



ESTADÍSTICA DE PRECIOS EN LA CESIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PERECEDEROS

METODOLOGÍA

1.- Objetivos

El objetivo de esta estadística es medir las cotizaciones a nivel mayorista de frutas, hortalizas, patatas, pescados (frescos y congelados), crustáceos y moluscos (frescos y congelados). Las cotizaciones se obtienen en los mercados centrales de destino de la red Mercasa y otros mercados mayoristas que se consideran significativos.

Mercasa es una empresa pública de la Administración del Estado que presta servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, de manera especial en el escalón mayorista de alimentación fresca, a través de la Red de Mercas.

La operación estadística está recogida en el epígrafe 6358 del PEN 2013-2016 (Plan Estadístico Nacional) correspondiente a la rúbrica: "Precios en la Cesión Mayorista de Productos Alimenticios Perecederos" y es de obligado cumplimiento.

Por otra parte la inclusión de series históricas de precios mayoristas desde el año 2007 hacen viable, así mismo, un análisis retrospectivo de la evolución de los precios.

2.- Presentación estadística

2.1.- Conceptos y definiciones estadísticos

Cotizaciones: precios en la cesión mayorista sin IVA.

Especificación: conjunto de características que definen, identifican y determinan un producto.

Ponderación: muestra la importancia relativa que se da a los distintos productos.

Variaciones: muestran la evolución de los precios entre dos períodos de tiempo (variaciones semanales y mensuales).

Precio mínimo: el precio mínimo consignado en la semana seleccionada.



Precio máximo: el precio máximo consignado en la semana seleccionada.

Precio frecuente: el precio de un producto que más se repite en la semana consultada.

Precio medio acumulado del mes actual: es la media de los precios de las semanas transcurridas del mes.

Red de Información de Mercados, en adelante RIM: es el conjunto de encuestadores de mercado que toman las cotizaciones de los productos en los distintos mercados centrales de destino. La existencia de una red de encuestadores estable permite disponer de una información amplia, fiable y en tiempo real, lo que dota a la encuesta de mayor calidad.

2.2.- Unidad estadística

La unidad estadística básica son los precios de venta del comercio mayorista al comercio detallista (precio en €/kg, €/unidad, €/manejo o €/bandeja).

2.3.- Población estadística

Es el conjunto de productos de alimentación fresca a la venta en las unidades alimentarias o mercados centrales de destino (mercados mayoristas de la red de Mercas, además de Mercarioja y Mercaolid).

2.4.- Ámbito geográfico

El ámbito geográfico lo constituye todo el territorio nacional.

Se calcula información desagregada para 23 capitales de provincia y dos ciudades: Alicante, Badajoz, Barcelona, Bilbao, Córdoba, Granada, Jerez, Las Palmas de Gran Canaria, León, Logroño, Madrid, Málaga, Murcia, Oviedo, Palma de Mallorca, Pamplona, Salamanca, Santander, San Sebastián, Santiago de Compostela, Sevilla, Santa Cruz de Tenerife, Valencia, Valladolid y Zaragoza.

2.5.- Cobertura temporal

La encuesta se lleva a cabo con carácter semanal pero se publican diariamente los precios de las mercas que transmiten ese mismo día.



3.- Diseño de la encuesta

La particularidad de las estadísticas de precios es la ausencia de un marco estadístico adecuado para realizar un muestreo probabilístico.

Ahora bien, la Red de Información de Mercados (RIM), permite la máxima cobertura nacional de las cotizaciones de frutas, hortalizas, patatas, pescados, crustáceos y moluscos. Se dispone de todos los precios de todas las unidades alimentarias de la red MERCASA, así como de dos mercados mayoristas privados (Mercarioja y Mercaolid) que debido al volumen de sus datos y su significatividad se han introducido en la operación estadística.

La toma de precios se hace en los diferentes puestos de los mercados mayoristas. En los 25 mercados se solicitan los precios de los productos ofertados: fruta, hortalizas, patatas, pescados, crustáceos y moluscos. Sólo en 16 de ellos se dispone de información de pescados, crustáceos y moluscos.

Los precios se toman de todas las especies y variedades de los productos comercializados en el mercado, siempre que tengan cantidades representativas para ese mercado en concreto, de Categoría I y sin IVA.

Dadas las definiciones antedichas en el párrafo anterior de los productos cotizados (cantidades representativas y categoría primera) y la característica cuasi-censal en la petición de datos en la mayoría de los mercados mayoristas, permiten cualificar a esta operación estadística como muy fiable y robusta.

3.1.- Especificaciones de los productos

Una vez seleccionados los productos es preciso determinar las especificaciones que los definen. Para cada producto se deben citar los factores determinantes de sus precios, como pueden ser unidad de medida, tipo de envasado, composición, forma y categoría comercial.

Se determina además la unidad teórica de recogida (kilo, manojo, unidades, bandeja, etc.), en función de la unidad de consumo más generalizada de cada tipo de producto.

Las especificaciones generales se han confeccionado a partir del estudio realizado por los Servicios Centrales en colaboración con el conjunto de los informadores de mercado. El objetivo es que cuando se lleve a cabo la recogida de información, los productos estén identificados de manera detallada.



3.2.-Número de observaciones

El listado maestro consta de 960 productos entre las especies y variedades de frutas, hortalizas, patatas y pescados. No todos se encuentran a la vez en todos los mercados: hay productos estacionales, importados o simplemente no se han comercializado en ese día. El número de precios procesados semanalmente es de unos 4.000, aproximadamente.

4.- Ponderaciones

Las ponderaciones de los distintos productos se realizan en función de la importancia de cada producto (volumen de ventas) y sobre la base de la información obtenida de diversas fuentes, como son, “El Sector hortofrutícola Español” (MAGRAMA), “Alimentación en España” (MERCASA), “Calendario de siembra, recolección y comercialización” (MAGRAMA), “Panel de Agricultura” (MAGRAMA), empresas del sector y las ponderaciones de los precios de alimentación de venta al público.

Una vez obtenidas las ponderaciones por producto se efectúa el cálculo de las mismas a nivel provincial, lo que se hace en base a criterios poblacionales y de gasto.

La actualización de las ponderaciones tiene carácter anual.

5.- Método de cálculo

Para la obtención de los precios medios de productos nacionales se siguen dos fases:

- En primer lugar, se calcula una media aritmética simple de todas las tomas realizadas de un producto (que cumple con las especificaciones) en un determinado merca. El cálculo realizado es:

$$\bar{P}_{i,p}^{s,t} = \sum_{j=1}^n \frac{x_{j,p}}{n}$$

donde,

$\bar{P}_{i,p}^{s,t}$ es el precio medio del producto i en la provincia p, en la semana s del año t



$x_{j,p}$ son las tomas de precios del producto en la provincia p, y

n es el número de tomas realizadas.

- Así mismo se obtiene el mínimo y el máximo valor de los precios para un mismo producto. El valor más frecuente (moda) se obtiene como aquel valor (precio) que se repite con mayor frecuencia en la serie de tomas de un mismo producto.
- A continuación se realiza el cálculo de la media ponderada de las medias de productos por provincia.

$$\bar{P}_i^{s,t} = \frac{\sum_p \bar{P}_{i,p}^{s,t} Q_{i,p}}{\sum_p Q_{i,p}}$$

siendo:

$\bar{P}_i^{s,t}$ la media ponderada nacional para el producto i,

$\bar{P}_{i,p}^{s,t}$ la media del producto i en la provincia p,

$Q_{i,p}$ la ponderación del producto i en la provincia p

Así llegamos a la media nacional ponderada de cada producto.

6.- Recogida de precios

La recogida de precios de los productos se realiza por los encuestadores de mercado pertenecientes a la RIM. Cada encuestador visita cada una de las mercas y en los puestos toma los precios de los productos atendiendo a las especificaciones existentes.

6.1.- Frecuencia de recogida

En las mercas cuyo volumen de ventas es más significativo, los precios se toman diariamente. En aquellas otras con cuota de mercado menor los precios de los productos se toman dos o tres veces por semana. Las tomas de precios se distribuyen de forma que todas las semanas se recogen precios de todos los productos en todas las unidades alimentarias.



7.- Tratamiento de la información

La recogida de precios se realiza mediante visita personal de los encuestadores de mercado a las mercas en los días de mayor número de transacciones comerciales.

La toma de los precios se agiliza con la utilización de cuestionarios generados para cada puesto del mercado, en el que el informador anota los precios e incidencias de los productos y/o de mercado que aparecen en el mismo. Esta toma de precios se efectúa in situ.

La información recogida se vuelca en la base de datos mediante la aplicación GESTIPRE y se transmite telemáticamente con periodicidad diaria a los Servicios Centrales para su posterior elaboración estadística semanal.

Una vez allí, por medio de dicha aplicación informática, los precios son revisados al objeto de depurar posibles errores. Se revisan las variaciones significativas de precios. En caso de encontrarse, son consultadas con el encuestador de mercado correspondiente y, a su vez son corregidas, para a continuación efectuarse los cálculos pertinentes y obtener los resultados finales.

8.- Usuarios.

Los principales usuarios de esta estadística son: Ministerio de Economía y Competitividad, Unión Europea, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, otras Administraciones Públicas (otros Ministerios, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, juzgados, etc.), empresas e instituciones financieras, entidades aseguradoras, autónomos, pymes, mayoristas, minoristas, mercas y la red Mercasa.

9.- Publicación de resultados

Los resultados obtenidos se publican en la web del Ministerio y se actualizan automáticamente con periodicidad semanal.

Las direcciones de consulta en la Web son:

[http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-interior/Precios-y-Margenes-Comerciales/Informacion-de-precios-\(bases-de-datos\)/Paginas/default.aspx](http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-interior/Precios-y-Margenes-Comerciales/Informacion-de-precios-(bases-de-datos)/Paginas/default.aspx)



[http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-interior/Precios-y-Margenes-Comerciales/Informacion-de-precios-\(bases-de-datos\)/Paginas/BasesCotizacion.aspx](http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-interior/Precios-y-Margenes-Comerciales/Informacion-de-precios-(bases-de-datos)/Paginas/BasesCotizacion.aspx)

10.- Mandato institucional y confidencialidad.

La recogida, tratamiento y difusión de los datos de las operaciones estadísticas para fines estatales se rige por lo establecido en la ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública (LFEP) y en la Disposición Adicional Cuarta de la Ley 4/1990, de 29 de junio. En la LFEP se establece que el Plan Estadístico Nacional es el principal instrumento ordenador de la actividad estadística de la Administración del Estado y contiene las estadísticas que han de elaborarse en el cuatrienio por los servicios de la Administración del Estado o cualesquiera otras entidades dependientes de ella y las que hayan de llevarse a término total o parcialmente con participación de las Comunidades Autónomas y las Corporaciones Locales en virtud de acuerdos de cooperación con los servicios estadísticos estatales o, en su caso, en ejecución de lo previsto en las leyes. Todas las estadísticas incluidas en el Plan Estadístico Nacional son estadísticas para fines estatales y de cumplimentación obligatoria. El Plan Estadístico Nacional 2013-2016, aprobado por el Real Decreto 1658/2012, de 7 de diciembre, es el plan actualmente vigente.

Política de confidencialidad

La Ley 12/1989 de la Función Estadística Pública establece que no se puede difundir, ni hacer disponibles de ninguna manera, datos individuales o agregados que pudieran llevar a la identificación de datos previamente no conocidos para una persona o entidad. Por otra parte, el Reglamento europeo 223/2009 relativo a la estadística europea establece la necesidad de establecer principios y orientaciones comunes que garanticen la confidencialidad de los datos utilizados para elaborar estadísticas europeas y el acceso a esos datos confidenciales, habida cuenta del progreso técnico y de las necesidades de los usuarios en una sociedad democrática.