



MANZANA GOLDEN

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

(Semana 52/2012)

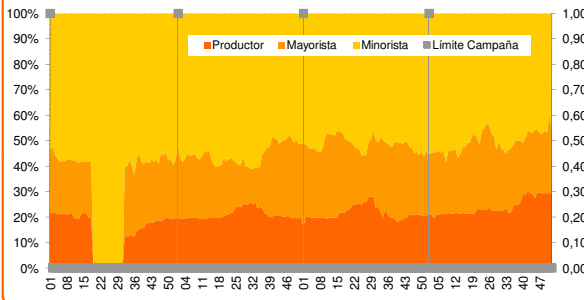
24-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	0,48	0,90	1,64
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,48	0,90	1,63
(1) Promedio Campaña	0,38	0,78	1,58
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,34	0,75	1,60
Variación (1)/(2)	11%	5%	-1%

	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	0,42	0,74	1,16
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,42	0,74	1,15
(1) Promedio Campaña	0,41	0,80	1,20
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,40	0,85	1,26
Variación (1)/(2)	0%	-6%	-4%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	29%	25%	45%
Promedio 4 Semanas Anteriores	29%	26%	45%
(1) Promedio Campaña	24%	26%	50%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	21%	25%	53%
Variación (1)/(2)	12%	1%	-5%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



Precios a salida agrupación de productores, envasado (€/kg)

	Leida	Girona
Semana 52 (2012)	0,62	0,68
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,60	0,64
(1) Promedio Campaña	0,53	0,58
Promedio 2 Campañas Anteriores	0,58	0,61
Variación (1)/(2)	-9%	-6%

ND: no disponible

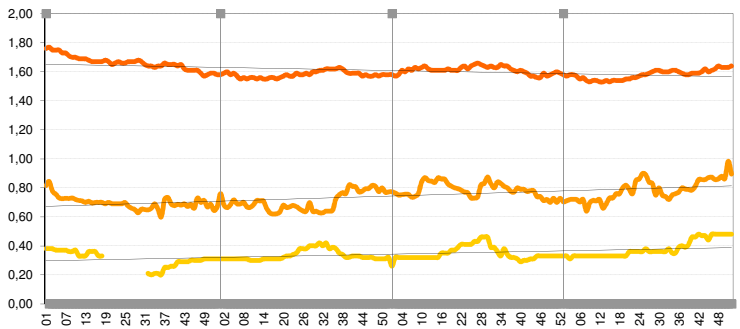
Observaciones y Tendencias

Los precios medios de la campaña 2012 respecto a los de las dos campañas anteriores, han aumentado en origen y merca (11% y 5% respectivamente) mientras que los precios de destino se han visto reducidos un 1%.

La cuota de participación de cada escalón comercial en el precio final del producto, respecto a las dos campañas anteriores, aumentó para el productor y el mayorista (12% y 1% respectivamente), y disminuyó un 5% para el minorista.

IPC: la variación interanual, al mes de diciembre de 2012, para la rúbrica "Frutas frescas" fue del 3,5%, situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (2%) y por encima del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2012).

1. Precios Semanales en tres niveles

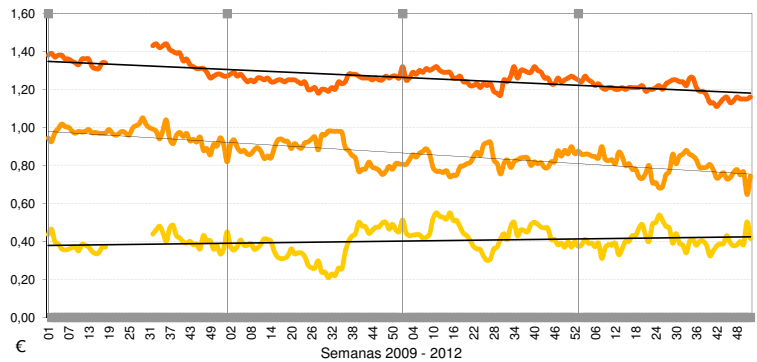


€

Semanas 2009 - 2012

— Destino — Merca — Origen ■ Límite Campaña

2. Margen Bruto de Precios Semanales

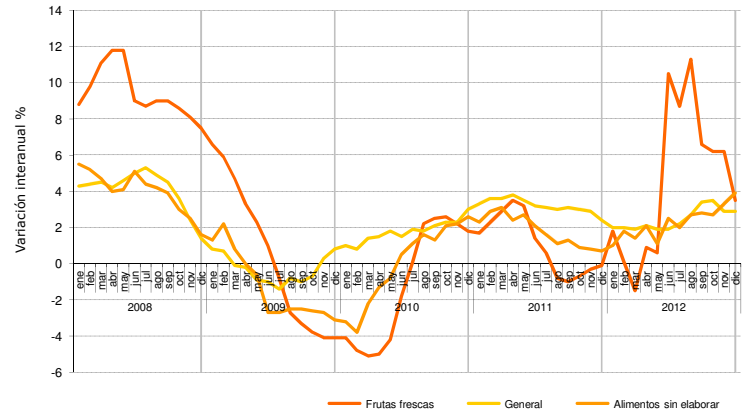


€

Semanas 2009 - 2012

— Destino-Origen — Merca-Origen — Destino-Merca ■ Límite Campaña

4. Evolución Índices de Precios al Consumo



Consideraciones Metodológicas

Todos los datos están referidos a precios corrientes. Los promedios NO incluyen los precios de la última semana.

Los precios en Origen, son Precios Medios Ponderados Nacionales elaborados por la SG de Estadística del MAGRAMA a partir de la información suministrada por los Servicios Estadísticos de las CCAA que disponen de una red de informadores comarcales.

Red de MERCAS: Los Precios Medios Ponderados (PMP) responden a una muestra de MERCAS que, en conjunto, agrupan a un colectivo de 560 empresas mayoristas y representan alrededor del 75% del volumen total comercializado por la Red de MERCAS.

Los Precios de Venta al Público son Precios Medios Ponderados Nacionales facilitados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Son obtenidos en 27 capitales de provincia a través de la Red de Información de Mercado (32 informadores) tomándose, como mínimo, siete precios por producto: uno en un hipermercado, tres en supermercado, dos en tienda tradicional y uno en tienda descuento.



Manzana

La **manzana** es el fruto del manzano, árbol de la familia de las Rosáceas (el árbol frutal más cultivado a nivel mundial). Se puede encontrar casi todo el año en unas buenas condiciones de calidad y lista para ser consumida.

Es especialmente rica en fibra, pectina, fructosa y ácidos málico y tartárico.



**Observatorio
de Precios de los
Alimentos**

Características Comerciales

Toda manzana comercializada dentro de la UE debe cumplir lo establecido en el *Reglamento (CE) 85/2004*, en el que se recogen disposiciones relativas a:

- La calidad (requisitos mínimos, de madurez, de clasificación en categorías...)
- El calibre
- La presentación y el etiquetado

Integración del Sector

AIPEMA: Asociación Interprofesional de Pera y Manzana

Provisionalmente de baja a la espera de la creación de una nueva Organización Interprofesional que englobe a todos los productores de fruta dulce de España

Cadena de Valor

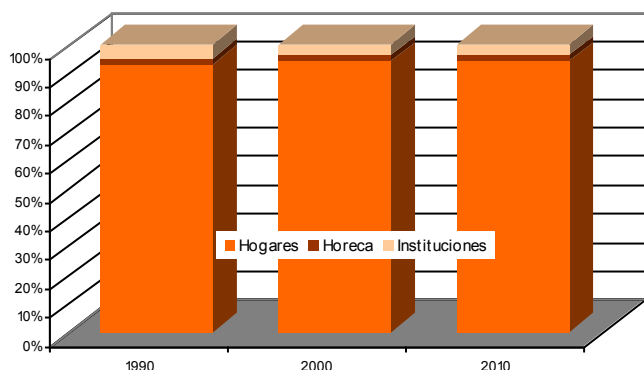


Mercado Nacional

	2009	2010	2011
Producción anual (x1000 t)	602	646	700*
<i>(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística/ Avances superficies y producciones agrícolas)</i>			
Superficie cultivada (ha)	32.770	31.822	Sin dato
<i>(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística)</i>			
Exportación anual (x1000 t)	117	111	130
Importación anual (x1000 t)	251	254	245
<i>(Fuente: Secretaría de Estado de Comercio)</i>			
Consumo hogares total (x1000 t)	565	557	548
Consumo en hogares (kg/hab.año)	11,4	12,1	12,0
<i>(Fuente: MAGRAMA-Panel de Consumo Alimentario)</i>			
Cantidad retirada (x1000 t)	0,5	0,4	0,4
<i>(Fuente: FEGA)</i>			

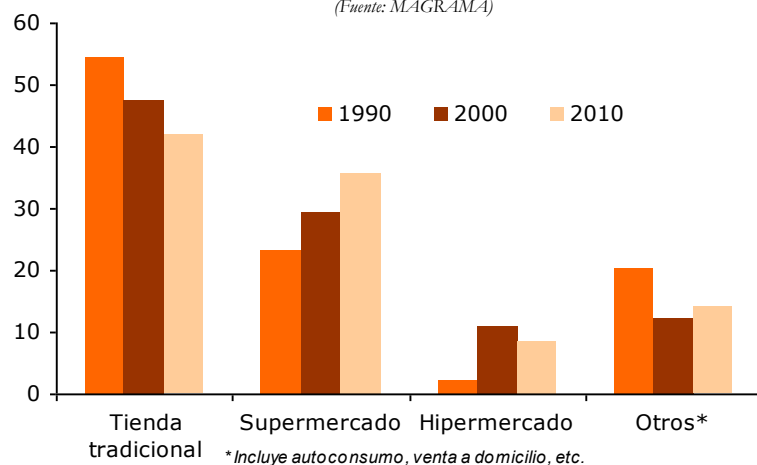
*Datos provisionales

Consumo por segmentos *(Fuente: MAGRAMA)*

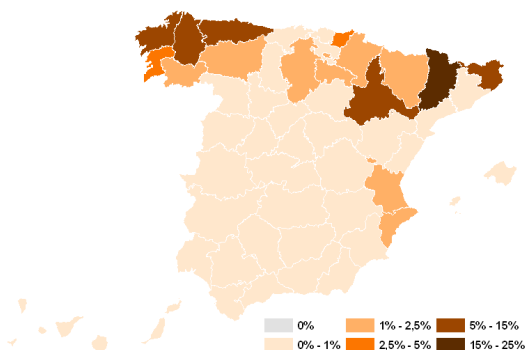


Evolución cuota mercado minorista % sobre total nacional

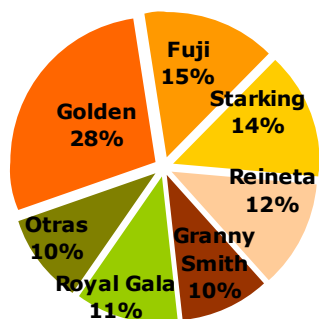
(Fuente: MAGRAMA)



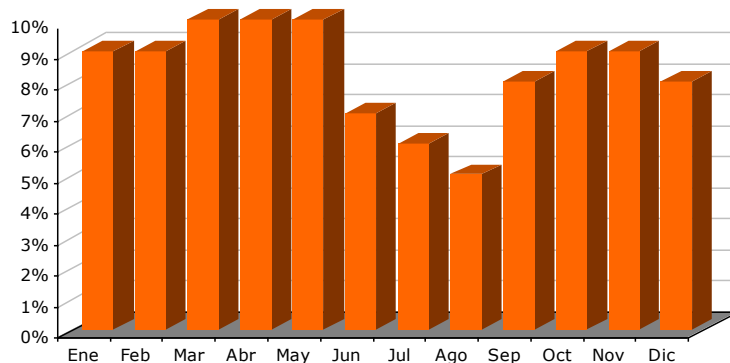
Superficie 2010 % sobre total nacional *(Fuente: MAGRAMA)*



Ventas *(Fuente: MERCASA)*



Estacionalidad de las ventas *(Fuente: MERCASA)*



Calendario de comercialización en Origen *(Fuente: MAGRAMA)*

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Golden	8%	8%	9%	7%	8%	4%	1%	5%	19%	18%	7%	6%
Rojas	6%	7%	8%	6%	6%			2%	37%	17%	7%	4%
Gala	2%	2%	1%	1%	1%		1%	33%	49%	6%	2%	2%