



METODOLOGÍA OBSERVATORIO DE PRECIOS

FUENTE:

Origen: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (**MAGRAMA**)

Mayorista: Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (**MERCASA**)

Destino: Ministerio de Economía y Competitividad (**MINECO**)

NOTA METODOLÓGICA

Precios en Origen

Productos Agrarios

Precios medios nacionales ponderados en mercados de origen (lonjas).

Se expresan en €/kg. y €/docena y son precios sin IVA.

Se obtienen como media ponderada de las cotizaciones con las cantidades comercializadas periódicamente en las zonas o mercados más representativos a nivel nacional.

Las cotizaciones son proporcionadas semanalmente, mensualmente, etc. por las unidades elementales de información (agricultores, asociaciones de productores, lonjas, mataderos, etc.), de acuerdo con la normativa nacional o de la Unión Europea de transmisión de "Precios de Productos en Origen en Mercados Representativos".

Si no se especifica una caracterización comercial diferente, los precios en origen así calculados tienen como base de información las cotizaciones a salida de explotación agraria, y no incluyen gastos de transporte ni subvenciones ni impuestos indirectos que graven las transacciones en las que el agricultor o ganadero actúa como vendedor.

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 15 localizaciones que cubren gran parte del litoral español (a excepción de los archipiélagos Balear y Canario).



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, desperfectos...).*
- 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 pueden 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.