

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

Notas Metodológicas	1
Análisis de los precios al consumo de cítricos	2
Análisis del consumo semanal en Andalucía	6

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.

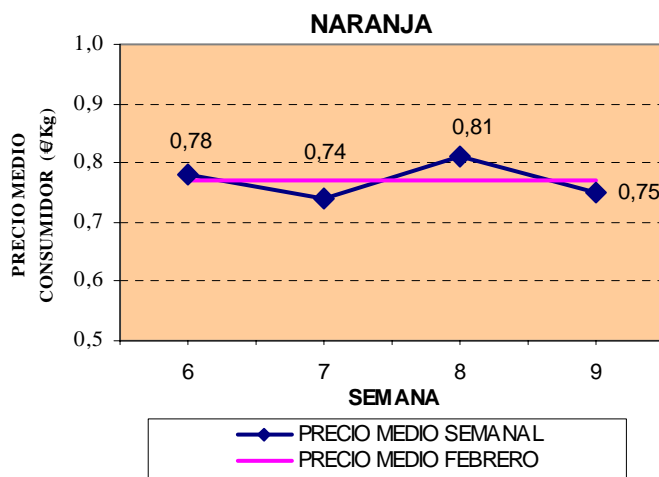
La presentación de los resultados se desglosa a continuación:

- 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

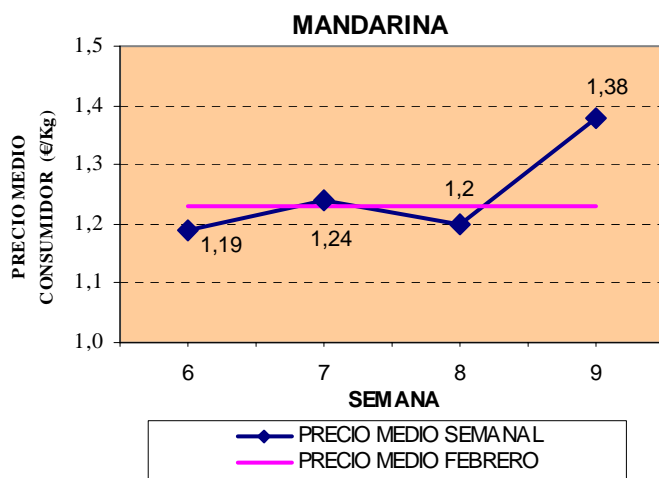
i. EVOLUCIÓN SEMANAL DE LOS PRECIOS AL CONSUMO POR PRODUCTO



La naranja se mantiene prácticamente estable en sus cotizaciones durante el transcurso del mes.

En la semana 7 se observa un leve descenso de precios de 0,04€/kg (5%). En la semana 8 ascienden ligeramente (9%), para finalizar el mes por debajo del precio de inicio.

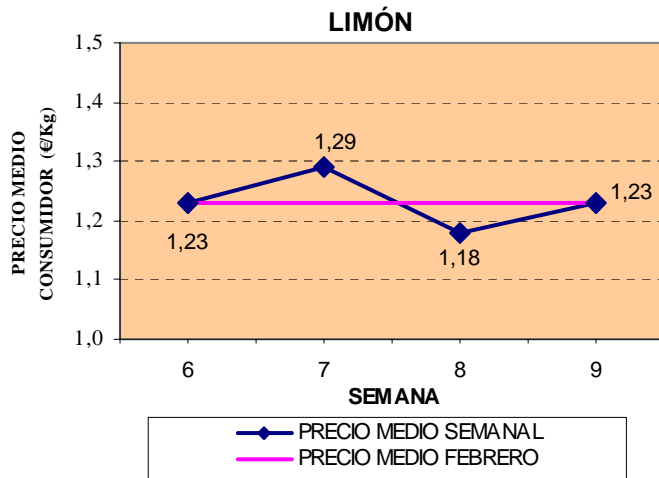
Las variedades con mayor volumen comercializado al inicio del periodo analizado, han sido navelate, salustiana y navelina, mientras que en las últimas semanas aumentan los volúmenes de navelina y valenciana. El precio medio de la naranja en el periodo es de 0,77€/kg.



La evolución de las cotizaciones de mandarina durante el mes de febrero es ascendente. El periodo se inicia con un valor de 1,19€/kg, que se incrementa suavemente hasta la semana 8, a partir de esa fecha la cotización se eleva 0,18 €/kg (15%), cerrando el periodo a 1,38€/kg.

La producción de mandarina a partir de la semana 7, se reduce considerablemente, estando su recolección prácticamente terminada a finales de febrero, lo que se refleja en un incremento de precios de la última semana.

La media ponderada del mes se sitúa en 1,23€/kg (0,08€/kg por encima del precio medio del pasado mes).



Durante el mes de febrero no se observan grandes oscilaciones en las cotizaciones de limón, cerrándose el periodo con el mismo valor del inicio.

En la semana 7 se alcanza un precio máximo de 1,29€/kg (5% mayor al precio medio del mes), mientras que en la semana 8 se registra un valor mínimo de 1,18€/kg (4% inferior al precio medio del mes).

La media ponderada de febrero se sitúa en 1,23€/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 semanales de cítricos en formato envasado se mantienen 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 8, donde el envasado experimenta un incremento de 0,63€/kg respecto al granel (85%). Al final del periodo la naranja envasada disminuye su cotización un 34%, y los precios de ambos formatos se aproximan, aunque con una diferencia del 0,16€/kg a favor del envasado.

La mandarina presenta una evolución similar en los formatos objeto de análisis, aunque con una trayectoria más uniforme en el formato granel. Es destacable el descenso de las cotizaciones del formato envasado entre las semanas 7 y 8 (12%) y la recuperación en la semana 9 donde los precios de este formato se elevan un 30%.

El limón en formato envasado muestra una evolución decreciente a lo largo del mes, mientras que el formato granel mantiene unas cotizaciones uniformes. La máxima diferencia entre ambos se localiza en la semana 6, donde el precio del producto envasado se eleva un 13% por encima del granel.

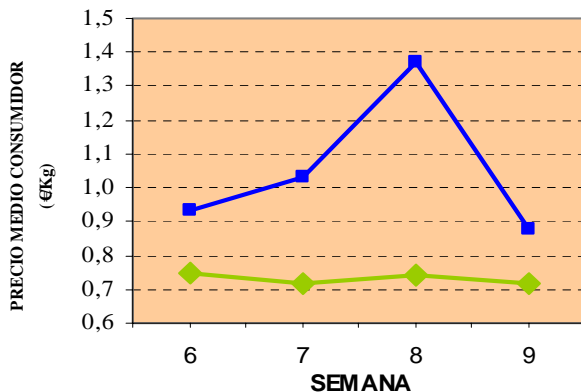
Con respecto al precio medio semanal, el limón es el cítrico que más variación presenta entre los formatos envasado y granel (58%), seguido de la naranja (41%) y de la mandarina (31%).

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

Precios (€/kg)	Naranja	Mandarina	Limón
Granel	0,73	1,20	1,12
Envasado	1,03	1,57	1,77

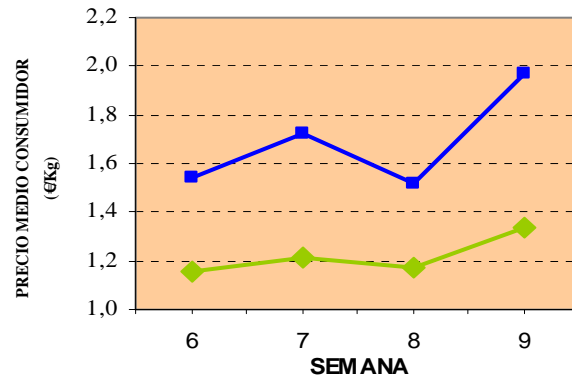
Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura y Pesca.

NARANJA



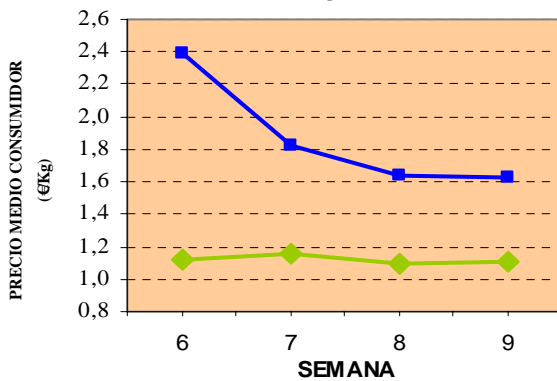
 PRECIO MEDIO SEMANAL GRANEL
 PRECIO MEDIO SEMANAL ENVASADO

MANDARINA



 PRECIO MEDIO SEMANAL GRANEL
 PRECIO MEDIO SEMANAL ENVASADO

LIMÓN



 PRECIO MEDIO SEMANAL GRANEL
 PRECIO MEDIO SEMANAL ENVASADO

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

Como se observa en las siguientes gráficas, supermercados y discounts ofrecen durante este mes los precios más elevados en naranja y limón. En el caso de la mandarina son los hipermercados y supermercados los que fijan una cotización más elevada.

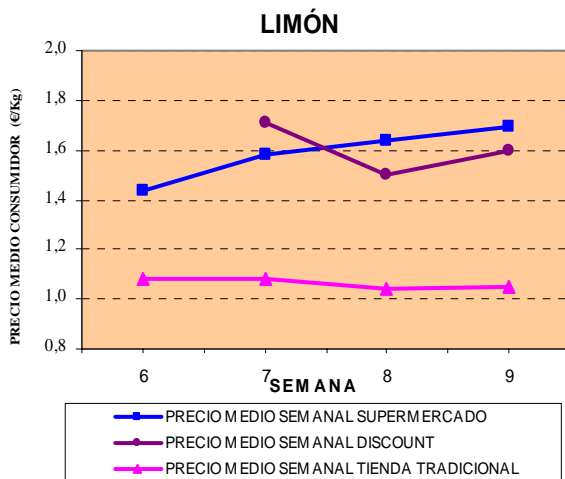
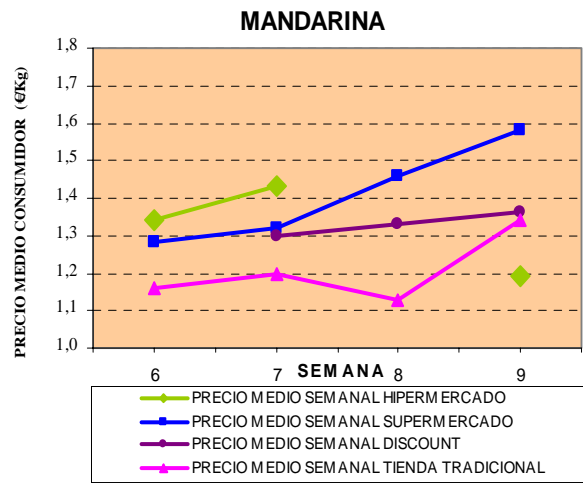
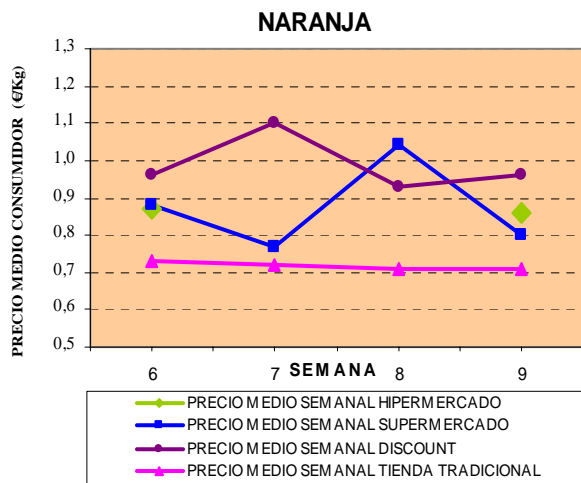
En general los precios de venta al público registrados en los establecimientos tradicionales, es decir fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos, son los más bajos durante la mayor parte del periodo analizado, al igual que ocurría en el mes de enero.

La naranja finaliza el periodo con cotizaciones levemente inferiores a las del inicio en prácticamente todo los canales analizados. La mandarina muestra una evolución ascendente en todos los canales y durante todo el periodo a excepción de la semana 8, donde el canal tradicional ofrece cotizaciones menores. Es significativo que en tienda tradicional los precios de naranja y limón se mantengan estables, mientras que en el resto de canales se aprecian variaciones que son especialmente bruscas en el caso de la naranja.

La máxima divergencia de precios se observa entre discounts y tienda tradicional, llegando la naranja a una amplitud máxima del 53% en la semana 2 y del 38% en la media semanal de febrero, en ambos casos a favor de los discounts.

La mandarina presenta las mayores cotizaciones durante las semanas 6 y 7 en hipermercados, mientras que en las semanas 8 y 9 son los supermercados los establecimientos con los precios más elevados, superando prácticamente en un 20% y 30% respectivamente a los ofrecidos por la tienda tradicional. La mayor diferencia media semanal durante el presente mes se observa entre supermercados y tienda tradicional (17%).

Respecto al limón, las mayores cotizaciones se presentan en supermercado y discount con diferencias de hasta el 60% en las semanas 8 y 9 entre supermercados y tienda tradicional. La diferencia media semanal durante el mes de febrero entre supermercados e hipermercados respecto a establecimientos tradicionales asciende al 50%.



* 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

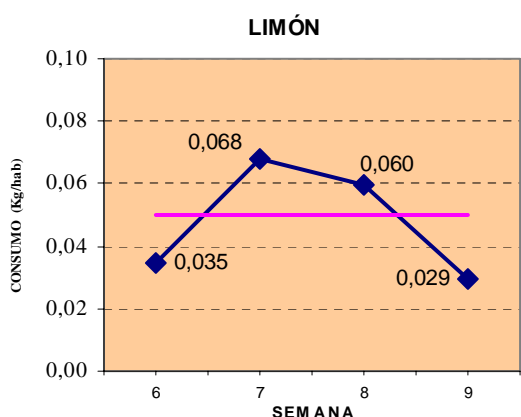
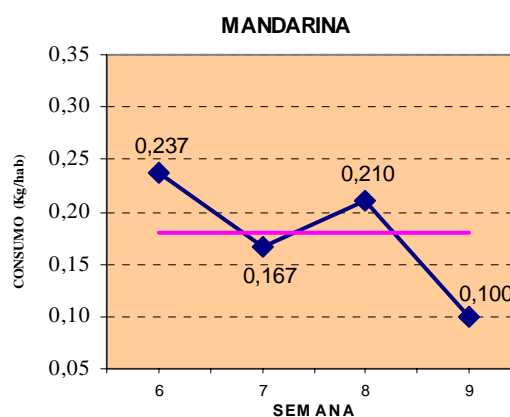
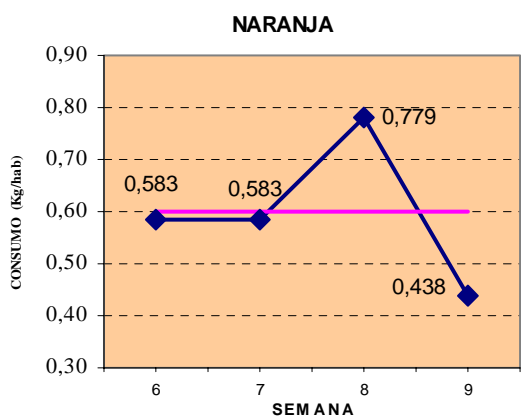
i. ANÁLISIS DEL CONSUMO PER CÁPITA SEMANAL EN ANDALUCÍA

El análisis del consumo per cápita en Andalucía revela una disminución a lo largo del mes de un 24% en el caso de la naranja, a pesar de lo cual el consumo medio semanal se situó en 0,60kg/hab (25% superior a la del pasado mes).

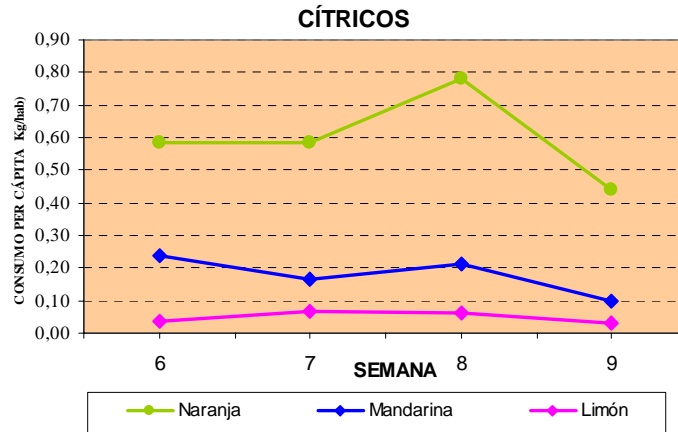
La mandarina, al igual que la naranja, muestra un consumo decreciente a lo largo del periodo, observándose un descenso del 58% entre las semanas 6 y 9.

El consumo medio semanal de mandarina durante febrero es de 0,18kg/hab (22% inferior a la del mes de enero). La disminución a lo largo del mes de la producción de mandarina, hace que los precios sean elevados y por tanto el consumo disminuya.

El consumo de limón se incrementa hasta la semana 7 un 133%, presentando un acusado descenso desde entonces hasta final del periodo, para finalizar con un consumo similar al del inicio (0,03kg/ha). La media semanal durante el mes se sitúa en 0,05kg/hab.

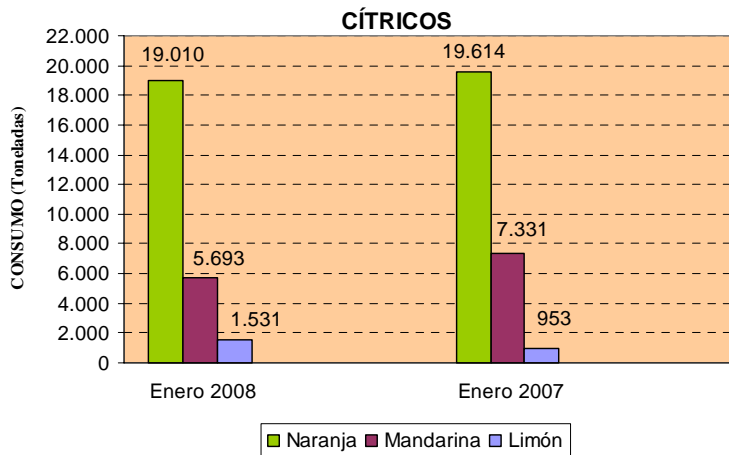


La naranja presenta durante todo el periodo analizado un consumo mayor que la mandarina, elevándose la diferencia a 0,57kg/hab en la semana 8 y reduciéndose a 0,34kg/hab a finales de febrero.



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

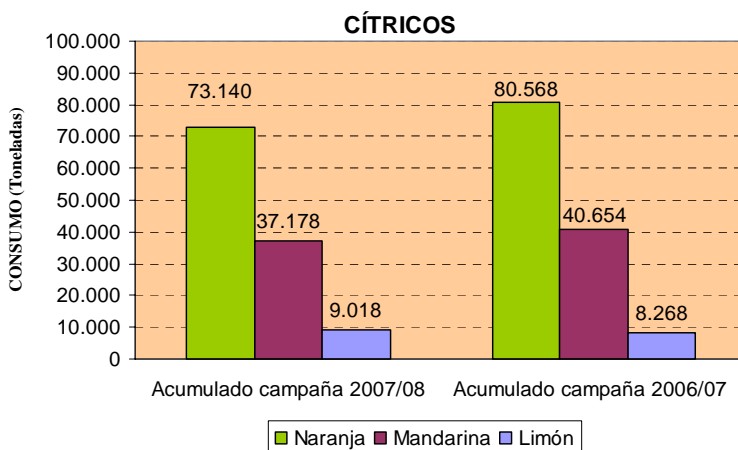
Gráfico 1 Consumo de cítricos en el mes de febrero en las campañas 2006/07 y 2007/08



La naranja y el limón han incrementado su consumo (3% y 61% respectivamente) respecto al mismo periodo de la pasada campaña. La mandarina sin embargo, experimenta una reducción del 22%, con respecto a enero de 2007.

El consumo total de naranja en este periodo está en torno a las 19.000 toneladas, superando en más del 200% al de mandarina, mientras que en el mismo periodo de la pasada campaña el consumo de la naranja se elevó en torno al 170% por encima del de mandarina.

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



El consumo de naranja es un 97% superior al de mandarina en datos acumulados de la presenta campaña, diferencia similar a la que se obtiene al comparar ambos consumos acumulados durante la campaña 2006/07.

Los consumos acumulados de naranja y mandarina sufren un descenso del 9% con respecto a la pasada campaña hasta la misma fecha, mientras que el limón incrementa un 8% su consumo.