



PERA DE AGUA O BLANQUILLA

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

Semana 52

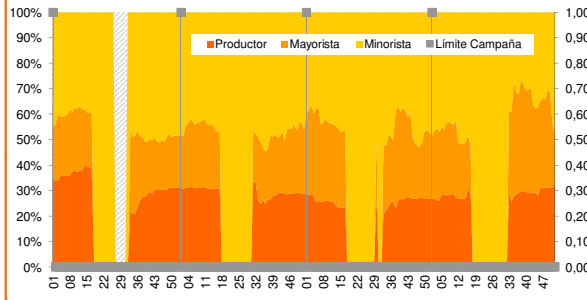
(Semana 52/2012)

24-dic

	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	0,55	0,88	1,67
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,52	1,08	1,67
(1) Promedio Campaña	0,47	0,99	1,63
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,46	0,90	1,66
Variación (1)/(2)	2%	9%	-2%
	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	0,33	0,79	1,12
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,56	0,58	1,15
(1) Promedio Campaña	0,52	0,64	1,16
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	0,45	0,75	1,20
Variación (1)/(2)	17%	-16%	-3%

	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	33%	20%	47%
Promedio 4 Semanas Anteriores	31%	34%	35%
(1) Promedio Campaña	29%	32%	39%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	28%	27%	45%
Variación (1)/(2)	4%	20%	-14%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



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

	Lleida	Zaragoza
Semana 52 (2012)	0,69	ND
Promedio 4 Semanas Anteriores	0,68	0,68
(1) Promedio Campaña	0,63	0,61
Promedio 2 Campañas Anteriores	0,67	0,70
Variación (1)/(2)	-7%	-1,2%

ND: no disponible

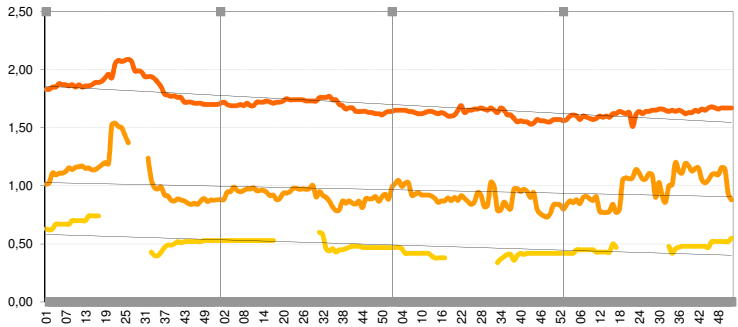
Observaciones y Tendencias

Los precios de la pera de agua de la campaña 2012, respecto de las dos campañas anteriores, han aumentado un 2% en el caso del precio en origen, 9% en el precio en merca y ha disminuido un 2% en destino.

Los porcentajes de participación en el precio final, respecto de las dos campañas anteriores, han disminuido en el caso del minorista (14%), y han aumentado en el caso del mayorista y productor un 20% y un 4% respectivamente.

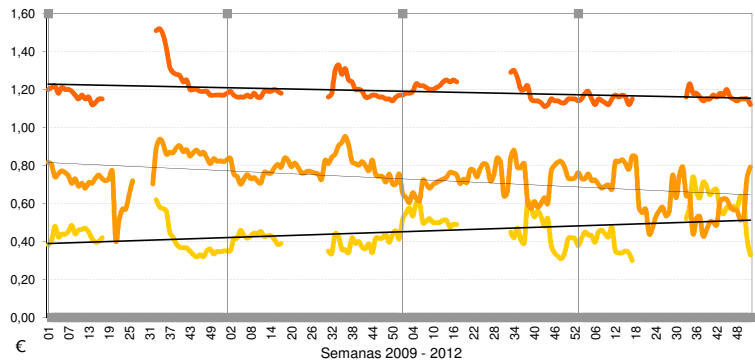
IPC: la variación interanual, al mes de diciembre de 2012, para la rúbrica "Frutas frescas" fue del 3,5%, situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (2%) y por encima del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2012).

1. Precios Semanales en tres niveles



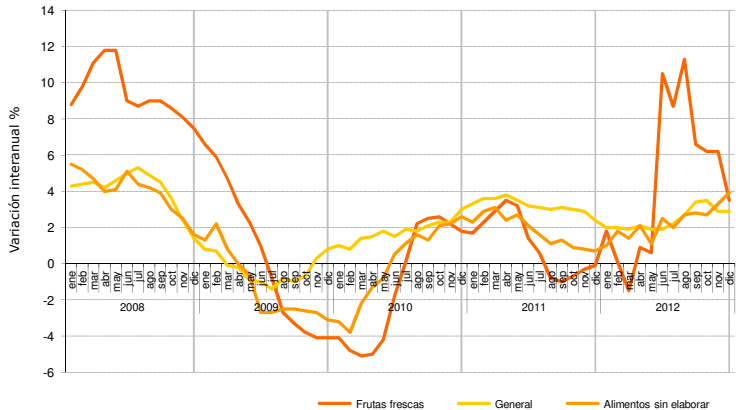
€ Semanas 2009 - 2012
— Destino — Merca — Origen ■ Límite Campaña

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.



Pera

La **pera** es una fruta que pertenece a la familia de las Rosáceas, originaria de regiones de Europa oriental y Asia occidental.

Destaca por su alto contenido en agua y su aporte de azúcares, fibra, minerales como el potasio y taninos de acción astringente.



Observatorio de Precios de los Alimentos

Características Comerciales

Toda pera comercializada dentro de la UE debe cumplir lo establecido en el *Reglamento (CE) 86/2004*, en el que se recogen disposiciones relativas a:

- La calidad (requisitos mínimos, de madurez, de clasificación en categorías...),
- El calibre,
- La presentación y el etiquetado.

Integración del Sector

AIPEMA: Asociación Interprofesional de Pera y Manzana

Provisionalmente de baja a la espera de la creación de una nueva Organización Interprofesional que englobe a todos los productores de fruta dulce de España

Cadena de Valor



Mercado Nacional

Producción anual (x1000 t)

(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística/ Avances superficies y producciones agrícolas)

Superficie cultivada (ha)

(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística)

Exportación anual (x1000 t)

Importación anual (x1000 t)

(Fuente: Secretaría de Estado de Comercio)

Consumo total hogar anual (x1000 t)

Consumo en hogares (kg/hab.año)

(Fuente: MAGRAMA-Panel de Consumo Alimentario)

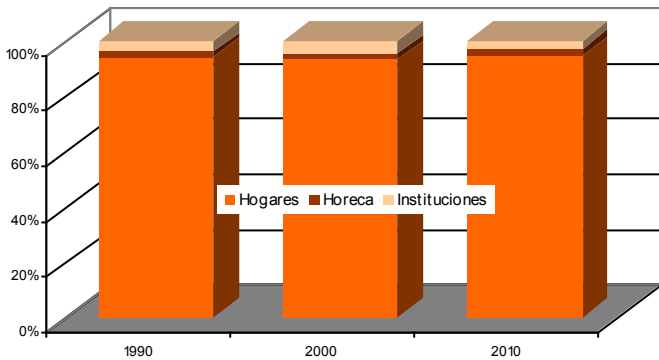
Cantidad retirada (x1000 t)

(Fuente: FEGA)

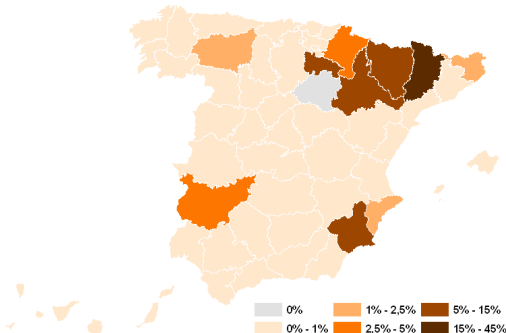
* Datos provisionales

	2009	2010	2011
Producción anual (x1000 t)	464	477	522*
Superficie cultivada (ha)	27.967	27.331	Sin dato
Exportación anual (x1000 t)	107	130	130
Importación anual (x1000 t)	42,1	55,1	47,2
Consumo total hogar anual (x1000 t)	333	328	321
Consumo en hogares (kg/hab.año)	7,4	7,2	7,0
Cantidad retirada (x1000 t)	0,5	0,5	0,9

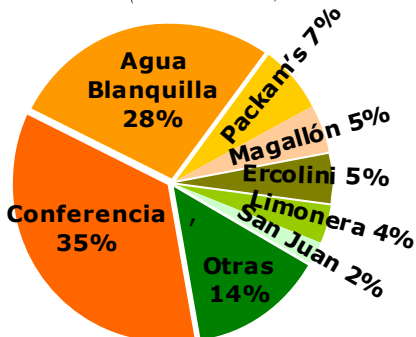
Consumo por segmentos (Fuente: MAGRAMA)



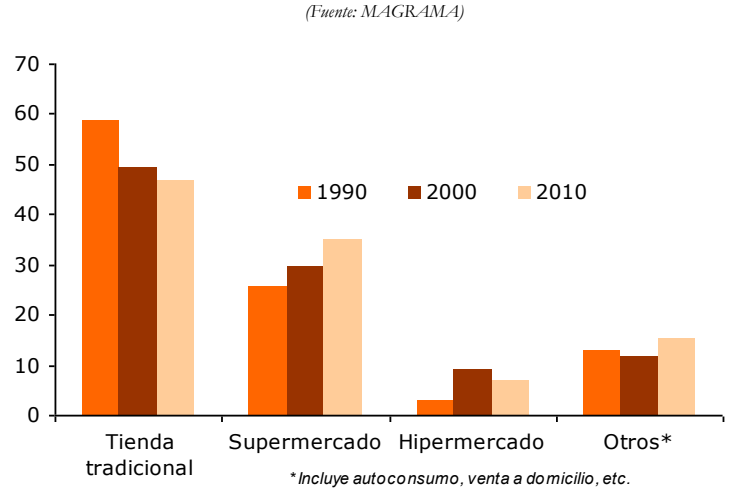
Superficie 2010 % sobre total nacional (Fuente: MAGRAMA)



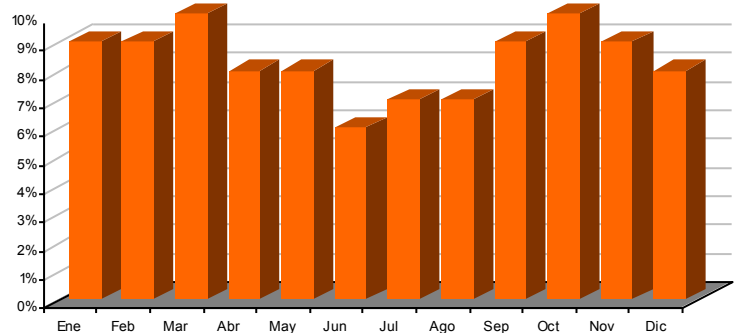
Ventas (Fuente: MERCASA)



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



Estacionalidad de las ventas (Fuente: MERCASA)



Calendario de comercialización en Origen (Fuente: MAGRAMA)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Conferencia	11%	11%	9%	9%	8%	6%		6%	10%	10%	9%	11%
Blanquilla	5%	7%	7%	6%	7%	6%	5%	24%	10%	9%	8%	6%
Ercolini					1%	2%	47%	41%	8%	1%		