



HUEVOS CLASE M

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

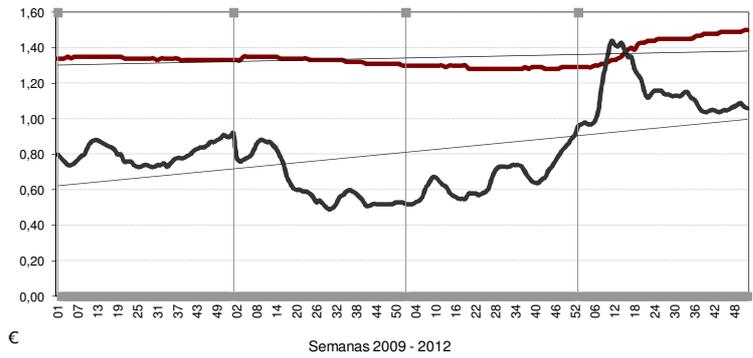
Semana 52

(Semana 52/2012)

24-dic

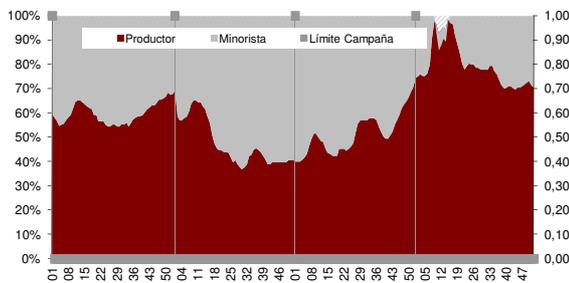
	Precios (€/kg)	
	Origen	Destino
Semana 52 (2012)	1,06	1,50
Promedio 4 Semanas Anteriores	1,08	1,49
(1) Promedio Campaña	1,14	1,42
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,72	1,33
Variación (1)/(2)	59%	6%
	Margen Bruto (€/kg)	
	Destino-Origen	
Semana 52 (2012)	0,44	
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,42	
(1) Promedio Campaña	0,27	
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,62	
Variación (1)/(2)	-56%	

1. Precios Semanales en tres niveles

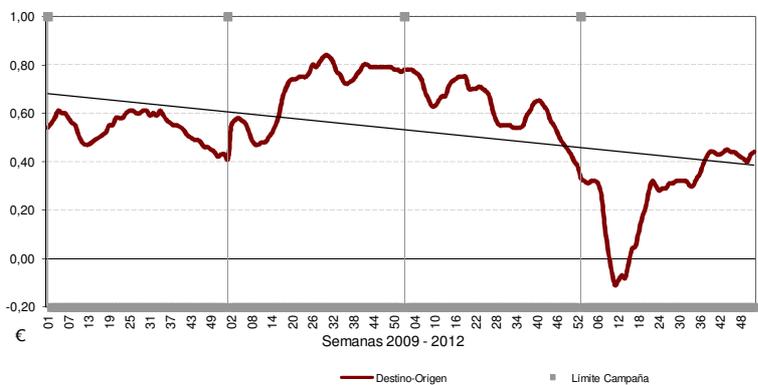


	Participación en Precio Destino	
	Productor	Minorista
Semana 52 (2012)	71%	29%
Promedio 4 Semanas Anteriores	72%	28%
(1) Promedio Campaña	81%	19%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	54%	46%
Variación (1)/(2)	50%	-58%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



2. Margen Bruto de Precios Semanales

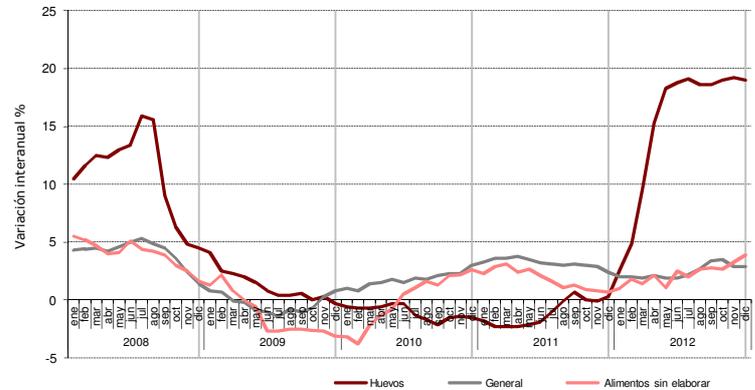


Observaciones y Tendencias

Los precios han aumentado tanto en origen como en destino en comparación con las dos campañas anteriores, siendo más destacable el aumento que se ha producido en origen (59%), que en destino (6%).

IPC: la variación interanual, al mes de diciembre de 2012, para la rúbrica "Huevos" fue del 19%, situándose por encima del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2012).

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: A través de esta red sólo se comercializa un 20% en carnes y huevos, aproximadamente, por lo que los precios en esta posición comercial no son lo suficientemente representativos.

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.

Nota metodológica: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/default.aspx>



Huevos

A efectos del Observatorio, se consideran los huevos con cáscara – sin romper, incubar o cocer- de gallinas de la especie Gallus gallus y aptos para consumo humano directo o para la preparación de ovoproductos.



Observatorio de Precios de los Alimentos

Características Comerciales

- Todos los huevos comercializados en la UE deben cumplir lo establecido en los Reglamentos (CE) 1234/2007 del Consejo y 589/2008 de la Comisión. En España además, el RD 226/2008 por el que se regulan las condiciones de aplicación de la normativa comunitaria de comercialización de huevos.
- Los huevos que se comercializan son huevos frescos o de categoría A. Las clases de huevos se diferencian en función del tamaño (Supergrandes o XL de 73 ó más gramos, Grandes ó L, de 63 a 73 gr., Medianos o M, entre 53 y 63 gr. Y Pequeños o S, de menos de 53 gr.).
- Según la procedencia pueden ser ecológicos, de gallinas camperas, de gallinas criadas en el suelo o en jaulas.

Integración del Sector

INPROVO (Organización Interprofesional del huevo y sus productos)

Información disponible en la web de la interprofesional:

- Datos del sector.
- Noticias.

Mercado Nacional

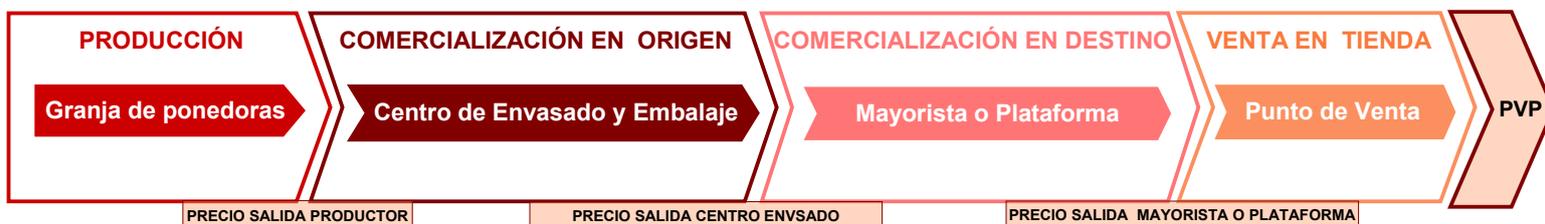
	2009	2010	2011
Producción anual (x millones docenas.)	1.097	1.112	Sin dato
Censo gallinas poned. (x1000 aves)	50.593	51.108	Sin dato
Exportación anual (x1000 tm)	160	266	101
Importación anual (x1000 tm)	8	7	11
Consumo hogares total anual (x1000tm)	404	378	377
Consumo en hogares (kg/hab·año)	8,6	8,3	8,2

(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística y Resumen situación mercados producciones ganaderas)

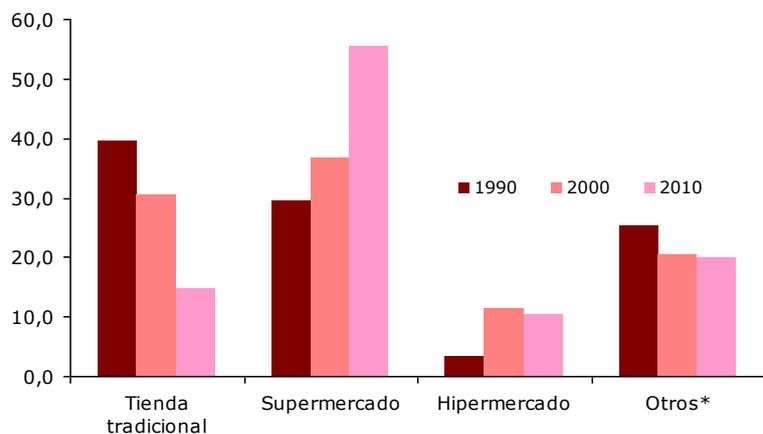
(Fuente: Secretaría de Estado de Comercio)

(Fuente: MAGRAMA-Panel de Consumo Alimentario)

Cadena de Valor



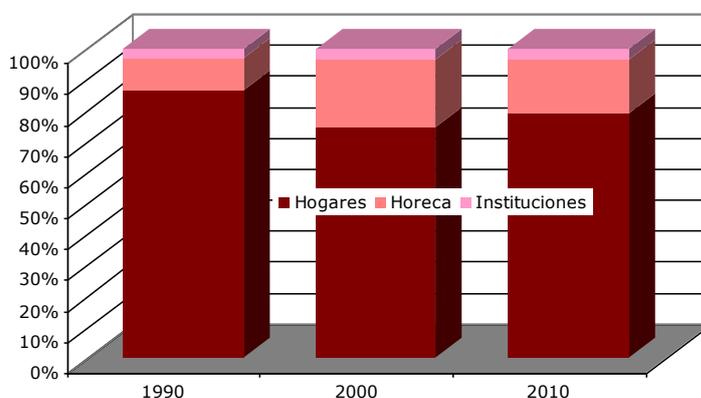
Consumo por segmentos (Fuente: MAGRAMA)



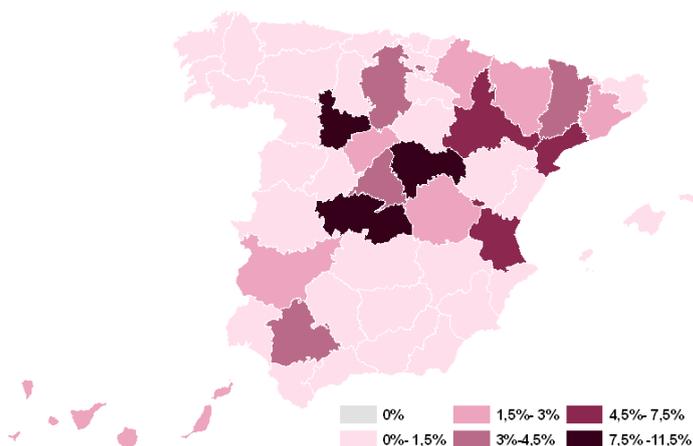
* Incluye autoconsumo, venta a domicilio, etc.

Evolución cuota mercado minorista % sobre total nacional

(Fuente: MAGRAMA)



Producción 2010 % sobre total nacional (Fuente: MAGRAMA)



Estacionalidad Producciones 2009 (Fuente: MAGRAMA)

