

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN PESCADILLA DE 1,5 kg.

Campaña 2009

- Semana 53

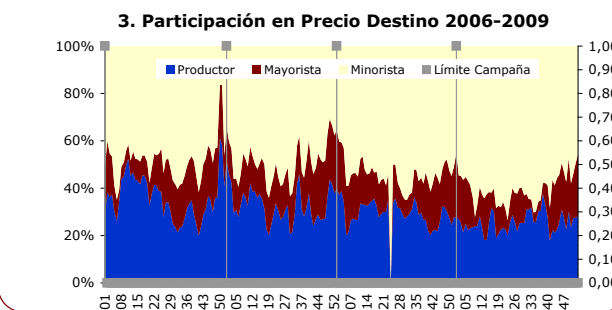
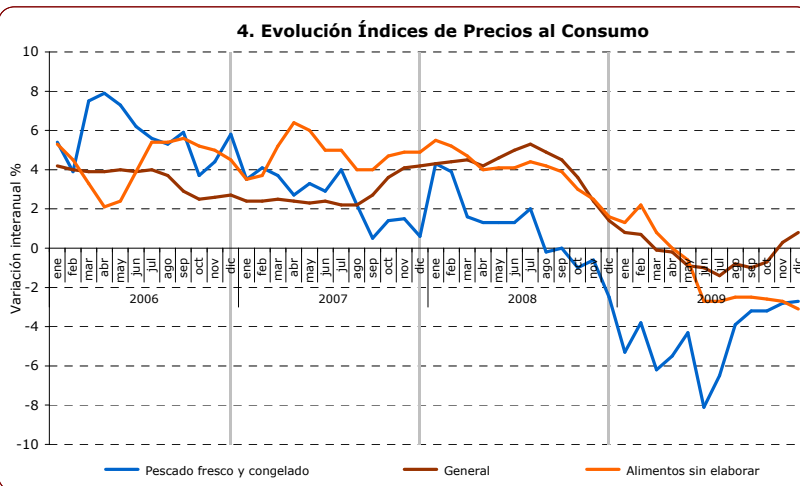
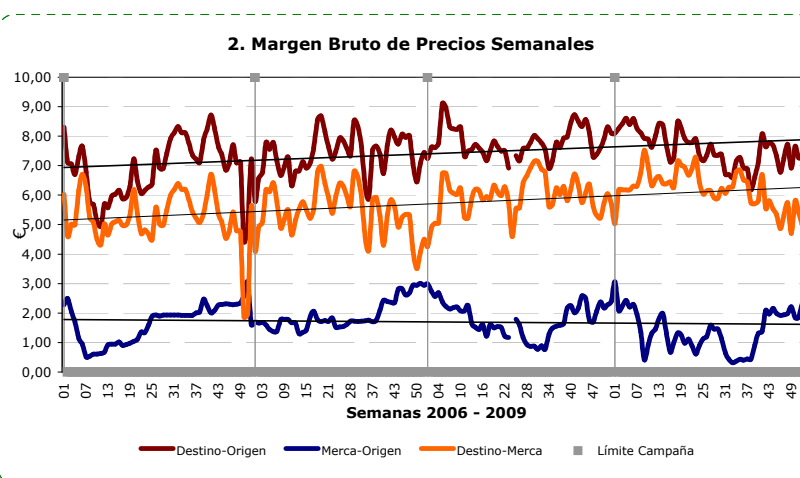
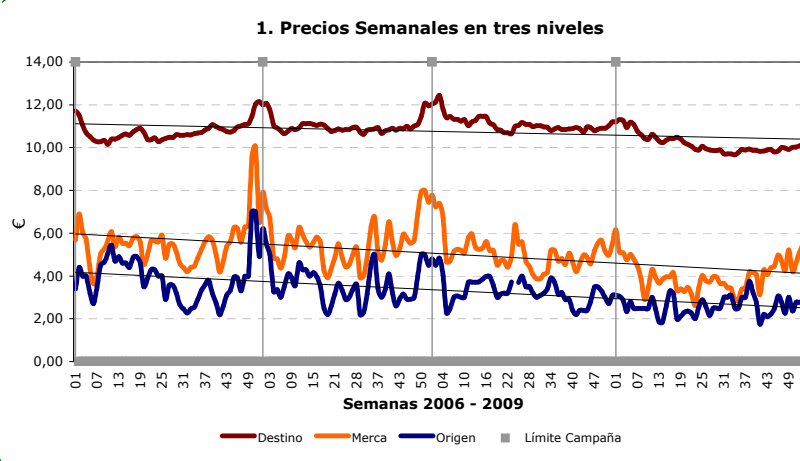
(Semana 53/2009)

28-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 53 (2009)	2,86	5,49	10,10
Promedio 4 Semanas Anteriores	2,72	4,79	10,01
(1) Promedio Campaña	2,60	4,00	10,19
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	3,47	5,34	11,07
Variación (1)/(2)	-25%	-25%	-8%

	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 53 (2009)	2,63	4,61	7,24
Promedio 4 Semanas Anteriores	2,07	5,22	7,29
(1) Promedio Campaña	1,40	6,18	7,59
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	1,88	5,72	7,60
Variación (1)/(2)	-25%	8%	0%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 53 (2009)	28%	26%	46%
Promedio 4 Semanas Anteriores	27%	21%	52%
(1) Promedio Campaña	26%	14%	61%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	31%	17%	52%
Variación (1)/(2)	-19%	-19%	17%



Observaciones y Tendencias

Los precios de la campaña 2009 respecto de las dos anteriores han disminuido en origen, en merca un 25% en origen y merca y un 7% en destino.

Se cumple la máxima de que el consumidor compra tallas más pequeñas de esta especie debido al precio pero manteniendo la garantía y la calidad de un gran producto.

IPC: La variación interanual al mes de diciembre de 2009 para la rúbrica "Pescado fresco y congelado" es del -2,7%, situándose por encima del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaborar" (-3,1%) y por debajo del IPC general (0,8%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2009).

Consideraciones Metodológicas

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

Los precios en Origen: la información para el Observatorio de Precios del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de productos pesqueros frescos en origen, se lleva realizando por parte de la SG de Comercialización 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 Comercialización Pesquera de la Dirección General de Ordenación Pesquera.

Los precios recibidos se refieren siempre a producto fresco, normalmente entero y eviscerado 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 d. en un hipermercado, tres en supermercado, dos en tienda tradicional y uno en tienda descuento.

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.



Merlucius merlucius



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...)

Integración del Sector

No existe actualmente organización interprofesional

Mercado Nacional

Producción anual (t)

(Fuente: MARM)

Exportación anual (toneladas)

Exportación anual (miles euros)

Importación anual (toneladas)

Importación anual (miles euros)

(Fie.: Secretaría de Estado de Comercio)

Total comprado (millones kg)

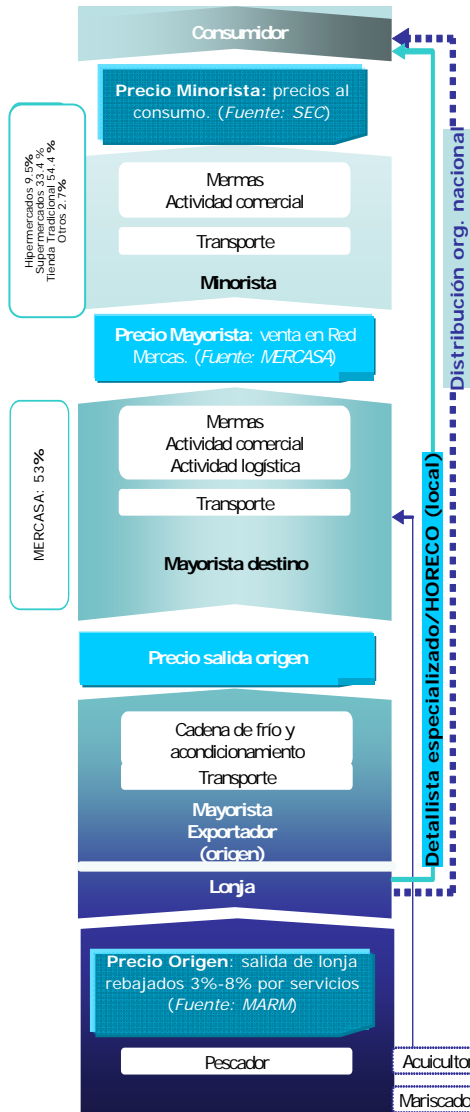
Consumo total (kg/hab/año)

(Fie.: MARM-Panel de Consumo Alimentario)

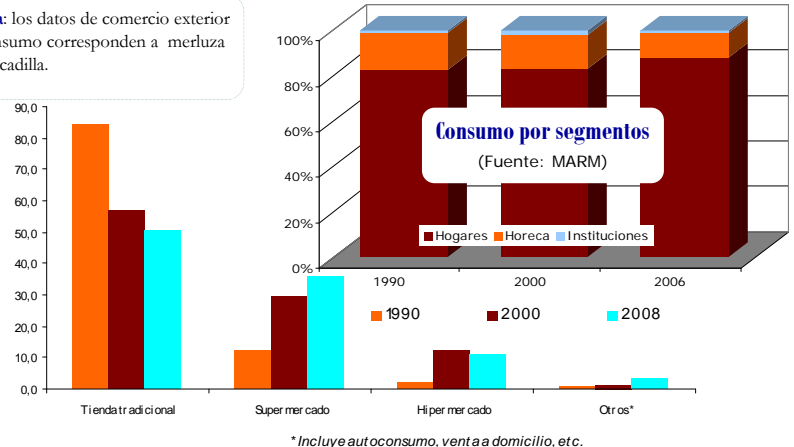
	2006	2007	2008
Producción anual (t)	12.904	12.210	Sin dato
Exportación anual (toneladas)	2	6	Sin dato
Exportación anual (miles euros)	11	27	Sin dato
Importación anual (toneladas)	2.486	1.561	Sin dato
Importación anual (miles euros)	8.725	4.893	Sin dato
Total comprado (millones kg)	141,7	126,5*	Sin dato
Consumo total (kg/hab/año)	2,8	2,8*	2,8*

*Sólo hogares

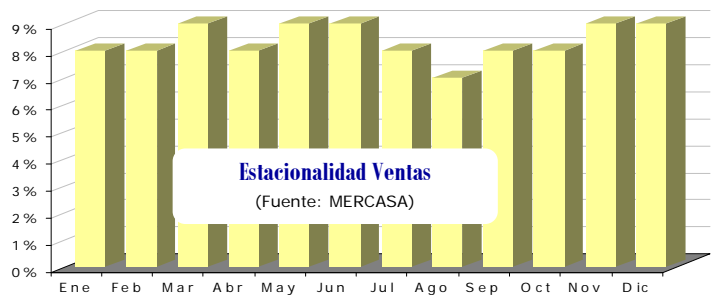
Cadena de Valor



Nota: los datos de comercio exterior y consumo corresponden a merluza y pescadilla.

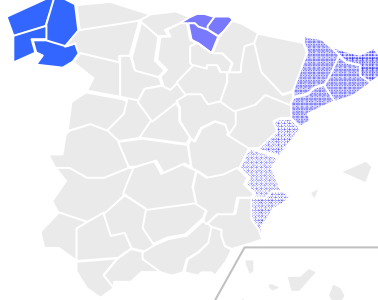


Evolución cuota mercado minorista % sobre total nacional (Fuente: MARM)

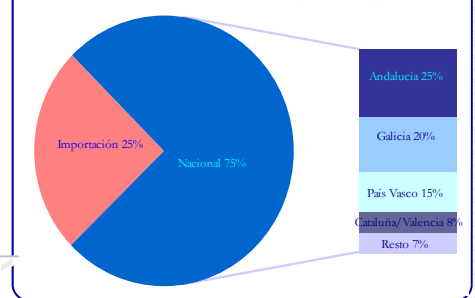


Zonas de Producción

% sobre total nacional (Fuente: MARM)



Procedencia de la Pescadilla comercializada en la Red Mercas (Fie.: MERCASA)



Calendario de Comercialización (variedades más representativas Red Mercas)

	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%