

PESCADILLA 1,5 kg

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

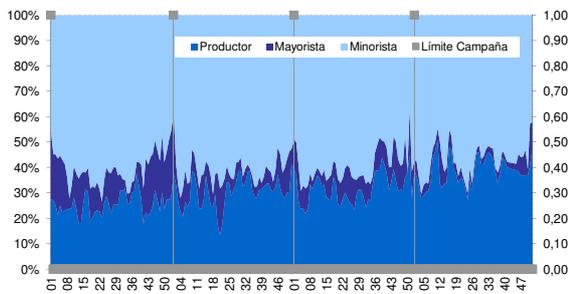
(Semana 52/2012)

24-dic

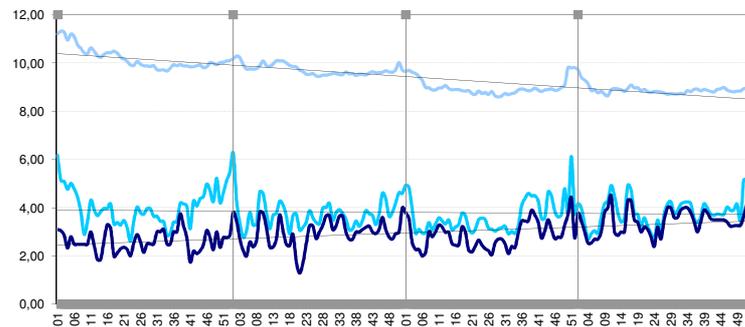
	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	4,22	5,15	8,94
Promedio 4 Semanas Anteriores	3,36	4,17	8,85
(1) Promedio Campaña	3,40	3,79	8,88
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	2,90	3,70	9,35
Variación (1)/(2)	17%	2%	-5%
	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	0,93	3,79	4,72
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,81	4,68	5,49
(1) Promedio Campaña	0,39	5,09	5,48
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,80	5,65	6,45
Variación (1)/(2)	-51%	-10%	-15%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	47%	10%	42%
Promedio 4 Semanas Anteriores	38%	9%	53%
(1) Promedio Campaña	38%	4%	57%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	31%	9%	60%
Variación (1)/(2)	23%	-49%	-5%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012

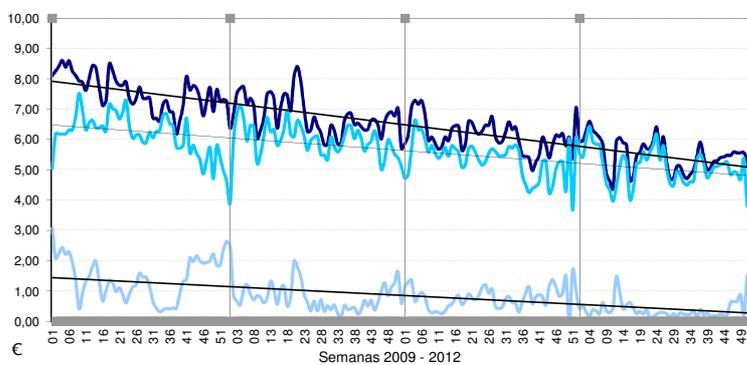


1. Precios Semanales en tres niveles



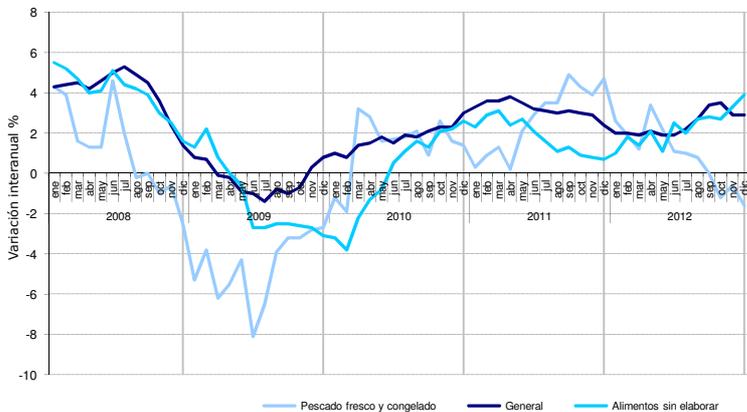
€ Semanas 2009 - 2012
— Destino — Merca — Origen ■ Limite Campaña

2. Margen Bruto de Precios Semanales



€ Semanas 2009 - 2012
— Destino-Origen — Merca-Origen — Destino-Merca ■ Limite Campaña

4. Evolución Índices de Precios al Consumo



Observaciones y Tendencias

Los precios de la campaña 2012 respecto a las campañas anteriores han aumentado en origen y merca un 17% y un 2% respectivamente mientras que en destino ha disminuido un 5%.

IPC: la variación interanual, al mes de diciembre del 2012, para la rúbrica "Pescado fresco y congelado" fue del -1,6% situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre del 2012).

Consideraciones Metodológicas

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

Precios en Origen: la información para el Observatorio de Precios del MAGRAMA de productos pesqueros frescos en origen, se lleva realizando por parte de la SG de Economía Pesquera, desde octubre de 2003, con carácter semanal. El personal encargado de la recogida de datos pertenece a la empresa TRAGSATEC que, mediante una asistencia técnica, presta sus servicios a la Subdirección General de Economía Pesquera de la Dirección General de Ordenación Pesquera.

Los precios recibidos se refieren siempre a producto fresco, normalmente entero y viscerado y siempre relativo a peso comercializado, puesto que las notas de venta sólo se efectúan cuando el pescado es vendido, no cuando es desembarcado, por lo tanto el peso vivo no se usa para esta estadística.

Red de MERCAS: Los Precios Medios Ponderados responden a una muestra de MERCAS que, en conjunto, agrupan a un colectivo de 890 empresas mayoristas y representan en torno al 85% del volumen total comercializado por la Red en pescado.

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.



Pescadilla

Merluccius merluccius



Observatorio de Precios de los Alimentos

Es la misma especie que la Merluza pero sin llegar al desarrollo completo de ésta y, por lo tanto, mantiene las mismas características anatómico-funcionales. La diferenciación básica, reside en el tallaje a la cual se vende, tanto en la lonja como en destino, es decir, tallas pequeñas 1, 2 y 3 es Pescadilla, mientras que las tallas grandes, 4 y 5 se corresponden con la merluza.

Características Comerciales

Aún tratándose de la misma especie taxonómica que la Merluza (es simplemente un estadio más joven), la pescadilla ha alcanzado una entidad propia entre los consumidores, sobretodo por las diferentes denominaciones comerciales que se pueden encontrar en los mercados, todas dependientes del tamaño que alcance dicho producto y también por las preparaciones gastronómicas a las que se somete (pescadilla, carioica, pijota, fina...)

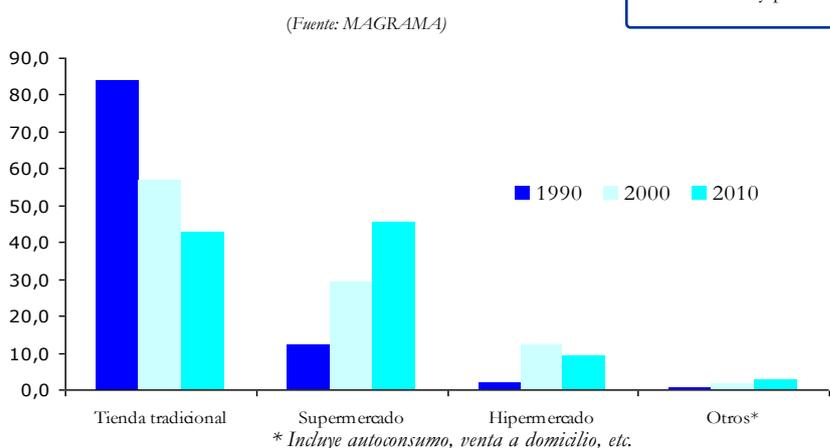
Mercado Nacional

	2009	2010	2011
Producción anual (t)(bacalao, merluzas, eglefinos)	142.842	127.376	Sin dato
<i>(Fuente: MAGRAMA- Estadísticas pesqueras)</i>			
Exportación anual (toneladas)	Sin dato	Sin dato	Sin dato
Exportación anual (miles euros)	Sin dato	Sin dato	Sin dato
Importación anual (toneladas)	Sin dato	Sin dato	Sin dato
Importación anual (miles euros)	Sin dato	Sin dato	Sin dato
<i>(Fu.: Secretaría de Estado de Comercio)</i>			
Total comprado hogares(millones kg)	148	139	141
Consumo hogares kg/hab·año)	3,28	3	3,1
<i>(Fuente.: MAGRAMA-Panel de Consumo Alimentario.)</i>			

Cadena de Valor

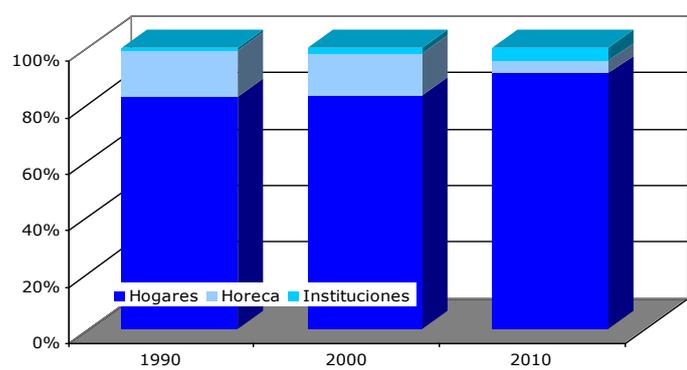


Evolución cuota mercado minorista



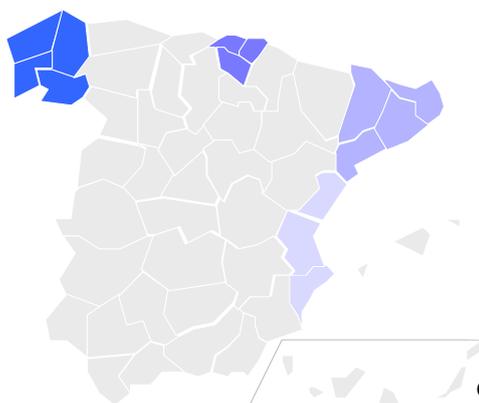
Nota: Los datos consumo corresponden a merluza y pescadilla fresca.

Consumo por segmentos



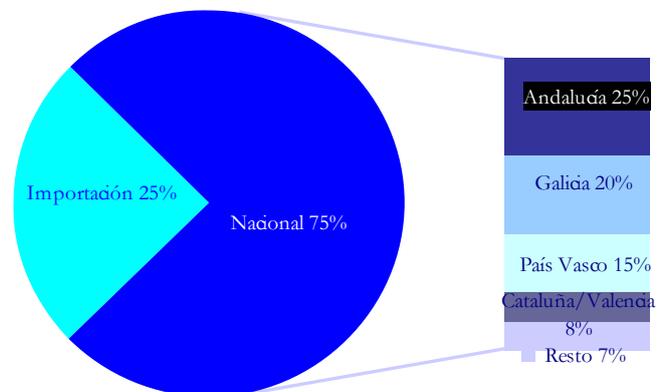
Zonas de producción

(Fuente: MAGRAMA)



Ventas

(Fuente: MERCASA)



Calendario de comercialización según procedencia

(Fuente: MERCASA)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Merluza fresca	40%	40%	40%	40%	40%	40%	35%	35%	40%	40%	40%	50%
Pescadilla fresca	40%	40%	40%	40%	40%	40%	35%	35%	35%	35%	35%	30%
Merluza congelada	15%	15%	15%	15%	15%	15%	20%	20%	20%	20%	20%	15%
Pescadilla congelada	5%	5%	5%	5%	5%	5%	10%	10%	5%	5%	5%	5%