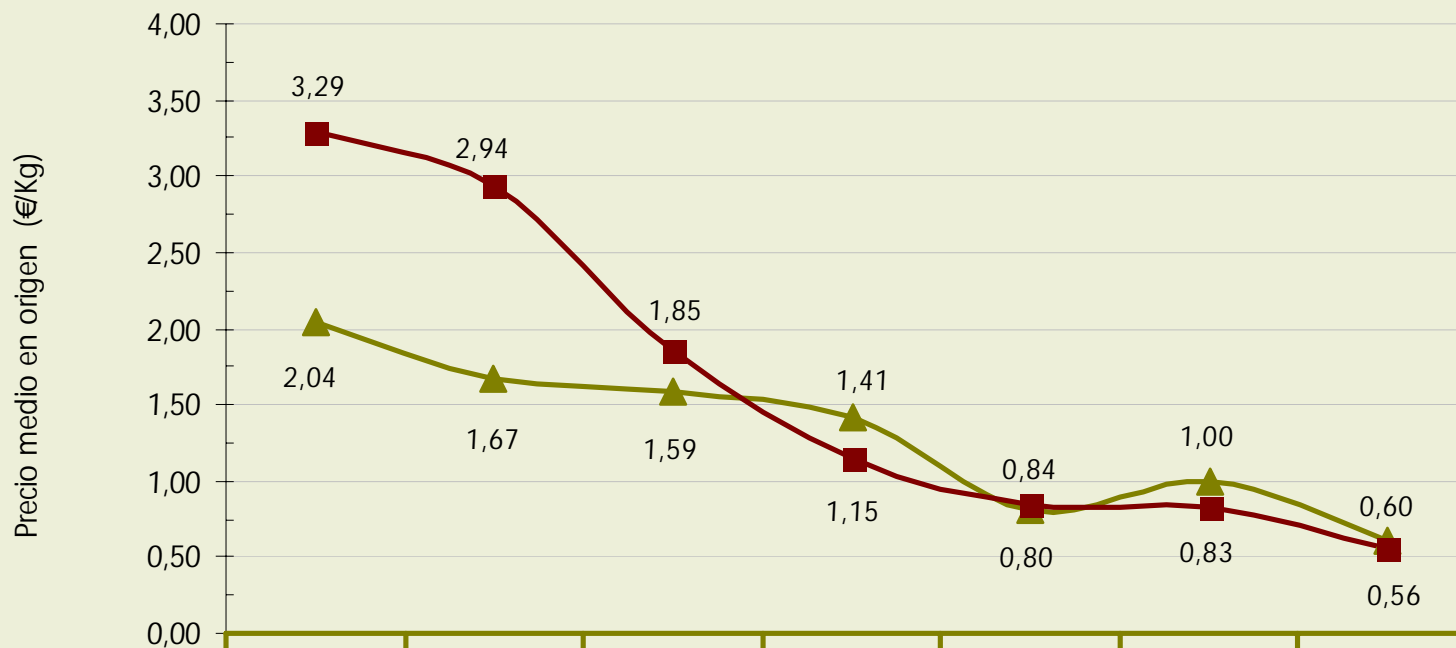
1. Notas metodológicas (I)

- ↪ 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 medio en origen se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora. Se diferencian dos tipos de precios medios en origen:
 - ↪ Precio medio en origen 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 origen por variedad. Se obtiene de forma semejante al precio medio en origen 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)

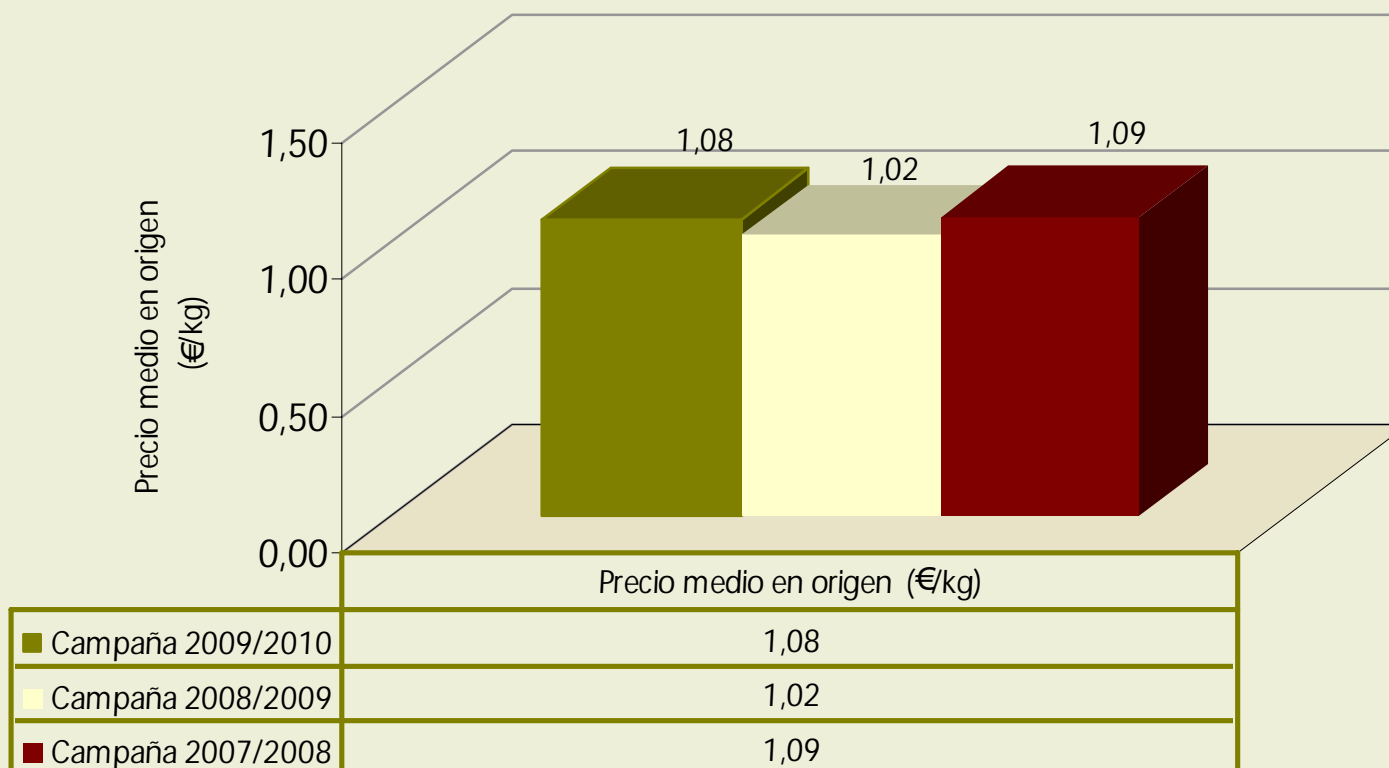
- ↪ Este boletín presenta los siguientes análisis:
 - ↪ Evolución mensual de los precios medios en origen. Estudia la evolución de la cotización en origen del producto de primera categoría en la campaña vigente en comparación con la anterior.
 - ↪ Precio medio en origen acumulado por producto. Compara el precio medio acumulado del producto de primera categoría de la campaña actual con las dos anteriores.
 - ↪ Precio medio en origen acumulado por variedad. Compara el precio medio acumulado por variedad de primera categoría 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.
 - ↪ Evolución mensual del margen bruto origen-destino. Compara los precios medios mensuales percibidos por el agricultor de 1ª categoría con el precio de venta al público en España, y el margen bruto comercial.

2. Evolución mensual de los precios en origen de fresa de 1ª categoría

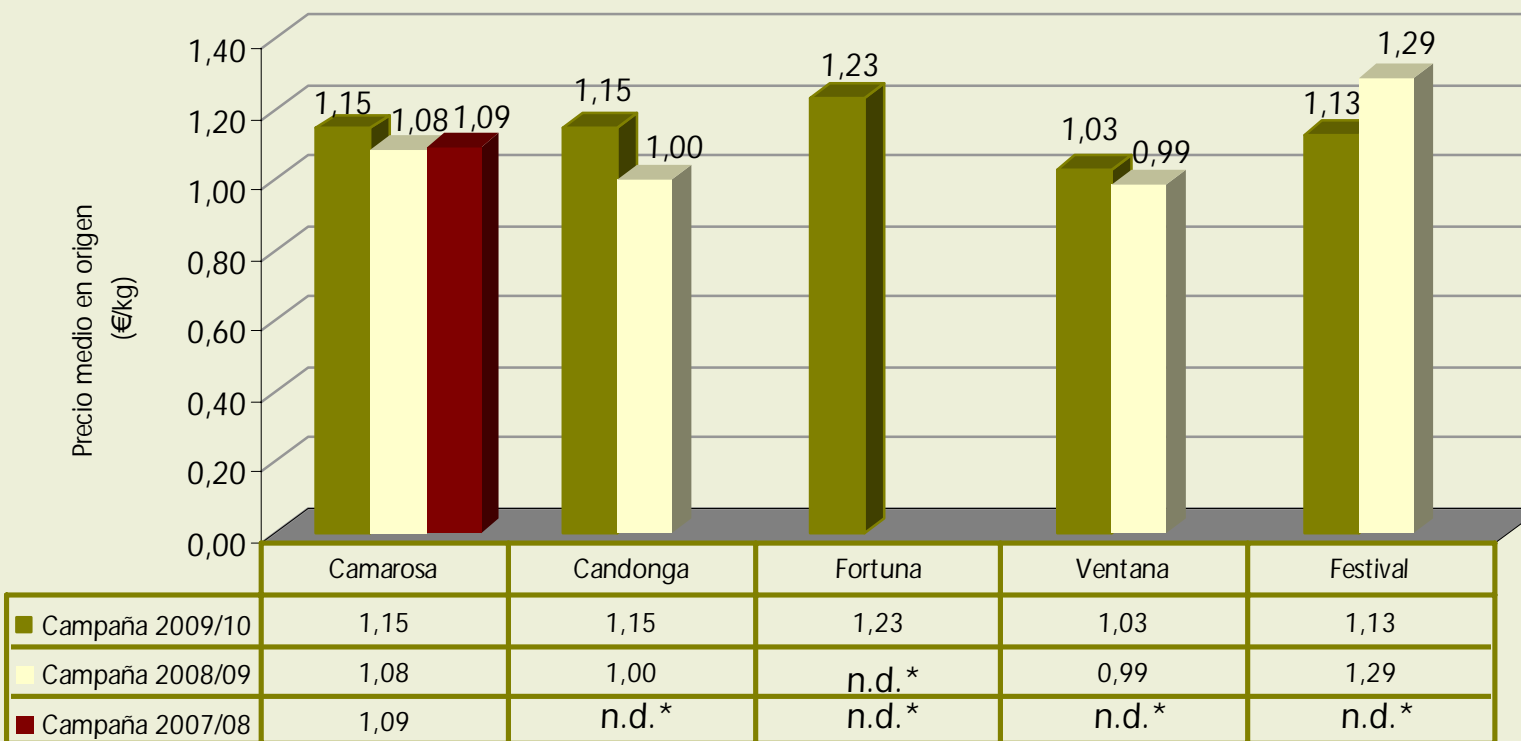


	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	may-10	jun-10
▲ Campaña 2009/2010	2,04	1,67	1,59	1,41	0,80	1,00	0,60
■ Campaña 2008/2009	3,29	2,94	1,85	1,15	0,84	0,83	0,56

3. Precio medio en origen acumulado de fresa de 1ª categoría



4. Precios medios en origen acumulados por variedad de fresa de 1ª categoría

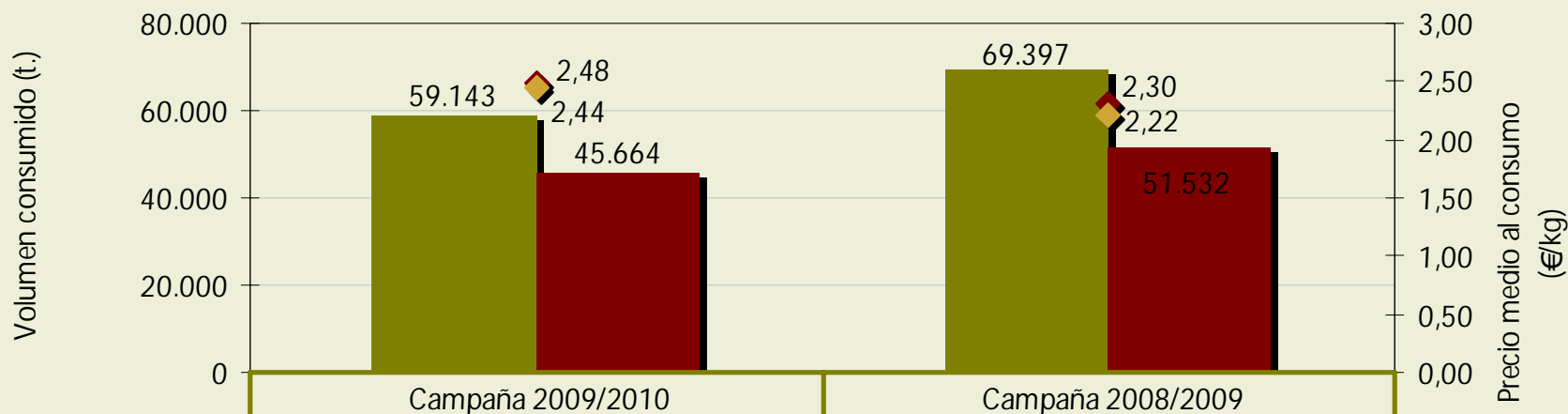


n.d.* Dato no disponible

5. Incidencias de campaña

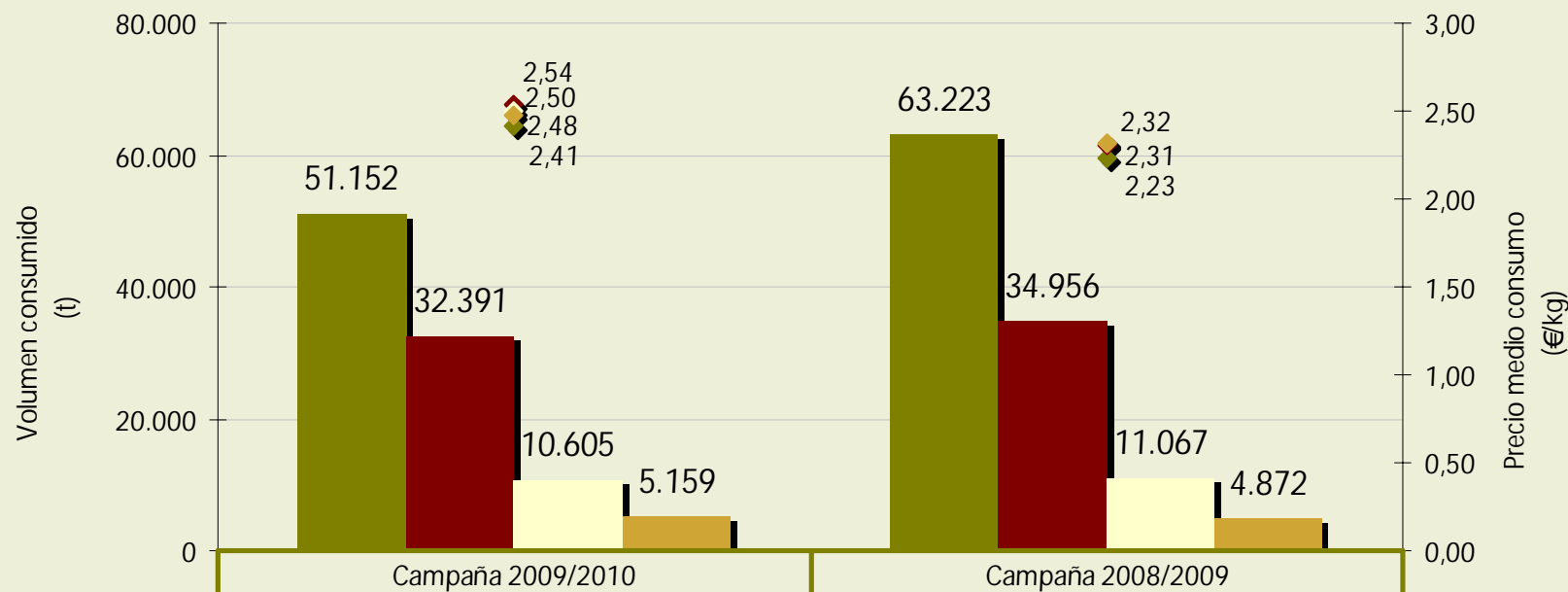
- La campaña se caracterizó hasta mediados de marzo, por la incidencia continuada de unas condiciones climatológicas adversas, cuyas consecuencias en el ámbito de la producción y comercialización, han sido decisivas en los resultados finales de campaña:
 - Descenso de los volúmenes comercializados. A la elevada pérdida de fruta del primer ramo, se unía un descenso del rendimiento por planta, consecuencia de la falta de luz y de la elevada humedad relativa, en los diferentes estados fenológicos de la planta.
 - Incremento respecto a la campaña precedente del porcentaje de destrío en campo y en las comercializadoras, debido principalmente a la intensidad del ataque de *Botrytis cinerea*.
- Durante este primer periodo, los precios en origen se mantuvieron en niveles inferiores a la campaña precedente. La dificultad de la fruta para acceder a los mercados más lejanos en óptimas condiciones y las bajada de temperaturas en toda Europa, que desanimó el consumo de una fruta relacionada con el buen tiempo, pudieron haber influido en la formación del precio.
- Desde mediados de marzo, la continuidad de días soleados permitieron recuperar la actividad productiva de las plantas, alcanzándose los mayores volúmenes en abril. En este mes, la fruta española llegaba a todos los mercados en óptimas condiciones de madurez, coloración y tamaño. Finalmente, la campaña onubense se alargaría hasta el mes de junio, favorecida por la presencia de frío y de lluvia en las zonas productoras del resto de Europa, que ralentizaba las producciones europeas de fresa y de otras frutas de verano.
- Los precios en origen se mantuvieron por encima de años anteriores durante las semanas centrales de campaña, lo que ha permitido obtener un balance global positivo, al situarse el precio medio de campaña en 1,08€/kg, lo que supone un 7% de incremento respecto al precio de la pasada campaña.

6. Precio y volumen acumulados en consumo de fresa por formato



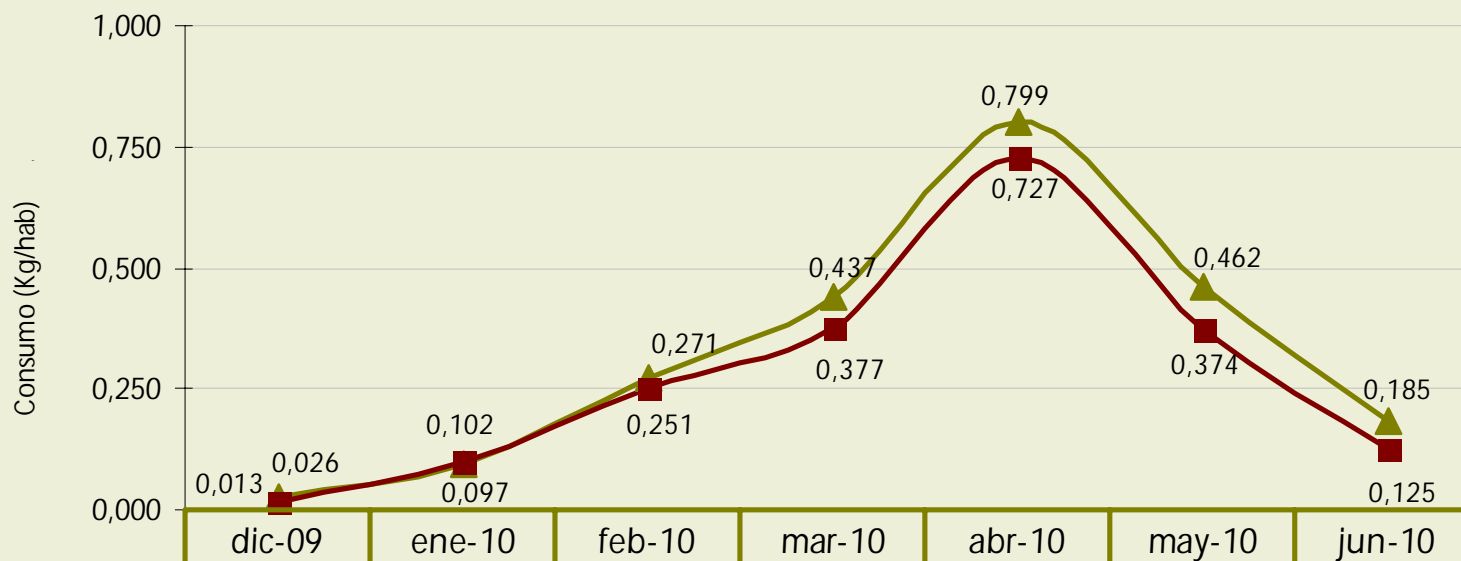
■ Volumen consumo granel	59.143	69.397
■ Volumen consumo envasado	45.664	51.532
◆ Precio medio consumo granel	2,48	2,30
◆ Precio medio consumo envasado	2,44	2,22

7. Precio y volumen acumulados en consumo de fresa por establecimiento de venta



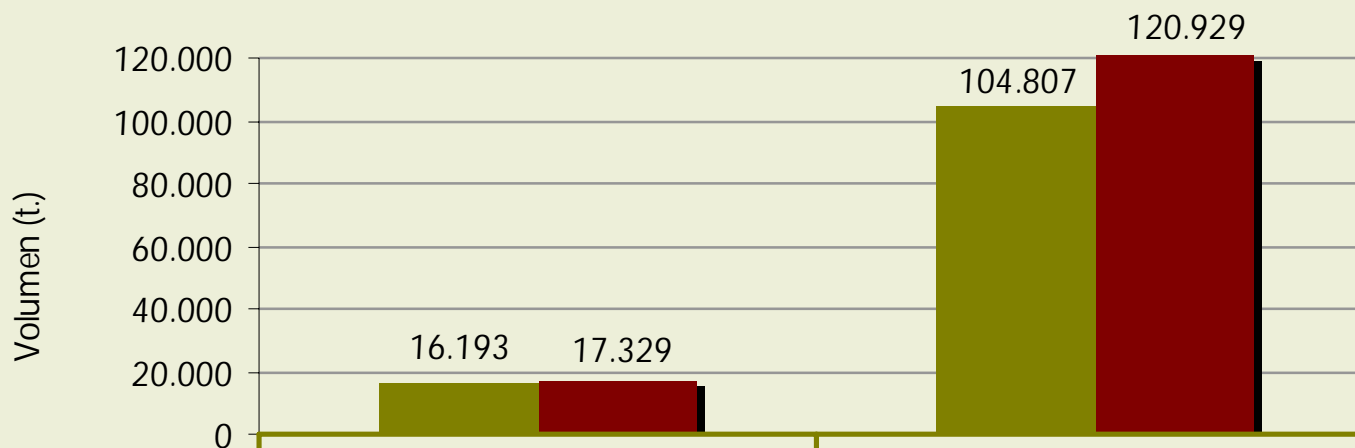
■ Volumen t.tradicional	51.152	63.223
■ Volumen supermercado	32.391	34.956
■ Volumen hipermercado	10.605	11.067
■ Volumen t.descuento	5.159	4.872
◆ P.medio t.tradicional	2,41	2,23
◆ P.medio supermercado	2,54	2,31
◆ P.medio hipermercado	2,50	2,32
◆ P.medio t.descuento	2,48	2,32

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



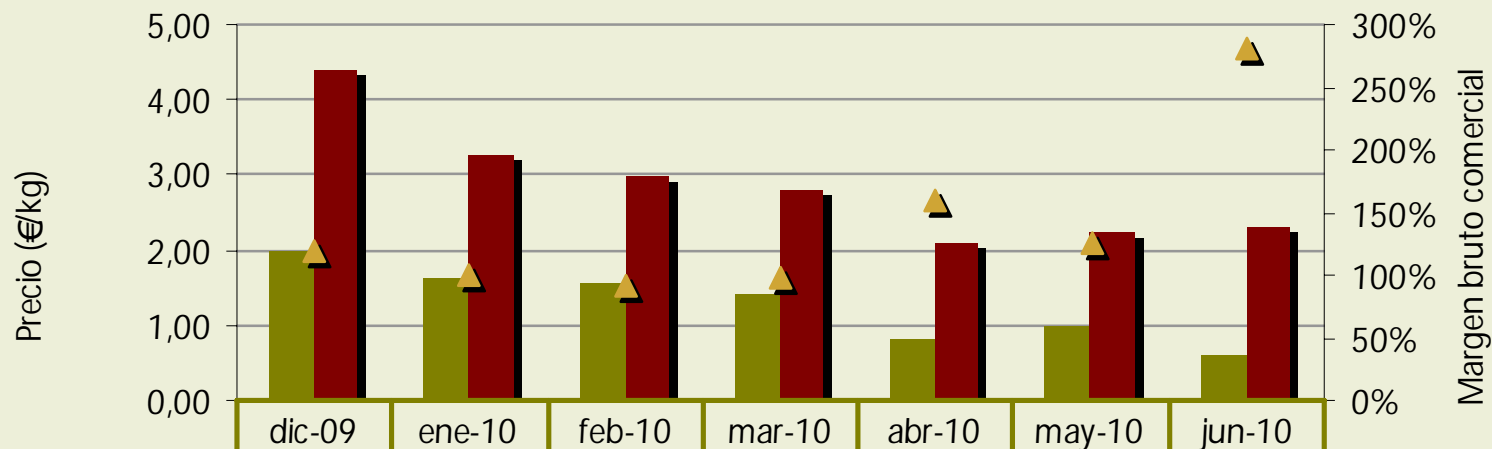
▲ España	0,026	0,097	0,271	0,437	0,799	0,462	0,185
■ Andalucía	0,013	0,102	0,251	0,377	0,727	0,374	0,125

9. Volumen consumido acumulado de fresa en Andalucía y España



	Andalucía	España
■ Volumen consumido 2009-10	16.193	104.807
■ Volumen consumido 2008-09	17.329	120.929
Variación porcentual interanual	-7%	-13%

10. Evolución mensual del margen bruto comercial origen-destino de fresa



■ P. origen mensual	2,00	1,63	1,55	1,40	0,80	1,00	0,60
■ P.consumo mensual	4,38	3,27	2,99	2,79	2,08	2,25	2,29
▲ Margen bruto comercial	119%	101%	92%	99%	160%	124%	281%