



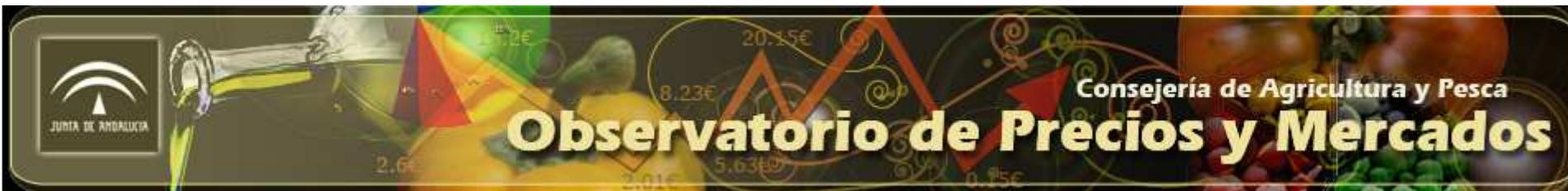
Consejería de Agricultura y Pesca

Observatorio de Precios y Mercados

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

MANDARINA





Índice

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



1. Notas metodológicas (I)

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

↪ 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 (II)

↪ 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 acumulado por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **Precio medio en centro de manipulación acumulado 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.

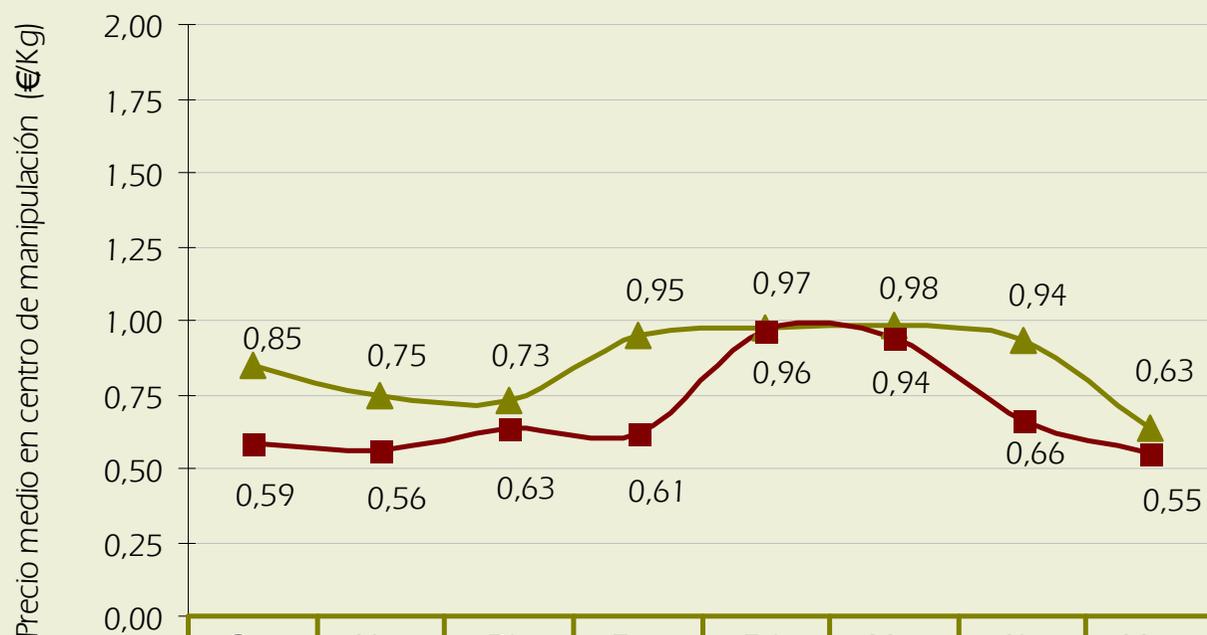
↪ **Precio y volumen acumulado en consumo por formato.** Compara el volumen y precio medio al consumo acumulado durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.

↪ **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.

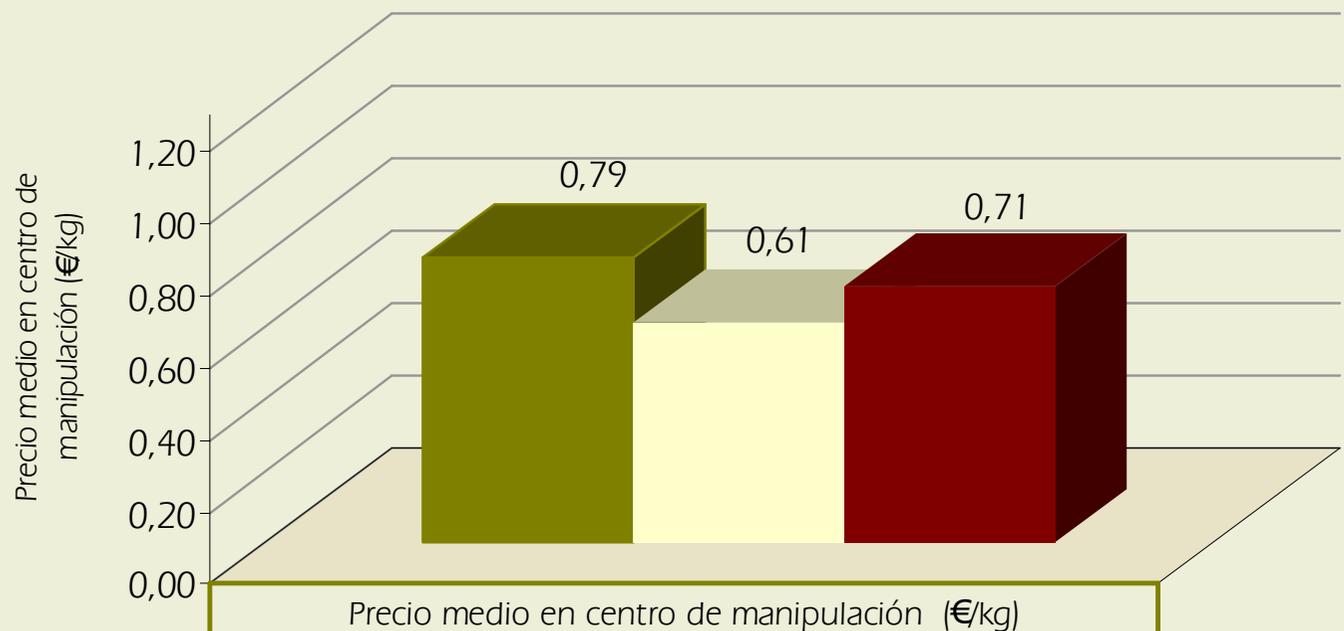
↪ **Volumen consumido acumulado en Andalucía y en España.** Analiza el volumen consumido acumulado durante la campaña actual y la pasada, en Andalucía y España.

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



	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
▲ Precio medio mensual. Campaña 09/10	0,85	0,75	0,73	0,95	0,97	0,98	0,94	0,63
■ Precio medio mensual. Campaña 08/09	0,59	0,56	0,63	0,61	0,96	0,94	0,66	0,55

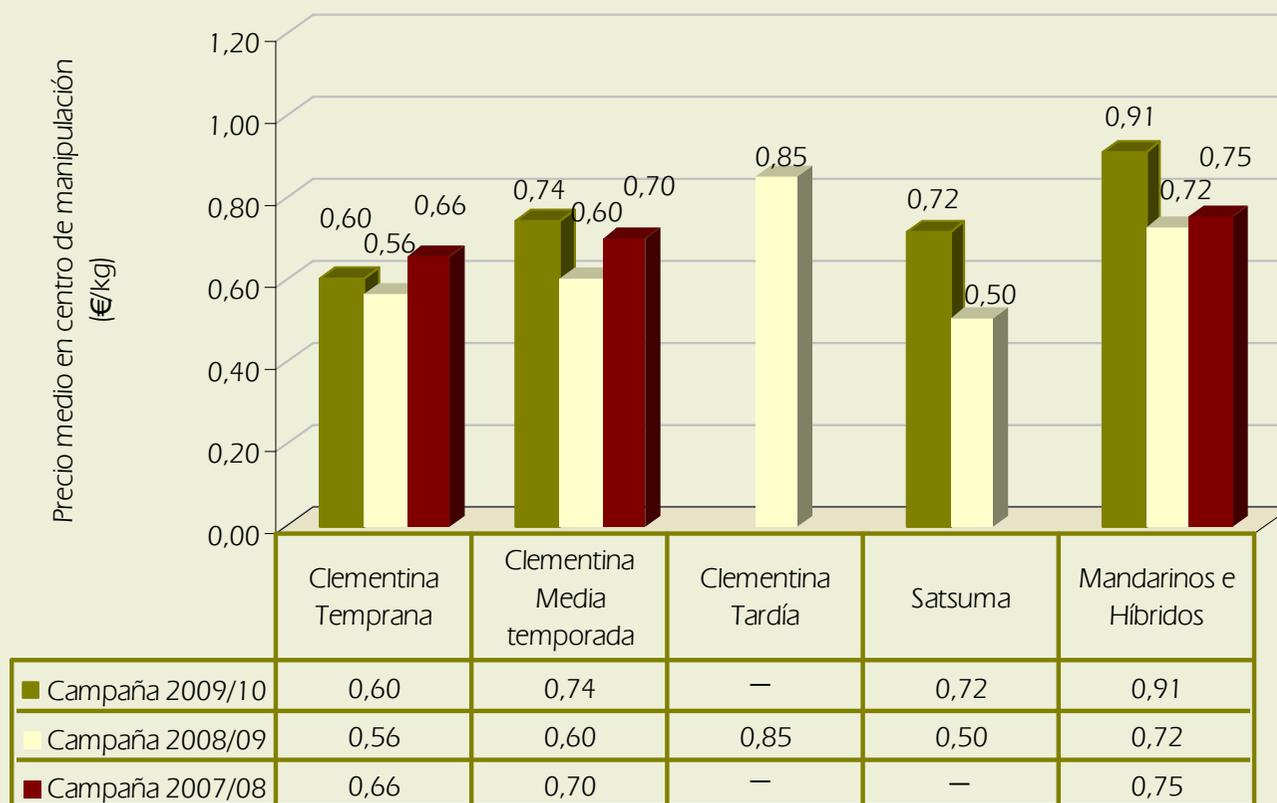
3. Precio medio en centro de manipulación acumulado de mandarina



Campaña	Precio medio en centro de manipulación (€/kg)
Campaña 2009/2010	0,79
Campaña 2008/2009	0,61
Campaña 2007/2008	0,71

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

4. Precios medios en centro de manipulación acumulados por variedad de mandarina



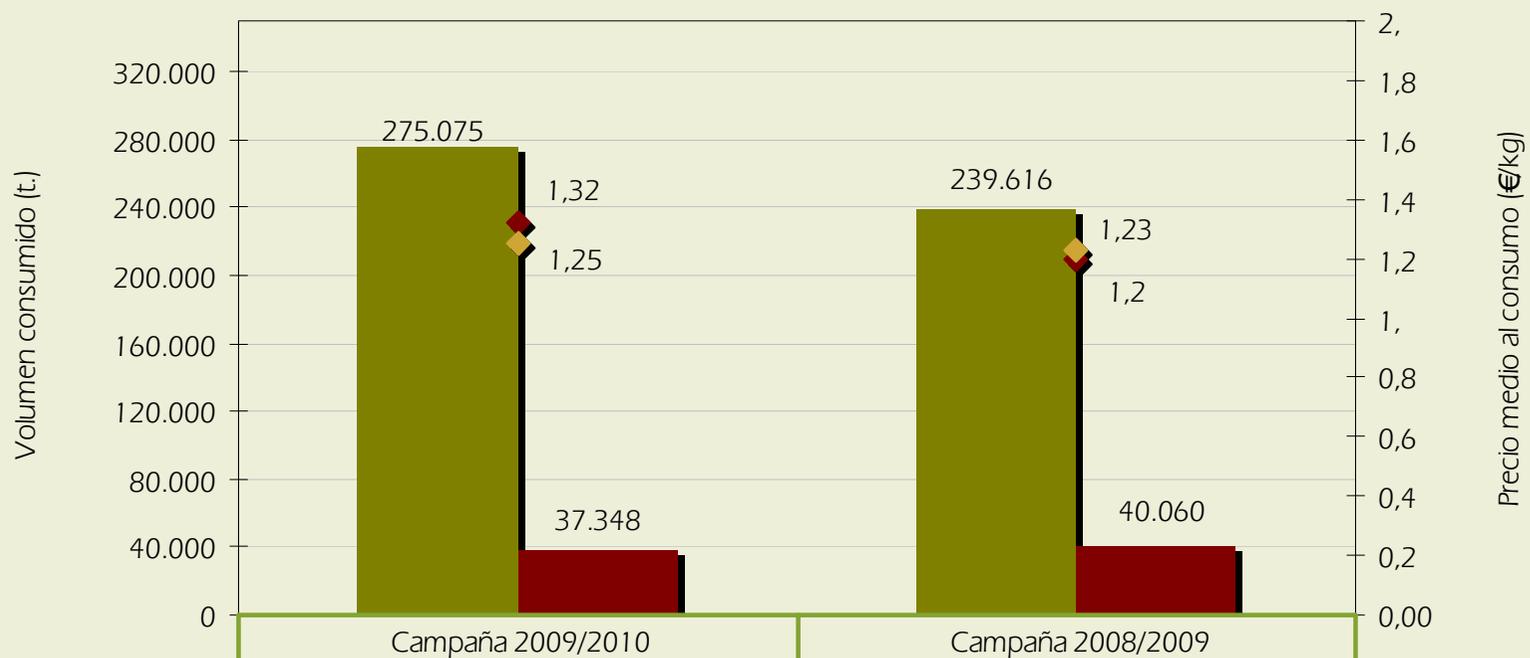
NOTA: No se dispone de datos representativos de la Clementina Tardía de las campañas 2007/08 y 2009/10 y de la variedad Satsuma de 2007/08.



5. Incidencias de campaña

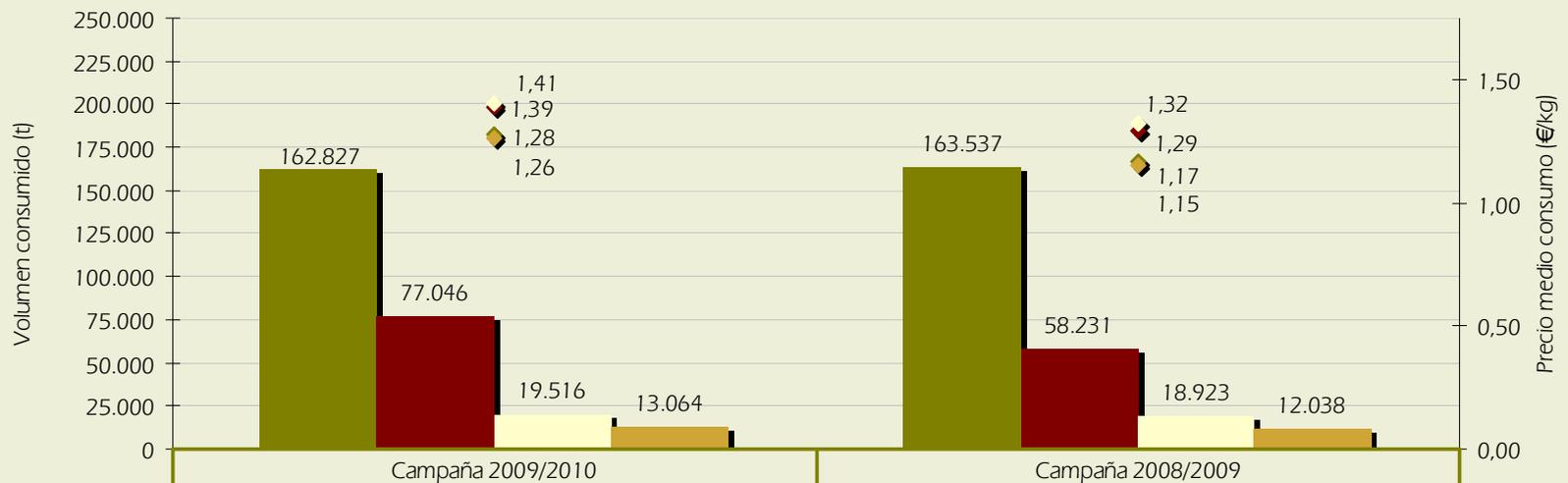
- La campaña inició con frutos de gran calidad y tamaño que, unido a un menor volumen de producción, permitió obtener precios más elevados que los de la campaña pasada.
- Durante la segunda quincena del mes de diciembre, se registró un importante temporal de lluvias que ralentizó la recolección y manipulación de la fruta. Esta situación se generalizó a la totalidad de las zonas productoras con la excepción del levante almeriense. Las pérdidas provocadas por el temporal superaron el 15% de caída de fruta que aún quedaba por recolectar.
- La presencia continuada de humedad sobre el fruto provocó importantes mermas de calidad de la fruta recolectada, lo que llevó asociado frecuentes reclamaciones en destino.
- A finales del mes de enero, se produce un importante aumento de la demanda en árbol motivada por las compras efectuadas por parte de operadores valencianos y murcianos. La repercusión de este ascenso en la demanda se vio reflejada en el incremento de las cotizaciones en árbol para este producto..
- A partir de la segunda mitad del mes de febrero se produce un importante descenso de la demanda de género manipulado, manteniéndose constantes los niveles de adquisiciones de fruta sobre árbol. Esta situación fue determinante para que muchas empresas adoptaran la decisión de finalizar su campaña de manipulación de mandarina, aproximadamente con un mes de adelanto con respecto a la campaña pasada.

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



■ Volumen granel	275.075	239.616
■ Volumen envasado	37.348	40.060
◆ Precio medio consumo granel	1,32	1,2
◆ Precio medio consumo envasado	1,25	1,23

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



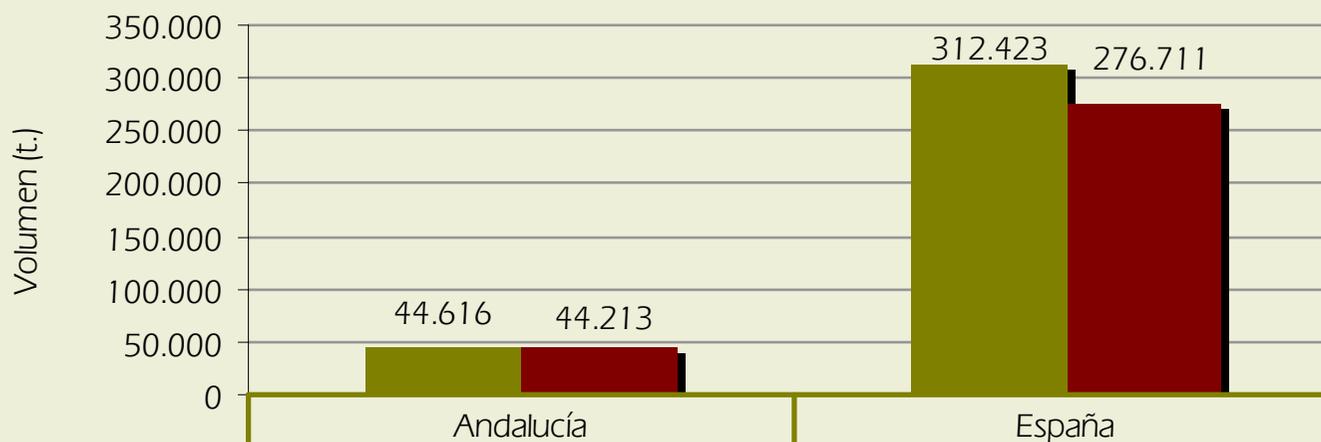
■ Volumen t.tradicional	162.827	163.537
■ Volumen supermercado	77.046	58.231
■ Volumen hipermercado	19.516	18.923
■ Volumen t.descuento	13.064	12.038
◆ P.medio t.tradicional	1,28	1,17
◆ P.medio supermercado	1,39	1,29
◆ P.medio hipermercado	1,41	1,32
◆ P.medio t.descuento	1,26	1,15

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



▲ Consumo mensual per cápita. España	0,047	0,670	1,210	1,603	1,473	0,883	0,529	0,326	0,061
■ Consumo mensual per cápita. Andalucía	0,029	0,454	0,943	1,208	1,188	0,733	0,530	0,316	0,038

9. Volumen consumido acumulado de mandarina en Andalucía y España



■ Volumen consumido 2009-10	44.616	312.423
■ Volumen consumido 2008-09	44.213	276.711
Variación porcentual interanual	1%	13%