



# TOMATE REDONDO LISO

## PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

Campaña

2012

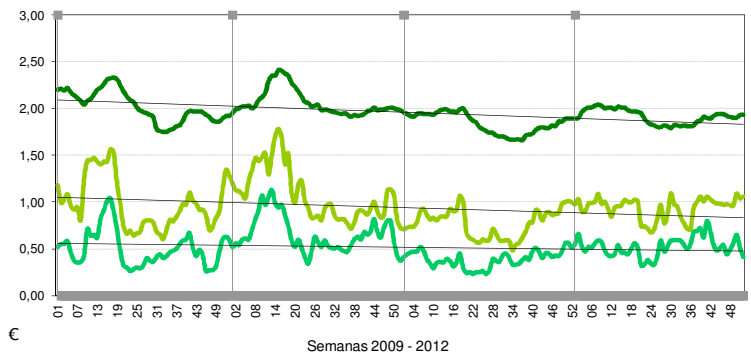
Semana 52

(Semana 52/2012)

24-dic

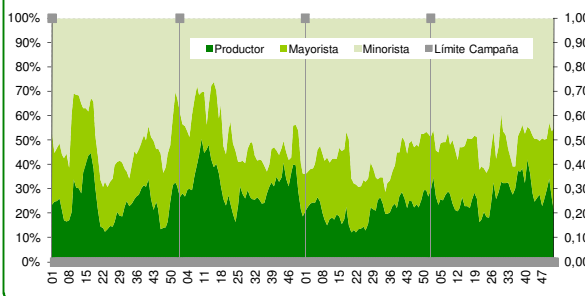
|                                    | Precios (€/kg)      |               |                |
|------------------------------------|---------------------|---------------|----------------|
|                                    | Origen              | Merca         | Destino        |
| <b>Semana 52 (2012)</b>            | <b>0,41</b>         | <b>1,06</b>   | <b>1,93</b>    |
| Promedio 4 Semanas Anteriores      | 0,55                | 1,01          | 1,91           |
| (1) Promedio Campaña               | 0,53                | 0,93          | 1,91           |
| (2) Promedio 2 Campañas Anteriores | 0,52                | 0,92          | 1,95           |
| <b>Variación (1)/(2)</b>           | <b>1%</b>           | <b>1%</b>     | <b>-2%</b>     |
|                                    | Margen Bruto (€/kg) |               |                |
|                                    | Merca-Origen        | Destino-Merca | Destino-Origen |
| <b>Semana 52 (2012)</b>            | <b>0,65</b>         | <b>0,87</b>   | <b>1,52</b>    |
| Promedio 4 Semanas Anteriores      | 0,46                | 0,90          | 1,36           |
| (1) Promedio Campaña               | 0,41                | 0,98          | 1,39           |
| (2) Promedio 2 Campañas Anteriores | 0,40                | 1,03          | 1,43           |
| <b>Variación (1)/(2)</b>           | <b>1%</b>           | <b>-5%</b>    | <b>-3%</b>     |

### 1. Precios Semanales en tres niveles

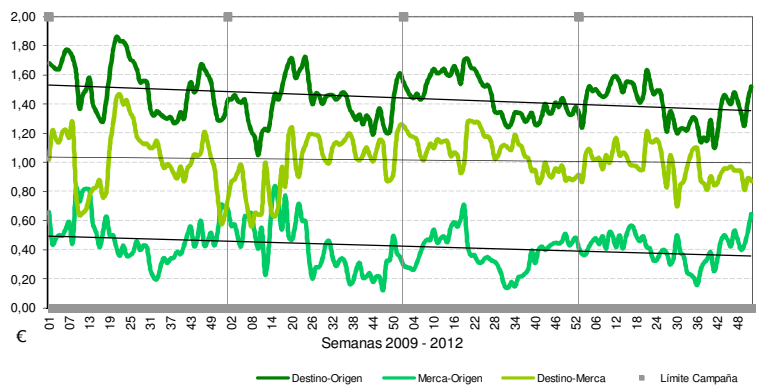


|                                    | Participación en Precio Destino |            |            |
|------------------------------------|---------------------------------|------------|------------|
|                                    | Productor                       | Mayorista  | Minorista  |
| <b>Semana 52 (2012)</b>            | <b>21%</b>                      | <b>33%</b> | <b>45%</b> |
| Promedio 4 Semanas Anteriores      | 29%                             | 24%        | 47%        |
| (1) Promedio Campaña               | 27%                             | 21%        | 51%        |
| (2) Promedio 2 Campañas Anteriores | 27%                             | 21%        | 53%        |
| <b>Variación (1)/(2)</b>           | <b>3%</b>                       | <b>3%</b>  | <b>-3%</b> |

### 3. Participación en Precio Destino 2009-2012



### 2. Margen Bruto de Precios Semanales



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

|                                | Almería     | Murcia      |
|--------------------------------|-------------|-------------|
| <b>Semana 52 (2012)</b>        | <b>0,58</b> | <b>0,73</b> |
| Promedio 4 Semanas Anteriores  | 0,73        | 0,82        |
| (1) Promedio Campaña           | 0,66        | 0,77        |
| Promedio 2 Campañas Anteriores | 0,70        | 0,76        |
| <b>Variación (1)/(2)</b>       | <b>-6%</b>  | <b>1%</b>   |

ND: no disponible

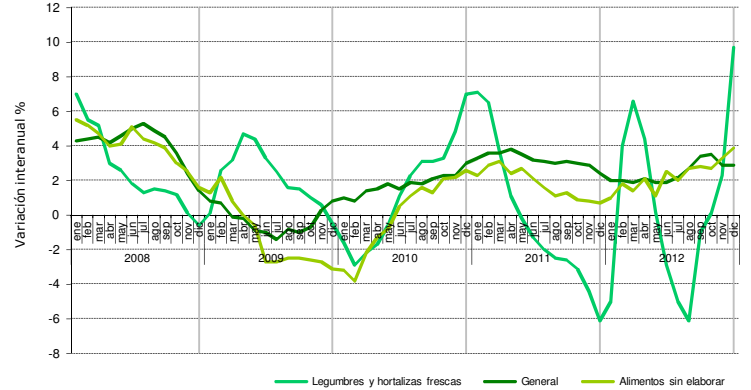
### Observaciones y Tendencias

Los precios han aumentado levemente en origen y merca en la campaña 2012 con respecto a las campañas de años anteriores. Este aumento ha sido de un 1% en ambos. Los precios en destino disminuyeron un 2%.

La variación de la participación en el precio final, respecto de la media de las campañas anteriores es de 3% para el productor, 3% para el mayorista y un -3% para el minorista.

IPC: la variación interanual, al mes de diciembre de 2012, para la rúbrica "Legumbres y hortalizas frescas" fue del 9,7%, situándose por encima del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre de 2012).

### 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.

Nota metodológica: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/default.aspx>



# Tomate

El **tomate** es el fruto de la tomatara, planta solanácea de origen americano.

Entre sus valores nutricionales destaca el alto contenido en vitaminas (sobre todo C y E), fibra y minerales como potasio y fósforo.



**Observatorio de Precios de los Alimentos**

## Características Comerciales

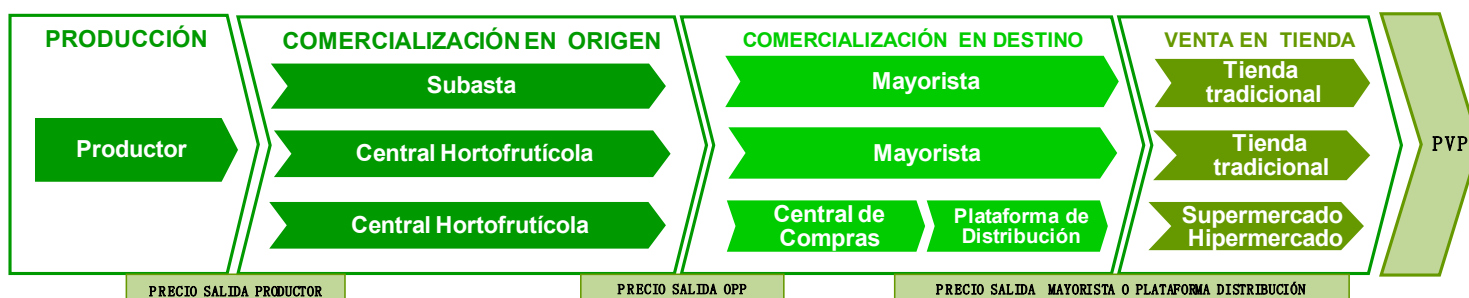
Todo tomate comercializado dentro de la UE debe cumplir lo establecido en el *Reglamento (CE) 790/2000*, en el que se recogen disposiciones relativas a:

- La definición del producto.
- La calidad (requisitos mínimos, madurez adecuada, clasificación en categorías).
- El calibre.
- Tolerancias de calidad y calibre.
- Presentación y etiquetado.

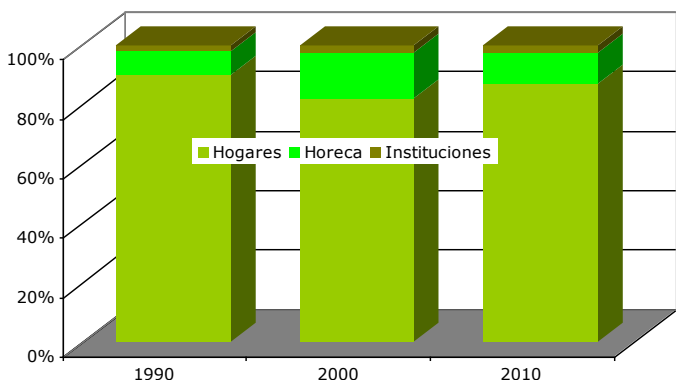
## Mercado Nacional

|   | 2009   | 2010                        | 2011    |
|---|--------|-----------------------------|---------|
| Producción anual para fresco (x1000 t)  | 4.789  | 4.312                       | 3.836*  |
| <i>(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística/ Avances superficies y producciones agrícolas)</i> |        |                             |         |
| Superficie cultivada para fresco (ha)   | 63.800 | 59.267                      | 51.400* |
| <i>(Fuente: MAGRAMA-Anuario de Estadística/ Avances superficies y producciones agrícolas)</i> |        |                             |         |
| Exportación anual (x1000 t)   | 872    | 742                         | 959     |
| Importación anual (x1000 t)   | 194    | 164                         | 143     |
| <i>(Fuente: Secretaría de Estado de Comercio)</i>   |        |                             |         |
| Consumo total anual (x1000 t)   | 678    | 649                         | 700     |
| Consumo en hogares (kg/hab:año)   | 15,1   | 14,1                        | 15,2    |
| <i>(Fuente: MAGRAMA-Panel de Consumo Alimentario)</i>   |        |                             |         |
| Cantidad retirada (x1000 t)   | 10,4   | 4,5                         | 10,1    |
| <i>Fuente: FEAGA</i>  |        | <i>*Datos provisionales</i> |         |

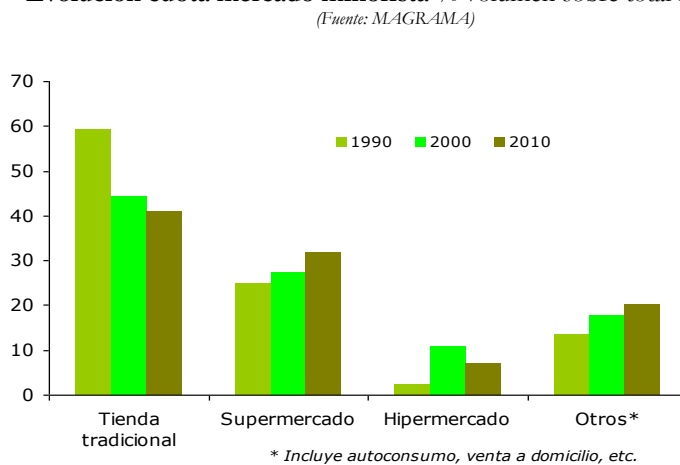
## Cadena de Valor



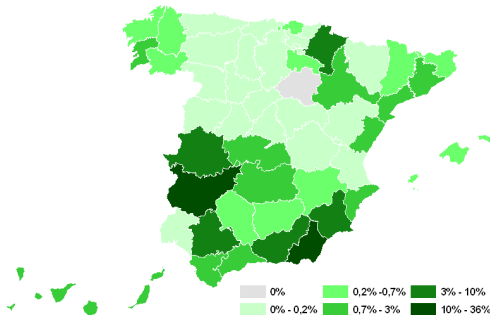
Consumo por segmentos (Fuente: MAGRAMA)



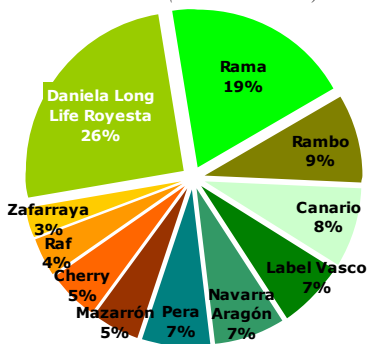
Evolución cuota mercado minorista % volumen sobre total nacional (Fuente: MAGRAMA)



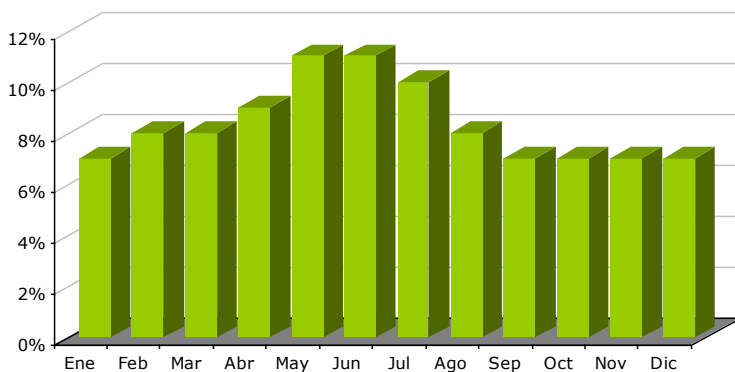
Superficie 2010 % sobre total nacional (Fuente: MAGRAMA)



Ventas (Fuente: MERCASA)



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 |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Rec. 1-I/31-V   | 17% | 18% | 20% | 22% | 22% |     |     |     |     |     |     | 1%  |
| Rec. 1-VI/30-IX |     |     |     |     |     | 9%  | 23% | 36% | 31% | 1%  |     |     |
| Rec. 1-X/31-XII | 3%  |     |     |     |     |     |     | 1%  | 2%  | 20% | 37% | 37% |