

ATÚN BLANCO O BONITO

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

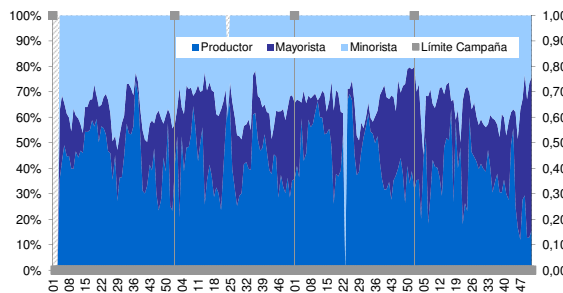
(Semana 52/2012)

24-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	1,51	7,36	9,72
Promedio 4 Semanas Anteriores	2,01	6,91	9,72
(1) Promedio Campaña	3,56	6,26	9,79
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	4,55	6,74	10,19
Variación (1)/(2)	-22%	-7%	-4%
	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	5,85	2,36	8,21
Promedio 4 Semanas Anteriores	4,90	2,81	7,71
(1) Promedio Campaña	2,70	3,53	6,23
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	2,19	3,46	5,65
Variación (1)/(2)	23%	2%	10%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	16%	60%	24%
Promedio 4 Semanas Anteriores	21%	50%	29%
(1) Promedio Campaña	36%	28%	36%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	45%	21%	34%
Variación (1)/(2)	-18%	28%	6%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



Observaciones y Tendencias

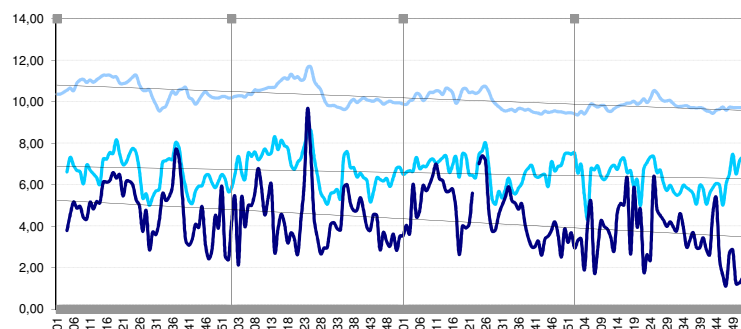
Existen ciertas inestabilidades en los precios de origen y mayorista debido a que el atún blanco fresco que se vende en lonja es normalmente de tamaño medio a pequeño y normalmente procede del caladero mediterráneo, mientras que a los mercados llegan más animales y más grandes por lo que, en semanas determinadas, y de manera muy puntual, aparecen precios en origen que prácticamente igualan a los precios de mayoristas.

El precio del Atún Blanco o Bonito del Norte, en la campaña de 2012, respecto del promedio de las campañas anteriores, disminuyó en origen, merca y destino un 22%, 7% y 4% respectivamente.

La cuota de participación de cada escalón comercial en el precio final del producto, respecto al promedio de las campañas anteriores, ha disminuido para el productor un 18%, aumentando para el mayorista un 28% y para el minorista un 6%.

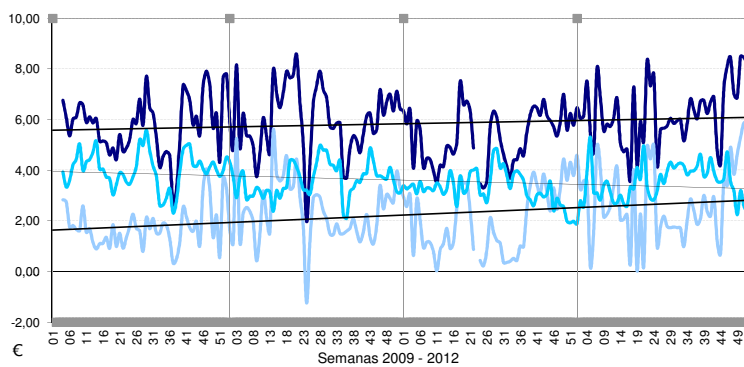
IPC: la variación interanual, al mes de diciembre del 2012, para la rúbrica "Pescado fresco y congelado" fue del -1,6% situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre del 2012).

1. Precios Semanales en tres niveles



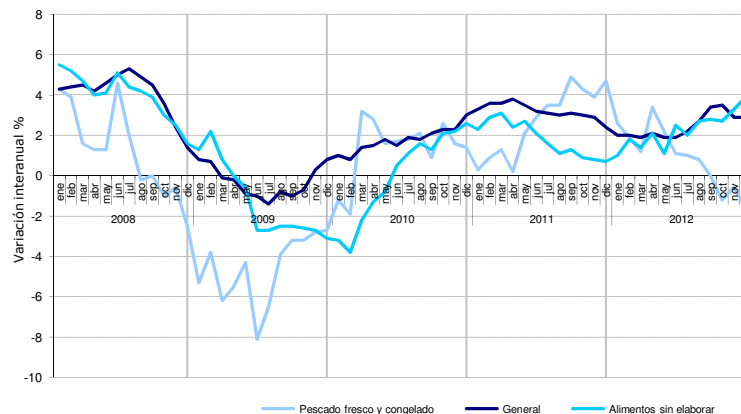
€ Semanas 2009 - 2012
— Destino — Merca — Origen ■ Limite Campaña

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.

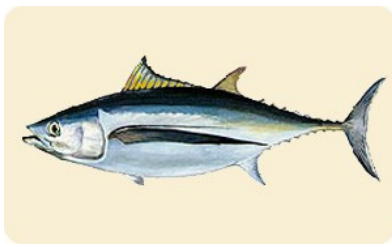
Atún Blanco o Bonito

Thunnus albacares

Pescado de cuerpo robusto. Aletas pectorales muy largas y características. Pez gregario, gran nadador, habita por término medio, a unos 100 metros de profundidad en el océano evitando las aguas litorales. Se alimenta de gran cantidad de peces pelágicos (boquerones, sardinas, etc.), calamares y crustáceos. Dorso azul oscuro y vientre plateado. Alta importancia gastronómica y económica por la industria que genera.



Observatorio de Precios de los Alimentos



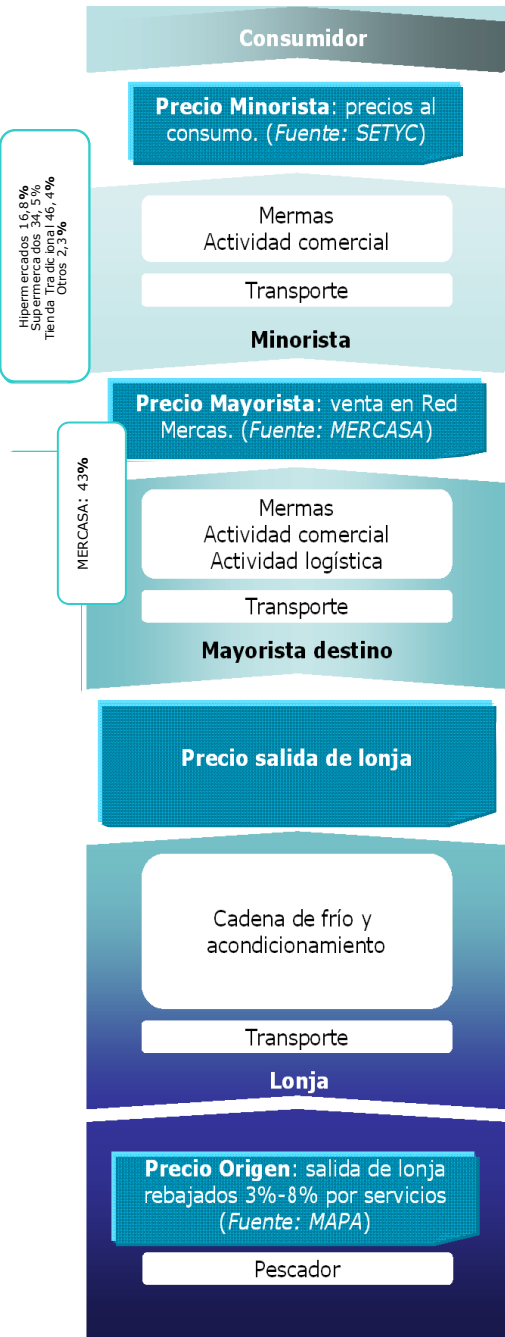
Características Comerciales

- Pescado muy sabroso y apreciado en la cocina.
- La mejor época de consumo es el verano, cuando la campaña está en pleno auge.
- En Mercas, se pone a la venta en unidades de 10-20 kg/pieza. En fresco, se cotiza la parte de la ventresca. También se comercializa en rodajas y en tacos.
- No se suele destinar a congelado.

Mercado Nacional

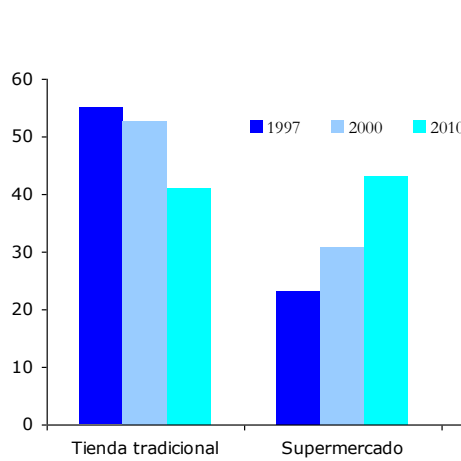
	2009	2010	2011
Producción anual fresco atunes, bonitos, agujas(t)	133.077	127.096	Sin dato
Producción anual fresco atunes, bonitos, agujas (miles de euros)	Sin dato	Sin dato	Sin dato
<i>(Fuente: MAGRAMA- Estadísticas pesqueras)</i>			
Exportación anual Tunnus albacares (toneladas)	215	262	156
Exportación anual Tunnus albacares (miles euros)	1.394	1.687	1.194
Importación anual Tunnus albacares (toneladas)	1.770	856	1.420
Importación anual Tunnus albacares (miles euros)	8.084	4.098	6.896
<i>(Fuente: Secretaría de Estado de Comercio)</i>			
Consumo hogares (kg/hab-año)	0,58	0,60	0,58
<i>(Fuente: MAGRAMA- Panel de Consumo Alimentario)</i>			

Cadena de Valor



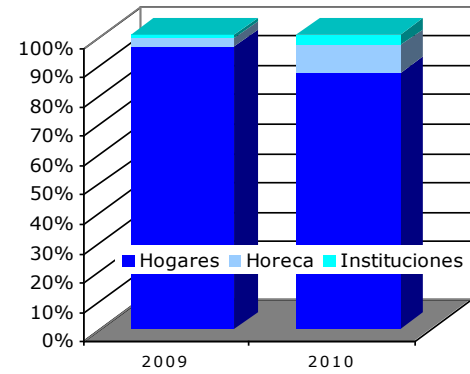
Evolución cuota mercado minorista

% sobre volumen nacional
(Fuente: MAGRAMA)



Consumo por segmentos

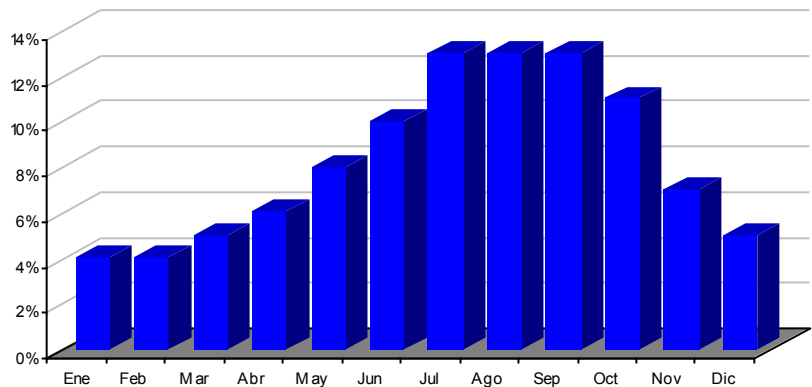
(Fuente: MAGRAMA)



*Incluye autoconsumo, venta a domicilio, etc.

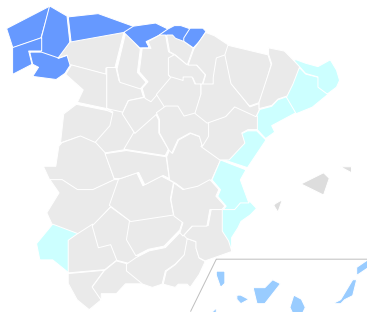
Estacionalidad de las ventas

(Fuente: MERCASA)



Zonas de producción

(Fuente: MAGRAMA)



Ventas

(Fuente: MERCASA)

