



TRUCHA

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

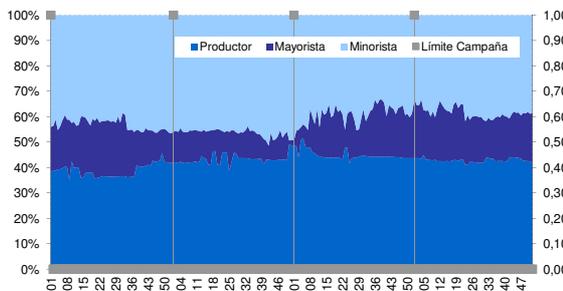
(Semana 52/2012)

24-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	2,18	3,19	5,20
Promedio 4 Semanas Anteriores	2,20	3,18	5,17
(1) Promedio Campaña	2,20	3,17	5,14
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	2,16	2,80	4,89
Variación (1)/(2)	2%	13%	5%
	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	1,01	2,01	3,02
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,98	1,99	2,97
(1) Promedio Campaña	0,97	1,97	2,93
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,64	2,09	2,73
Variación (1)/(2)	50%	-6%	7%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	42%	19%	39%
Promedio 4 Semanas Anteriores	43%	19%	39%
(1) Promedio Campaña	43%	19%	38%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	44%	13%	43%
Variación (1)/(2)	-3%	43%	-10%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012

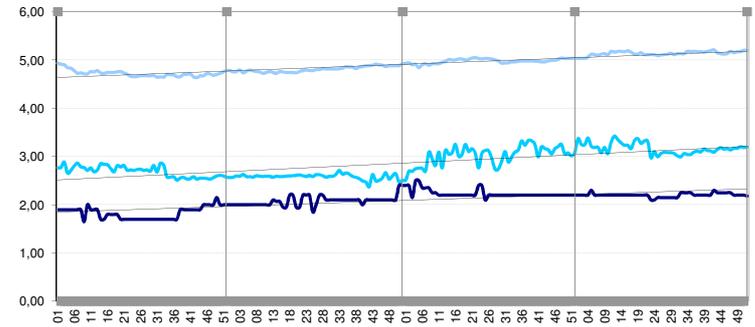


Observaciones y Tendencias

Los precios de la campaña 2012, respecto de las anteriores, aumentaron en origen (2%),merca (13%) y destino (5%).

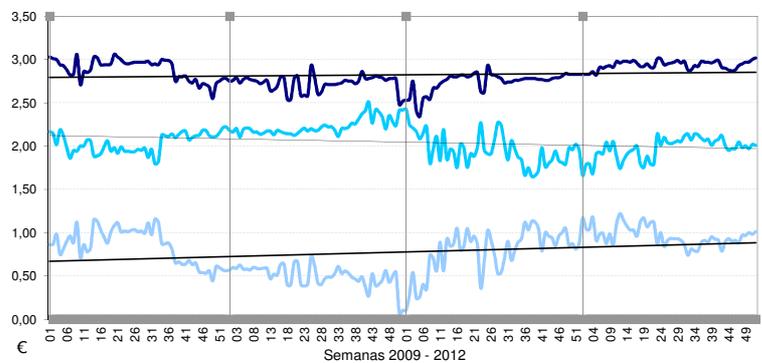
IPC: la variación interanual, al mes de diciembre del 2012, para la rúbrica "Pescado fresco y congelado" fue del -1,6% situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre del 2012).

1. Precios Semanales en tres niveles



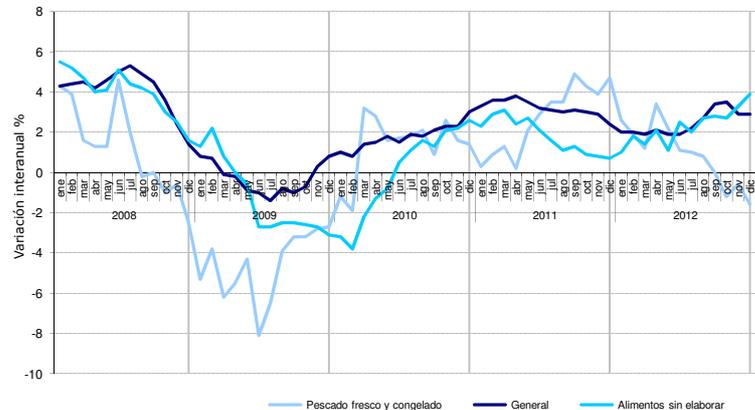
€ Semanas 2009 - 2012
— Destino — Merca — Origen ■ Limite Campaña

2. Margen Bruto de Precios Semanales



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

4. Evolución Índices de Precios al Consumo



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.

