

# Boletín Mensual de Precios al Consumo de Cítricos en Andalucía: MAYO de 2009

---

Notas metodológicas .....	1
I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos .....	2
II. Análisis del consumo en Andalucía .....	9

---

## 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 (4%).

Esta información se obtiene a partir de un universo muestral de 1.494 hogares andaluces que declaran lo que consumen diariamente.

El importe final del producto dependerá de su recorrido en la cadena de distribución, del tipo de establecimiento en cuestión 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.

Las dos variables que definen el precio al consumo son:

1. El formato de presentación. Distinguiéndose el producto a granel y envasado.
2. El establecimiento de venta. Diferenciándose dentro del canal de distribución tradicional, la tienda tradicional (fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos); 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 a domicilio y ventas telemáticas.

En ambos casos, el precio se obtiene a partir del cálculo de la media ponderada de las partidas consumidas, es decir, utilizando una ponderación semanal del volumen.

Este boletín presenta dos bloques de análisis:

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos en Andalucía, con el siguiente desglose por producto:

- Evolución semanal de los precios al consumo. Se analiza la variación semanal de las cotizaciones a lo largo del mes y se comparan, a su vez, con el precio medio mensual.

- Evolución mensual de los precios al consumo a lo largo de la campaña. Se analiza la marcha de las cotizaciones durante la campaña vigente y se compara con las campañas precedentes.
- Comparativa del precio medio mensual al consumo en formatos granel y envasado. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en ambos formatos durante el mes.
- Comparativa del precio medio mensual al consumo en los distintos canales de comercialización. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en hipermercados, supermercados, supermercados de descuento, tiendas tradicionales y otros canales a lo largo del mes.

## II. Análisis del consumo en Andalucía con el siguiente desglose:

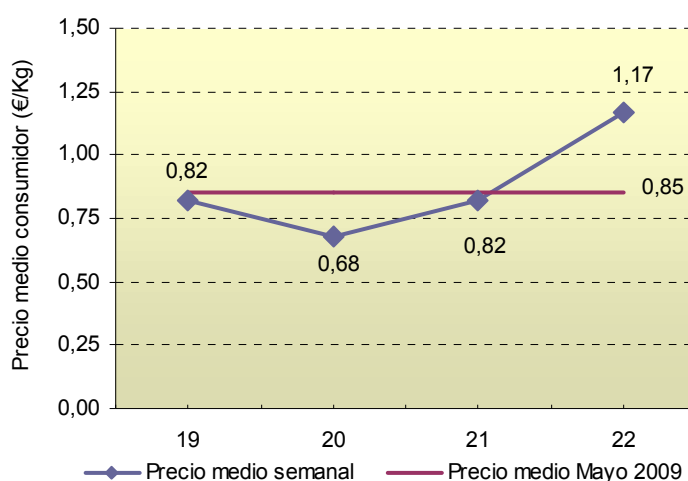
- Análisis del consumo per cápita mensual en Andalucía. Se analiza la evolución mensual de los consumos por producto.
- Análisis del consumo en la presente campaña y durante el mes en curso. Se comparan para el mismo periodo los datos de consumo y consumo acumulado en la campaña actual con los registrados en la pasada campaña.

## I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos

### I.1. NARANJA

#### I.1.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de naranja

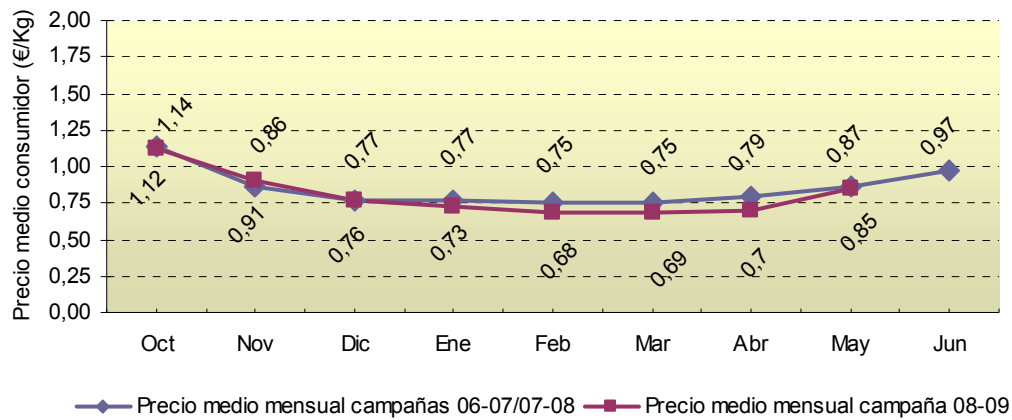
**Gráfico 1** Evolución semanal de los precios al consumo de la naranja



Mayo comenzó con una caída de precio al consumo de naranja de un 17%. No obstante, tras alcanzar su mínimo mensual con 0,68€/kg, a partir de la segunda semana del mes experimentó una recuperación de su precio hasta valores a final de mes un 42% superiores al mencionado mínimo, lo que supuso un incremento de precio total de 0,49€/kg.

El aumento de precio semanal experimentado a final de mes, propició que la media durante mayo experimentase una recuperación del 18% respecto al precio medio registrado en abril. Tras varios meses en los que el precio medio mensual se situó en valores inferiores a la media de las dos campañas precedentes, el repunte que registró en mayo, impulsó el precio medio mensual hasta situarlo en valores similares al valor medio de las campañas 06-07/07-08.

**Gráfico 2** Evolución mensual de los precios al consumo de la naranja



### I.1.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de naranja por formato de venta y canal de distribución

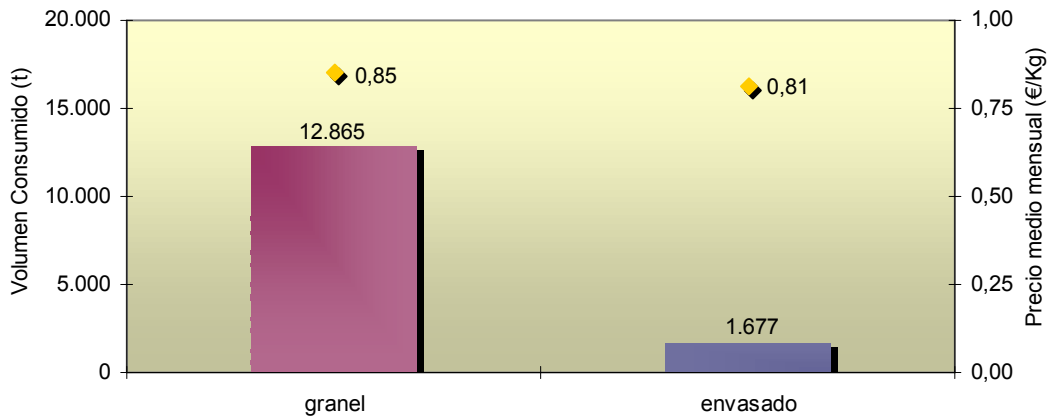
El consumidor de naranjas que realizó la adquisición de este producto en nuestra comunidad, pudo hacerlo a un precio inferior que si realizara sus compras a nivel nacional. Por otro lado, destaco el hecho de que el producto a granel para ambos territorios fue más caro que el producto envasado, concretamente un 5% para Andalucía y un 8% para España.

**Tabla 1** Precios medios mensuales al consumo de naranja en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de mayo.

Precio medio mensual al consumo de la naranja (€/kg)		
	Andalucía	España
<b>Granel</b>	0,85	0,91
<b>Envasado</b>	0,81	0,84

Una vez más, el formato a granel fue el más demandado por los consumidores de Andalucía a la hora de efectuar sus compras. En relación al total de ventas, un 88% de la fruta adquirida por los andaluces se encontraba en presentaciones a granel, mientras que la fruta en envase consumidor supuso el 12% del total.

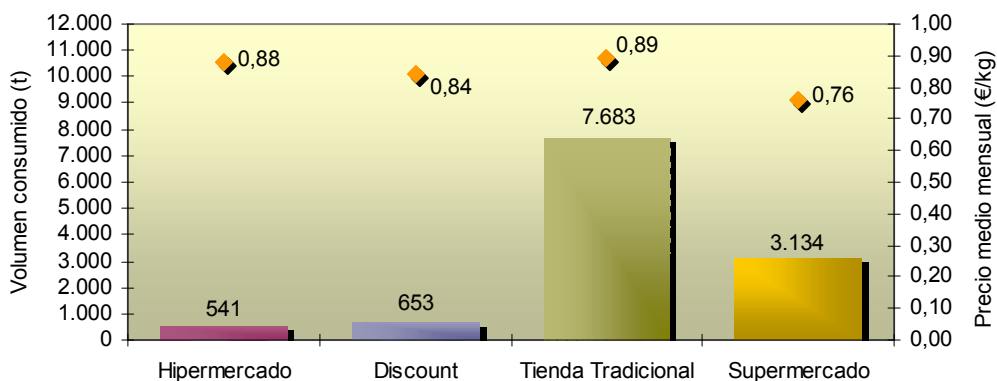
**Gráfico 3** Comparativa del precio medio mensual al consumo y del volumen de naranja consumido durante el presente mes en formatos granel y envasado



En mayo, el establecimiento donde pudieron adquirir los consumidores andaluces sus naranjas a un menor precio fueron los supermercados, que registraron una cotización un 10% inferior que la ofertada por las tiendas de discount, segundo establecimiento más económico. En los otros dos canales de comercialización considerados el precio de la naranja fue muy similar, aunque se situó en niveles un 15% superiores que los establecimientos más baratos.

En cuanto al lugar de adquisición, las tiendas tradicionales aglutinaron la mayor parte de la naranja consumida, canalizando el 53% de las ventas. El resto de la naranja comercializada se distribuyó en los supermercados con un 22%, seguidos de las tiendas de discount y los hipermercados, con el 4% cada uno. Para finalizar, es importante reseñar que un 17% del total de la naranja comercializada en Andalucía se ha distribuido por otros canales, tales como ventas por internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

**Gráfico 4** Comparativa del precio medio mensual al consumo de naranja y volumen mensual consumido en los distintos canales de distribución.



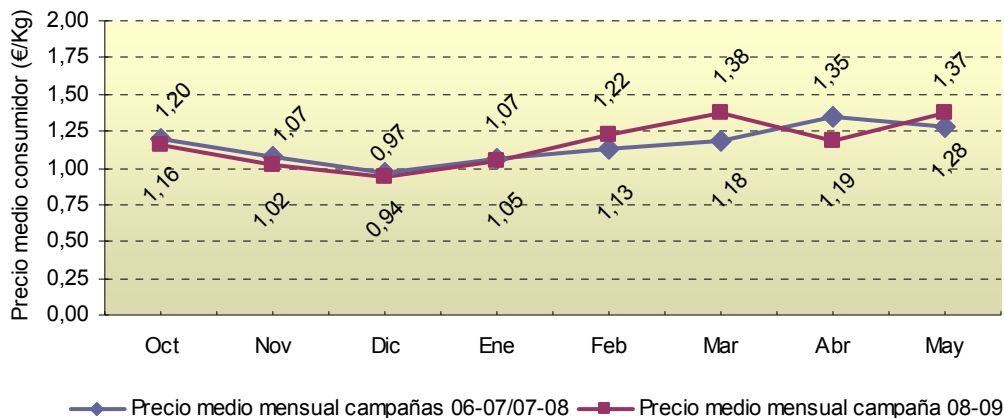
## I.2. MANDARINA

### I.2.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de mandarina

Como ha venido sucediendo en campañas precedentes, a lo largo del mes de mayo descendieron mucho los niveles de comercialización de mandarina, provocando que los precios medios semanales registrados no alcanzasen una representatividad estadística suficiente para poder ser presentados en este informe.

En el transcurso del mes, se invirtió la tendencia a la baja en el precio medio registrada durante abril, produciéndose un ascenso en la cotización media de la mandarina de un 13%. Un segundo punto a tener en cuenta es que tras presentar valores inferiores a la media de las dos campañas precedentes, en mayo volvieron a superarse los valores medios registrados en esos períodos, situándose en valores un 7% superiores a la media de las campañas 06-07/07-08.

**Gráfico 5** Evolución mensual de los precios al consumo de la mandarina



### I.2.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de mandarina por formato de venta y canal de distribución

El precio medio mensual al consumo de la mandarina en formato granel en Andalucía durante el mes de mayo, ha sido un 16% inferior al registrado a nivel nacional.

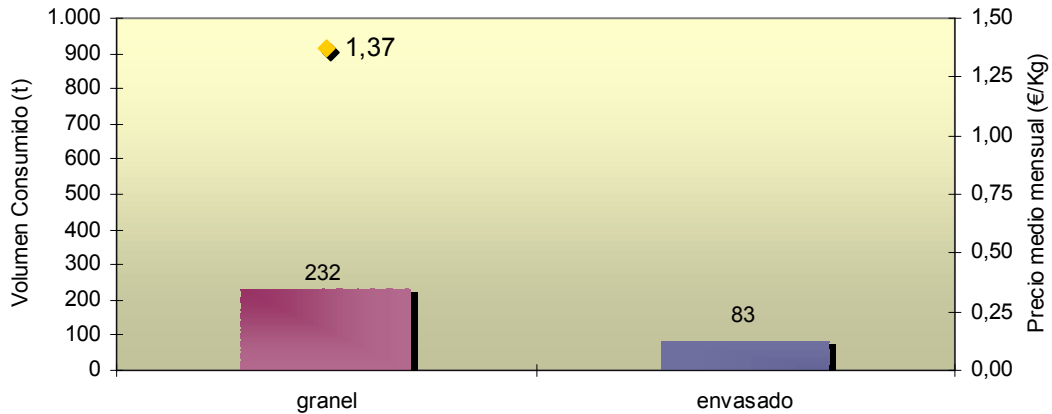
**Tabla 2** Precios medios mensuales al consumo de mandarina en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de mayo.<sup>1</sup>

Precio medio mensual al consumo de la mandarina (€/kg)		
	Andalucía	España
<b>Granel</b>	1,37	1,63
<b>Envasado</b>	-	1,38

<sup>1</sup> El dato del Precio medio mensual al consumo de mandarina en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

A lo largo del mes de mayo, los consumidores andaluces adquirieron sus mandarinas de forma mayoritaria en formato a granel, así 3 de cada 4 kilos vendidos en nuestra comunidad se encontraban en este tipo de presentación.

**Gráfico 6** Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de mandarina en formatos granel y envasado<sup>2</sup>

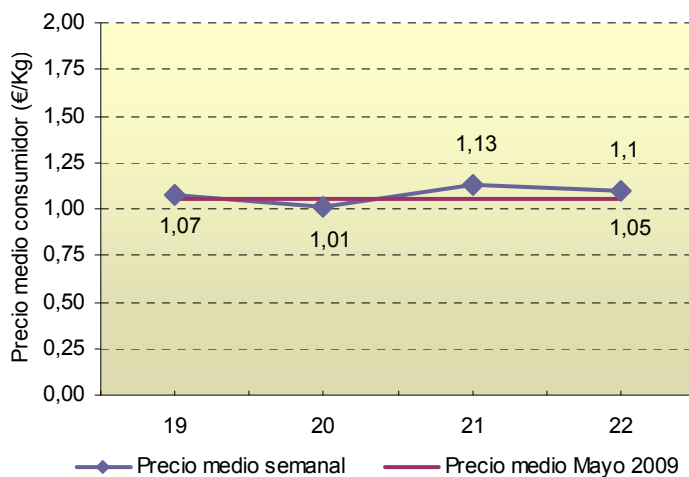


Por canal de distribución destaca la tienda tradicional, con un precio medio de 1,37€/kg y una cuota de mercado del 42%, seguida por los supermercados con un 32% del total.

### I.3. LIMÓN

#### I.3.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del limón

**Gráfico 7** Evolución semanal de los precios al consumo del limón



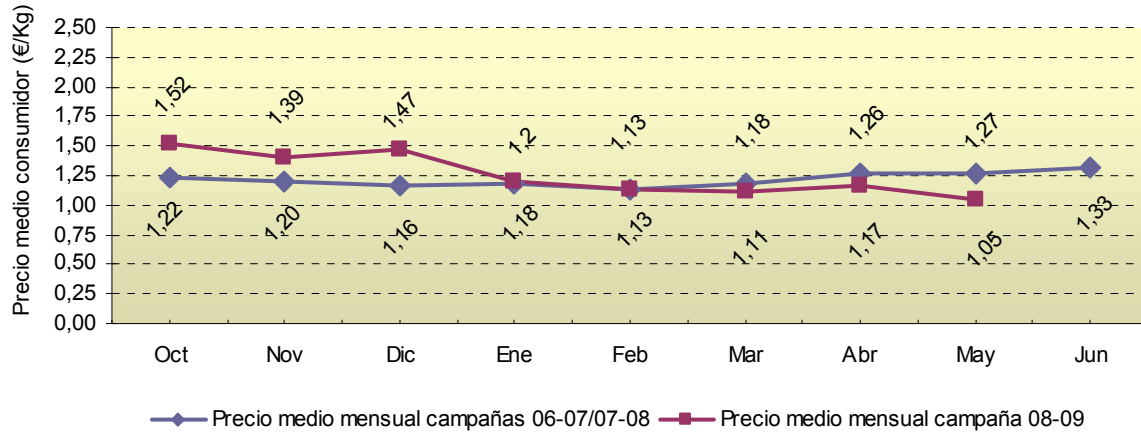
La evolución del precio semanal al consumo registrado durante el mes de mayo para limón, presentó una tendencia sigmoidea, con una diferencia máxima con respecto a la media de un 7% durante la tercera semana del mes.

En relación al mes de precedente, en mayo se produjo un descenso de la media mensual de precio de un 10%.

<sup>2</sup> El dato del Precio medio mensual al consumo de mandarina en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

Por tercer mes consecutivo, el precio medio mensual del limón se situó en valores inferiores al valor medio de las dos campañas precedentes. Esta diferencia se acrecienta a lo largo del mes en estudio, hasta situarse en valores un 17% inferiores a la media de los años 06-07/07-08.

**Gráfico 8** Evolución mensual de los precios al consumo del limón



### 1.3.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de limón por formato de venta y canal de distribución

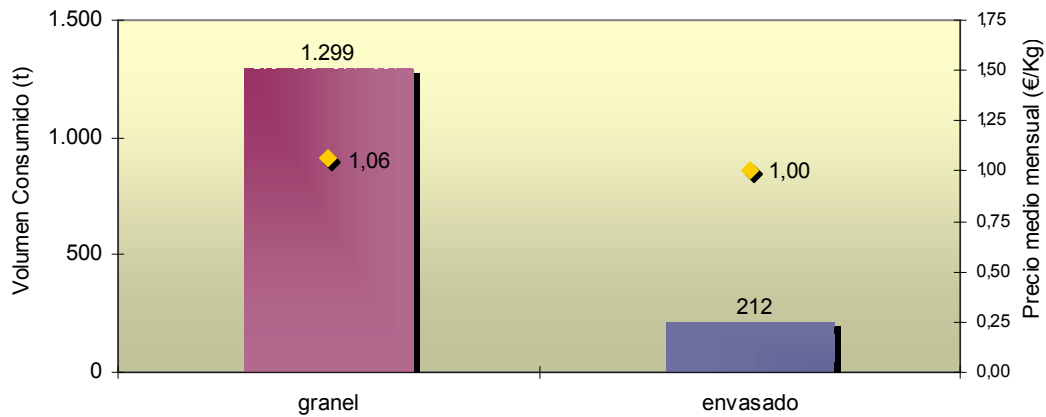
Un mes más, el consumidor nacional volvió a registrar una pérdida de poder adquisitivo en relación al consumidor andaluz, debido principalmente al mayor precio de venta de esta fruta en el mercado español, para los dos tipos de presentaciones consideradas. En este sentido, un andaluz que adquirió sus limones en envase consumidor, se ahorró un 7% con respecto al mismo limón adquirido en el mercado nacional. Por el contrario, si sus preferencias se hubiesen inclinado hacia la presentación a granel, el ahorro hubiese sido similar, pues pudo comprarlos a un precio un 8% inferior que si los hubiese adquirido fuera de nuestra comunidad.

**Tabla 3** Precios medios mensuales al consumo de limón en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de mayo.

Precio medio mensual al consumo del limón (€/kg)		
	Andalucía	España
<b>Granel</b>	1,06	1,15
<b>Envasado</b>	1,00	1,07

Los consumidores andaluces mantuvieron su predilección por la presentación a granel a la hora de realizar sus compras durante el mes de mayo, pues más del 86% de las ventas de esta fruta se realizaron en este tipo de presentación. No obstante el consumidor que se decantó por el limón envasado, vio abaratada su cesta de la compra un 6% en relación al comprador que escogió sus limones en formato a granel.

**Gráfico 9** Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de limón en formatos granel y envasado.

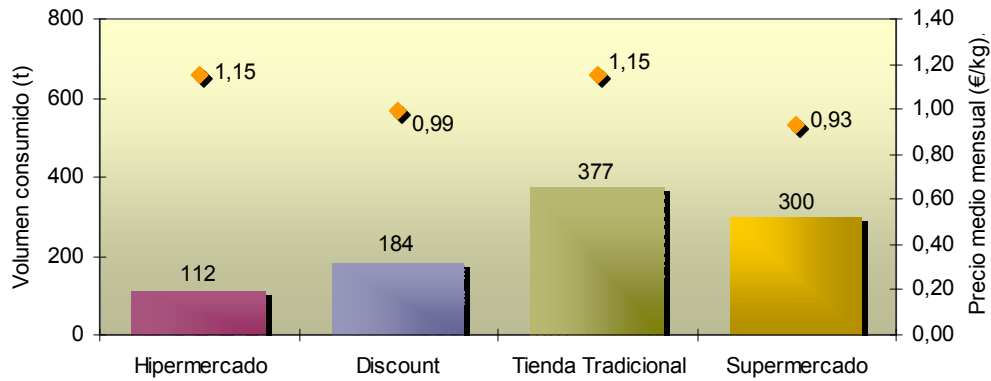


El dato más destacable en mayo fue el descenso respecto al mes de abril de las ventas en casi todos los canales de comercialización, con la excepción de las tiendas de discount. Los hipermercados fueron los que mayor retroceso experimentaron, al caer sus ventas un 43%, seguidos por las tiendas tradicionales con un 19% y los supermercados con un 14%. En el caso contrario se situaron las tiendas de discount que registraron un incremento de ventas de un 20% en relación al mes precedente. Si consideramos el nivel de ventas, las que canalizaron un mayor porcentaje de esta fruta han sido las tiendas tradicionales, con un 25% del total, a continuación se encontraron los supermercados (20%), tiendas de discount (12%) y los hipermercados (7%). Destaca el 36% de ventas de limón que se han efectuado por otros canales, tales como compras directas al productor, internet, mercadillos, etc.

En cuanto a los precios, las tiendas tradicionales y los hipermercados han sido los establecimientos donde el consumidor andaluz ha debido realizar un mayor esfuerzo económico para poder adquirir sus limones. En este sentido, es importante comentar que el encarecimiento registrado con respecto al establecimiento más económico, los supermercados, fue de un 19%. Las tiendas de discount se situaron a un nivel intermedio en cuanto al precio medio de venta, pues resultaron un 6% más caras que los establecimientos más baratos aunque un 14% más económicas que los establecimientos con mayor precio de venta.



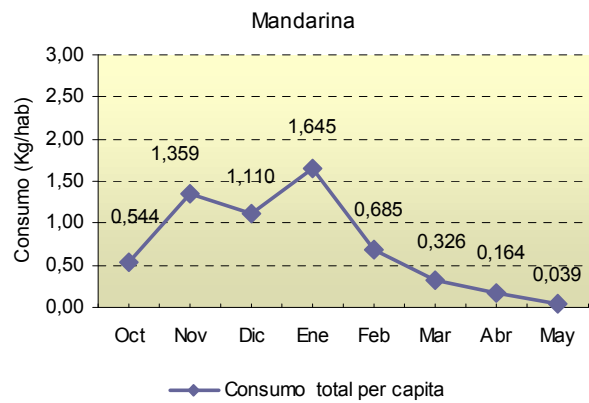
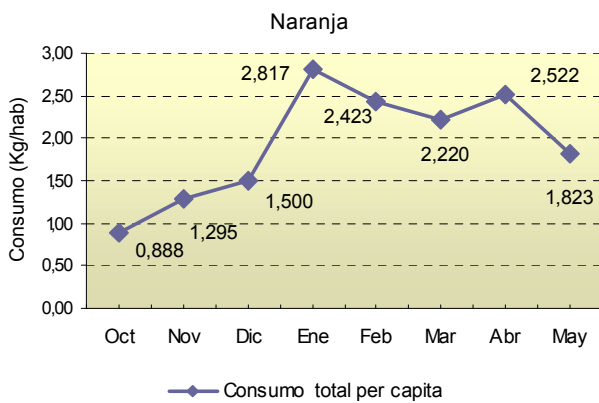
**Gráfico 10** Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de limón en los distintos canales de distribución.

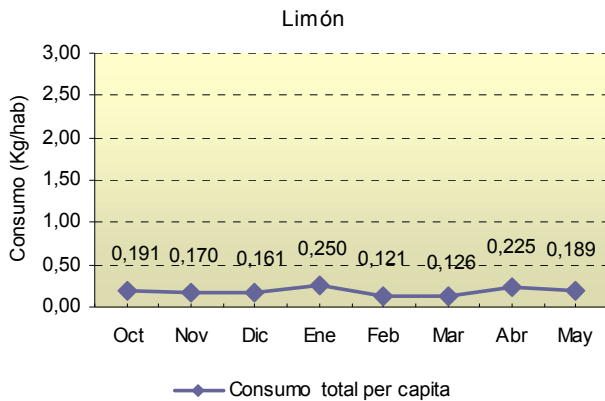


## II. Análisis del consumo en Andalucía

### II.1. Evolución mensual del consumo per cápita en Andalucía.

Durante el mes de mayo se produjo un notable descenso en el consumo de todos los cítricos en estudio. La mandarina fue la fruta que mayor caída experimentó, con una rebaja del 76% en relación al consumo registrado en abril, seguida por la naranja, con un 28% y, para finalizar, el limón con una disminución del 16%.





La naranja se confirma como el cítrico preferido por los consumidores andaluces, situándose su consumo per capita en valores cercanos al 89%, mientras que la mandarina y el limón se conformaron con un 2% y un 9% del total respectivamente.

**Tabla 4** Ranking por producto del consumo per cápita mensual en Andalucía durante el mes de mayo.

	Producto	Consumo (Kg/per cápita)
1º	Naranja	1,823
2º	Limón	0,189
3º	Mandarina	0,039

## II.2. Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes de mayo.

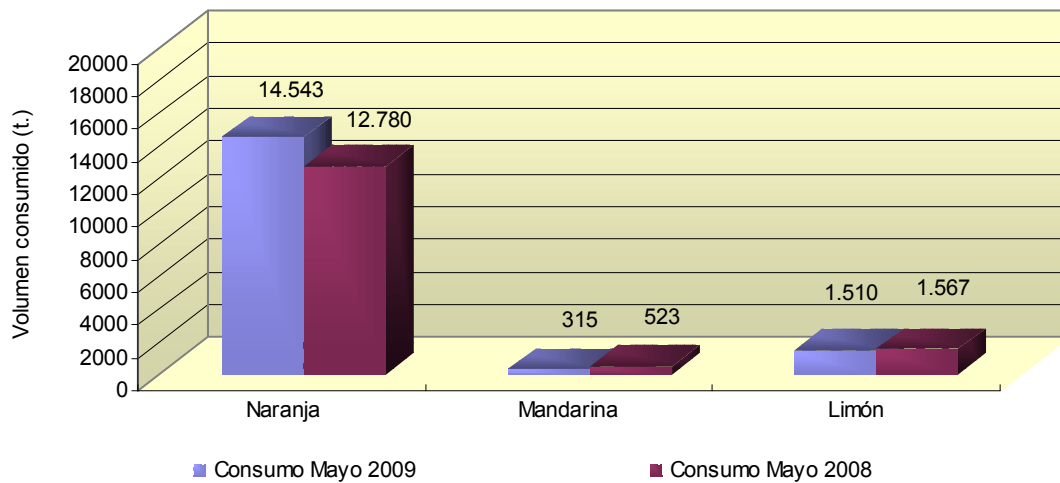
En el período considerado, el único cítrico en el que aumentó su consumo fue la naranja, con un incremento de un 14%. Para las otras dos frutas consideradas, su consumo descendió un 40% en la mandarina y un 4% el limón.

El limón ha sido el único cítrico en el que su consumo acumulado desde inicio de campaña permaneció en valores inferiores a los registrados para el mismo período de la campaña pasada, concretamente un 8% menos, a pesar de ser la única de las frutas consideradas en las que su consumo mensual se incrementó con respecto a los valores registrados en mayo de la campaña 07-08. La naranja y la mandarina continuaron con registros superiores a los de la campaña pasada, con un incremento en el consumo acumulado para la primera de un 4% y de un 5% para la segunda.

**Tabla 5** Consumo cítricos en Andalucía en el mes de mayo de 2009 y 2008.

	Naranja	Mandarina	Limón
<b>Consumo Mayo 2009</b> (toneladas)	14.543	315	1.510
<b>Consumo Mayo 2008</b> (toneladas)	12.780	523	1.567
<b>% variación Consumo 2009</b> <b>respecto al Consumo 2008</b>	▲14%	▼-40%	▼-4%

**Gráfico 11** Comparativa del volumen consumido de cítricos en Andalucía en el mes de mayo de 2009 y 2008



**Gráfico 12** Comparativa del volumen consumido acumulado de cítricos en Andalucía hasta el mes de mayo de 2009 y 2008

