

Metodología del Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura y Pesca

1. Antecedentes

El Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura y Pesca (CAP), tiene su origen en el marco de los Planes Estratégicos del Sector Hortofrutícola de Almería y de la Fresa de Huelva, firmados entre la Consejería de Agricultura y Pesca y los distintos sectores.

A través de la colaboración de los agentes implicados en la actividad agraria y su posterior comercialización, el Observatorio de Precios y Mercados pretende dar respuesta a los distintos interrogantes planteados a lo largo de la cadena de producción, manipulación y comercialización hasta los mercados de destino, aportando, así, transparencia al conjunto de la cadena de valor de los principales productos agrarios andaluces.

Tras la fase de diseño iniciada en el año 2003, se formaliza este proyecto en un Observatorio de Precios y Mercados en formato Web, lo que permite a la Consejería de Agricultura y Pesca, la difusión de información relativa a los mercados agrarios, de forma atractiva y práctica para los diferentes agentes de la cadena comercial, haciendo uso, para ello, de las nuevas tecnologías. El observatorio inicia su andadura en el mes abril de 2006 y se presenta a través de una página Web emplazada dentro del portal de Internet de la Consejería de Agricultura y Pesca, dentro de la sección Estadísticas, siendo su dirección URL: <http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>

2. Alcance y Objetivos

El observatorio se ha ideado como un instrumento de análisis de los mercados y una herramienta de apoyo en la toma de decisiones estratégicas, encaminado a dotar de mayor transparencia al mercado agrario.

Desde sus inicios, el observatorio ha ido creciendo e incorporando nuevos productos, sectores y contenidos, comenzando por sectores de gran importancia y dinamismo comercial, como son los hortícolas protegidos y la fresa (frutos rojos). Actualmente el portal incluye 11 sectores agrarios, entre los que se cuentan, además de los ya mencionados, los hortícolas al aire libre, cítricos, subtropicales, aceite de oliva, aceituna de mesa, cereales, leguminosas, oleaginosas y flor cortada.

En su proceso de ampliación, se prevé la inclusión de la totalidad de los sectores y productos representativos en el marco de la agricultura y ganadería andaluzas, para dar respuesta a los objetivos generales que lo motivaron y que son:

1. Mejorar el conocimiento de los sectores analizados.
2. Aportar transparencia a la formación de precios a lo largo de la cadena de comercialización.
3. Mejorar el conocimiento de la competencia y de los mercados de destino.

3.1. Tipos de precios

Los precios publicados en el observatorio corresponden a valores agregados y ponderados, por lo que cada precio va asociado a su correspondiente volumen. En el observatorio se distinguen cuatro tipos de precios, que se definen en la propia Web para cada sector y que son:

- Precios en origen
- Precios centro manipulación / Precios centro transformación (ganadería)
- Precios mercados mayoristas
- Precios al consumo

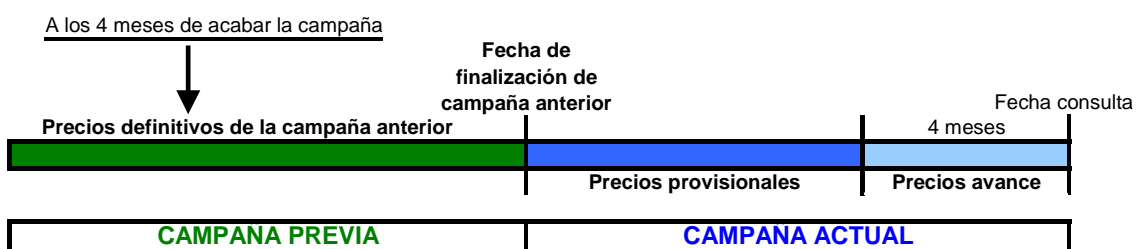
Las definiciones de los precios en origen y centro de manipulación son específicos de cada sector, y no incluyen impuestos, ni comisiones.

Los precios en mercados mayoristas y al consumo son conceptualmente homogéneos para todos los productos y sectores publicados.

3.2. Consolidación del precio

Los precios varían en función del momento en que se realiza la consulta, debido a las particularidades del sistema de liquidación a los agricultores por parte de las empresas y agentes informantes. Dado que los precios publicados en el observatorio están actualizándose continuamente, se ha introducido la diferenciación del precio según su grado de consolidación, distinguiendo entre:

- Precios avance: Período comprendido desde cuatro meses antes a la fecha de realización de la consulta hasta la fecha de realización de la misma.
- Precios provisionales: Período comprendido desde principios de la campaña en curso, hasta cuatro meses antes de la fecha de realización de la consulta.
- Precios definitivos: Los precios se consideran definitivos a los cuatro meses de haber finalizado la campaña.



3.3. Periodicidad del precio

La periodicidad de los precios facilitados por los informantes de las diferentes posiciones comerciales, normalmente, es semanal. Esta es la liquidación más habitual de las cooperativas y SAT en origen¹ a sus agricultores, mientras que en otro tipo de comercializadoras en origen la frecuencia de liquidación es diaria, quincenal o por campaña. A pesar de no ser este período el homogéneo de liquidación al agricultor para todos los sectores, se ha seleccionado por ser el más restrictivo, además de ser el más habitual en el panorama de las frutas y hortalizas andaluzas. Así, se ha mantenido esta misma periodicidad en el resto de los sectores y posiciones comerciales incorporados en el Observatorio de Precios y Mercados.

La opciones de las consultas realizadas en el Observatorio de Precios y Mercados es la siguiente:

- Semanal
- Mensual
- Por campañas
- Mensual por campañas

3.4. Atributos que definen los precios en las diferentes posiciones comerciales

Para una misma posición comercial (origen, centro de manipulación, mercados mayoristas, etc), cada precio viene definido por distintos atributos que lo diferencian.

3.4.1. Categoría comercial

Hace referencia a la calidad del producto, diferenciando entre:

- Extra: Calidad superior, exento de defectos.
- Categoría I: De buena calidad, pudiendo presentar ligeros defectos.
- Categoría II: Calidad comercial que no puede clasificarse en las categorías superiores, pero que cumplen con las características mínimas, admitiéndose defectos siempre que conserven las características de su tipo comercial.
- Sin especificar: Todas aquellas categorías agrícolas que no puede encuadrarse en las 3 categorías anteriores, bien por no corresponder a una de ellas, o bien por no estar clasificado.
- Otras categorías adaptadas a las características de cada subsector.

¹ Sectores frutas y hortalizas: hortalizas protegidos, fresa, cítricos, subtropicales, hortalizas al aire libre.

3.4.2. Tipo y Subtipo:

Clasificación del producto en función de los grupos de variedades más representativos o de especial interés comercial. Se define para los precios en origen y precios en centro de manipulación.

3.4.3. Formato:

Se refiere a la presentación de venta del producto, especificándose para los precios en centro de manipulación y para los precios al consumo de algunos productos.

TIPOS DE PRECIOS	FORMATO
Centro de manipulación	Bolsa
	Encajado
	Granel clasificado
	Sin especificar
Al consumo	Granel
	Encajado
	Lata 5L
	Pet 5L

3.4.4. Canal de distribución:

Se diferencia el precio al consumo en función de los principales tipos de establecimientos minoristas, entre los que se encuentran los supermercados, hipermercados, discount, minoristas tradicionales, venta directa en cooperativa y otros.

4. Informantes del Observatorio de precios y mercados

El Observatorio de precios se nutre de la información aportada por diversos agentes implicados en la actividad agraria y su posterior comercialización.

4.1. Precios en origen

En esta posición comercial coexisten diferentes perfiles de informantes directamente implicados en los sectores agrarios, como son las propias comercializadoras o industrias en origen, entre las que destacan cooperativas, SAT, S.L. y S.A.; o agentes comerciales y consultoras del sector agrario.

4.2. Precios en centro de manipulación

Los precios en centro de manipulación proceden de comercializadoras hortofrutícolas, como cooperativas, SAT, S.L. y S.A., para el caso de los hortícolas y los cítricos, de almacenes de

industria para los cereales, leguminosas y oleaginosas, y de mataderos para el caso de los precios ganaderos.

4.3. Precios en mercados mayoristas

La posición de mercados mayoristas se nutre de información procedente de 3 de los principales mercados mayoristas a nivel nacional: Mercabarna, Mercamadrid y Mercasevilla.

4.4. Precios al consumo

Los precios al consumo hasta abril de 2011 proceden de un panel de consumo con 12.000 hogares a nivel nacional y 2.111 nivel andaluz. A partir de esta fecha los datos de consumo a nivel nacional proceden del panel de consumo del MARM.