

FUENTE:

Origen: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM)

Mayorista: Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (MERCASA)

Destino: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC)

NOTA METODOLÓGICA

Precios en origen

Productos Agrarios

Precios medios nacionales ponderados en mercados de origen, en €/kg., €/docena ó €/unidad, sin IVA.

En el precio semanal de la ternera, cordero, huevos y plátano **no se incluyen las subvenciones ligadas a la producción** o cualquier otra ayuda comunitaria o estatal que pueda percibir el productor.

Se consideran como mercados en origen las siguientes unidades de información: explotación agrícola ó ganadera, asociación de productores, lonjas, alhóndigas, mataderos, mercados en origen, etc.

Los precios semanales se obtienen como media ponderada de las cotizaciones proporcionadas por las unidades elementales que forman parte de la red de información de la Subdirección General de Estadística del MARM, constatadas de acuerdo con la vigente normativa nacional o de reglamentación comunitaria sobre "Precios en Origen en Mercados Representativos".

Las estructuras de ponderación para cada producto agrario se obtienen según los datos que obran en poder de la Subdirección General de Estadística referente a producciones y calendarios de comercialización provinciales, suministrados por las CCAA.

Pescados Frescos

Precios medios nacionales ponderados en mercados de origen.

Se expresan en €/kg.

Las cotizaciones son proporcionadas diariamente por el personal encargado de la recogida de datos en lonja.

Los puntos de toma de precios son **27** localizaciones que cubren gran parte del litoral español (a excepción de los archipiélagos Balear y Canario).

Salmón: el precio en origen se obtiene de los datos de importaciones de salmón de acuicultura, principalmente proveniente de Noruega.

Pescados Congelados

Pez espada: precios proporcionados por varias organizaciones de productores.

Precios Mayoristas

Precios medios nacionales ponderados en mercados centrales de destino. Reflejan el precio de venta del comercio mayorista al comercio detallista (Precio en €/kg o €/unidad, sin IVA).

El precio mayorista incluye mermas, transportes y otros costes asociados a la distribución.

Los puntos de toma de precios son los Mercados Mayoristas de la Red de Mercas.

Posiciones comerciales: Son precios medios ponderados (PMP) semanales, con las siguientes salvedades:

Frutas y Hortalizas: precio medio ponderado (PMP) con cantidades reales - comercializadas en la Red de MERCAS-, con producto normalizado para distribución.

Patatas: PMP con cantidades reales para presentación granel.

Pescado Fresco: PMP con cantidades reales para peso neto (escurrido).

La media ponderada se calcula con la siguiente fórmula:

$$a = \frac{\sum X_i Q_i}{\sum Q_i}$$

X_i = precio frecuente del producto i en Merca

Q_i = cantidad real comercializada del producto i en Merca

Precios en destino

Precios medios nacionales ponderados de venta al público, en €/kg, €/docena ó €/unidad.

Los precios se toman semanalmente, de aquellas variedades con mayor comercialización. Los puntos de toma de precios son mercados, tiendas tradicionales, supermercados, hipermercados y tiendas descuento, en capitales de provincia.

La media ponderada se calcula por la fórmula:

$$a = \frac{\sum X_i Q_i}{\sum Q_i}$$

X_i = precio representativo del artículo X en la capital i

Q_i = ponderación correspondiente al artículo X en la capital i .

NOTA EXPLICATIVA SOBRE PRECIOS EN ORIGEN Y DESTINO

La información sobre precios en origen, comercio mayorista y comercio minorista recoge los datos elaborados por cada una de las fuentes con sus propias especificaciones y, por lo tanto, no son magnitudes homogéneas a la hora de establecer comparaciones; aunque, lógicamente, son de una gran utilidad para evaluar tendencias dentro de cada canal y en la cadena comercial en su conjunto.

Hay que tener presente que es necesario ser riguroso al hacer comparaciones y análisis de las diferencias de precios entre distintos escalones de la cadena comercial. No se puede confundir el margen bruto (diferencia entre dos precios) con el margen neto o beneficio, que sería el resultado de restar al margen bruto los costes directos e indirectos asociados a los sucesivos procesos de comercialización. El beneficio empresarial, en cada escalón, viene dado, en consecuencia, por la diferencia entre el precio percibido y los distintos costes que le son imputables.

Es necesario considerar los diversos procesos que añaden valor al producto. El margen, por lo tanto, en estos escalones, engloban distintos procesos, necesarios todos ellos actualmente, en el transcurso de una comercialización eficaz, entre los que pueden citarse, sin reseñar los directos de producción, los siguientes:

- Limpieza, calibrado, clasificación, envasado (mallas, bandejas, bolsas...).
- Transporte.
- Costes de gestión de residuos.
- Costes de embalajes, envases y su gestión.
- Ocupación espacio en almacén y en punto de venta.
- Mermas (por deterioro, desperfecto...).

- Costes indirectos del establecimiento (locales, personal, limpieza...).
- Gestión comercial.
- Seguros.
- Impuestos.

A resaltar la importancia que en el conjunto de la cadena de valor constituyen las mermas y destríos, tanto en origen, con el objeto de seleccionar y normalizar el producto, parte de los cuales puede destinarse a la industria transformadora cuando son retirados por calibres o similares, como las producidas en la cadena de comercialización, por desajustes de demanda u oferta, que provoca retirada de productos cuando estos dejan de tener las condiciones adecuadas de comercialización.

Por otra parte, la variedad de preferencias y gustos entre los consumidores, cada vez más exigentes en cuanto a trazabilidad, calidad y respeto medioambiental de los productos comprados también tienen influencia en la formación final de los precios.