



PESCA PRECIOS

Metodología



INTRODUCCIÓN

Área de estudio:

En las lonjas pesqueras se genera una abundante información estadística principalmente en origen, que está disponible a través de las notas de venta y del etiquetado. La finalidad de la elaboración de esta actividad es conocer el funcionamiento de los mercados y las transacciones comerciales de los productos de la pesca, con especial atención a la formación de precios.

Marco conceptual: conceptos y definiciones:

Lonja pesquera: aquella instalación portuaria que cumple las funciones de centro de control de los desembarcos de los productos frescos de la pesca y de centro de contratación y comercialización de éstos en primera venta.

Mercados mayoristas pesqueros: son centros físicos de contratación al por mayor existentes en los grandes núcleos urbanos, en los que se reciben los productos pesqueros desde los centros de contratación en origen. Pueden ser clasificados en dos categorías:

- Tradicionales
- Mercados centrales de la Red MERCASA. Pertenecen a la Empresa Nacional MERCASA SA

Pescadería tradicional: establecimiento con venta de productos pesqueros al consumidor a través de mostrador y con dependiente.

Supermercado: Establecimientos no especializados con una superficie de venta inferior a los 2.500 m², con venta en régimen de autoservicio de una amplia gama de productos, incluyendo alimentación y droguería.

Hipermercado: establecimientos no especializados con una superficie de venta superior a los 2.500 m², que comercializan fundamentalmente alimentación y productos diversos para el hogar.

Comercialización en origen: en cuanto afecta a la ordenación del sector pesquero, se entiende por comercialización en origen el proceso seguido por los productos de la pesca frescos, congelados o transformados a bordo, que abarca todas o alguna de las siguientes actividades:

1. El desembarco de los productos en un puerto del litoral de la Comunidad Autónoma de Andalucía, o su introducción en el territorio de esta Comunidad Autónoma sin haber sido sometidos a primera venta.
2. El transporte hasta un establecimiento autorizado como mercado de origen.
3. La primera puesta en el mercado de origen y su venta.
4. La expedición a los mercados de destino.

Comercialización en destino: en cuanto afecta al comercio interior, se entiende por comercialización en destino el proceso seguido por los productos de pesca, tras su expedición, una vez realizada la primera venta, o desde el inicio del transporte cuando se trata de productos no sometidos a primera venta en lonja, y que abarca todas o algunas de las siguientes actividades:

- a. El transporte y la distribución.
- b. El almacenamiento, la manipulación, la transformación y el envasado.
- c. La exposición, puesta en venta y venta al por mayor en mercados mayoristas.
- d. La exposición, puesta en venta al por menor, en mercados minoristas y en establecimientos de venta al público.
- e. El ofrecimiento al consumo en centros de restauración.

Trazabilidad: es el conjunto de procedimientos establecidos que permite conocer el histórico, ubicación y trayectoria de un producto a lo largo de toda la cadena de suministro, y localizar en cualquier punto de dicha cadena, tanto información intrínseca del producto como procedencia, tratamiento aplicado, procesos, almacenamiento, transporte, distribución, localización de producto, etc.

Antecedentes: en el tiempo/en otros ámbitos

Como antecedente de esta actividad podemos señalar la publicación “*Distribución del Comercio Minorista de Productos Pesqueros Frescos de Andalucía, Junta de Andalucía Año 2004*”. Ahora bien como actividad estadística oficial, se incluye por primera vez en el Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía en el programa anual de 2006.

En la actualidad, se publica mensualmente a través de la web de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo.

No se tiene conocimiento de publicaciones de actividades estadísticas similares en otros ámbitos.

Justificación y utilidad

El segundo programa del Plan de Modernización del Sector Pesquero Andaluz tiene como objetivo prioritario aumentar el grado de información del funcionamiento del mercado y de los procesos de comercialización de los productos de la pesca. Esta información es necesaria hacerla más transparente, establecer estrategias de mejora de las condiciones de venta y garantizar la trazabilidad de los productos. En este sentido, se aplica el Reglamento (CE) N° 2065/2001 de la Comisión Europea que establece un conjunto de medidas orientadas a garantizar la trazabilidad de los productos

Con esta actividad quedan cubiertos los objetivos generales que establece el Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía.

OBJETIVOS

Objetivo General

Avanzar en el conocimiento sobre la actividad productiva y la realidad económica, concretamente se centra en avanzar en el conocimiento sobre la actividad comercializadora relacionada con la pesca, ofreciendo un seguimiento de los precios de los productos pesqueros, a través del Índice de Precios de los Productos de la Pesca en Establecimientos Minoristas.

Objetivos Específicos

Con este proyecto se pretende:

- Conocer la evolución de precios de diversos tipos de pescados en los establecimientos detallistas dedicados a la venta de pescado fresco, en concreto pescaderías tradicionales.
- Fomentar la coordinación y cooperación con observatorios de precios regionales.

Ejes transversales

La relación de la actividad con los ejes transversales del plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía es la siguiente:

- **Cohesión:** la actividad es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.
- **Sostenibilidad:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de sostenibilidad.
- **Innovación:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de innovación.
- **Género:** la actividad no es pertinente al eje transversal de género ya que no estudia variables relativas a personas.
- **Evaluación de la eficacia de las políticas públicas:** la actividad es pertinente al eje en cuanto produce información de calidad requerida para la ejecución y el seguimiento de políticas europeas, nacionales y autonómicas en el ámbito de competencia de la Junta de Andalucía. En concreto, contribuye a la medición de información en materia económica y pesquera.

ÁMBITO DE ESTUDIO

Ámbito Poblacional: establecimientos detallistas dedicados a la venta de pescado fresco, en concreto pescaderías tradicionales ubicadas o no en mercados de abastos, supermercados e hipermercados en Andalucía.

Unidad Investigada: establecimiento detallista dedicado a la venta de productos pesqueros frescos que forman parte del Panel de Establecimientos creado por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural.

Desagregación Máxima Alcanzada: Comunidad Autónoma Andaluza.

Periodicidad en la recogida de datos: semanal.

VARIABLES

Las variables se clasifican en:

- Variables de **identificación**:
 - Nombre comercial establecimiento
 - Municipio
 - Tipo de establecimiento
 - Fecha de recogida
 - Día de la semana
 - Especie
 - Producto
- Variables de **cuantificación**:
 - Precio de cada producto expresado como euros/kg.

RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Tipo de actividad estadística: obtención directa de datos estadísticos mediante visita presencial al establecimiento.

Para el desarrollo del seguimiento de los precios la Dirección General de Pesca y Acuicultura de la Junta de Andalucía cuenta con un **Panel de Establecimientos Minoristas** dedicados a la venta de productos de la pesca. Este panel está formado por unos 95 establecimientos dedicados a la venta de pescado, en concreto pescaderías tradicionales ubicadas o no en mercados de abastos, supermercados e hipermercados distribuidos por las ocho provincias andaluzas. Estos establecimientos permanecen, en su mayoría, desde el inicio del proyecto, aunque se han realizado algunas sustituciones de una pescadería por otra.

Unidad básica de la encuesta y unidad de observación: el establecimiento o punto de venta es la unidad básica de la encuesta. El precio de los distintos productos es la unidad

de observación. El seguimiento de los precios se realiza para una cesta en la que entran a formar parte las especies que tienen mayor presencia en el consumo andaluz, en concreto, son;

ACEDÍA	CHIRLA	ATÚN	PEZ ESPADA
BOQUERÓN	LANGOSTINO	DORADA	PIJOTA
LENGUADO	GAMBA	LUBINA	CHOCO
SARDINA	SALMONETE	MERLUZA	CABALLA

Para cada una de estas especies se hace una distinción en función de la calidad, procedencia o tamaño, lo que origina que la cesta pase de 15 a 46 productos. Así, la cesta se compone por:

- Acedías de trasmallo, de arrastre y de importación.
- Boquerón nacional pequeño/mediano, grande y de importación.
- Lenguado nacional (senegalés, común, soldado) y de importación.
- Sardina nacional y de importación.
- Pez espada fresco, congelado/descongelado.
- Chirla nacional pequeña, mediana, grande, y de importación.
- Langostino fresco, congelado/descongelado importación mediano y acuicultura.
- Gamba fresca arrocera, fresca y congelada.
- Salmonete pequeño, grande y de importación.
- Atún rojo fresco, otros túnidos fresco y congelado.
- Dorada extractiva, acuicultura ≤ 600 gr, acuicultura ≥ 600 gr y de estero.
- Lubina extractiva, acuicultura ≤ 600 gr, acuicultura ≥ 600 gr y de estero.
- Merluza grande pincho >1 Kg., grande de otras artes >1 Kg., negra, pijota europea pequeña ≤ 200 grs., merluza/pescadilla de 200 grs a 1 Kg., y pijota de importación.
- Choco entero sin limpiar y entero limpio.
- Caballa.

Para la elección de los puntos de venta se utilizó originariamente el directorio de establecimientos detallistas de productos pesqueros frescos de Andalucía de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (2001). El directorio proporcionó información referente a identificación, dirección y tipo de establecimiento.

Diseño muestral: el método de muestreo aplicado ha sido la estratificación cruzada, proceso bietápico que consiste en particionar la población utilizando dos criterios: tipo y número de establecimientos por municipio. En primer lugar, se estratifica la población de acuerdo con el criterio “tipo de establecimiento”, obteniéndose tres estratos y, posteriormente, cada uno de ellos se particiona según el criterio “número de establecimientos por municipio”.

Variables de estratificación: la estratificación de la población se realizará en función del “precio medio del establecimiento”, por ser la variable auxiliar que tiene menor grado de dispersión. De anteriores trabajos de campo sobre la población se ha obtenido la



información necesaria sobre el grado de variabilidad de este parámetro.

Tamaño de la muestra: el tamaño total de la muestra, con un error esperado del 5% al 95% de nivel de confianza, se ha calculado considerando que el tamaño muestral mínimo admitido de un estrato no podrá ser menor al 10% del tamaño poblacional, no pudiendo ser en ningún caso inferior a 5 unidades muestrales.

En la primera fase, el reparto del tamaño muestral entre los tres estratos se realiza aplicando el método de la afijación óptima o de mínima. Las fórmulas utilizadas han sido:

$$n_h = \frac{N_h S_h}{\sum_{h=1}^{h=2} N_h S_h} * n$$

$$n = \frac{\left(\sum_{h=1}^{h=2} N_h S_h \right)^2}{\frac{N^2 e^2 X^2}{z^2} + \sum_{h=1}^{h=2} N_h S_h^2}$$

El tamaño de la muestra para una asignación óptima resulta ser de 75 establecimientos para poder cumplir el requisito de tamaño mínimo exigido a cada estrato. La distribución del tamaño muestral entre los distintos municipios se realiza aplicando el método proporcional cuya fórmula de cálculo es la siguiente:

$$n_h = \frac{N_h}{N} * n$$

Para determinar el número de elementos que componen cada uno de los estratos es necesario aplicar al tamaño muestral “n” la amplitud de cada estrato. Se amplía el tamaño de la muestra a 95 establecimientos obteniendo el siguiente reparto:

MUNICIPIO	PESCADERÍAS	SUPERMERCADOS	HIPERMERCADOS	TOTAL
ALMERÍA	7	2	0	9
CÁDIZ	13	1	5	19
CÓRDOBA	5	1	0	6
GRANADA	7	1	1	9
HUELVA	8	1	0	9
JAÉN	1	1	0	2
MÁLAGA	16	4	2	22
SEVILLA	13	4	2	19
TOTAL	70	15	10	95

Recogida de datos:

La recogida de datos consiste en la aplicación de un mismo cuestionario a todos los establecimientos seleccionados. En la actualidad, se recogen los datos de la encuesta a través de entrevistas presenciales, aunque ocasionalmente puede realizarse entrevistas

telefónicas.

La recogida de datos se realiza semanalmente. El día y hora de la observación pueden variar de una semana a otra, en función de la disponibilidad del técnico encuestador. Se aconseja que se realicen el mismo día de la semana.

Análisis de datos:

A partir de los precios recogidos en los establecimientos minoristas se realizan dos tipos de análisis:

- **Índice mensual.** Se calcula el precio medio mensual por especie, por formato comercial y para el total de la cesta. Para la obtención del precio de la cesta se ponderan los precios medios de las especies calculados anteriormente por el peso que tienen estas en el consumo per capita total de la cesta.

Los datos de consumo que se utilizan son los proporcionados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en el Panel de Consumo Alimentario. El año de referencia ha sido 2021.

La tabla de ponderaciones es la siguiente:

ESPECIES	Ponderaciones 2021
Acedía	0,0250
Atún	0,0452
Boquerón	0,1255
Caballa	0,0294
Chirla	0,0227
Choco	0,0238
Dorada	0,0848
Gamba	0,1227
Langostino	0,1227
Lenguado	0,0350
Lubina	0,0497
Merluza	0,2159
Pez espada	0,0339
Salmonete	0,0173
Sardina	0,0464
Cesta	1,000

Una vez calculado el precio de la cesta por formato comercial y el total se procede a la construcción del “Índice de precios de los productos pesqueros en establecimientos minoristas”.

La formulación es la siguiente:

$$I_{xy} = \frac{P_{xy}}{P_{x2021}} \times 100 \quad \text{Donde:}$$

P_{xy} es el precio en el mes X del año Y

P_{x2021} es el precio medio del año 2021

El periodo base utilizado coincide con el establecido en el Índice de Precios al Consumo General, establecido actualmente en el año 2021.

- **Específico por especies.** Para cada una de las especies que componen la cesta se presenta un análisis descriptivo ofreciendo según el producto: Porcentaje de presencia en los puntos de venta, precio medio, precio más frecuente y el rango de oscilación de los precios.

Además el análisis por especie y producto se completa con la evolución semanal de los precios según el tipo de establecimiento minorista.