



NARANJA

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

(Semana 52/2012)

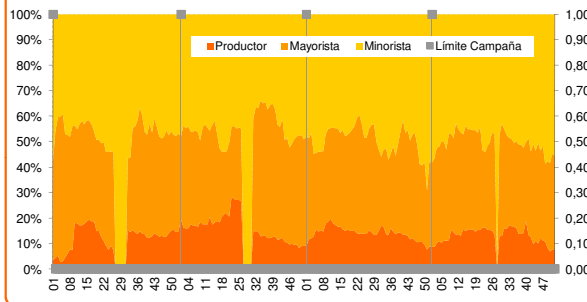
24-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	0,11	0,62	1,41
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,12	0,62	1,45
(1) Promedio Campaña	0,18	0,67	1,34
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,21	0,77	1,43
Variación (1)/(2)	-17%	-12%	-6%

	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	0,51	0,79	1,30
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,49	0,83	1,33
(1) Promedio Campaña	0,49	0,67	1,16
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,55	0,67	1,22
Variación (1)/(2)	-11%	0%	-5%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	8%	36%	56%
Promedio 4 Semanas Anteriores	8%	34%	57%
(1) Promedio Campaña	13%	37%	50%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	15%	38%	47%
Variación (1)/(2)	-11%	-4%	7%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



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

	Castellón		Valencia	
	Castellón	Valencia	Castellón	Valencia
Semana 52 (2012)	ND	0,38	ND	0,38
Promedio 4 Semanas Anteriores	ND	0,42	ND	0,42
(1) Promedio Campaña	ND	0,42	ND	0,42
Promedio 2 Campañas Anteriores	0,75	0,62	0,75	0,62
Variación (1)/(2)	ND	-32%	ND	-32%

ND: no disponible

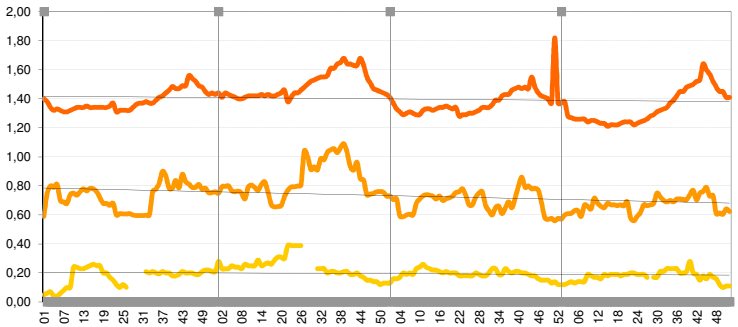
Observaciones y Tendencias

Los precios de la campaña de 2012 respecto de las dos anteriores, ha disminuido en origen, merca y destino, el 17%, 12% y 6% respectivamente.

La participación en el precio final, respecto a las campañas anteriores, disminuyó a nivel productor (-11%) y a nivel mayorista (-4%), incrementándose a nivel minorista (7%).

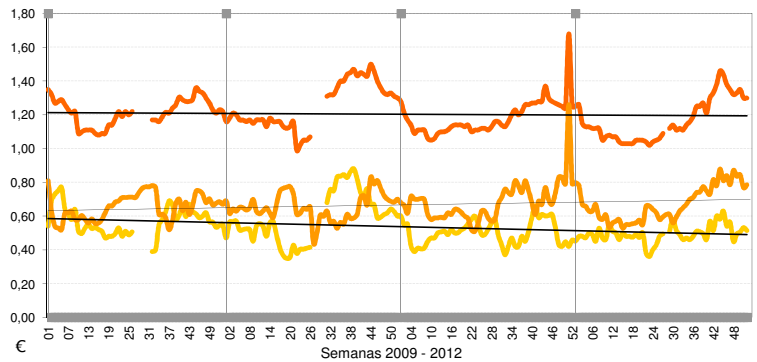
IPC: la variación interanual, al mes de diciembre de 2012, para la rúbrica "Frutas frescas" fue del 3,5%, situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (2%) y por encima del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2012).

1. Precios Semanales en tres niveles



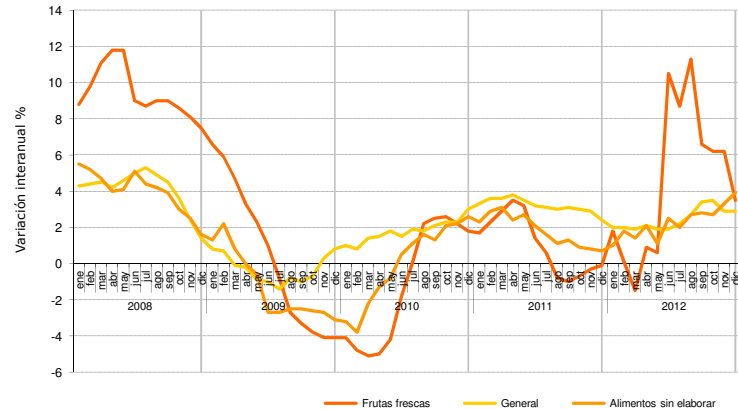
€ Semanas 2009 - 2012
 Destino Merca Origen Límite Campaña

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.

