



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DEL BOQUERÓN FRESCO

Abril 2011





Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**



**Deloitte.**







# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

## Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de costes por etapas



## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

### Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de costes por etapas

#### Consideraciones generales:

**ESTE ESTUDIO SE ENMARCA DENTRO DE LAS ACTUACIONES QUE ESTÁ LLEVANDO A CABO EL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (MARM) PARA APORTAR INFORMACIÓN SOBRE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS FRESCOS NO TRANSFORMADOS**

- **Se trata de un estudio descriptivo que persigue profundizar en el conocimiento de la cadena de valor del boquerón fresco** para detectar posibles ineficiencias de la cadena y contribuir a la transparencia del mercado, mediante la interlocución con los principales agentes del sector.
- A tal fin, **se identifican y analizan las configuraciones principales de la cadena de valor** y se estudia el **proceso de formación de precios** a lo largo de la misma a través de la:
  - **Descripción de las actividades básicas** en cada una de las etapas de la cadena de valor.
  - **Identificación de los principales agentes participantes** y sus interacciones a lo largo de la cadena.
  - **Construcción de la estructura de precios a partir de la información sobre costes y beneficios de cada etapa**, suministrada por el sector.
- **No se trata de realizar un estudio estadístico sobre ingresos, costes y beneficios** de los distintos agentes que operan a lo largo de la cadena, ni un análisis detallado del sector.
- A través de este estudio **se persigue fomentar la colaboración del sector en la mejora continua del mismo**, mediante un análisis conjunto sobre los costes en los que se incurre a lo largo de la cadena y que impactan sobre el precio final al consumidor.
- El estudio permitirá **extraer las principales conclusiones** sobre la formación de precios del boquerón fresco en su formato de venta como pescado fresco, con llegada hasta el punto de venta como pieza entera (no fileteada ni en porciones).

**El objetivo general del estudio es analizar la cadena de valor y la formación del precio del boquerón fresco con el fin de contribuir a la transparencia del mercado y detectar posibles ineficiencias**



## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.1.- Consideraciones generales y particulares del estudio

#### Consideraciones particulares:

## EL ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR DEL BOQUERÓN ESTÁ CENTRADO EN LA ESPECIE *ENGRAULIS ENCRASICOLUS* COMO PRODUCTO FRESCO DESCARGADO EN LONJA ESPAÑOLA

- El estudio sobre la “**Cadena de valor y formación de precios del boquerón**” se centra en el análisis del siguiente producto:
  - **Especie *Engraulis encrasicolus*.**
  - **Producto fresco.**
  - **Entero hasta el punto de venta**, sin ser fileteado o troceado en ningún modo. En este sentido, se incluye dentro del análisis la anchoa, que no es más que el boquerón en salmuera.
  - **Descargado en lonja española.**
- El **período de análisis de tendencias de precios** para los eslabones de la cadena de valor **transcurre de 2004 a 2009 (6 años)**, mientras que la campaña de referencia para la obtención de los datos para la elaboración del modelo de datos es 2009. Es destacable que en 2009 hubo una veda que afectó al boquerón fresco proveniente del Cantábrico.
- **No pretende ser un estudio estadístico sobre ingresos, costes y beneficios de los distintos agentes que operan a lo largo de la cadena, ni un análisis detallado o diagnóstico del sector.**
- Asimismo, debe tenerse en cuenta la **incidencia de las propias características del sector por su origen en la pesca extractiva**, lo que introduce una elevada variabilidad sobre las condiciones de capturas totales, calidades, tamaños, etc. del producto, así como un notable riesgo de comercialización de cara a asegurar un suministro constante. Todo ello influye en la existencia de **oscilaciones de precio periódicas en todos los eslabones de la cadena de valor.**

## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.1.- Consideraciones generales y particulares del estudio

#### Consideraciones particulares (cont.):

- **El boquerón fresco es una de las especies de mayor importancia económica en nuestro país**, ya que, aparte del destino para abastecimiento humano, también sirve de carnada para otras pesquerías.
- **En los caladeros del norte se captura entre los meses de abril y julio, en lo que se denomina “Costera del boquerón”, aunque las capturas procedentes del caladero Mediterráneo y las importaciones provenientes de Francia, Italia y otros países permiten su consumo a lo largo del año.**
- **Se trata de una especie pelágica, de cuerpo alargado, entre 10-18 cm, color azul verdoso en el dorso y con un recubrimiento de escamas pequeñas.** Este pez, gregario por naturaleza, se desplaza dentro de grandes bancos para alimentarse de zooplancton. Su **distribución** es amplia, pero sobretodo se encuentra **en todo el Atlántico Nororiental y Suroriental, el mar Negro y el mar Mediterráneo.**
- El **método de captura del boquerón fresco es con artes de cerco o traíña** (pesca nocturna) **detectándose los bancos** a través de ecosonda o radar. También se llega a utilizar el arrastre en algunos países.
- Según los datos de la red de mercados centrales, **alrededor del 50% del boquerón que se comercializa en esta red proviene de importación y principalmente de países de origen intracomunitario, con Italia como primer país exportador.** Con respecto a la procedencia nacional, Andalucía suministra en torno a un 45% del boquerón comercializado.



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

**LA METODOLOGÍA DEL ESTUDIO SE BASA EN LA OBTENCIÓN DE DATOS DIRECTOS DE UNA MUESTRA DE AGENTES QUE OPERAN EN LAS DISTINTAS FASES DE LA CADENA O ESLABONES, SU CONTRASTE CON LA INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS Y SU POSTERIOR VALIDACIÓN CON LAS PRINCIPALES ASOCIACIONES DEL SECTOR**

#### • OBTENCIÓN DE DATOS

- Se ha utilizado como **fuente principal** para la obtención de los datos sobre costes y precios, las **entrevistas a los agentes que participan en las distintas fases del sector y a sus asociaciones**, complementadas con la recogida de información a través de cuestionarios. De este modo se ha obtenido información sobre las actividades realizadas, características de los distintos agentes, los diversos canales de comercialización, costes de adquisición y comercialización, beneficio neto, etc.
- Esto **ha permitido identificar las configuraciones de las cadenas más representativas del sector, las que se han detallado en este estudio**. En esta línea, debe tenerse en cuenta que ante la existencia de diversas cadenas alternativas que introducen saltos sobre las principales configuraciones, se ha procurado comentar cualitativamente a lo largo de este estudio los principales elementos de interés que éstas introducen en el proceso.
- En la búsqueda de información **se han seleccionado agentes representativos** por volumen de negocio y el tipo de actividades que realizan así como cierta representatividad geográfica.
- Para garantizar una correcta representatividad del eslabón de la cadena correspondiente y favorecer la participación de los agentes **se ha contado con la colaboración de distintas organizaciones significativas en el sector**.





## • ELABORACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS Y CALIBRACIÓN DEL MODELO DE DATOS

- Una vez recogida la información de los diversos agentes, **se ha construido un modelo de costes y precios medios<sup>(1)</sup>**, donde se han agregado los costes obtenidos en cada una de las fases, seleccionando los valores máximos y mínimos facilitados en las entrevistas.
- **A las horquillas de precios a la salida de cada etapa se le han restado los costes correspondientes** y se ha calculado de este modo el **beneficio o pérdida**.
- Las **fuentes secundarias de información de precios se han utilizado fundamentalmente como soporte adicional a la información obtenida a través de los agentes**, facilitando el contraste y verificación de los datos, teniendo especial cuidado en garantizar que la comprobación de los datos se realiza siempre en relación al producto, temporada y canal de comercialización considerado.
- Entre las **fuentes de información<sup>(2)</sup>** adicionales empleadas se pueden destacar las siguientes:
  - Las **bases de datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC) sobre el PVP de productos de alimentación en 2009**, que incluyen información semanal sobre los precios de venta mínimo, máximo y más frecuente.
  - El **“Panel de Consumo Alimentario del MARM”** se ha utilizado para conocer mejor las diferencias de precios entre los distintos tipos de tiendas. Esta fuente facilita información anual sobre los precios pagados por los consumidores en la compra de los distintos productos alimentarios y de las cantidades compradas. Los datos se facilitan desagregados por especie y también por tipo de tienda. Para cada configuración de la cadena se han seleccionado los precios de los establecimientos con mayor volumen de venta de boquerón fresco. Así, en el canal tradicional se han seleccionado los precios de las pescaderías y de los mercados y plazas. En el canal moderno se han utilizado los precios de los supermercados e hipermercados.

(1) El método y las fórmulas de cálculo utilizadas se detallan en el **Anexo I** (2) Las fuentes secundarias se especifican en el **Anexo II**

## • VALIDACIÓN DE LOS DATOS

- **Los datos obtenidos con cada uno de los agentes, una vez analizados, se han contrastado nuevamente con ellos** de cara a poder corregir posibles desviaciones y matizar los datos obtenidos, así como identificar factores significativos que puedan influir en la construcción de la cadena de valor.
- Por último, se ha realizado una **validación de los datos con los distintos agentes y asociaciones representativas**, lo que ha permitido corregir las posibles desviaciones y profundizar en el análisis de los diferentes factores que contribuyen a la formación de la cadena de valor.

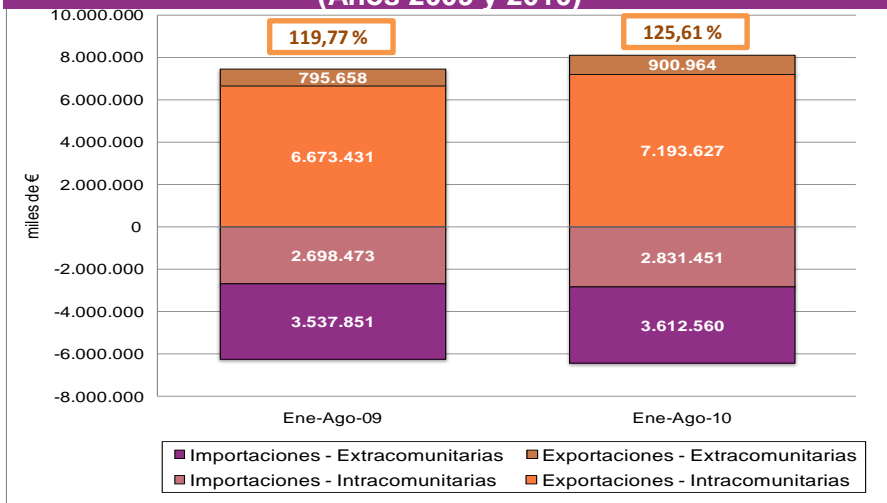
## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

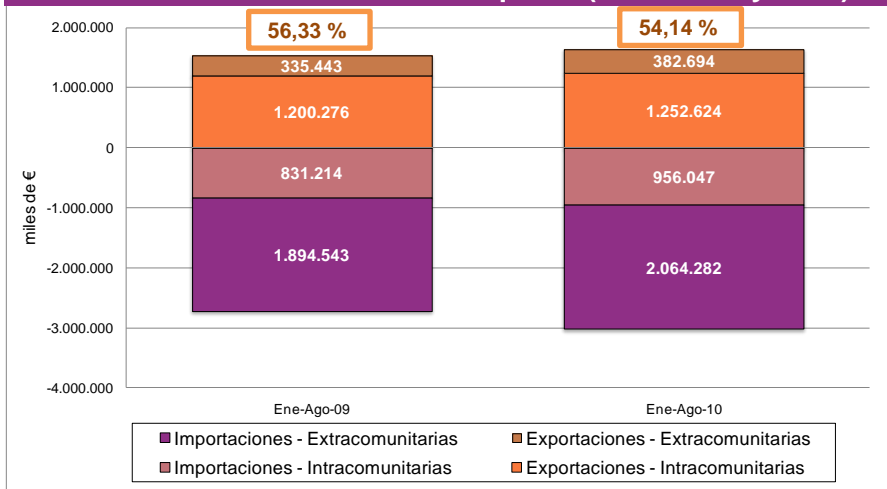
#### Análisis internacional:

**EN EL SECTOR PESQUERO EL PESO DE LA BALANZA COMERCIAL EXTERIOR HA IMPACTADO NEGATIVAMENTE SOBRE LA TASA DE COBERTURA DEL SECTOR, A PESAR DE TENER UN BUEN NIVEL DE EXPORTACIONES INTRACOMUNITARIAS**

**Balanza comercial – Sector Alimentario No Transformado.  
(Años 2009 y 2010)**



**Balanza comercial – Sector Pesquero. (Años 2009 y 2010)**



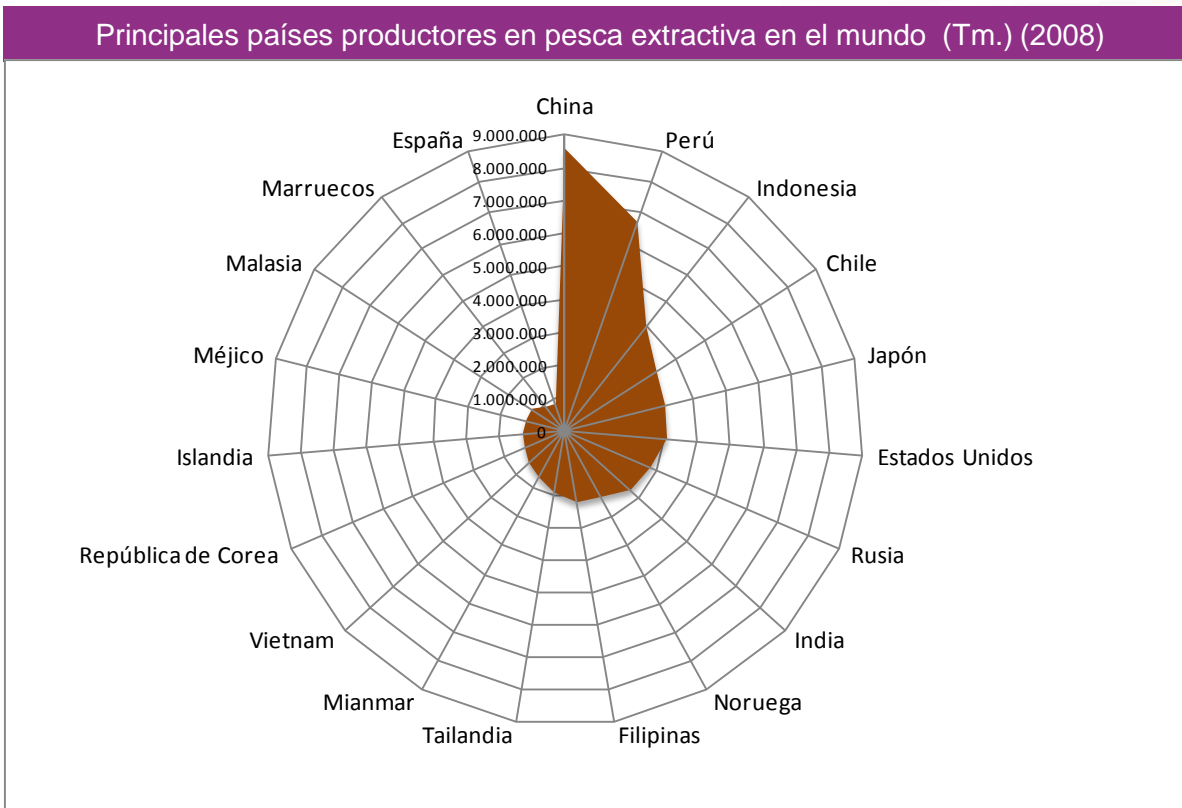
Fuente: Agencia Tributaria. Período de Enero-Agosto, años 2009 y 2010.

- La balanza comercial del sector alimentario no transformado ha mejorado desde enero hasta agosto de 2010, con respecto a este periodo del año anterior, aumentando la tasa de cobertura en 6 puntos porcentuales (en línea también con el sector alimentario transformado).
- Aunque las importaciones en el sector alimentario aumentaron algo más de 3 puntos porcentuales durante el periodo enero-agosto de 2010 respecto al año anterior, las exportaciones aumentaron cerca de un 9%, lo que explica la mejora de la balanza comercial en el sector alimentario.
- En 2010, el resultado de la balanza comercial extracomunitaria ascendió a 1.680 mill. de €. Sin embargo, la balanza comercial global en el sector pesquero es negativa.
- La balanza comercial intracomunitaria en el sector pesquero es positiva para España, con una tasa de crecimiento del 130% aunque no alcanzaba los resultados de 2009.



Análisis internacional (Cont.):

**CHINA ES EL PRINCIPAL PAÍS PRODUCTOR DE ESPECIES DE ORIGEN EXTRACTIVO, SITUÁNDOSE MUY POR DELANTE EN VOLUMEN DE CAPTURAS CON RESPECTO AL RESTO DE PAÍSES**



- **China**, en el año 2008, se presenta como el mayor productor **de pesca de origen extractivo**, seguida de Perú e Indonesia.
- **España se emplaza en el puesto 19 en el ranking mundial de productores**, alcanzando aproximadamente en 2008 **843.000 toneladas, según datos de la FAO.**

Fuente: FAO . Año 2008.

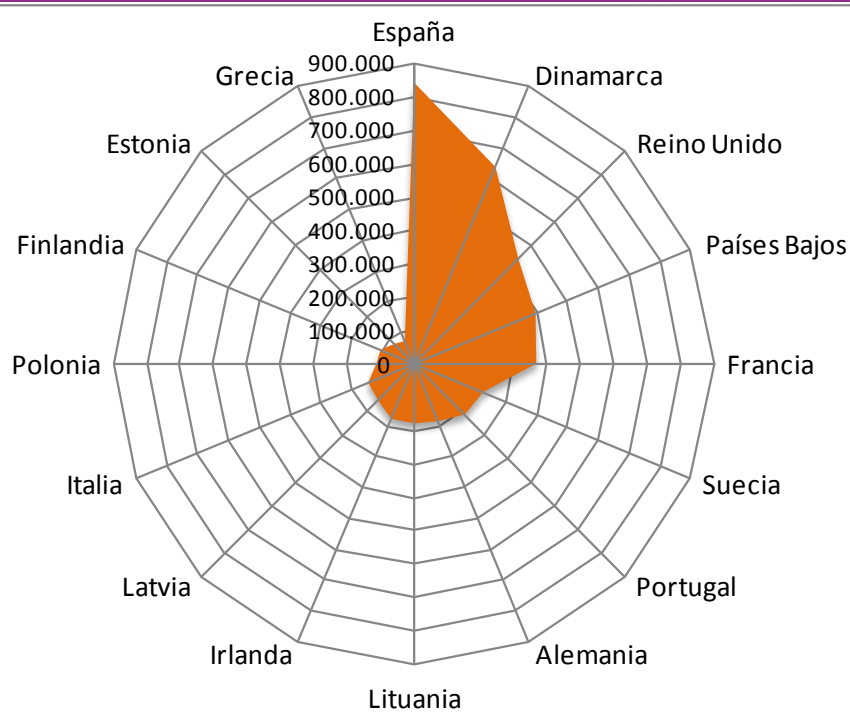
## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis internacional (cont.):

## ESPAÑA ES LA PRIMERA POTENCIA PRODUCTORA DE PESCA EXTRACTIVA EN LA UNIÓN EUROPEA, CON UN 19% DEL TOTAL DE LA PRODUCCIÓN

Principales países productores de pesca extractiva de la Unión Europea (Tm.) (2008)



Fuente: FAO. Año 2008.

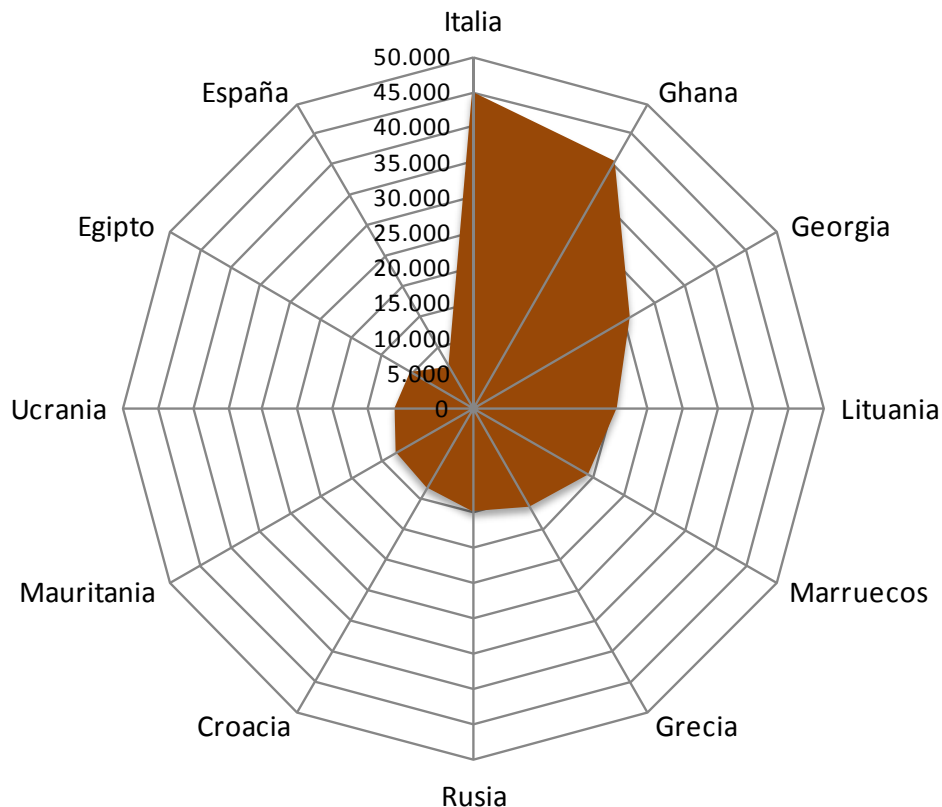
- En 2008 España se sitúa en el primer puesto en el ranking de países productores de pesca extractiva en la Unión Europea, con una producción que representaba el 19% del total de la región.
- En segundo lugar se posiciona Dinamarca, con un 15% del total en 2008, seguido de Reino Unido, Países Bajos y Francia.

## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis internacional (cont.):

Principales países productores de boquerón en el Mundo (Tm.) (2008)



**Turquía**, con un volumen de capturas de más de 251.000 Toneladas, ha sido omitido del gráfico para evitar la distorsión que producía.

Fuente: FAO. Año 2008.

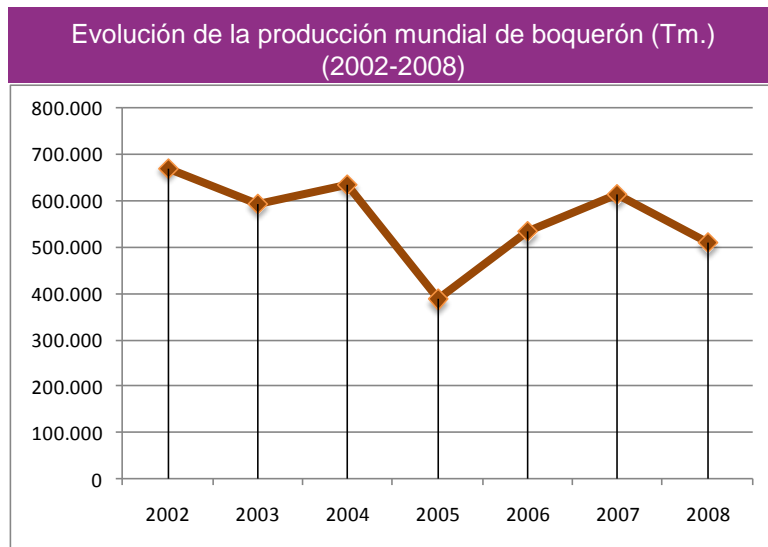
- El principal país productor de boquerón fresco a nivel mundial según los datos de FAO en 2008 es Turquía, con más de 250.000 toneladas. A bastante distancia se encuentran, por este orden, Italia, Ghana, Georgia, Lituania y Marruecos.
- España no es un gran productor. La mayor parte del boquerón fresco consumido dentro de sus fronteras es importado.



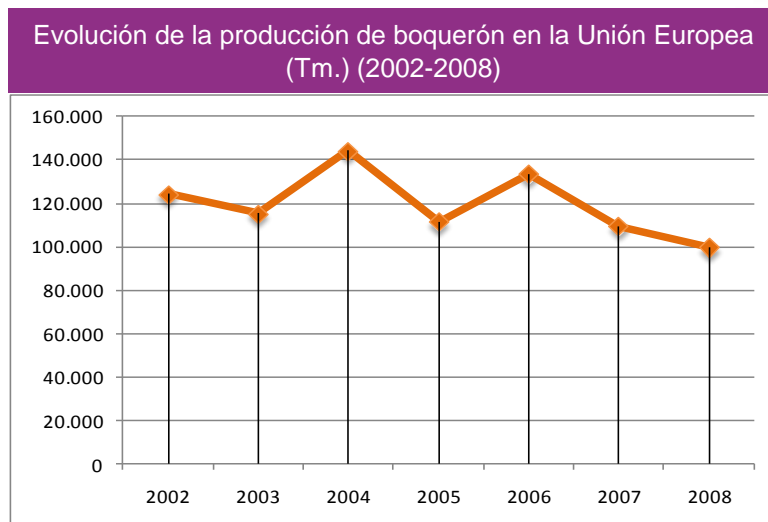
## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis internacional (cont.):



- La **producción mundial de boquerón sufrió un fuerte descenso del año 2004 al 2005**. Ello dio lugar a la denominada “crisis del boquerón”, que supuso un cierto desabastecimiento en los mercados y que se percibió especialmente a partir de 2006 y se extendió en España hasta 2008.



- La **producción de boquerón en la Unión Europea es estable dentro de unos límites**, ya que se sitúa alrededor de las 120.000 toneladas, con apenas una variación de hasta un 20% sobre este valor.
- Siguiendo una tendencia a la baja que se produce desde 2006, en 2008 se produce el menor número de capturas de esta especie en la UE.

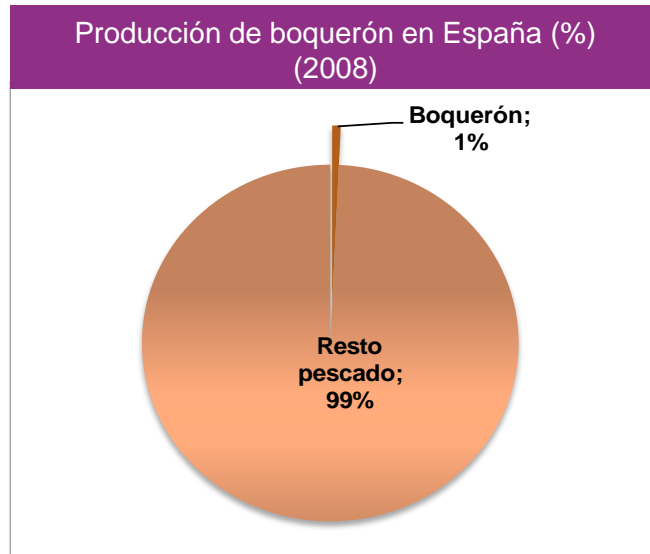
Fuente: FAO . Años 2002-2008.

## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis nacional:

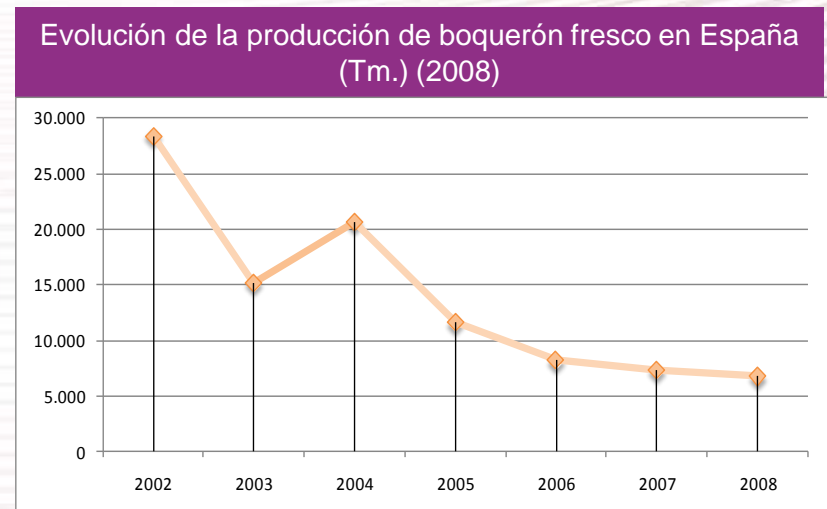
**EN 2005 LA PRODUCCIÓN DE BOQUERÓN DISMINUYÓ SIGNIFICATIVAMENTE, DEBIDO A LA VEDA IMPUESTA EN EL CALADERO CANTÁBRICO QUE PROHIBÍA LA PESCA DE ESTA ESPECIE**



Fuente: FAO. Año 2008.

- En el gráfico se aprecia claramente la “crisis del boquerón” de 2005 a 2008, ya que durante estos años no se capturaba apenas boquerón; en comparación, por ejemplo, con el año 2002.

- De entre las especies que produjo España en 2008, cabe destacar el boquerón, que supone el 1% de la producción total española.
- Las especies más capturadas en España son el atún de altura y el rabil, ambos pertenecientes al género de los túnidos.



Fuente: FAO. Año 2008.

## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis nacional (cont.):



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

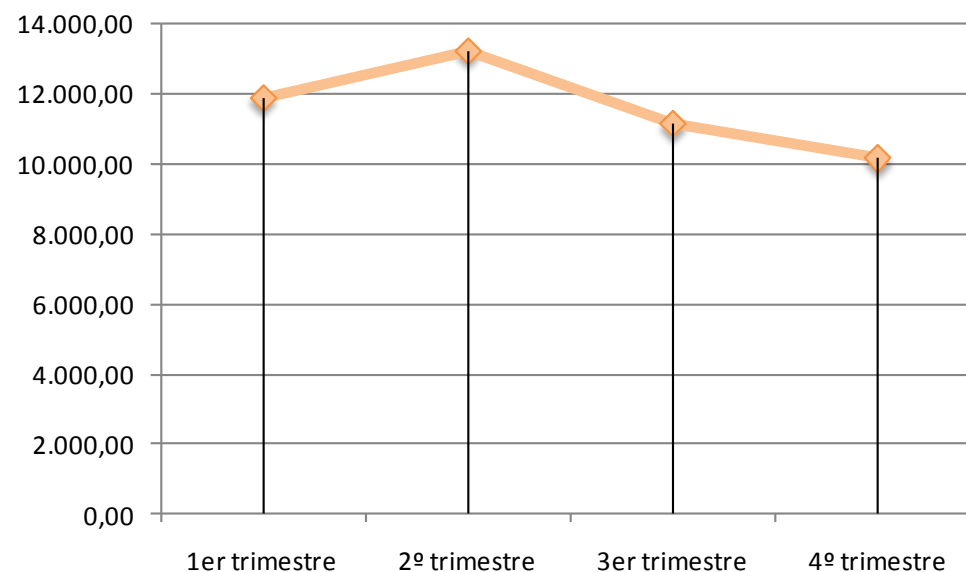
Distribución del consumo de boquerón fresco por CCAA (%) (2009)



Fuente: MARM. Año 2009.

- **Andalucía** es la **Comunidad Autónoma donde más se consume boquerón fresco**. Le siguen, aunque con porcentajes mucho menores, Madrid y Cataluña, con un 17 y un 14% respectivamente.

Compras de boquerón fresco en hogares por trimestres (Tm.) (2009)



Fuente: MARM. Año 2009.

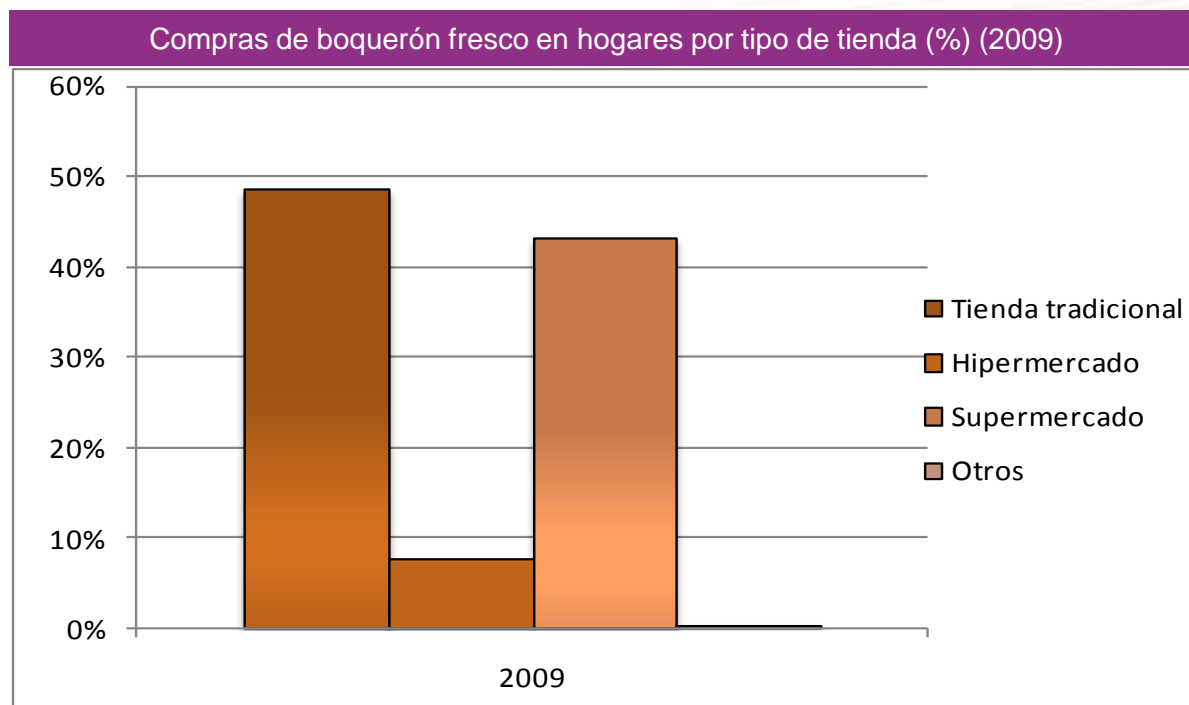
- Se trata de una especie adquirida con uniformidad durante todo el año, aunque se podría reseñar un **ligero aumento en las compras en el segundo trimestre de 2009**.



## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.3.- Características y tendencias del sector

#### Análisis nacional (cont.):



Fuente: MARM. Año 2009.

- Si sumamos las cuotas de venta de los hipermercados (8%) y supermercados (43%), **la cadena de distribución se posicionaría en 2009 como la predominante a la hora de vender boquerón fresco al consumidor final.**
- La **tienda tradicional**, aun así, **posee una cuota de ventas importante**, en torno al 49% en 2009.
- En los últimos 4 años **ha disminuido la cuota de mercado de la tienda tradicional**, aumentando la cuota de la gran distribución y se ha mantenido la del resto de las tiendas.



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

### Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de los costes por etapas

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor

**LA CADENA DE VALOR DEL BOQUERÓN FRESCO SE ESTRUCTURA EN TRES FASES QUE INCLUYEN VARIAS ETAPAS, EN LAS QUE PARTICIPAN UN NÚMERO VARIABLE DE AGENTES**



**En el sector conviven diversos tipos de cadena, a lo que se debe añadir la existencia de una significativa cuota de importación de boquerón fresco. La integración en este sector es muy baja, con una gran variedad de agentes y relaciones entre ellos.**



## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



- Los barcos de pesca faenan en distintos **caladeros para la captura de boquerón fresco**, siendo éstos principalmente el Mediterráneo y Atlántico.
- Las artes de pesca más empleadas son el cerco o traíña y en menor medida el arrastre.
- La captura se realiza en caladero nacional y se trata de pesca de bajura.
- El boquerón es una especie pelágica que se agrupa formando cardúmenes y es atraída por la luz, de ahí que su pesca con la modalidad de cerco con jareta con el empleo de luz se realice en el periodo nocturno.
- Todo el pescado capturado debe pasar por lonja para su pesado y control. Asimismo, el pescado se vende normalmente en lonja en subasta a la holandesa (a la baja), donde **los subastadores fijan el precio de partida en función de la información disponible de otras lonjas de referencia** (por cercanía, relevancia respecto a la especie correspondiente, etc.). En el caso de que el precio alcanzado en subasta sea inferior al mínimo considerado por el armador, éste puede detener la subasta y retirar el lote.

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



- Las **lonjas pueden ser gestionadas por cofradías** (90% del total), **autoridades portuarias y vendedurías**. En el caso de las cofradías, éstas suelen ocuparse de gestionar las cuentas de explotación de los pescadores asociados; además, actúan como garante del cobro de sus asociados, asumiendo el riesgo de impago inherente a la venta.
- Las empresas armadoras de mayor envergadura suelen estar asociadas a organizaciones de productores.
- Actualmente, **la mayor parte de la pesca de los armadores pasa por los mayoristas en origen**, aunque en ocasiones se realiza venta directa a pescadería o a cadenas de distribución (a través de centrales de compra, las cuales están aumentando su presencia en las lonjas).
- **En los últimos años han aparecido otras vías de comercialización paralelas a la venta en lonja**, por ejemplo mediante acuerdos directamente entre armadores y mayoristas o cadenas de distribución, aunque por el momento se trata de canales minoritarios respecto a las cadenas tradicionales.

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



- En las lonjas se suelen encontrar **mayoristas en origen**, cuyos principales clientes son los mayoristas de mercados centrales, las centrales de compra de las cadenas de distribución y en ciertas ocasiones el canal HORECA.
- Aun siendo todavía un eslabón principal en cuanto a distribución de productos pesqueros, en la actualidad, los mayoristas en origen están viéndose **relegados en su función de intermediación por relaciones directas entre operadores extranjeros y los mayoristas en destino por un mayor peso de la importación de pescado.**
- En cuanto a la importación y exportación del producto, su participación e importancia sigue siendo elevada.

- Los **mayoristas en destino se preocupan de asentar en un mercado central (MERCA) el pescado proveniente de sus distintos proveedores en lonja.**
- No obstante, en algunos casos los mayoristas en destino o las centrales de compra asisten también a la subasta en lonja o llevan a cabo acuerdos directamente con los armadores.
- La **cuota de mercado del boquerón fresco y sardina fresca** en la red de mercados centrales **es de un 55 en 2006%, según datos de MERCASA, siendo mayoría absoluta entre ambas especies.**
- Aunque los **principales clientes suelen ser los detallistas**, también acuden las cadenas de distribución, cuya participación está aumentando como efecto de la reducción paulatina del número de pescaderías en los últimos años.
- También tienen como **clientes a los restauradores**, aunque su participación sobre las ventas totales suele ser minoritaria.



## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



ARMADORES

MAYORISTAS EN

MAYORISTAS EN

TIENDA TRADICIONAL

DISTRIBUCIÓN MODERNA

- Los detallistas suelen configurarse en empresas pequeñas de carácter familiar, lo que ha provocado en los últimos años una **tendencia a la reducción de puestos detallistas ante la falta de relevo generacional**, a lo que debe unirse la falta generalizada de profesionales preparados para el sector.
- Estas tiendas suelen **situarse a pie de calle o bien se concentran en mercados municipales**.
- El sector detallista tradicional **basa sus ventas fundamentalmente en los productos frescos**, efectuando las **compras de pescado bien a mayoristas en destino** (habitualmente situados en los mercados centrales) **o bien a mayoristas en origen o en lonja directamente en el caso de que estén próximos a puertos pesqueros**. En ocasiones obtienen el producto de varios de estos proveedores.
- Aunque no es lo habitual, **algunos puestos detallistas pertenecen a otros agentes de la cadena de valor, como cofradías de pescadores o a los propios mayoristas**, permitiendo por ejemplo dar salida al género que no se ha vendido a través de otras vías.

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



- La presencia de las cadenas de distribución en este sector ha aumentado recientemente con la **incorporación en las tiendas de puntos de venta asistida** y con la **inclusión de lineales de pescado embarquetado**.
- Las **cadenas de distribución suelen centralizar los procesos de aprovisionamiento de pescado fresco en centrales de compra**. Éstas suelen ser departamentos de la propia cadena de distribución cuya función se centra en la compra de pescado fresco en las cantidades, calidades y tamaños fijados por la política de empresa de la cadena, para lo cual **acostumbran a comprar a los mayoristas en origen de las lonjas correspondientes, aunque en ocasiones también externalizan este proceso en otras empresas**.
- El mayorista en origen transporta la mercancía hasta la plataforma de distribución, que desempeña un papel meramente logístico.
- Además de lo anterior, **las centrales de compra también acuden a los MERCAS** (mayoristas en destino) **para completar su aprovisionamiento** o asisten directamente a la compra en lonja, sin la intermediación de los mayoristas en origen. Asimismo, se han producido en los últimos años acuerdos directos entre centrales de compra y armadores.
- Los puntos de venta de las cadenas de distribución suelen contar con un pequeño almacén refrigerado donde se guarda el producto para facilitar posteriormente su reposición a lo largo del día.







### Descripción actividades fase de producción:

#### 1. **Captura de boquerón fresco:** principalmente se captura con cerco.

- **Cerco:**

- Es el arte de pesca del boquerón más comúnmente utilizado.
- Primeramente se localiza el cardumen y se determina su rumbo y velocidad.
- Posteriormente se cerca el cardumen soltando la red; puede utilizarse una lancha pequeña de gran motor o “panga” que ayuda a capturar el cardumen, haciendo un círculo alrededor de éste para luego cercarlo con la panga.
- Por último se cierra el fondo de la red capturando el cardumen. Las redes utilizadas pueden tener entre 250 y 1000 metros de longitud y unos 50 de ancho, con capacidad flotante.



### Descripción actividades fase de producción (Cont.):

#### 2. Primera selección y clasificado

- Selección en la mesa instalada en cubierta en función del tamaño y colocación en cajas.
- Introducción de las cajas en el parque de pesca mediante grúa.

#### 3. Lavado

- Actividad muy habitual para facilitar la conservación de la captura.

#### 4. Almacenamiento a bordo

- Adición de hielo y cubrimiento con film de plástico.
- Bajada de las cajas a la bodega con una grúa, evitando que se muevan.
- Almacenamiento de la captura en la bodega a una temperatura entre 0-1°C para contribuir a una óptima conservación.



### Descripción actividades fase de producción (Cont.):

#### 5. Descarga en puerto

- A través de la grúa del buque se procede a la descarga de las cajas situadas en la cámara.
- Normalmente la descarga se realiza por la propia tripulación del barco, aunque en puertos de gran envergadura la estiba es efectuada por una empresa especializada.
- Una vez en el muelle de descarga, el producto puede entrar en lonja o ser enviado por camión al puerto base (actividad que realizan en ocasiones empresas pesqueras con un cierto tamaño para favorecer la venta).





### Descripción de las actividades en la fase de comercialización mayorista (*mayorista en origen*):

#### 1. Compra de pescado en lonja

- Suele ser diaria, a veces en varios turnos (mañana y tarde, normalmente, dependiendo del tipo de flota que descargue e incluso noche).
- Es necesario presentar algún tipo de aval para poder realizar la compra en lonja, que vendrá determinado por las exigencias del organismo que gestione la lonja correspondiente. También se debe presentar nota de la autorización oficial de la Comunidad Autónoma necesaria para poder comercializar en esa lonja.
- Las cajas se pesan y clasifican. En la pantalla de la puja aparecerán tanto el barco que ha descargado el producto, el nombre de la especie subastada, los kilos que se van a subastar y el precio inicial de esa caja.
- El tipo de subasta es a la baja u holandesa, donde el mayorista u otro agente, presente en lonja, realiza la puja una vez el lote ha alcanzado el precio deseado.
- En ocasiones se puede producir una puja simultánea entre dos mayoristas; en ese caso, el lote vuelve a subastarse, esta vez a un precio de salida mayor que el inicial.



### Descripción de las actividades en la fase de comercialización mayorista (*mayorista en origen*) (Cont.):

#### 2. Transporte de pescado de lonja a departamentos

- Los lotes adquiridos se suelen transportar mediante palés al almacén del mayorista en origen.
- En ocasiones el mayorista no dispone de departamento en la lonja, por lo que realiza el transporte de la mercancía hasta sus instalaciones.
- Normalmente es el comprador el que se hace cargo del transporte hasta el cliente.

#### 3. Clasificación y selección del pescado

- El pescado dispuesto en cajas se clasifica por tamaño y calidades, influyendo ambos factores en el precio del producto.
- Se realiza además una limpieza del mismo para cumplir con las normas sanitarias.

#### 4. Preparación y empacado del pescado

- El empacado se realiza en envases de poliestireno.
- Se almacena en las cámaras frigoríficas del local.



### Descripción de las actividades en la fase de comercialización mayorista (*mayorista en origen*) (Cont.):

#### 5. Picking y flejado

- Para la preparación del pedido, se escoge el producto que estará clasificado en cajas mediante carretillas eléctricas o palés.
- Las cajas se agrupan y embalan mediante una flejadora automática o manual y se introducen en el camión para el envío a los clientes.

#### 6. Contacto con mayoristas en destino y centrales de compra

- El contacto con los mayoristas en destino es realizado vía telefónica y sin intermediarios.
- En el caso de contacto con centrales de compra, se establece un contrato de compra-venta periódica con unos rappels fijados.
- El cliente periódicamente realiza el pedido de un volumen determinado de producto fijándose un precio de venta.

#### 7. Transporte de lonja a mercado central o plataforma de distribución.

- El mayorista en origen se encarga del transporte hasta sus clientes, trasladando los lotes desde sus departamentos hasta el mercado central en el caso de que el cliente sea el mayorista en destino, o hasta la plataforma de distribución, cuando el cliente es la cadena de distribución.
- El traslado de la mercancía se efectúa mediante camiones frigoríficos isoterms para mantener la cadena de frío.



## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



#### **Descripción de las actividades en la fase de comercialización mayorista (*mayorista en destino*) (Cont.):**

**Las operaciones del mayorista en destino son en esencia muy similares a las del mayorista en origen. Así, éstos realizan las siguientes actividades:**

- Contacto con mayoristas en origen o importadores: de forma telefónica, diaria o semanal.
- Recepción del pescado en sus instalaciones del mercado central.
- Clasificación por calibre (normalmente: pequeño, medio y grande), frescura y calidad.
- Venta a minoristas y en ocasiones a centrales de compra de las cadenas de distribución y restauradores. En ocasiones, la venta a las centrales de compra se realiza por teléfono; en el resto de los casos es presencial.
- Empacado por cajas.
- Picking y flejado.

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



#### **Descripción de las actividades en la fase de venta en tienda (*configuración tradicional*):**

- El minorista se aprovisiona habitualmente del producto a través de los mayoristas en destino (situados normalmente en los distintos puestos del mercado central) y, en ocasiones, comprando a mayoristas en origen o directamente en lonja (configuración directa) cuando el detallista se encuentra cercano a un puerto pesquero.
- El transporte hasta la tienda o puesto en el mercado municipal, lo suele realizar el minorista por sus propios medios mediante vehículos isoterms para mantener la cadena del frío.
- Descarga de la mercancía, comprobación del producto y almacenamiento en cámaras frigoríficas.
- Control y gestión del almacén.
- Preparación y limpieza con agua.
- Posicionamiento, etiquetado y reposición del producto; adición de hielo en escamas para evitar degradación.
- Eviscerado, desescamado o fileteado (siempre en función de la demanda).
- Gestión de venta.
- Retirada de productos deteriorados y residuos.
- En ocasiones, preparación de pedidos y servicio a domicilio (p.ej.: clientes HORECA).



### Descripción de las actividades fase de venta en tienda (*configuración moderna*) (Cont.):

#### 1. Central de compra – plataforma de distribución:

- Contacto con mayoristas en origen / contacto con operadores externos en lonja.
- Recepción del pescado en la plataforma de distribución (a veces ya clasificado por tamaños y calidades).
- Realización de pruebas de calidad y trazabilidad del producto.
- Etiquetado.
- Gestión y preparación de pedidos para su envío a los puntos de venta de manera diaria en función de las previsiones de éstos.
- Picking por medio de palés y radiofrecuencia.
- Empacado por medio de flejadoras automáticas.
- Transporte y distribución a las tiendas de la cadena de distribución.



## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.1.- Estructura general y descripción de las cadenas de valor



### Descripción de la operativa en la fase de venta en tienda (configuración moderna) (cont.):

#### 2. Puntos de venta:

- Recepción y posicionamiento en lineal de las piezas embandejadas.
- Colocación de las piezas en el puesto de venta asistida.
- Preparación y limpieza.
- Eviscerado en el caso de que no se haya realizado previamente y por demanda del consumidor.
- Fileteado y troceado (dependiendo de la demanda).
- Mantenimiento de cada lineal.
- Reposición del producto y retirada de las piezas deterioradas.
- Control del producto en puesto de venta asistida y en lineal (ubicación, rotación, caducidades, etc.).

**EN EL SECTOR PESQUERO SE RECONOCEN COMO PRINCIPALES CONFIGURACIONES DE LA CADENA DE VALOR LA MODERNA (QUE FINALIZA EN LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN) Y LA TRADICIONAL (EN DETALLISTAS)**

#### Configuración tradicional:



#### Configuración moderna:



- Se han seleccionado dos configuraciones principales de la cadena de valor del boquerón:
  - **Configuración tradicional:** esta configuración ya no es la predominante. Cuenta como protagonistas con la figura del mayorista en origen en lonja y su posterior venta a los mercados centrales, concluyendo con la venta al consumidor final a través del detallista.
  - **Configuración moderna:** actualmente esta configuración es la predominante en la comercialización de boquerón fresca. En esta cadena la venta final es efectuada por la cadena de distribución (supermercados, hipermercados), aprovisionándose del producto a través de los mayoristas en origen.
- Existen otras configuraciones, como la **directa**, donde detallistas y otros agentes compran directamente en lonja sin intermediadores. No obstante, al ser un canal minoritario frente al resto, no se ha tenido en cuenta en el presente análisis.
- Debido a su reducida presencia sobre el total de ventas finales así como a una elevada diversidad de agentes y características que hace excesivamente complejo un análisis realista en el marco de este estudio, **se ha optado por excluir el canal HORECA dentro de la cadena de valor del boquerón.**

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.2.- Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

#### Configuración tradicional (cont.):

**LA CONFIGURACIÓN TRADICIONAL TIENE COMO AGENTE CARACTERIZADOR AL MAYORISTA EN DESTINO, QUE ACTÚA COMO NEXO ENTRE EL MAYORISTA EN ORIGEN Y EL DETALLISTA**



- La **configuración tradicional** ya no es el canal predominante en la venta del boquerón. En esta configuración se identifican tres eslabones principales: producción, comercialización y venta minorista. Antes la vía de comercialización más utilizada consistía en que el mayorista en origen realiza la compra en lonja, distribuyendo posteriormente a otros eslabones.
- En este orden de cosas, la cadena moderna ha ido ganando posiciones hasta tener una presencia de magnitud comparable a la tradicional.
- Como práctica habitual, el **armador** – cuyos barcos son los encargados de capturar el pescado – **canaliza la captura a través de la lonja, donde el mayorista en origen puja por los lotes deseados.**
- Esta cadena se distingue de las demás por la figura del mayorista en destino o asentador, cliente del mayorista en origen. Este se encarga de realizar la primera compra y posteriormente transportar el producto hasta el asentador, situado en los mercados centrales o MERCAS.
- El **contacto entre mayoristas suele ser de tipo telefónico y directo;** normalmente, en un primer momento, el mayorista en origen proporciona información sobre cantidades de venta y precios de ese día en la lonja y posteriormente el asentador decide el volumen y el precio de compra al que desea el producto.



## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.2.- Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

#### Configuración tradicional (cont.):



- Una vez realizada la compra, es habitual que **el mayorista se encargue de la clasificación del pescado**, así como del empaquetado y transporte de la mercancía hasta el asentador. El coste de estas actividades se traslada normalmente al precio de venta.
- **La mercancía recibida en el mercado central**, una vez realizado el control sanitario, **se clasifica por tamaño y calidades**, manipulándose en cajas y almacenando una parte del producto en cámaras de refrigeración. El resto se expone en el mostrador del asentador para su compra por parte de minoristas y restauradores.
- Los **minoristas** realizan la compra del pescado en los mercados centrales, en lonjas, en ambos y en mayoristas en destino no ubicados en merca cuando no existe el mercado central- **escogiendo el producto entre los distintos puestos** en función, fundamentalmente, de la frescura, calidad y tamaño; además, se encargan del transporte hasta la tienda en vehículos isotermo, para mantener la cadena de frío.
- Una vez descargada la mercancía y comprobado el producto, **el detallista coloca una parte del producto en el mostrador y el resto lo almacena en cámaras refrigeradas**. Debido al pequeño tamaño del boquerón, es habitual que se disponga entero en el mostrador, a diferencia de otro tipo de pescados mayores.
- En ciertas tiendas puede existir servicio a domicilio o al canal HORECA, para lo que es necesario preparar el pedido según las exigencias del cliente, aunque en tiendas minoristas se trata de un servicio poco habitual.

## 2.- CADENA DE VALOR

### 2.2.- Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

#### Configuración moderna (cont.):

**EN LA CONFIGURACIÓN MODERNA, LA PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN DE LA CADENA ADQUIERE EL PRODUCTO FRESCO DEL MAYORISTA EN ORIGEN**



- **En el canal de comercialización moderno la figura determinante es la cadena de distribución.**
- Las **centrales de compra de las cadenas de distribución** asiduamente trabajan con proveedores fijos con los que negocian los precios; enviándoles una previsión de compra, que posteriormente se convierte en el pedido definitivo. La preparación de los pedidos dependerá de las especificaciones de la central de compra. En todo caso, esto puede verse modificado por condicionantes externos, en particular por falta o exceso de capturas.
- Estas centrales **suelen trabajar con mayoristas en origen en las lonjas de interés**, aunque en ocasiones pueden disponer de presencia propia en las mismas o completar la compra a través de asentadores en mercados centrales.
- El **transporte desde origen hasta la plataforma de distribución normalmente corre a cargo de los proveedores** y es diaria, mientras que la distribución a las distintas tiendas de la cadena la realiza la propia plataforma de distribución.
- Una vez llegado el producto a la plataforma se realizan las comprobaciones de etiquetado y control sanitario; **en función de las especificaciones de los puntos de venta, se preparará el pedido de una forma u otra.**
- La demanda de pedidos por parte de las tiendas de la cadena es diaria en función del stock, realizándose la preparación de éstos al final del día y hasta la madrugada del día siguiente.
- Los operadores de las plataformas de distribución transportan los lotes flejados con film y en palés de plástico en camiones con cámara de frío. **A su llegada, la tienda comprueba nuevamente la calidad, etiquetado, peso, temperatura y código EAN** (sistema de códigos de barras) del producto.
- Una vez efectuadas las comprobaciones, **se procede a la limpieza y disposición en los lineales de venta; el resto de la mercancía se almacena en las cámaras de refrigeración.**

## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

### Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de los costes por etapas



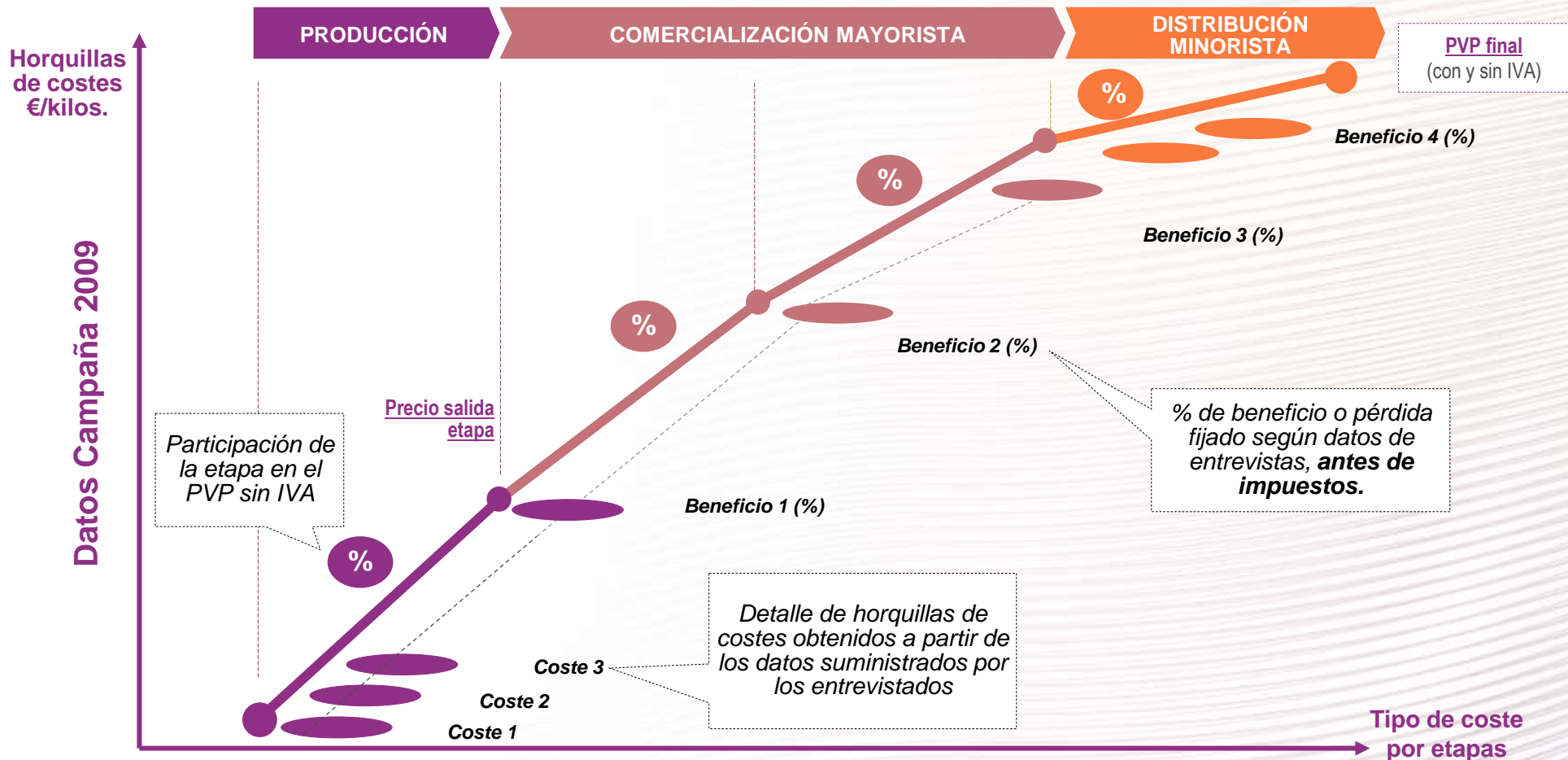
### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios



Los precios y costes de cada configuración de la cadena de valor recogidos estarán referidos a la campaña de 2009, desde el 1 de enero de 2009 hasta el 31 de diciembre de 2009

**EL PRECIO AL CONSUMIDOR ES EL RESULTADO DE LA CONFRONTACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA Y ES EL FACTOR DETERMINANTE DE LA EXISTENCIA DE PÉRDIDAS O BENEFICIOS EN LAS EMPRESAS DE LAS DISTINTAS FASES DE LA CADENA**



**El proceso de formación de precios se representa gráficamente, detallando las horquillas de costes y beneficios netos obtenidos a partir de los datos suministrados por el sector**

### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios

#### Aclaraciones análisis:

- Es importante destacar que **los análisis se han hecho por producto**. Así, los datos indicados (estructura de costes, márgenes de beneficio, precios) se refieren únicamente a la caracterización del boquerón (*Engraulis encrasicolus*), descargado en lonja nacional y entera.
- En este sentido, por ejemplo, **debe tenerse en cuenta que el margen de beneficio o pérdida indicado para cada agente corresponde únicamente al valor relativo a esta especie, no representa el margen global de la empresa**. El margen de la empresa vendrá configurado por la cartera de productos del agente correspondiente, dependiendo pues del margen en cada producto y de su peso relativo sobre la venta total del agente.

*Por ejemplo: el margen bruto habitual en mayoristas en destino para el conjunto de su actividad ronda el 4%-5% según la información contrastada con el sector.*

- **El margen de beneficios o pérdida indicado es antes de impuestos y está calculado sobre el precio de salida del producto del agente correspondiente.**

*Por ejemplo: el margen de beneficios del mayorista en destino en el boquerón es de media un 10,2% sobre el precio de salida del producto en este agente, el cuál se sitúa en el rango de 2,300 – 4,260 €/Kg. (precio medio de venta de mayorista en destino: 3,166 €/Kg).*



### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

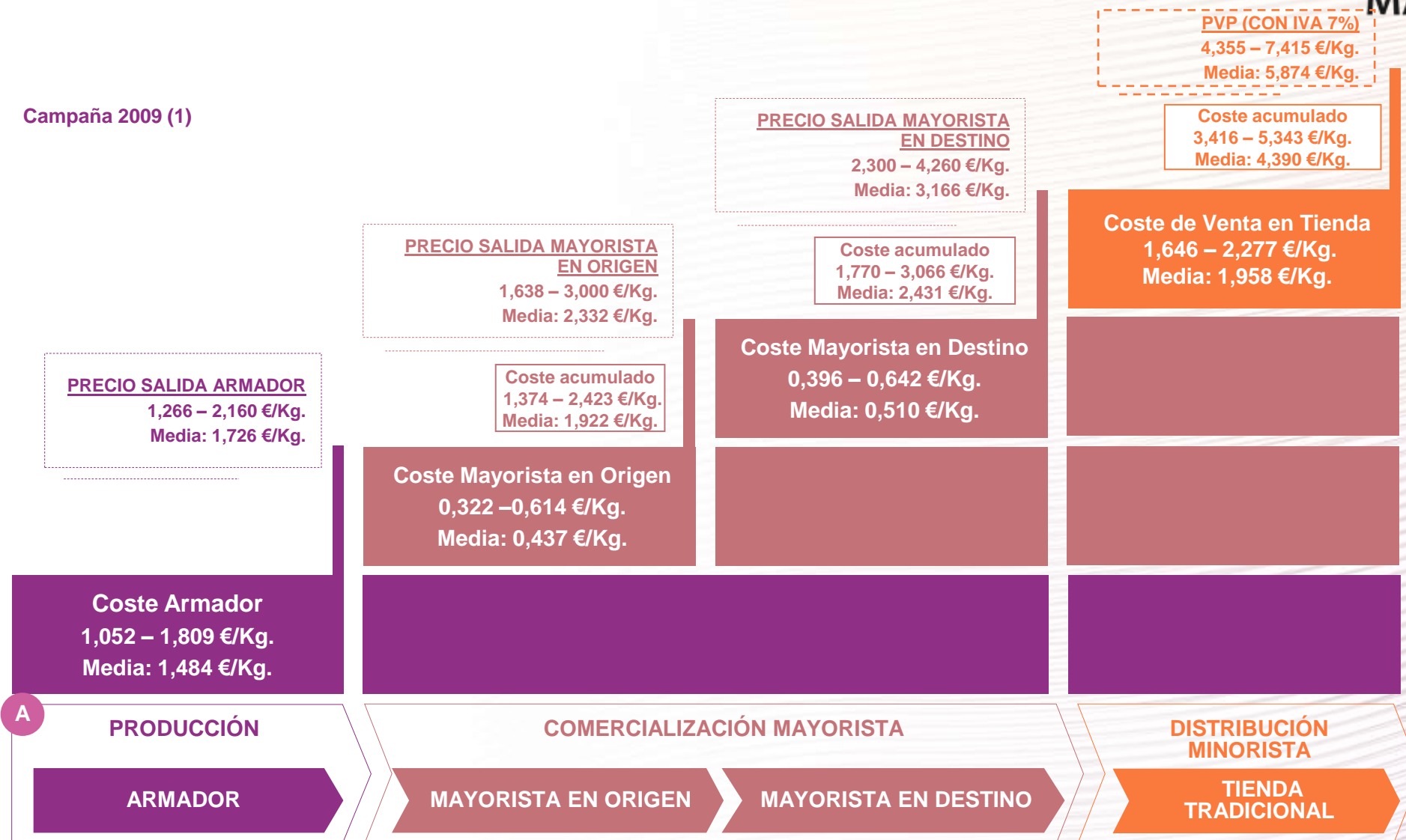
#### 3.1.- Esquemas de la estructura de costes y precios



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

#### CONFIGURACIÓN TRADICIONAL

Campaña 2009 (1)



(1) La campaña comprende los meses de enero a diciembre de 2009

### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios



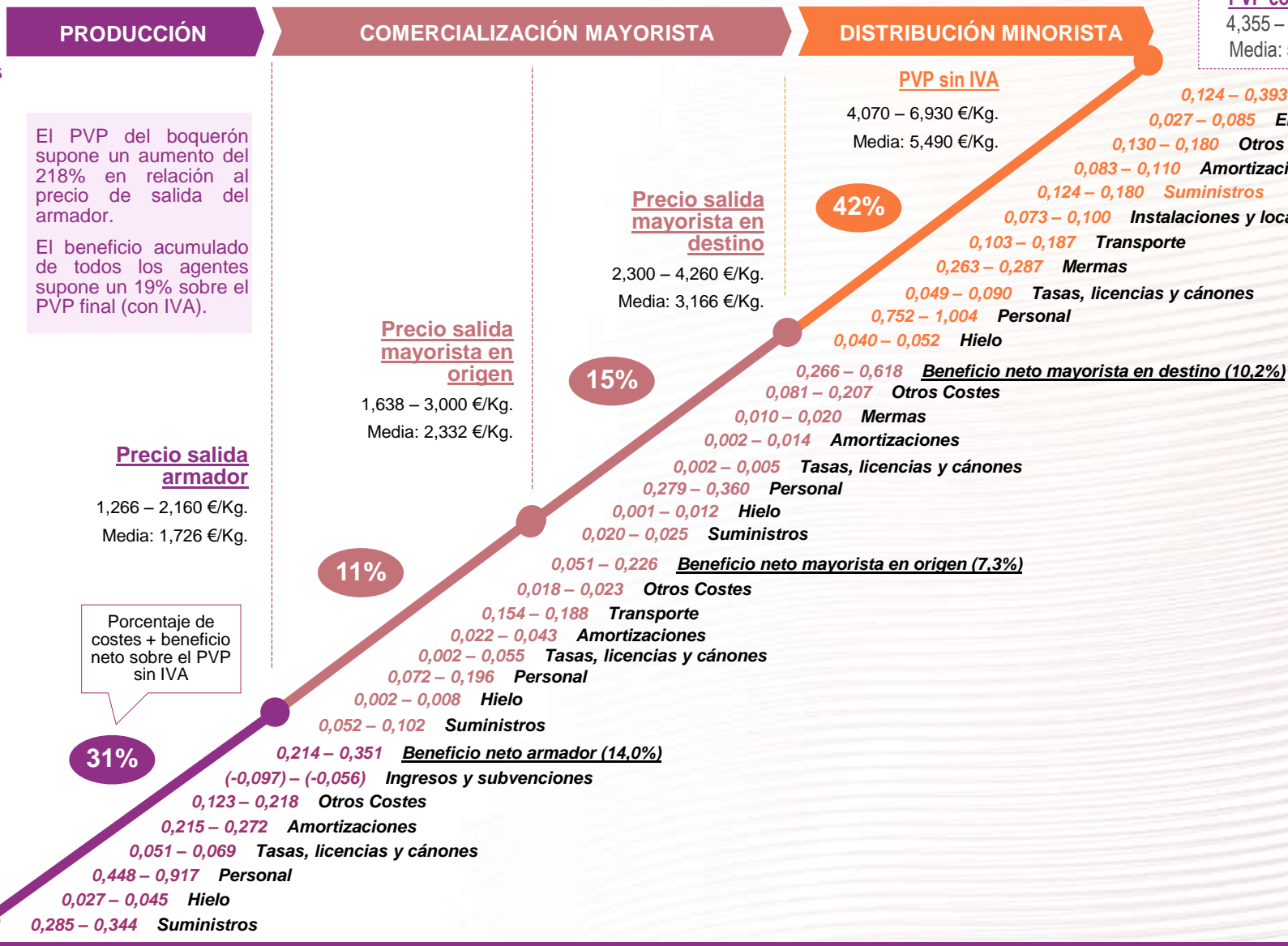
Observatorio de Precios de los Alimentos **MARM**

#### CONFIGURACIÓN TRADICIONAL

**PVP con IVA (7%)**  
4,355 – 7,415 €/Kg.  
Media: 5,874 €/Kg.

Horquillas de costes €/kilos

Datos Campaña 2009



**Nota:** La metodología del estudio no contempla la inclusión de las ayudas de la PPC desacopladas de la producción pesquera, ni de otras ayudas o subvenciones no ligadas a la producción, percibidas por los agentes del resto de etapas de la cadena. El objetivo del estudio es analizar la formación del precio del producto, para detectar posibles ineficiencias en la cadena de valor, sin entrar en el análisis de las rentas percibidas por los agentes intervinientes en la misma.

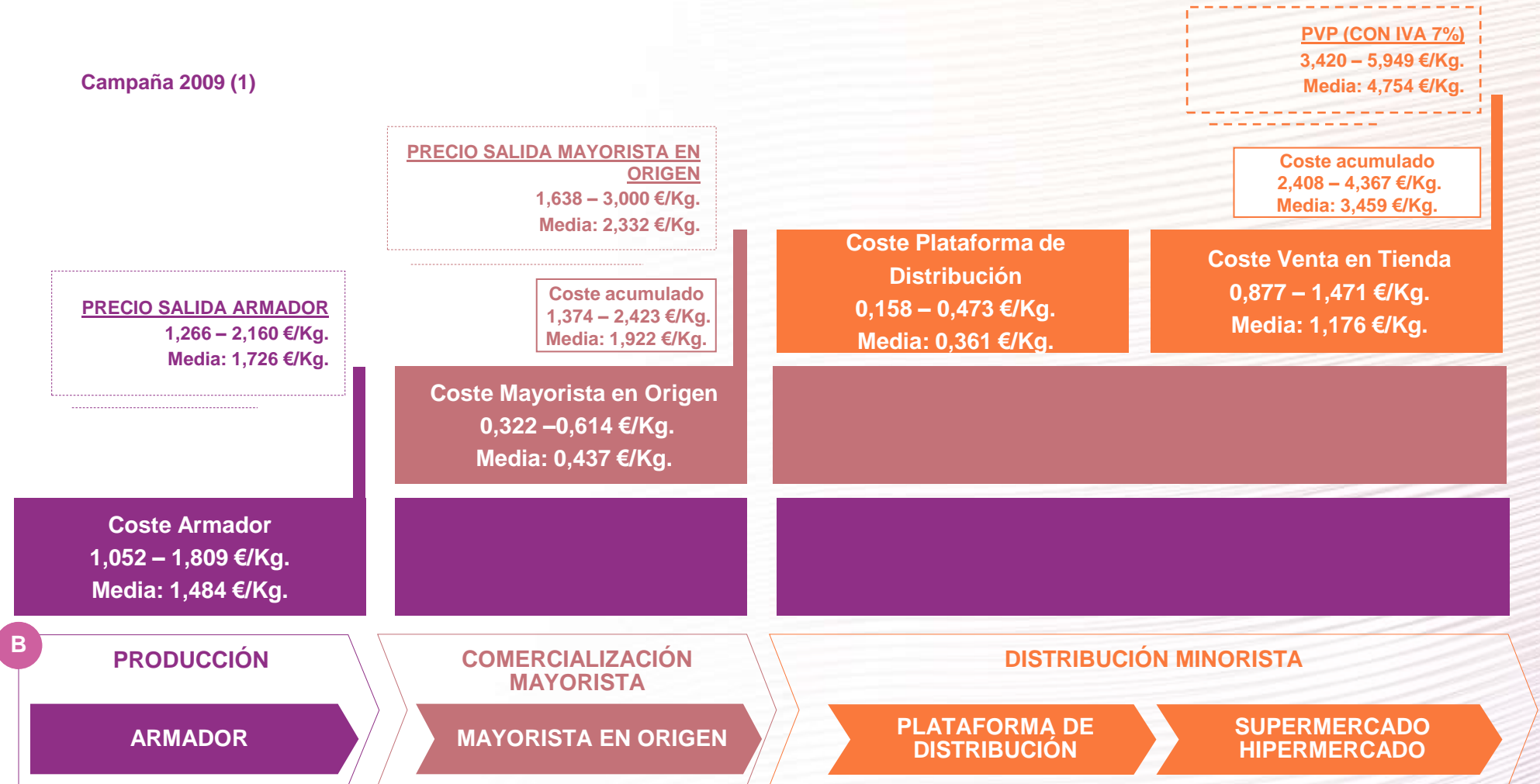
Tipo de coste por etapas

### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.1.- Esquemas de la estructura de costes y precios

#### CONFIGURACIÓN MODERNA

Campaña 2009 (1)



(1) La campaña comprende los meses de enero a diciembre de 2009



### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.1.- Esquemas de la estructura de costes y precios

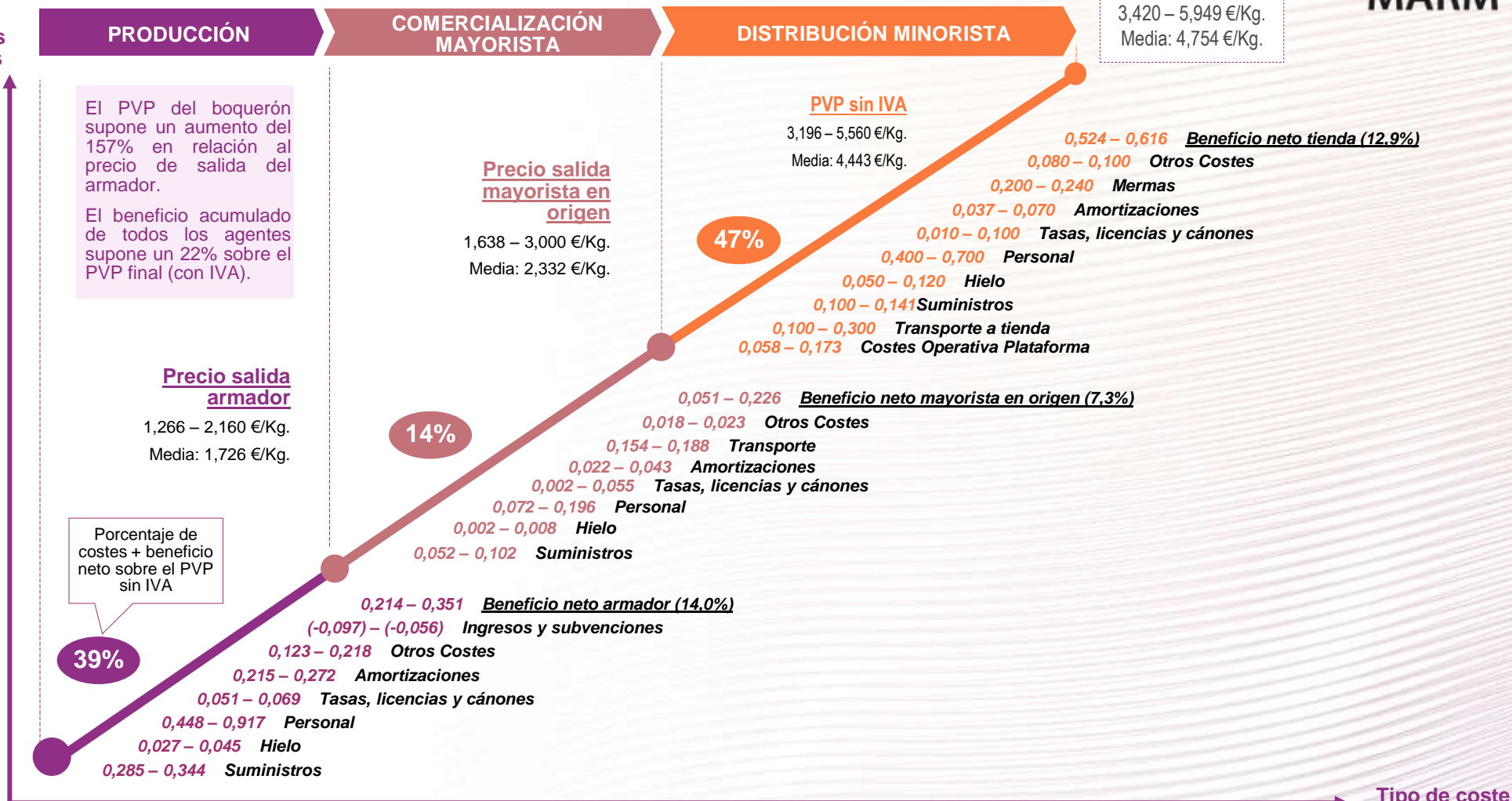


Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

Horquillas de costes  
€/kg.

Datos Campaña 2009

#### CONFIGURACIÓN MODERNA



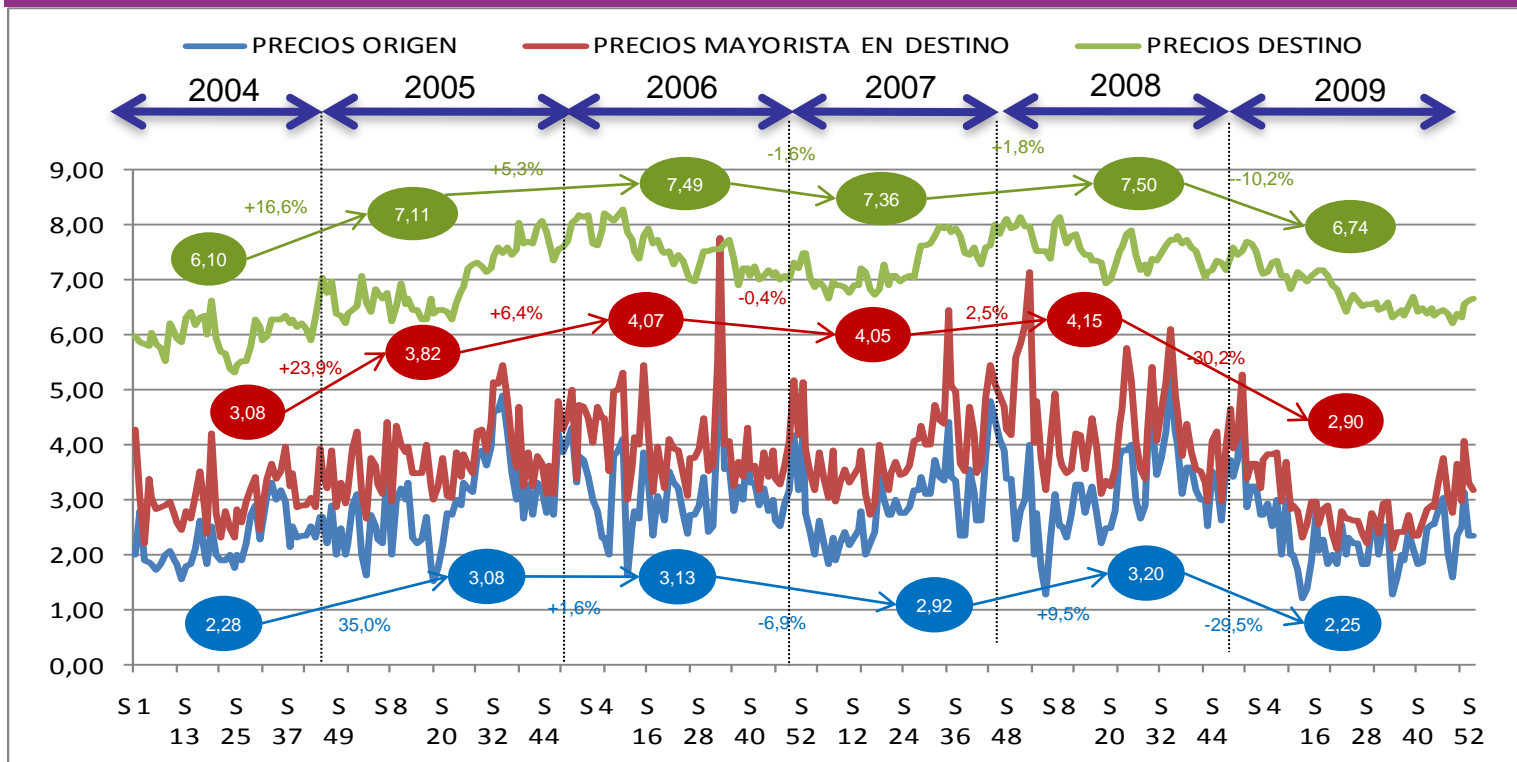
**Nota:** La metodología del estudio no contempla la inclusión de las ayudas de la PPC desacopladas de la producción pesquera, ni de otras ayudas o subvenciones no ligadas a la producción, percibidas por los agentes del resto de etapas de la cadena. El objetivo del estudio es analizar la formación del precio del producto, para detectar posibles ineficiencias en la cadena de valor, sin entrar en el análisis de las rentas percibidas por los agentes intervinientes en la misma.

### 3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

#### 3.2.- Análisis de la estructura de costes y precios

**LA EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS EN ORIGEN Y MAYORISTA EN DESTINO ES MUY SIMILAR, MIENTRAS QUE EN VENTA FINAL, SI BIEN SE SIGUE LA TENDENCIA GENERAL, LA VARIACIÓN ES MUCHO MENOR**

EVOLUCIÓN ANUAL DEL PRECIO DEL BOQUERÓN FRESCO



Precios medios	
2004-2009	2009
7,05	6,74
2004-2009	2009
3,68	2,90
2004-2009	2009
2,81	2,25

- El precio del boquerón fresco en la venta final alcanza su máximo valor durante las primeras semanas de 2006, justo el primer año que empezó a notarse que no se capturaba.
- Tal y como se puede comprobar en la gráfica, el precio en mayoristas en destino se mueve habitualmente en unos márgenes en torno al 15-25% superior al precio en origen.
- A diferencia de algunas especies de pescado, en el periodo navideño no se incrementa especialmente el precio de esta especie.

**EN EL AÑO 2009 SE PRODUJO UN NOTABLE DESCENSO DEL PRECIO DE VENTA DEBIDO A MÚLTIPLES FACTORES (CRISIS ECONÓMICA, INTRODUCCIÓN DE NUEVAS ESPECIES DE PESCADO BLANCO EN EL MERCADO NACIONAL, AUMENTO DE LA ACTIVIDAD EXTRACTIVA, ETC.).**

- **La variación de los precios en los eslabones de origen y mercados centrales son similares** porcentualmente respecto al valor medio, con una notable diferencia entre los valores extremos. En este sentido, se puede observar una elevada correlación en la evolución de ambas gráficas, como resultado de una política de precios en los mercados centrales basada usualmente en la aplicación de un determinado margen sobre el precio de compra, lo que traslada la evolución de los precios en origen al resto de eslabones de la cadena (a excepción de la venta final).
- **La variación de los precios en origen está fuertemente sujeta a las condiciones de oferta y demanda bajo parámetros tales como calidad de la pesca, cantidad de la misma, temporalidad, etc.,** los cuales influyen de forma decisiva en la evolución a corto plazo del precio, produciendo variaciones muy pronunciadas.
- En **la venta final**, la variación del precio se mantiene típicamente en unos márgenes inferiores al 16% respecto del valor medio del precio, dando lugar a una **mayor estabilidad del precio al consumidor con respecto a la estabilidad con la que cuentan el resto de eslabones.**
- Así las cosas, **las variaciones de precio que se producen en los eslabones anteriores de la cadena no se trasladan del mismo modo en el precio final**, con una variación en los precios menos pronunciada.



## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

### Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de los costes por etapas

## PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS AL SECTOR

- **El consumo del boquerón no tiene una marcada estacionalidad, consumiéndose durante todo el año. Su consumo se concentra en Andalucía, con cerca del 40% del total.**
- **Las capturas nacionales de boquerón se han visto drásticamente reducidas entre los años 2002 y 2008,** reduciéndose a una quinta parte de la producción original, lo cuál indujo también a la puesta en marcha de vedas en la captura.
- **Los agentes que participan en la cadena de valor presentan una serie de características que reflejan las particularidades del sector y concretamente de la pesca extractiva.**
- **Los mayoristas en origen actúan como los primeros intermediadores de la cadena gracias a su presencia en lonja y conocimiento del producto,** importante debido a las particularidades de este tipo de producto y al hecho de que la primera comercialización se realice mediante subasta en lonja. Así pues, el resto de agentes de la cadena suele apoyarse en estos agentes para poder abastecerse de múltiples puertos sin tener que asumir los costes que supondría una presencia generalizada en las lonjas españolas.
- **Las cadenas de distribución han asumido un papel protagonista en los últimos años en el sector,** consolidando su posición y superando incluso de forma generalizada a los detallistas en cuota de mercado.
- Asimismo, los detallistas también han visto disminuida su presencia por su **carácter habitualmente de negocio familiar y a la falta de relevo generacional asociada en los últimos años.**
- **La reducción de la cuota de mercado de detallistas ha supuesto al mismo tiempo la disminución del canal de comercialización habitual para los mayoristas en destino, reduciendo así clientes y ventas, a lo que se ha unido una mayor presencia directa o indirectamente de las cadenas de distribución en la compra en lonja.**

## PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A LA FORMACIÓN DE PRECIOS Y COSTES

- **Los armadores suponen entre un 34% y un 43% de la estructura de costes total**, según se analice la configuración tradicional o la moderna de la cadena de valor en base a datos de 2009. **En este agente el principal coste es el de “personal”, que alcanza el 50% de los costes totales.** En este caso, los costes de “suministros y material” se sitúan entorno a un 20%.
- **Los costes de los mayoristas en origen totalizan entre un 10% y un 13% del total de costes del sector.** En este agente, el coste de “transporte” es el más relevante, con más del 37% del coste total, mientras que el de “personal” se queda cerca del 30%.
- **Los mayoristas en destino suponen cerca del 12% de los costes totales de la cadena tradicional**, con un coste de “personal” que supera ligeramente el 60% de los costes del agente.
- **Los costes de cadena de distribución y detallistas son aproximadamente el 45% de los costes de las configuraciones correspondientes (moderna y tradicional) de la cadena de valor.**
- **En ambos casos el mayor coste corresponde a “personal”, aunque en diferente proporción (45% para detallistas, 38% para cadenas de distribución).**
- **En la cadena de distribución, destacar que los costes relacionados con la operativa de la plataforma de distribución y el transporte a los puntos de venta totalizan el 24% de sus costes.**



## PRINCIPALES CONCLUSIONES RELATIVAS A LA FORMACIÓN DE PRECIOS Y COSTES (CONT.)

- Los productos provenientes de la pesca extractiva suelen presentar una marcada variabilidad en precio en los primeros eslabones de la cadena y **el caso del boquerón no es una excepción. Cuenta con precios en origen y en mercados centrales capaces de variar entre un 50% y un 100% en apenas algunas semanas.**
- A pesar de que, debido a esta elevada variabilidad de los precios es difícil determinar y analizar una tendencia al respecto, **sí puede constatarse que en 2009 se mantuvieron en origen unos precios más bajos de lo habitual en todos los eslabones de la cadena, en contraposición a un 2008 en el que el boquerón tuvo los precios más altos de los últimos años.**
- De forma similar a otros productos provenientes de la pesca extractiva, **la variabilidad de precios identificados en los primeros eslabones de la cadena no se traslada de igual modo a la venta final al consumidor**, donde se mantiene una mayor estabilidad de los precios.
- No obstante, **esta estabilidad de los precios al consumidor impacta sobre una elevada variación de los márgenes de beneficio en la venta final, a lo que se le debe añadir el riesgo de comercialización que afrontan estos agentes** en el caso de que su oferta no se adapte a las variaciones de la demanda.
- Por último, se debe destacar la **existencia del producto embandejado** que frecuentemente coexiste con el producto fresco y entero en el punto de venta de las cadenas de distribución; este producto **acostumbra a presentar un mayor precio** que el producto fresco, debido a la **transformación a la que está sometido para facilitar su consumo al cliente** y que conlleva normalmente una merma respecto del producto original.

## 1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Metodología de trabajo
- 1.3. Características y tendencias del sector

## 2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

## 3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

## 4. Conclusiones del estudio

### Anexos

- I. Metodología
- II. Fuentes secundarias
- III. Descripción de los costes por etapas

## Hipótesis de cálculo:

### Mermas

- El concepto de mermas utilizado en el estudio, se refiere a las pérdidas generadas por los **productos no vendidos** por motivo de caducidad, mal estado, calidad-frescura, etc.
- Además se tiene en cuenta la diferencia de peso entre el producto comprado y el vendido, producido por cuestiones como el **proceso de progresivo secado del pescado fresco**, con cierta relevancia en el caso de la venta final, al estar el pescado expuesto.
- El cálculo de las mermas se ha realizado **a partir de la información facilitada por los distintos agentes** y su coste se ha incluido como un gasto más del establecimiento que soporta las mismas, **en el caso de que ese eslabón lo haya cuantificado**.

### Precios de salida de las etapas

- **La horquilla de precios de entrada y salida de cada etapa se ha obtenido a través de la información facilitada en las encuestas a los agentes de los distintos eslabones implicados.** Tal y como se ha indicado, esta información ha sido además contrastada con diversas fuentes secundarias (MARM, MITYC, información de las Consejerías de Pesca de las CC.AA., etc.).
- A la hora de identificar los precios correspondientes **se ha tenido especial cuidado en diferenciar claramente el producto sujeto a análisis, boquerón fresco, respecto de otros productos.**
- Asimismo, se ha procurado **diferenciar en cada uno de los agentes las particularidades referentes al boquerón.**



## Hipótesis de cálculo:

### Beneficio neto

- El **beneficio neto ha sido obtenido** únicamente a través de la **información facilitada durante las entrevistas a los agentes**.
- En el caso de los **armadores, el beneficio neto se ha calculado restando al precio de salida los costes derivados de la captura del boquerón**.
- En el caso del resto de eslabones, **el beneficio se ha obtenido tras restar al precio de salida tanto el coste de adquisición del producto como los costes generados** para la comercialización del mismo.
- **El beneficio neto** obtenido es **antes de impuestos**.

### Precio final del producto

- El precio final del producto para las tres configuraciones se refiere al **precio medio del boquerón**. Para ello, se ha partido del precio por kilogramo y se ha calculado la **media ponderada**.

## 2.- Fuentes secundarias

Ámbito	Fuente
Características del sector	FAO: "Producción pesquera mundial por países y especies, varios años"
Características del sector	MARM: "Guía de especies marinas desembarcadas en puertos españoles"
Características del sector	Junta de Andalucía (Consejería de Agricultura y Pesca): "Producción pesquera andaluza, 2008"
Características del sector	Consejerías de Agricultura, Ganadería y Pesca de las Comunidades Autónomas, varios años
Características del sector	MARM: "Panel de Consumo Alimentario"
Características del sector	MITYC: "Importaciones y Exportaciones de varias especies"
Características del sector	ANMAPE: "Memoria Anual 2009"
Características del sector	MERCASA: "Guía práctica de pescados y mariscos"
Características del sector	FROM: "Manual práctico sobre pescados y mariscos frescos"
Características del sector	MARM: "El mercado de la anchoa, 2006"
Características del sector, costes y precios	FNCP: "Memorias anuales de distintas cofradías"
Características del sector, costes y precios	MARM: "Precios semanales origen-destino"
Características del sector, costes y precios	MERCASA: "Información sobre precios y mercados"
Características del sector, costes y precios	MERCABARNA: "Informe estadístico anual, varios años"
Descripción de la cadena de valor	MARM/ACES: Libro "Diseño de la cadena de valor del pescado fresco en España, 2008"
Costes y precios	MITYC: "PVP de productos de alimentación"
Costes y precios	MITYC: "Cotizaciones de mercados mayoristas"
Características del sector, costes y precios	MERCASA: "Producción, distribución y consumo, varios números"



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

## PRODUCCIÓN

- La estructura de costes empleada para el eslabón producción se explica a continuación:
  - **Suministros:** en este ámbito se han considerado todos los suministros y productos consumibles (material de oficina, cajas, utensilios para el desempeño de ciertas actividades, etc.) debe añadirse además el coste del combustible del barco. Asimismo, también se han considerado otros elementos relacionados directamente con su actividad como la carnaza (p.ej.: en el caso de pesca de caña o pincho) o los alimentos (cuando se realiza pesca de altura).
  - **Hielo:** debido a las características del producto, que necesita hielo en todos los agentes y en todas las fases por las que pasa, se ha considerado conveniente mantener por separado el coste de este suministro.
  - **Coste de personal:** se tienen en cuenta tanto el salario como los costes asociados a éste (incluyendo la seguridad social).
  - **Coste de tasas, licencias y cánones:** se ha incluido el pago de la pertenencia a cofradía, cuota de descarga en el puerto, uso de lonja, etc.
  - **Coste de amortizaciones:** en este coste se computa la amortización debida a la maquinaria, el barco o las instalaciones en propiedad de la empresa para el desarrollo de su trabajo.
  - **Otros costes:** en este concepto se incluyen, entre otros, gastos relativos a alquileres de instalaciones, reparaciones y conservación del barco o la maquinaria empleada, gastos financieros, seguros, publicidad, etc.
  - **Ingresos o subvenciones:** este concepto engloba el importe de las subvenciones o ayudas recibidas.



## MAYORISTA EN ORIGEN

- A continuación se detalla la estructura de costes utilizada en el caso de los mayoristas en origen:
  - **Suministros:** en este concepto se han considerado todos los suministros y productos consumibles (material de oficina, cajas, etiquetas, utensilios para el desempeño de ciertas actividades, etc.).
  - **Hielo:** debido a las características del producto, que necesita hielo en todos los agentes y en todas las fases por las que pasa para su conservación, se ha considerado conveniente mantener por separado el coste de este suministro.
  - **Personal:** se tienen en cuenta tanto el salario como los costes asociados a éste (incluyendo la seguridad social).
  - **Coste de tasas, licencias y cánones:** se ha incluido el pago del uso de lonja principalmente, así como otras tasas por su actividad (p.ej.: sobre el volumen de compra).
  - **Coste de amortizaciones:** en este coste se computa la amortización debida a la maquinaria o las instalaciones en propiedad de la empresa para el desarrollo de su trabajo.
  - **Otros costes:** en este concepto se incluyen, entre otros, gastos relativos a alquileres de instalaciones, reparaciones y conservación de las instalaciones o la maquinaria empleada, gastos financieros, seguros, publicidad, etc.
  - **Transporte:** se ha incluido en este eslabón el coste del transporte de la mercancía hasta el comprador (mayorista en destino, plataforma de distribución), puesto que este es el caso más habitual. No obstante, debe tenerse en cuenta que en ocasiones esta actividad la realiza el comprador de la mercancía. También se incluye el coste de transporte desde la lonja hasta los departamentos del mayorista, en caso de que no tuvieran una cámara en aquella.

## MAYORISTA EN DESTINO

- La estructura de costes empleada para el eslabón de comercialización en destino es la siguiente:
  - **Suministros:** en este concepto se han considerado todos los suministros y productos consumibles (luz, teléfono, material de oficina, cajas, etiquetas, utensilios para el desempeño de ciertas actividades, etc.).
  - **Hielo:** debido a las características del producto, que necesita hielo en todos los agentes y en todas las fases por las que pasa para su conservación, se ha considerado conveniente mantener por separado el coste de este suministro.
  - **Personal:** se tienen en cuenta tanto el salario como los costes asociados a éste (incluyendo la seguridad social).
  - **Coste de tasas, licencias y cánones:** entre otras, se recoge la tasa que deben pagar a MERCASA por el uso del espacio en los mercados centrales.
  - **Coste de amortizaciones:** en este coste se computa la amortización debida a la maquinaria o las instalaciones en propiedad de la empresa para el desarrollo de su trabajo.
  - **Mermas:** es el coste total del pescado adquirido que no ha sido vendido debido a diferentes causas (aclarado anteriormente).
  - **Otros costes:** en este concepto se incluyen, entre otros, gastos relativos a alquileres de instalaciones, reparaciones y conservación de las instalaciones o la maquinaria empleada, gastos financieros, seguros, publicidad, etc.

**DISTRIBUCIÓN  
MINORISTA  
TRADICIONAL**

- En este apartado se detallan los costes analizados en el eslabón de venta en tienda tradicional:
  - **Coste de instalaciones y local:** se imputa en esta partida el coste que ha supuesto a la empresa el local, ya bien sea en propiedad o alquiler, mas el gasto que haya producido la maquinaria o instalaciones necesarias para el desarrollo de la actividad.
  - **Suministros:** este concepto engloba los costes anuales derivados de los suministros que se tengan contratados, (luz, teléfono, etc.), excluyéndose los envases y embalajes.
  - **Hielo:** debido a las características del producto, que necesita hielo en todos los agentes y en todas las fases por las que pasa para su conservación, se ha considerado conveniente mantener por separado el coste de este suministro.
  - **Personal:** se tienen en cuenta tanto el salario como los costes asociados a éste (incluyendo la seguridad social).
  - **Tasas, licencias y cánones:** engloba los costes asociados a la actividad, no incluyendo impuesto de sociedades ni IVA.
  - **Coste de amortizaciones:** en este coste se computa la amortización debida a la maquinaria o las instalaciones en propiedad de la empresa para el desarrollo de su trabajo.
  - **Mermas:** esta partida incluye fundamentalmente el producto no vendido así como las diferencias de peso entre del producto comprado y el vendido (por factores como el secado del producto).
  - **Transporte:** en el caso de los detallistas es importante comentar que el minorista es habitualmente quien debe hacerse cargo de la mercancía desde el mercado central hasta su tienda, por lo que se ha incluido este coste en el agente.
  - **Envases, papel y bolsas:** el coste de este tipo de aprovisionamiento material.
  - **Otros costes:** este concepto incluye los gastos financieros, seguros, publicidad, etc.



**DISTRIBUCIÓN  
MINORISTA  
MODERNA**

- Esta fase contiene por una parte los costes derivados de las actividades realizadas en las plataformas de distribución de las cadenas y por otra los costes de actividades de los distintos puntos de venta.
  - **Plataformas de distribución:** estos centros logísticos sólo se contemplan en la configuración moderna de la cadena de valor. Los costes incluidos en las mismas son:
    - **Coste Operativa Plataforma:** es el coste de actividad de la plataforma e incluye todos los gastos específicos de ésta (personal, amortización y mantenimiento de instalaciones y máquinas, seguros, luz, agua, teléfono, etc.)
    - **Transporte a tienda:** incluye los gastos de transporte y reparto de los pedidos desde la plataforma de distribución hasta las tiendas.
  - **Suministros:** en este concepto se han considerado todos los suministros y productos consumibles en la tienda (luz, teléfono, material de oficina, cajas, etiquetas, utensilios para el desempeño de ciertas actividades, etc.).
  - **Hielo:** debido a las características del producto, que necesita hielo en todos los agentes y en todas las fases por las que pasa el producto para su conservación, se ha considerado conveniente mantener por separado el coste de este suministro.
  - **Personal:** se tienen en cuenta tanto el salario como los costes asociados a éste (incluyendo la seguridad social).
  - **Tasas, licencias y cánones:** engloba los costes asociados a la actividad, no incluyendo impuesto de sociedades ni IVA.
  - **Coste de amortizaciones:** en este coste se computa la amortización debida a la maquinaria o las instalaciones en propiedad de la empresa para el desarrollo de su trabajo.
  - **Mermas:** esta partida incluye fundamentalmente el producto no vendido así como las diferencias de peso entre del producto comprado y el vendido (por factores como el secado del producto).
  - **Otros costes:** este concepto incluye los gastos financieros, seguros, publicidad, etc.



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**



**Deloitte.**

