



Crisis y consumo de productos pesqueros

¿Por qué descienden los precios de la merluza en España?

Fernando González Laxe; Federico Martín Palmero; Universidad de A Coruña

RESUMEN

A partir del año 2007, la economía mundial se enfrentó a una de las mayores crisis conocidas, con unas peculiaridades muy definidas. Las razones han sido y continuarán siendo profundamente analizadas, dentro de un debate abierto sobre las pautas y políticas a seguir para su superación. En España sus implicaciones han sido extraordinariamente negativas: descenso de la renta disponible, incremento constante de la tasa de desempleo, etc., entre otras. En el presente artículo se analizan sus consecuencias sobre el consumo de los productos de la pesca, a través del caso particularizado de la merluza y de la pescadilla, con el objetivo de determinar si, entre otras razones, dicha crisis ha tenido relevancia y afectado a las variaciones en sus precios.

PALABRAS CLAVE: Comercialización, consumo, precios, merluza, España.

Clasificación JEL: D12; D40

En los últimos años se ha confirmado que no se han gestionado los recursos pesqueros tan eficazmente como era posible. Muchas de las poblaciones de peces se encuentran agotadas y otras presentan dificultades para recuperarse. En consecuencia, las pérdidas económicas causadas por los actuales mecanismos de gestión pesquera son notorias.

Entre las grandes amenazas para el sector pesquero (además de las relativas al estado de los stocks), se encuentran las derivadas de los aumentos de los costes de explotación; los efectos de la contaminación y sus repercusiones en los ecosistemas; la mayor competencia internacional y el descenso de los precios. Así, los precios del pescado en origen han descendido en casi todo el mundo, llegando a situaciones críticas para algunas especies, como es el caso de la merluza en los mercados españoles.

El objetivo de esta investigación es la búsqueda de la explicación de las causas de dicho descenso, como es el caso de las limitaciones competitivas, entre las que podrían citarse las siguientes: la atomización y escasa dimensión de las unidades empresariales; las dificultades para aprovechar las economías



de escala, puesto que en ocasiones los gastos aumentan en mayor proporción que el volumen de capturas desembarcadas; la ausencia de una política de marcas y la escasa promoción de un producto diferenciado (en el sentido de que el conocimiento y el valor del producto para el consumidor va decreciendo a medida que se aleja del lugar de origen); la reducida capacidad negociadora de los productores; el creciente poder de la cadena de distribución y el rol dependiente del productor, entre otros elementos.

Estas cuestiones han impulsado una caída y/o descenso muy notable de los precios de la merluza y pescadilla (primeras especies en cuanto a demanda de consumo en España) durante el periodo de estudio (2004-2012). Con los objetivos citados, se procederá a analizar los distintos comportamientos de los precios en origen y destino, la evolución de los márgenes comerciales y los diferenciales entre las dos especies tanto en origen y destino, así como en sus demandas sustitutivas.

COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

Para analizar el comportamiento de los precios de ciertas especies pesqueras

en los mercados españoles se ha seleccionado la merluza (*merluccius merluccius*) en su modalidad de producto fresco y refrigerado, por ser una de las especies de mayor aceptación y demanda (Fernández Polanco et al. 2012).

La merluza, como producto entero, se vende, siguiendo la terminología de Mercasa en dos tamaños: el primero que se denominará merluza entre 2,5 y 5 kilos; y el segundo bajo la denominación de pescadilla, por debajo de 1,5 kilos.

Se ha seleccionado el periodo 2004-2012, a partir del seguimiento semanal de los valores en venta, tanto en origen como en destino (mayoristas), a través de los datos procedentes del Observatorio de Precios de Alimentos, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA, 2013). Dichos datos se agruparon en trimestres en función de los valores medios en los mismos.

EVOLUCIÓN

Dentro del período seleccionado, podrían distinguirse dos sub-periodos: el que abarca los años 2004-2007 y el correspondiente a la fase 2007-2012.

(Gráfico 1). En el primero de los citados (2004-2007), los precios en origen de la merluza se mantienen en el entorno a los 6 euros, y oscilan estacionalmente (picos de alzas por encima de dicho precio en los periodos de fin de año y valores más bajos en primer trimestre). Este comportamiento se puede catalogar de normal: respondería a una mayor demanda en las fiestas navideñas y unos descensos del consumo en enero-marzo, debido a los cambios en las dietas (mayor necesidad de proteínas de carne) y menores ofertas de pescado por mor de mal tiempo y mayores importaciones de pescado congelado. En este subperíodo, el precio de la pescadilla en origen se sitúa prácticamente siempre por debajo de los 4 euros, sin las bruscas oscilaciones que padecen los precios de la merluza.

En el segundo subperíodo (2007-2012) es donde se aprecia un cambio brusco y un continuado descenso de los precios en origen de ambas categorías. Hay una menor estacionalidad y se subraya una continua desvalorización económica de la especie. Ateniéndose al comportamiento de los precios de la merluza y pescadilla tanto en origen como en destino (a nivel mayorista), a lo largo del periodo 2007-2010, debe significarse que resultan muy similares. Por otro lado, los precios en destino siguen una tendencia parecida, pero con menores variaciones.

Entre las razones para justificar este comportamiento podemos situar los menores grados de diversificación y de caracterización espacial. Es decir, son mínimos los efectos discriminantes provenientes de la implantación de las Denominaciones de Origen; también de aquellas repercusiones derivadas de la procedencia específica, o de los asignados a la defensa y práctica de la pesca responsable de la especie caso, por ejemplo, de aquellos acuerdos suscritos con el Marine Stewardship Council (ONG que legitima la pesca sostenible certificada), entre otros. De esta forma, el producto se va “confundiéndose” con otras especies, con un efecto inmediato, perdiendo valor.



CHOUZA
PANADEROS Y PASTELEROS
desde 1959

Si todos nuestros panes
fuesen iguales,
no podríamos asegurar que
nuestro pan es

Artesano

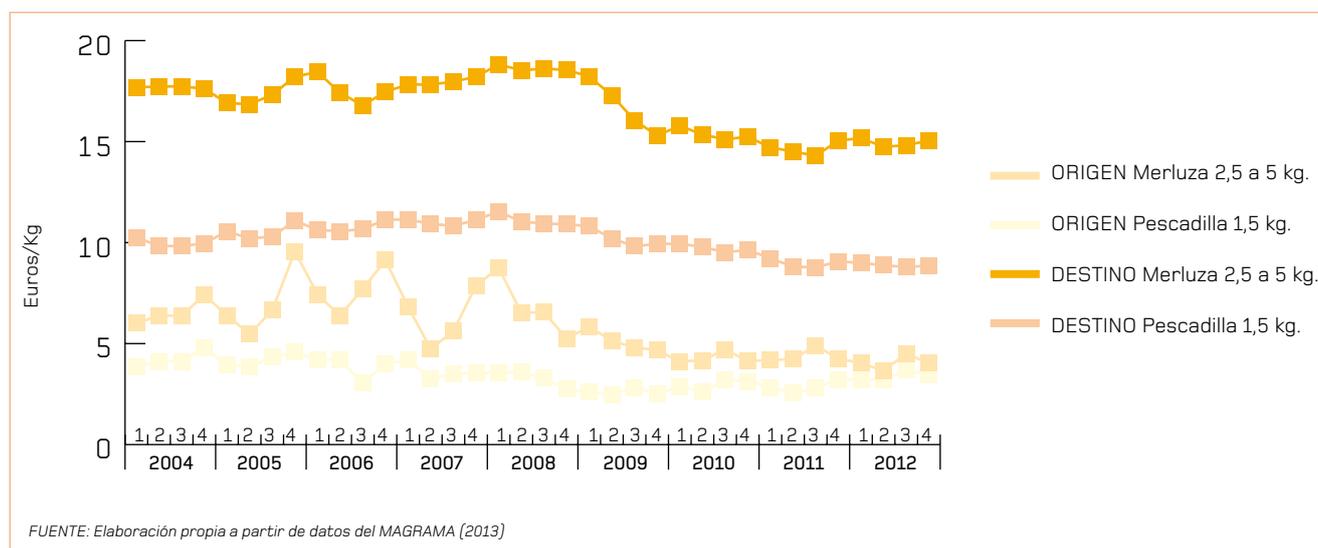


CONTACTO

Pl. O Ceao, Agricultura, 52, 27003, Lugo. • +34 982100300 • www.chousa.es



GRÁFICO 1.

Merluza y pescadilla: evolución trimestral de los precios en origen y destino (2004 – 2012)

Por eso, al final de periodo de análisis efectuado, el diferencial de los precios en origen de la merluza y de la pescadilla se han difuminado, reduciéndose y mostrando en el último año 2012, una mínima diferencia.

¿Puede ser que la crisis y sus efectos derivados (menores rentas y, por tanto, una propensión marginal al consumo menor) impulsen la compra de especies de menor precio? ¿Se puede interpretar que en los mercados de destino el consumidor no tenga una preferencia específica y solo atienda a los precios? ¿Es posible que a lo largo de la cadena de distribución la mayor parte de las especies pesqueras se “confundan”, se entremezclen, y no se apueste por la distinción y diferenciación?

El análisis de los precios en destino aporta algunas ideas al respecto. En el caso de la merluza, los precios en destino descienden (con un año de retardo, 2008, respecto a los precios origen) porcentualmente más que en origen. Por tanto, existe una reacción ante las menores rentas del consumidor, ratificando que en épocas de recesión los hábitos del cliente pueden verse alterados y sus demandas no responden a patrones tradicionales o habituales.

La pescadilla, por su parte, muestra un descenso menos abrupto (el consumidor

sigue demandando este producto, pero sin saber todas las cualidades y las diferencias con respecto a la merluza). Y, el diferencial entre ambas especies se recorta, pero mucho menor que el correspondiente a los precios en origen. La causa de esta dinámica vendría explicada por el poder de la cadena de distribución (cada vez mayor) y la “confusión” del consumidor (conocimiento que no se incrementa a pesar de las campañas de concienciación y marketing llevadas a cabo tanto por las instituciones, como por las propias empresas y organizaciones de productores).

MÁRGENES COMERCIALES

¿Qué sucede con los márgenes? En la merluza, como en otras especies, la cadena de valor de la distribución desea comportarse acaparando el mayor beneficio posible, dentro de unos márgenes aceptables y consentidos. Su comportamiento parece estar ajeno a los precios en origen, y dicha percepción resulta sobre todo muy clara en el sub-periodo 2004-2007 (Gráfico 2). A partir de ahí, se visualiza una correspondencia con el precio origen, pero manteniendo un porcen-

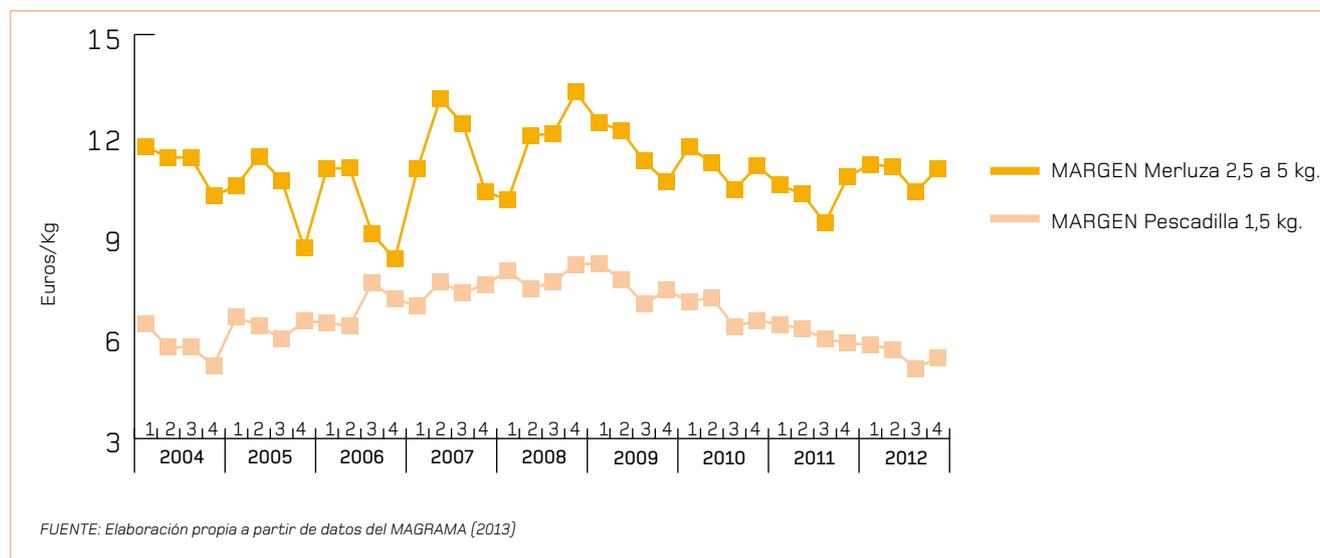
taje elevado (con tendencia al descenso), que no se pierde a lo largo del periodo.

La pescadilla posee un comportamiento diferente. Está más correlacionado con los precios en origen y en destino, descendiendo progresivamente, sobre todo a partir de 2008 en plena recesión. Por tanto, menor diferenciación, sin importar la variedad específica que supone.

En definitiva, una primera información es que el diferencial se acorta. Quizás, el poder de la cadena de distribución, apueste por combinar ambos precios (de la merluza y la pescadilla), y convertirlos en productos idénticos; y, en consecuencia, no mantener el concepto de producto diferenciado.



GRÁFICO 2.

Merluza y pescadilla: evolución trimestral de los márgenes comerciales (2004 – 2012)

De aceptar este razonamiento, las repercusiones afectan directamente a los productores, que ven deteriorada su posición negociadora. Los efectos se plasman tanto en el mercado fresco, como por los efectos derivados de la sustitución de productos (incluidas importaciones de la misma especie o de productos parecidos). Igualmente, se aprecia una “posición pasiva” de los hipermercados y centros comerciales, como de las propias comunidades autónomas en la defensa de los “intereses de lugar” o “denominación específica”, con lo que no se potencia ni incentiva el consumo de productos locales y con denominación geográfica. (González-Laxe, 2006).

EL CONTEXTO: EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PESCADO EN ESPAÑA

Varios expertos se han preguntado si la crisis económica pudo haber influido positivamente en los hábitos de consumo de los productos pesqueros en España, entre ellos Martín Cerdeño (2010). Llamamos la atención algunas de las diversas conclusiones a las que llega:

- Parece existir una relación directa

entre el estado laboral del comprador y su consumo de productos pesqueros. Atendiendo a las estadísticas, el tiempo destinado a la compra influye más que la presumible bajada de rentas a la hora de comprar pescados y mariscos. Así, las estadísticas reflejan que el consumo es más elevado en el caso de un trabajador parado que en una persona ocupada; y que la distribución a favor del consumo de pescado fresco es mayor en los casos de desempleados que en los ocupados.

- El consumo de pescado extracomunitario ha ido creciendo desde 1987 hasta el 2007, que comienza a retroceder de manera muy rápida. Es decir, los consumos en hostelería y colectividades no han parado de retroceder desde 2007 hasta el 2012.

- Los consumos totales han crecido de manera constante desde 1987 hasta el año 2007, en que bajaron por vez primera desde hace veinte años.

De estos datos puede extraerse algunas primeras conclusiones interesantes. En primer lugar, podría dar la impresión de que los consumos de productos pesqueros en el hogar son inmunes a la crisis. En segundo término, si eso es cierto, no es menos cierto igualmente, que los

pescados frescos acusan un fuerte descenso desde el año 2004, incluso durante los años de bonanza económica, pero su caída ha sido pronunciada desde el inicio de la crisis, en el año 2007. Y, en tercer lugar, en relación a los pescados congelados, éstos crecieron antes de la crisis e incluso después de que se iniciara; quizás captando y desviando cuota de mercado de los pescados frescos, quizás derivados de las crecientes importaciones. Lo cierto es que cuando la tasa de paro continúa creciendo, el consumo de pescado congelado también se resiente, descendiendo sus ratios.

Entonces, ¿por qué el consumo total de los productos pesqueros en los hogares españoles no se ha visto “excesivamente penalizado” por la crisis económica? La razón hay que buscarla en varias observaciones yuxtapuestas. Las primeras, porque se registra un buen comportamiento de las conservas (en aumento) y los consumos de mariscos (estabilización de los mismos). Las segundas, por las masivas importaciones de productos a bajos precios. Las terceras, por el descenso de los precios de los productos pesqueros frescos. Y las cuartas, por el descenso masivo de consumo extra-doméstico.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PESCADO FRESCO

El proceso de evolución del consumo de productos pesqueros anteriormente descrito es extrapolable al caso particular de esta investigación. En el cuadro 1 se incluye la evolución del consumo de pescado fresco en los hogares españoles en los años posteriores a la crisis económica.

El análisis de la información que ofrece el citado Cuadro es muy significativo: desde 2008 hasta 2011, el consumo de pescado fresco ha descendido casi un 5%. Por el contrario, el consumo de merluza y pescadilla ha aumentado un 8,8%. En términos relativos el consumo de estas dos especies ha pasado de representar un 22,8% del consumo total a un 26,05% en 2011. Eso sí, en ese mismo intervalo de tiempo, el precio en destino de la merluza ha bajado un 31,11% por término medio y el de la pescadilla un 25,10%.

ALGUNAS HIPÓTESIS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DE LA MERLUZA Y PESCADILLA

Sobre la base de la información manejada hasta el momento pueden formularse algunas hipótesis de carácter general y otras más particularizadas que justificarían la bajada constante de los precios de las especies tratadas. Serían éstas:

- La crisis económica actúa como condicionante del mercado: se demandan productos más baratos y potencialmente sustitutivos.
- Dicha crisis actúa como variable fundamental en la formación de los precios de las dos especies.
- El comportamiento de los márgenes comerciales es fundamental en la composición de los precios en destino y, sobre todo, en su descenso.

IMPORTACIONES SUSTITUTIVAS

Un ejemplo puede ilustrar el efecto sustitución del consumo de pescado

CUADRO 1.

Evolución del consumo de pescado fresco en los hogares en Kg per cápita (2008 – 2011)

	AÑOS				VARIACIÓN (%) 2008 – 2011
	2008	2009	2010	2011	
Pescado fresco	12,49	12,21	12,05	11,9	-4,72
Merluza y pescadilla	2,85	2,96	3,02	3,10	8,77
%	22,82	24,24	25,06	26,05	

FUENTE: Elaboración propia a partir de MERCASA (varios años).

CUADRO 2.

Evolución de las importaciones españolas de panga vietnamita

	AÑOS				
	2006	2007	2008	2009	2010
Toneladas	25.092	36.133	46.521	50.382	53.590
Valor (Miles \$)	72.726	101.016	111.121	121.122	120.177
\$/Kilo	2,90	2,80	2,39	2,40	2,24
€/Kilo	2,31	2,04	1,62	1,73	1,69

FUENTE: Elaboración propia a partir de <http://www.pangasius-vietnam.com>

a través de la introducción masiva de nuevas especies. En el cuadro 2 se incluyen las importaciones españolas de panga (*Pangasius hypophthalmus*). Pueden apreciarse varias cuestiones: en primer lugar el aumento considerable de las importaciones (desde 2006 hasta 2010, más que se duplican); en segundo término la bajada de precio en origen; y, por último, en tercer lugar, las diferencias de cambio (relación euro – dólar) que hacen más competitivas las compras en el exterior.

Otros datos sobre esta especie y su consumo en España son bien elocuentes: en 2010 las importaciones españolas representan más del 20% de las de la UE y, como país, es porcentualmente el mayor comprador del mundo. Resulta obvio, por lo tanto, que la introducción de dicha especie se acentúa en tiempos de crisis (llega a representar un volumen de prácticamente 1,2 kilos per cápita en 2010) y a precios cada vez inferiores.

CRISIS Y PRECIOS DE AMBAS ESPECIES

Se ha mencionado anteriormente que parecía existir una relación directa entre situación del mercado laboral y consumo de pescado fresco, en el sentido de que se incrementaría el consumo con el incremento del paro. Las razones que justifica Martín Cerdeño (2012) pasan, como se señalaba, por el hecho de la existencia de tiempo para la compra por parte de las personas desempleadas. No obstante, podría tratarse de un fenómeno más complejo.

En el Gráfico 3 se representan las variaciones de los precios en destino de las dos especies y las tasas de desempleo en el período analizado. Puede apreciarse que hasta el año 2008, tanto los precios como la tasa de desempleo permanecen prácticamente estables. Por otra parte, a partir del primer trimestre de 2007 comienza

Nos ocupamos de la salud de tu equipo



**¡UNA
TABLET
GRATIS!**
SOLO POR
CONTRATAR



SALUD

DKV
SEGUROS MÉDICOS

DKV PYMES

¿Sabías que es más beneficioso contratar una póliza de salud para tus empleados que incrementar el equivalente de su sueldo? Te ofrecemos condiciones muy especiales y te ayudamos a encontrar la solución que mejor se adapte a tus necesidades, para que cuides de la salud de tu equipo.

902 499 350

www.dkvseguros.com

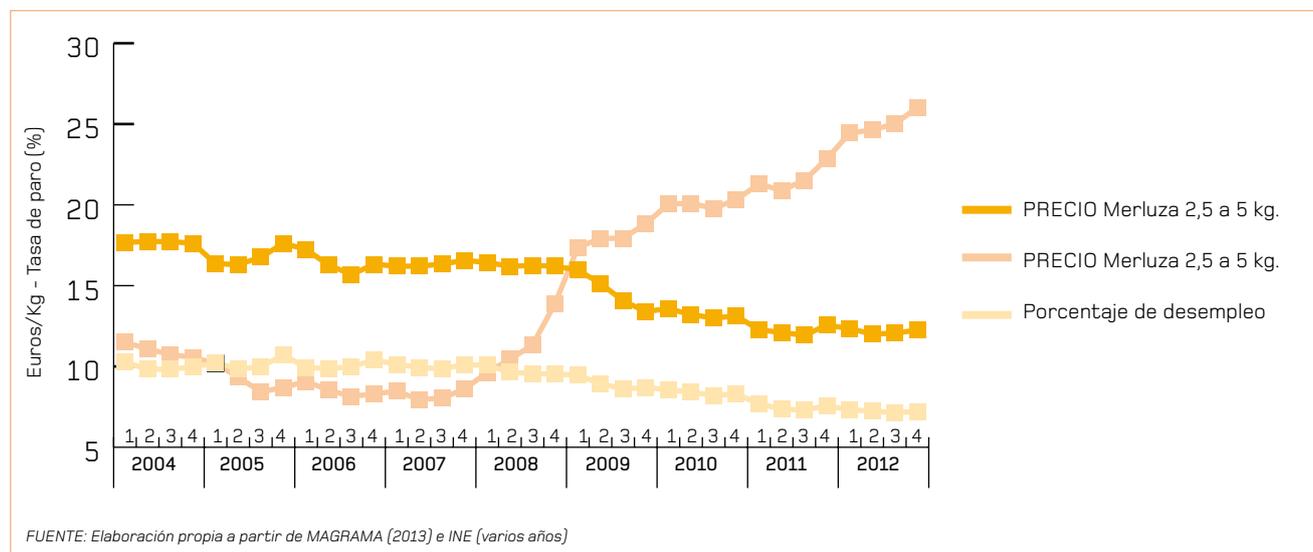
¡Vive la Salud!

LÍDER EUROPEO EN SALUD

a member of **MUNICH
HEALTH** 

GRÁFICO 3.

Merluza y pescadilla: evolución trimestral de los precios en destino y de la tasa de desempleo (2004 – 2012)



a consolidarse una escalada constante en la tasa de paro. En definitiva, con un año de retraso, a medida que el desempleo sube, los precios en destino comienzan a bajar, manteniéndose dicha tendencia hasta el final del período analizado. Importante destacar el hecho de que es la especie de mayor valor (merluza) la que presenta un mayor descenso relativo en su precio en la época de crisis.

COMPORTAMIENTO DE LOS MÁRGENES COMERCIALES

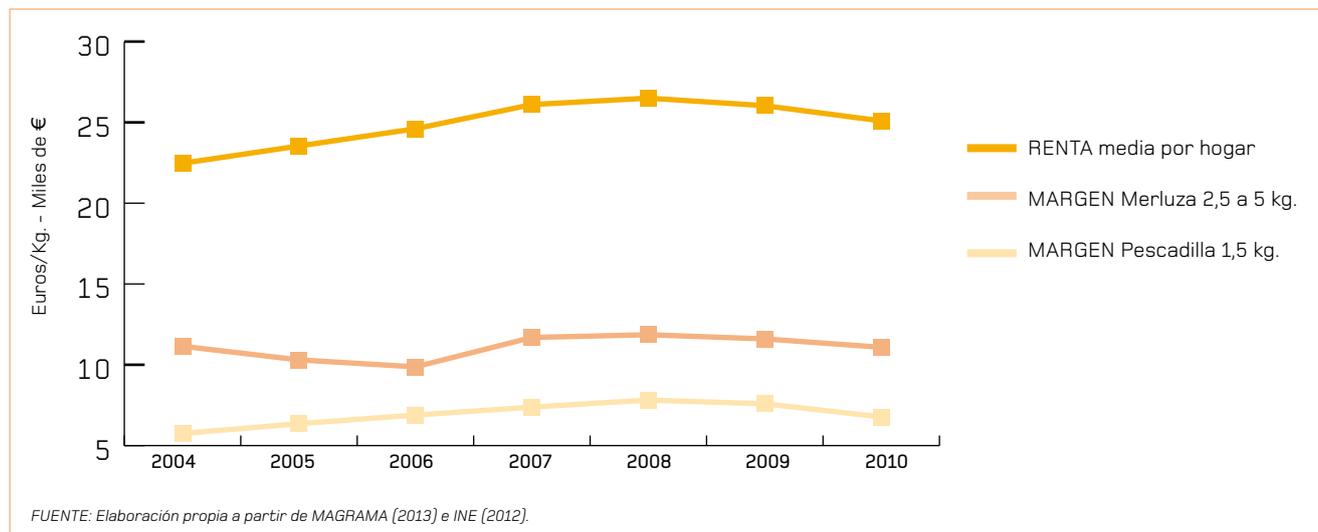
El análisis del sub-apartado inmediatamente anterior confirma que existe una relación inversa entre desempleo y precios en destino. La siguiente cuestión en averiguar radicaría en el hecho de quién, dentro del proceso de formación de precios, soporta su bajada. En el Gráfico número 4 se analiza la relación en-

tre los márgenes comerciales y la renta media de los hogares españoles.

El planteamiento analítico a través de estas variables arroja más información: a partir del año 2007, a medida que la renta disminuye los márgenes bajan levemente en ambas especies con una correlación lineal cuasi perfecta en el caso de la pescadilla y en menor proporción en el de la merluza. Si, como se ha señalado anteriormente, a medida que aumenta el desempleo dismi-

GRÁFICO 4.

Merluza y pescadilla: evolución anual de los márgenes comerciales y la renta media por hogar (2004 – 2010)



nuyen los precios en términos reales, y los márgenes se mantienen con un ligero descenso, es evidente que son los productores los que absorben el coste de la crisis y la inflación, especialmente en el caso de la merluza. ■

CONCLUSIONES

Aunque se han ido derivando a lo largo de la investigación una serie de conclusiones parciales, podrían sistematizarse aquellas más trascendentes y que servirían para dar por contrastadas las hipótesis que se han planteado. En particular:

- La crisis afecta directamente –aunque no en especial medida– al consumo de pescado en España. En el período que comprende desde 2008 a 2011, el consumo de pescado per cápita disminuye un 4,72%. No obstante, en ese mismo intervalo el consumo de merluza y pescadilla aumenta un 8,77%.
- Estos aumentos de demanda de las especies analizadas viene a confirmar que hay un bajísimo efecto sustitución por parte de especies de cierta similitud y de importación masiva, como es el caso del panga vietnamita, más demandado en ámbitos institucionales y fuera de los hogares.
- A partir de los años en que se consolida la crisis económica, los precios en destino de la merluza y pescadilla comienzan una acusada bajada (especialmente en el primer caso). Las relaciones inversas entre precios y desempleo lo confirman abiertamente.
- Como consecuencia de las bajadas de precios de estas dos especies, su cuota dentro del consumo de los hogares se mantiene e incluso aumenta gradualmente, como se ha señalado.
- Por último, el mantenimiento de los márgenes comerciales en el período de crisis viene a demostrar que son los productores los que soportan el peso de la misma. Con otras palabras: un amplio margen de discrecionalidad/negociación; un escaso poder negociador de los productores que no pueden imponer sus precios y, en definitiva, un nulo ajuste en el modelo de la Política Pesquera Común que establece vínculos entre TAC, cuotas, biomasa y precios de orientación.

BIBLIOGRAFÍA

- FERNÁNDEZ POLANCO, J.M., LLORENTE, I., LUNA, L. Y FERNÁNDEZ, J.L. (2012): El mercado de productos pesqueros en España: efectos de la crisis en la producción y el consumo. *Globefish Research Programme*. Vol. 106. Disponible en <http://www.globefish.org/vol-106-el-mercado-de-productos-pesqueros-en-espa-a.html>. Consultado el 15/05/2013.
- FROM (2011): Hábitos de compra y consumo de los productos pesqueros en la población española. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Madrid.
- GONZÁLEZ LAXE, F. (2006): “Diferenciación y valorización de los productos pesqueros”. *Distribución y Consumo*. Septiembre–octubre. (págs. 24-43).
- INE (2012): Encuesta de condiciones de vida. Instituto Nacional de Estadística. Disponible en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp453&file=inebase&L=0>. Consultado el 07/05/2013.
- INE (varios años): Encuesta de población activa. Instituto Nacional de Estadística. Disponible en http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t22/e308_mnu&file=inebase&L=0. Consultado 07/05/2013.
- MAGRAMA (2013): Panel de consumo alimentario. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Madrid. Disponible en <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/ultimos-datos/>. Consultado 30/04/2013.
- MARM (2012): Estudio de la cadena de valor y formación de precios de la merluza europea. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Madrid. Disponible en http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/Estudio_Merluza_2010_tcm7-253359.pdf. Consultado 07/05/2013.
- MARTÍN CERDEÑO, V.J. (2010): “Consumo de pescado en España. Diferencia en función de las características del consumidor”. *Distribución y Consumo*. Septiembre–octubre. (págs. 5-22).
- MARTÍN CERDEÑO, V.J. (2012): “Consumo de pescados y mariscos. Diferencias sociales y territoriales”. *Distribución y Consumo*. Septiembre– octubre. (págs. 5-20).
- MERCASA (varios años): La alimentación en España. Mercasa. Madrid. Disponible en http://www.mercasa.es/nosotros/alimentacion_en_espana. Consultado el 07/05/2013.

PÁGINAS WEB

<http://www.pangasius-vietnam.com>

NOTAS

- (1) En general existe una escasa puesta en funcionamiento de procesos de valorización y diferenciación de los productos de la pesca fresca, que sirvan para afianzar su especificidad espacial. Una aproximación a esta problemática puede verse en González Laxe (2006).
- (2) Durante el período completo, las variaciones en los precios en destino de la merluza y pescadilla arrojan un coeficiente de correlación lineal de Pearson de 0,816. En el período 2007 – 2012 dicho coeficiente aumenta al 0.975, lo que significa una correlación prácticamente perfecta y da una idea de un comportamiento paralelo en la evolución de dichos precios.
- (3) Valores en € en aplicación del tipo de cambio anual medio con respecto al dólar publicado por el Banco de España.
- (4) El coeficiente de correlación lineal de Pearson entre las variables tasa de desempleo y precios en destino, para todo el período, es -0.915 (paro – precios merluza) y -0.957 (paro – precios pescadilla). Existe por lo tanto una relación lineal inversa cuasi perfecta.
- (5) Precios deflactados a valores constantes del 2004 aplicando el IPC con los datos relativos al apartado de productos de la pesca. Se lleva a cabo dicha operativa con el fin de eliminar el efecto de la inflación en el análisis.
- (6) Coeficiente de Pearson 0.981 en el primer caso y 0.480 en el segundo.