

Boletín Mensual de Precios al Consumo de Cítricos en Andalucía: ENERO de 2008

Notas Metodológicas	1
Análisis de los precios al consumo de cítricos	2
Análisis del consumo semanal en Andalucía	4

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 -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. 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. Precio medio en diferentes canales de distribución, que 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.

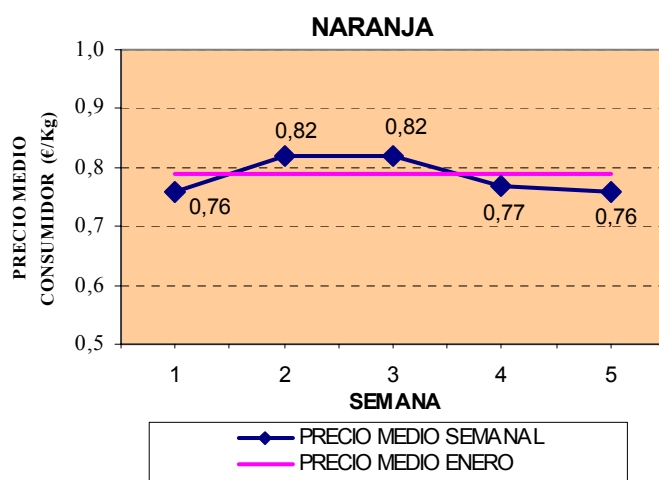
La presentación de los resultados se desglosa a continuación:

- 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.

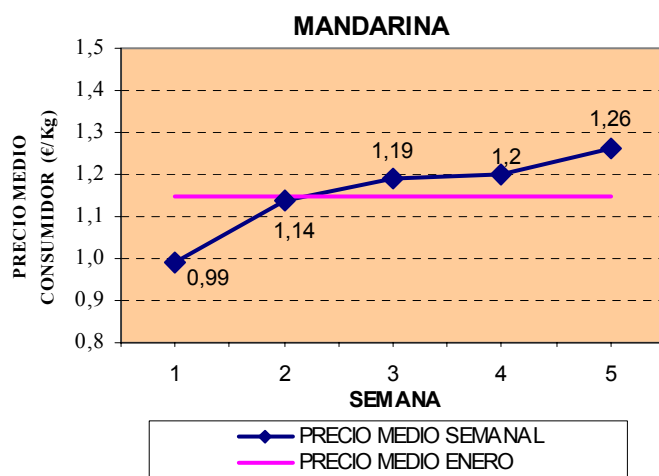
Análisis de los precios al consumo de cítricos

i. EVOLUCIÓN SEMANAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMO POR PRODUCTO



La naranja se mantiene prácticamente estable durante el transcurso del mes. Este producto registra en la primera semana la misma cotización que al final del periodo 0,76€/kg, aunque mostrando ligeros ascensos (alrededor del 8%) en las semanas dos y tres hasta alcanzar los 0,82€/kg.

El precio medio de la naranja en este periodo es de 0,79€/kg.



El comportamiento de las cotizaciones de mandarina durante el mes de enero es positivo, produciéndose entre las semanas 1 y 2 un incremento de precio del 15%.

Aunque el mes se inicia con un precio de 0,99€/kg, finaliza alcanzando 1,26€/kg, lo que supone un incremento del 27%, a lo largo del periodo.

La media ponderada del mes se sitúa en 1,15€/kg.

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

Como se observa en las gráficas siguientes las cotizaciones de cítricos en formato envasado se mantienen en general por encima de las cotizaciones a granel.

La naranja presenta una evolución muy diferente en ambos formatos, siendo esta divergencia más acusada en la semana 4, donde el envasado experimenta un incremento de 0,3€/kg respecto al granel (39%). Al final del periodo la naranja envasada disminuye su cotización un 21%, y los precios de ambos formatos tienden a igualarse (leve incremento del 7% en formato envasado)

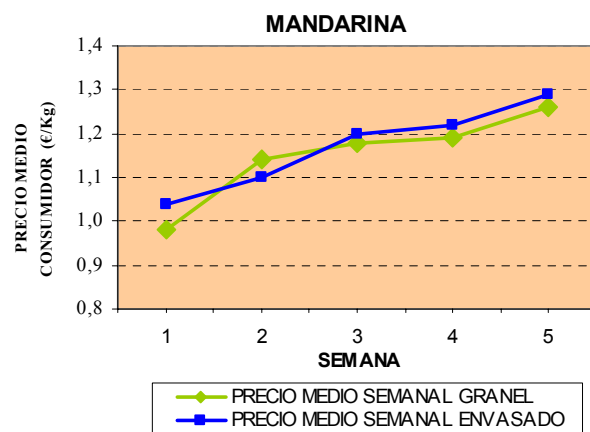
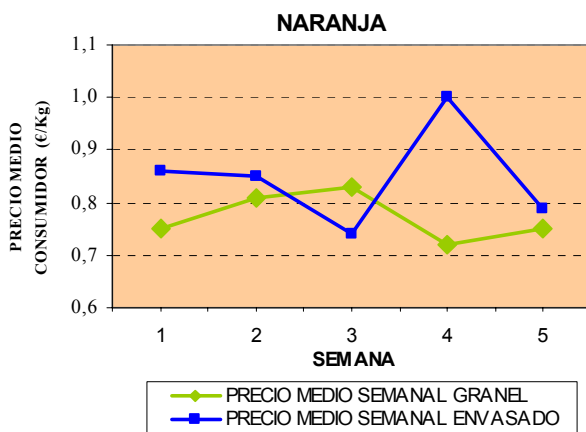
La mandarina presenta una evolución similar en ambos formatos, mostrando pequeñas diferencias de precio entre ellos.

Con respecto al precio medio semanal, la naranja en envasado incrementa su cotización un 9% respecto al granel, mientras que en la mandarina a penas existen diferencias (variación inferior al 1%).

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

Precios (€/kg)	Naranja	Mandarina
Granel	0,78	1,15
Envasado	0,85	1,14

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



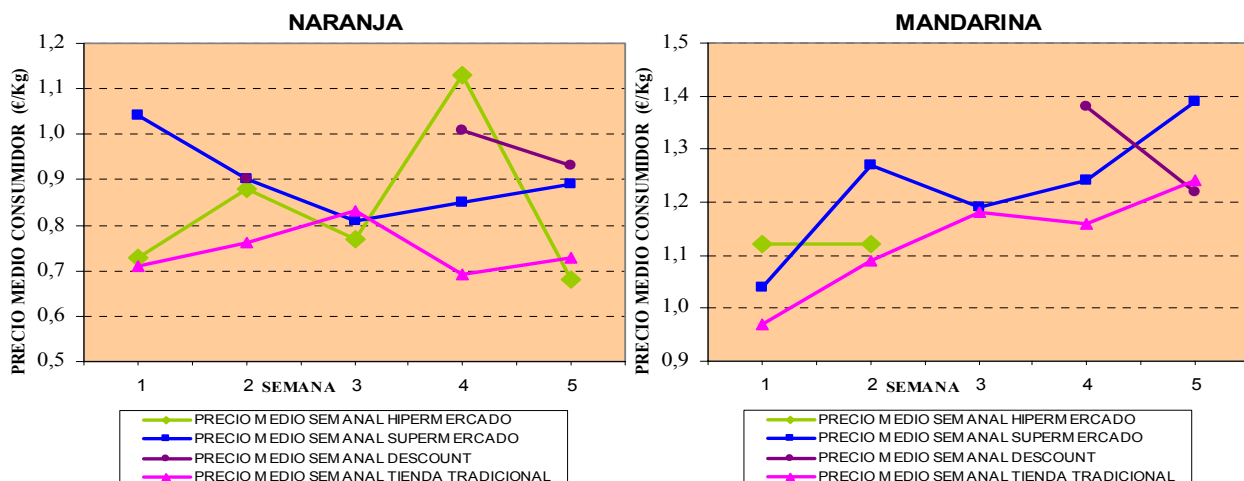
iii. DIFERENCIAS EN LOS PRECIOS AL CONSUMO SEMANALES POR PRODUCTO EN DISTINTOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Como se observa en las siguientes gráficas, los discounts y supermercados presentan durante gran parte del mes los mayores precios de naranja. En mandarina son los supermercados los que fijan una cotización más elevada.

En general 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.

La naranja finaliza el periodo con cotizaciones inferiores a las del inicio en prácticamente todo los canales analizados, destacando el crecimiento en la semana 4 de los precios en hipermercado (64 % respecto a la tienda tradicional, un 35% respecto a supermercado y un 15% sobre los discount). La mandarina muestra una evolución ascendente en supermercado y tienda tradicional, estable en hipermercado y decreciente en discount.

La máxima diferencia de precios se observa entre supermercados y tienda tradicional, llegando en el caso de las naranjas a diferencias máximas en las semanas 1 y 5 en torno al 50% y 25% respectivamente a favor de los supermercados y en el caso de la mandarina variaciones próximas al 15% en las semanas 2 y 5, igualmente a favor de los supermercados.



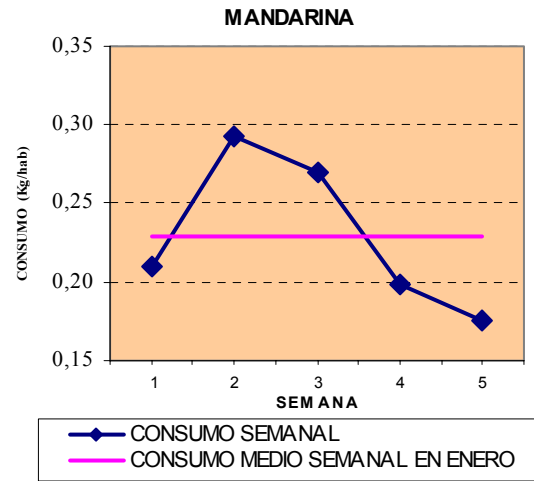
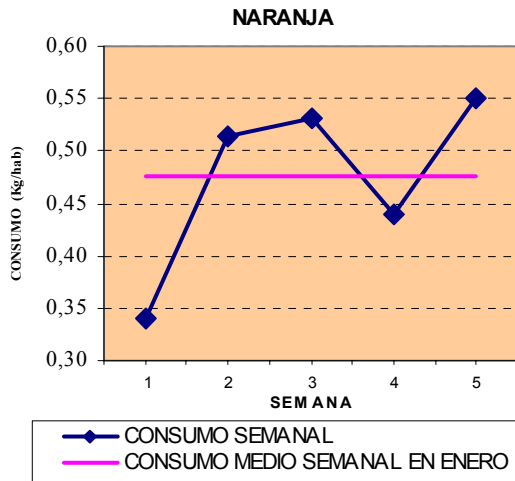
* Cuando para un producto determinado y en una semana o semanas específicas no existen datos de precios, significa que la muestra tomada no ha aportado datos suficientes como para que sean representativos y por tanto, no se pueden considerar en el estudio.

Análisis del consumo semanal en Andalucía

i. ANÁLISIS DEL CONSUMO PER CÁPITA SEMANAL EN ANDALUCÍA

El análisis del consumo per cápita en Andalucía revela que la naranja ha incrementado su consumo a lo largo del mes un 62%, aunque presenta una caída del 17% en la semana 4, situándose el consumo medio semanal en 0,48kg/hab.

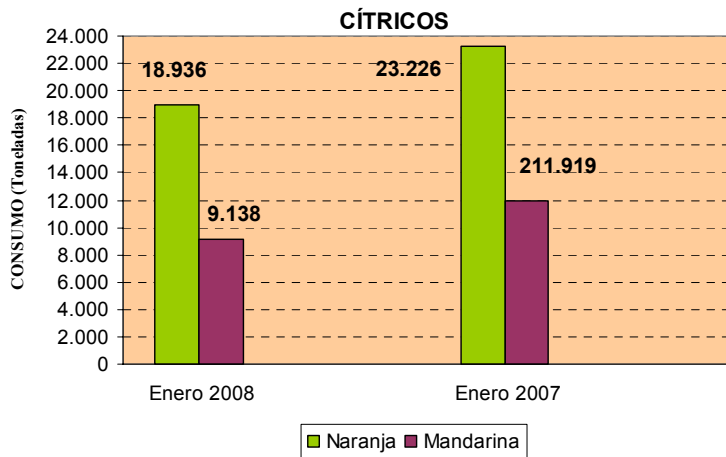
La mandarina muestra una tendencia contraria, incrementándose su consumo un 38% entre las semanas 1 y 2, para caer bruscamente un 61% hasta final del periodo y cerrar el mes con un consumo de 0,18kg/hab. El consumo medio semanal durante enero es de 0,23kg/hab.



La naranja presenta durante todo el periodo analizado un consumo mayor que la mandarina, incrementándose la diferencia entre ambas a medida que avanza el mes de enero. En la semana 1 se observa un incremento en tono al 62% a favor de la naranja que se eleva hasta un 200% en la semana 5.

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

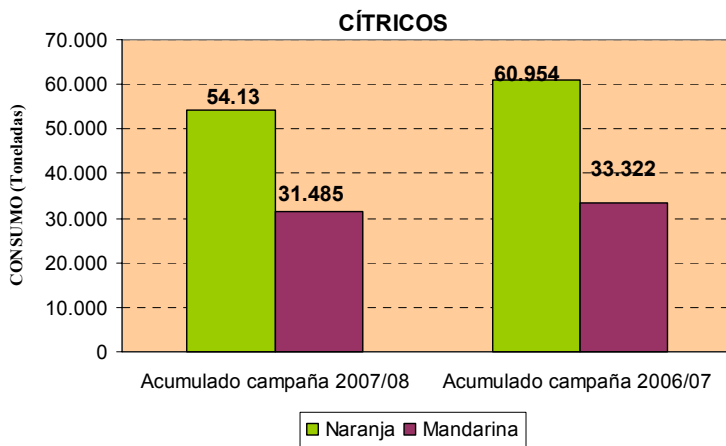
Gráfico 1 Consumo de cítricos en el mes de enero en las campañas 2006/07 y 2007/08



La naranja es más consumida que la mandarina en los dos periodos comparados, a pesar de ello ambos productos han disminuido su consumo (18% en naranja y 23% en mandarina) con respecto al pasado enero.

El consumo total de naranja este mes de enero se aproxima a las 19.000 toneladas, superando en un 107% al de mandarina, mientras que en el citado mes de la campaña pasada esta variación es del 95%.

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



El consumo de naranja supera en un 42% al de mandarina en datos acumulados de la presente campaña, mientras que la diferencia se duplica al comparar los consumos acumulados de ambas durante la campaña 2006/07.

La naranja sufre un descenso superior al 10% con respecto a la pasada campaña hasta la misma fecha, mientras que para la mandarina la disminución es del 6%.