



Máster Internacional en
GESTIÓN PESQUERA SOSTENIBLE
(5ª edición: 2013-2015)

TESIS

presentada y públicamente defendida
para la obtención del título de

MASTER OF SCIENCE

**Aproximación a la formación de precios en
la cadena comercial de la pesca en Cataluña**

MÓNICA GARCÍA ANTONI
Septiembre 2015



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



CIHEAM
Instituto Agronómico
Mediterráneo de Zaragoza

MASTER EN GESTIÓN PESQUERA SOSTENIBLE
(5ª edición: 2013-2015)

**Aproximación a la formación de precios en la cadena
comercial de la pesca en Cataluña**

Mónica García Antoni

**TESIS PRESENTADA Y PUBLICAMENTE
DEFENDIDA PARA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
MASTER OF SCIENCE EN
GESTIÓN PESQUERA SOSTENIBLE**

ALICANTE, a 21 Septiembre de 2015

APROXIMACIÓN A LA FORMACIÓN DE PRECIOS EN LA CADENA COMERCIAL DE LA PESCA EN CATALUÑA

MÓNICA, GARCÍA ANTONI

Trabajo realizado en Barcelona, España, bajo la dirección del Dr. RAMÓN FRANQUESA ARTÉS

Y presentado como requisito parcial para la obtención del Diploma Master of Science en Gestión Pesquera Sostenible otorgado por la Universidad de Alicante a través de Facultad de Ciencias y el Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos (CIHEAM) a través del Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza (IAMZ).

Vº Bº Director

Autor

Fdo: D. RAMÓN FRANQUESA ARTÉS

Fdo: D.MÓNICA GARCÍA ANTONI

Barcelona, a 21 de Septiembre de 2015

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer la inestimable ayuda del Dr. Ramón Franquesa, siempre disponible, paciente y tutelando en toda momento la elaboración de esta tesis. Sin él, esto no habría sido posible.

Como no podía ser de otro modo, agradecer al Dr. José Luis Sanchez por darle continuidad de este Master y a la Universidad de Alicante que lo acoge. Igualmente al Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos que desarrolla el Master de Gestión Pesquera Sostenible y concretamente a la labor de D. Bernardo Basurco.

Me gustaría dar las gracias a todas aquellas personas que han colaborado en la posibilidad de la realización de la tesis. Por un lado a las personas que trabajan en la Generalitat de Catalunya, en el Departament de Ramaderia, Agricultura i Pesca, concretamente en la Direcció General de Pesca i Afers Marítims, a su directora Àngela Seira y a todo su equipo.

También agradecer a Jordi Defez de Mercabarna toda su disponibilidad y amabilidad.

Agradecer el entusiasmo de Lúdia Monterde del Institut Municipal de Mercats de Barcelona del Ayuntamiento de Barcelona y de Lluïsa Ripoll de la parada del Mercat de la Boqueria en Barcelona, Peixos Ripoll Estere.

Gracias en general a todas la personas a las que han tenido paciencia con mis preguntas y peticiones y me han respondido de forma generosa.

Dar las gracias a mis compañeros de trabajo, Toño, María y Adolfo por tener que aguantar mis momentos.

Y por supuesto a mi familia, mi marido Iñigo, y mis padres, siempre apoyando todos y cada uno de mis proyectos. Inestimable e indispensable ayuda.

RESUMEN

El estudio nace con el propósito de describir y analizar la evolución de los precios a lo largo de la cadena comercial del pescado en Cataluña, España. Para ello se partió de recopilar los datos disponibles y, a partir de lo cual se ha puesto de relieve, la necesidad de una disponibilidad mayor de precios de productos de pescado fresco, para que fuese posible un análisis relevante.

Dentro de esta situación, puesta en evidencia en el desarrollo del trabajo, el estudio ha quedado estructurado en las siguientes partes.

En un primer lugar el estudio describe el sector primario pesquero en Cataluña. Su importancia, modalidades, características, normativa y especies asociadas.

En un segundo lugar se relacionan los canales comerciales del pescado y su distribución, diferenciando producto fresco, congelado y de acuicultura.

Se analizan las cofradías y sus lonjas. Describiendo su funcionamiento, número de éstas y características más relevantes. En esta parte se constata el alto número de cofradías en relación al número de lonjas actuales.

Se examina después los Mercas. En Cataluña, tenemos Mercabarna en Barcelona, institución de gran importancia en la actualidad, punto de encuentro de mayoristas y minoristas y dónde se realizan numerosas transacciones de pescado en diversos formatos.

Se constata que Cataluña es deficitaria, al igual que España, en su balanza comercial de pescado. Las importaciones han aumentado de manera considerable en los últimos años con el fin de abastecer el consumo local. Gran parte de estas importaciones entran a través de los Mercas.

Por último, pasa a examinarse el nivel detallista. En él existen distintos agentes como son los mercados municipales, grandes superficies, y tiendas especializadas en la venta de pescado o pescaderías. Se observa un decaimiento de mercados, pescaderías e hipermercados y un incremento en cuanto a venta de pescado de supermercados en Cataluña. Los datos obtenidos a este nivel en cuanto a precios de venta de pescado fresco no son suficientes. Existe una falta de recogida de datos en esta etapa, que dificulta alcanzar los objetivos iniciales del estudio.

Finalmente considerando el conjunto de datos obtenidos, se concluye la necesidad de mejorar sustancialmente la recogida de precios, para poder realizar un análisis sistemático de la formación de precios del pescado, que permita una descripción e interpretación de la evolución de los precios a lo largo de la cadena comercial, situación que no encontramos actualmente, ni tan siquiera para las especies más relevantes. Solo así, sería posible retroalimentar con información de calidad que permitiera determinar los factores que repercuten en la formación de precios en las especies más relevantes y, cuáles son sus márgenes de oscilación, para de este modo, poder decidir políticas comerciales acordes a la situación de cada momento.

RÉSUMÉ

L'étude décrit et analyse l'évolution des prix dans la chaîne commerciale du poisson en Catalogne, en Espagne. Les données collectées sont disponibles et la nécessité d'une plus grande disponibilité des prix des produits de poisson frais pour effectuer une analyse complète.

Dans un premier secteur de la pêche primaire en Catalogne est décrit. Son importance, les méthodes, les fonctions, les règles et les espèces associées.

Dans un second, poisson chaînes commerciales et de distribution sont liés, différents poissons, produits congelés et de l'aquaculture.

Confréries et les tranches sont analysées, en raison de sa grande importance historique et qui maintient encore aujourd'hui. Décrivant le fonctionnement, nombre, et ces caractéristiques plus pertinentes. Nous notons le nombre élevé de guildes en relation avec le nombre d'enchères en cours.

Comme pour les marchés de gros, en Catalogne, nous avons Mercabarna à Barcelone, une institution de grande importance aujourd'hui, une réunion de grossistes et de détaillants et de poissons où de nombreuses transactions sont réalisées dans différents formats.

Il se trouve que la Catalogne est déficient, comme l'Espagne dans sa balance commerciale de poissons. Les importations ont augmenté de façon significative au cours des dernières années afin de fournir à la consommation locale. Une grande partie de ces importations proviennent les marchés de gros.

Au niveau du détail, il existe différents acteurs tels que les marchés municipaux, les grands magasins et les magasins spécialisés qui vendent du poisson. On observe une baisse des marchés, les poissonniers et les hypermarchés et une augmentation en termes de vente de poisson dans les supermarchés en Catalogne. Les données obtenues à ce niveau en termes de prix du poisson frais de vente ne sont pas assez. Il y a un manque de collecte de données importantes.

Enfin considérant l'ensemble des données, la nécessité d'améliorer sensiblement la collecte des prix est conclue, d'effectuer une analyse systématique de la formation des prix pour les poissons, ce qui permet une description et l'interprétation de l'évolution des prix au cours la chaîne commerciale, qui ne sont pas actuellement trouvés, même pour les espèces les plus pertinentes. Seulement alors il serait possible avec rétroaction, qualité de l'information qui permettrait de déterminer les facteurs qui influent sur la formation des prix dans les espèces les plus pertinentes, et de marges d'oscillation, pour décider de la ligne politique commerciale cohérente, en fonction de la situation du moment.

SUMMARY

The study was created with the purpose of describing and analyzing the evolution of prices along the commercial chain of fish in Catalonia, Spain. It starts from collecting the data available. It has highlighted the need for greater availability of prices of fresh fish products, in order to make possible a relevant analysis.

In this situation, evidenced in the development of the work, the study has been structured into the following parts.

Firstly the study describes the primary fisheries sector in Catalonia. Its importance, methods, features, rules and associated species.

Secondly fish trade channels and distribution are related. It differs between fresh, frozen and aquaculture.

Fishing guilds and fish markets are analyzed. Operations, number of auctions and more relevant characteristics are described. In this part the high number of guilds in relation to the current number of auctions is verified.

It then examines the Mercas. In Catalonia, we have Mercabarna in Barcelona, an institution of great importance today, a meeting of fish wholesalers and fish retailers. Many transactions of fish are conducted in Mercabarna.

It is found that Catalonia is deficient, like Spain in its trade balance of fish. Imports have increased significantly in recent years in order to supply local consumption. Much of these imports come through wholesale markets.

Lastly, it examined the retail level. In it there are various agents such as municipal markets, department stores, and specialty stores selling fish or fish markets. A decline of markets, fishmongers and hypermarkets is observed. Also, an increase is observed in terms of selling fish to supermarkets in Catalonia. The data obtained at this level, in terms of sales prices of fresh fish, are not enough. There is a lack of data collection in this stage. That difficult to achieve the initial objectives of the study.

Finally considering the set of data, the need to substantially improve the collection of prices is concluded in order to be able to perform a systematic analysis of fish prices. This would allow a description and interpretation of the evolution of prices along the marketing chain. Currently this situation does not exist, nor even for the most relevant species. Only then it would be possible to feed back with quality information the sector that would determine the factors affecting the formation of prices in the most relevant species, and margins swing. Therefore it could be decided a consistent trade policy in line with the situation of the moment.

ÍNDICE

1.-JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS	1
2.-METODOLOGÍA	3
2.-PRODUCCIÓN PRIMARIA	5
3.-LA ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION Y LA DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA	9
3.1.Canales comerciales de pescado fresco.....	9
3.2.Canales comerciales de productos pesqueros congelados.....	11
3.3.La comercialización en la acuicultura	12
4.-LONJAS Y COFRADIAS	13
4.1.Lonjas. Puntos de venta de la pesca extractiva.....	13
4.2.Cofradías	13
4.2.1.Definición.....	13
4.2.2.Funciones y funcionamiento.....	14
4.2.3.Las cofradías catalanas en la actualidad.....	15
4.2.4.Problemas actuales de las Cofradías.....	21
5.-MERCAS	25
5.1.Grupo SEPI	25
5.2.Mercasa: características y marco legal.....	26
5.3.Mercabarna.....	27
5.3.1.Historia y Evolución.....	27
5.3.2.Composición y funcionamiento.....	28
5.3.3.La estructura actual del Mercabarna.....	30
5.3.4.Datos económicos y posicionamiento actual.....	31
6.-EL COMERCIO EXTERIOR DEL PESCADO	33
7.-DETALLISTAS	39
7.1.Mercados Municipales	39

7.2.Pescaderías	42
7.3.Grandes superficies	43
7.4.Continuidad en la cesta de compra en tiempos de crisis y desplazamiento del gasto	45
8.-LA REGULACIÓN DEL COMERCIO PESQUERO	47
9.-PROCESO DE VALORIZACION Y CAMBIO DE PRECIOS.....	51
9.1.Precios en Lonjas.....	51
9.2.Precios en Mercabarna	52
9.3.Recogida de datos en Mercados municipales.....	53
9.4.Grandes superficies	54
9.5.Pescaderías. Puestos de ventas.	55
9.6.Venta on-line	55
9.6.1.Cofradías.	56
9.6.2.Agrupaciones de pescadores.....	56
9.6.3.Páginas de venta on-line.....	57
10.-INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SOBRE LA CADENA DE VALOR EN PESCADO....	59
10.1 FAO, “Value chain dynamics and the small-scale sector”. Dinámica de la cadena de valor en la pesca artesanal. Child Anna, Lem Audun. FAO 2014(xxvi).....	59
10.2 La variación diaria de los precios en lonja y del esfuerzo pesquero y en una pesquería multi-específica del Mediterráneo occidental: implicaciones para una gestión sostenible.....	60
10.3 Transmisión de precio y volatilidad a lo largo de la cadena de comercialización de pescado fresco en España.....	61
10.4 El pescado: Una cadena de valor global impulsada por la oferta.....	61
10.5 Transmisión vertical de precios en el mercado nacional de los productos pesqueros frescos.	62
11.-BASES DE DATOS PUBLICADAS. METODOLOGIA E INFORMACION DISPONIBLE	63
11.1 Observatorio de precios de alimentos y Cadenas de valor	63
11.2 Precios y márgenes Comerciales. Precios semanales origen-destino.....	66
11.3 EUMOFA	66
12.-RESULTADO FINAL OBTENIDO DE LA SITUACION ACTUAL EN CATALUÑA	71
13.DISCUSIÓN.....	94

14.-CONCLUSIONES	97
15.-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99
Anexo 1. Datos Precios Venta en las Cofradías. Agosto 2006.....	103
Anexo 2. Datos obtenidos. Precios de venta en Mercabarna.....	106
Anexo 3. Datos proporcionados por el Institut de Mercats de Barcelona	114
Anexo 4. Medias anuales establecimiento del mercado de la Boqueria.....	122

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Mapa de las distintas cofradías catalanas. FROM (viii).	19
Figura 2. Ámbito de las distintas Cofradías Catalanas. GENERALITAT DE CATALUNYA (xvii).	20
Figura 3. Antiguo Mercado del pescado de Barcelona. http://mercabarna.es	28
Figura 4. Campaña 5 frutas al día, Mercabarna. http://mercabarna.es	28
Figura 5. Campaña Creix amb el Peix, Mercabarna. http://mercabarna.es	28
Figura 6. Plano situacional MERCABARNA. MERCABARNA (xxii).	32
Figura 7. Diagrama de flujo escalón detallista. Fuente producción propia del autor.	44
Figura 8. Ficha precios semanales merluza 2,5 a 5 kgs. Semana 52 campaña 2012. Observatorio Precios. Página web MAGRAMA.	65
Figura 9. Precios semana 10, período 2012-2015, precios en origen, España. EUMOFA (xxx)	68
Figura 10. Precios semana 10, período 2012-2015, precios mayorista, España. EUMOFA (xxx). 69	
Figura 11. Precios semana 10, período 2012-2015, precios al detalle, España. EUMOFA (xxx). 70	
Figura 12. Evolución Precios Medios Anuales Bacaladilla.	75
Figura 13. Evolución Precios Medios Anuales Merluza.	76
Figura 14. Evolución Precios Medios Anuales Boquerón.....	77
Figura 15. Evolución Precios Medios Anuales Sardina.	78
Figura 16. Evolución Precios Medios Anuales Rape.	79
Figura 17. Evolución Precios Medios Anuales Cigala.	80
Figura 18. Evolución Precios Medios Anuales Gamba Rosada.	81
Figura 19. Evolución Precios Medios Anuales Jurel.....	82
Figura 20. Evolución Precios Medios Anuales Sonso.....	83
Figura 21. Evolución Precios Medios Anuales Caballa.	84
Figura 22. Evolución Precios Medios Anuales Dorada.....	85
Figura 23. Evolución Precios Medios Anuales Lenguado.	86
Figura 24. Evolución Precios Medios Anuales Bonito.	87

Figura 25. Evolución Precios medios mensuales de la merluza de palangre nacional.....	90
Figura 26. Evolución Precios medios mensuales de la sardina producto nacional.	93

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Principales especies de la pesca profesional en Cataluña por tipo de arte mediante las que son capturadas* Fuente producción propia autor.	5
Tabla 2. Principales especies comercializadas en lonjas de Cataluña. Generalitat estadísticas 2014.	7
Tabla 3. Número de cofradías y lonjas en Cataluña. Año 2015. Fuente, confección propia del autor.	17
Tabla 4. Códigos y descripción de la mercancía según la Agencia Estatal de la Administración Tributaria.	34
Tabla 5. Un ejemplo de los cuadros que se publican anualmente por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, respecto a las importaciones y exportaciones producidas en España. En este caso del año 2012.	35
Tabla 6. Comercio exterior con la UE y con terceros países. Fuente Agencia Estatal de la Administración Tributaria.	37
Tabla 7. Mercados municipales en la provincia de Tarragona.	40
Tabla 8. Mercados municipales en la provincia de Lérida.	40
Tabla 9. Mercados municipales en la provincia de Barcelona.	41
Tabla 10. Mercados municipales en la provincia de Gerona.	42
Tabla 11. Especies pesqueras sometidas a estudio por el Observatorio de Precios del MAGRAMA.	63
Tabla 12. Resumen de las especies principales de pescado fresco, que se comercializa en Cataluña y la situación actual en cuanto a recogida de precios para poder realizar un estudio de los mismos. Fuente producción propia del autor.	71
Tabla 13. Evolución Precios Medios Anuales Bacaladilla.	76
Tabla 14. Evolución Precios Medios Anuales Merluza.	76
Tabla 15. Evolución Precios Medios Anuales Boquerón.	77
Tabla 16. Evolución Precios Medios Anuales Sardina.	78
Tabla 17. Evolución Precios Medios Anuales Rape.	79
Tabla 18. Evolución Precios Medios Anuales Cigala.	80
Tabla 19. Evolución Precios Medios Anuales Gamba Rosada.	81

Tabla 20. Evolución Precios Medios Anuales Jurel.....	82
Tabla 21. Evolución Precios Medios Anuales Sonso.....	83
Tabla 22. Evolución Precios Medios Anuales Caballa.	84
Tabla 23. Evolución Precios Medios Anuales Dorada.....	85
Tabla 24.. Evolución Precios Medios Anuales Lenguado.....	86
Tabla 25. Evolución Precios Medios Anuales Bonito.....	87
Tabla 26. Precios medios mensuales en origen, mayorista y detalle de la merluza de palangre nacional.	88
Tabla 27. Precios medios mensuales en origen, mayorista y detalle de la sardina producto nacional.	91

ÍNDICE ABREVIATURAS

AEAT: Agencia Tributaria Española

AECID: Agencia de cooperación internacional y Desarrollo

ANOVA: Análisis de la varianza

CCAA: Comunidades Autónomas

DG MARE: Directorate General for maritime Affairs and Fisheries

DG TAXUD: Directorate General for Taxation and Customs Union

EUMOFA: European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture products.
Observatorio Europeo del Mercado de los Productos de la Pesca y la Acuicultura.

EUROFISH: Information and Advice for Fisheries in Central and Eastern Europe

EUROSTAT: Oficina Europea de Estadística

ESPIMSA: Empresa de Serveis i Promocions d'Iniciatives Municipals S.A.

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

FEGA: Fondo Español de Garantía Agraria

GENCAT: Generalitat de Catalunya

IDESCAT: Institut Municipal de Mercats de Barcelona

MAGRAMA: Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente

MERCABARNA: Mercado de Abastecimientos de Barcelona S.A.

MERCAS: Red de Mercados de España

MINECO: ministerio de Economía y Competitividad

MMBB: Empresa de Serveis i Promocions d'Iniciatives Municipals S.A.

OCM: organización Común de Mercados

ONG's: Organizaciones No Gubernamentales

OPP's: Organizaciones de Productores Pesqueros

SEPI: Sociedad Estatal de Participaciones Industriales

TURF: Territorial Use of Rights in Fisheries

ZAC: Zona de Actividades Complementarias

1.-JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

El propósito inicial era efectuar un seguimiento de la evolución de los precios a lo largo de la cadena comercial del pescado.

En el estudio se delimita la evolución de los precios de consumo de pescado fresco en Cataluña período 2006-2013. Se opta por dicho período, para poder observar la influencia de la crisis económica, en los precios de venta finales al consumidor.

El propósito inicial era examinar el proceso de revalorización y las etapas de revalorización del producto, poniendo de relieve cuáles debían ser los puntos de observación adecuados para efectuar una recogida coherente y sistemática de los precios.

En el desarrollo de la investigación se ha podido constatar cuáles son las especies relevantes en el proceso, así como las especies a las que debería darse prioridad de seguimiento.

Se ha cubierto el objetivo de descubrir la actualidad de un proceso comercial en constante adaptación y evolución.

Sin embargo, la finalidad última era, una vez detectada la cadena comercial, obtener los precios en sus diversas etapas, con el fin de observar e interpretar sus fluctuaciones. Con ello se quería explicar el comportamiento del consumidor y, ver de esta forma, la relación existente entre la demanda y la oferta de pescado fresco.

Es decir, de algún modo, se pretendía encontrar elementos explicativos de las causas de las variaciones de los precios y, poder llegar a explicar, e incluso controlar, dichas causas.

Conociendo el comportamiento de los precios desde el inicio al final de la cadena comercial y, el porqué de sus variaciones, podríamos llegar a comprender los mecanismos que condicionan la oferta y la demanda, considerar entre que límites oscilan y, mostrar a que factores responden. Con ello se dispondría de unos elementos para sistematizar y controlar el proceso.

Sin embargo, nos hemos encontrado, como se mostrará en este informe, que no existen datos disponibles suficientes para poder sistematizar esta formación de precios. El principal problema es la falta de registro coherente de datos a lo largo del proceso de formación de precios del pescado.

2.-METODOLOGÍA

Se procedió a recoger los precios de salida en origen. Dichos precios son los recolectados por las distintas lonjas de los puertos de Cataluña. Esos precios se envían a la Generalitat de Catalunya, encargada de recopilarlos. Se contrastaron los datos de lonjas y los facilitados por la Generalitat de Catalunya antes de incluirlos en el estudio. Son datos detallados tal y como se mostrará más adelante.

En cuanto a datos de precios de comercialización a nivel mayorista en destino, se obtuvieron precios de los MERCAS, concretamente en nuestro caso de MERCABARNA. Los datos de los MERCAS, son también utilizados a nivel nacional para la publicación de precios de mayorista en destino por parte del MAGRAMA, Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente, en el Observatorio de Precios de que dispone en su página de internet. También se utilizan los datos de precios de los MERCAS en las publicaciones de precios semanales origen-destino, de la Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.

Los datos se consultaron primero en la página web de Mercabarna, posteriormente se contactó con el Director del “Mercat del Peix de Mercabarna” con el que se tuvo una entrevista y, posterior seguimiento por teléfono y correo electrónico, acabando de pulir la información recabada.

A nivel detallista se enfocó la búsqueda de precios a través de distintas fuentes:

- MINECO Ministerio de Economía y Competitividad. Publican semanalmente precios de origen-destino a nivel detallista de productos alimenticios incluyendo productos de pesca extractiva.
- Mercados municipales. Recogen precios también de forma sistemática de productos alimenticios.
- Grandes superficies.
- Pescaderías.
- Nuevos canales como son a través de cofradías, agrupaciones de pescadores o venta on-line.

Se contactó por teléfono y correo electrónico con las personas a cargo de la subdirección del MINECO. No respondieron a los correos electrónicos. La información es la que respondieron por teléfono y la publicada en su página de internet.

La recogida de datos en los mercados municipales se produjo a través de entrevistas con las personas encargadas en Barcelona y por teléfono con las de Girona y Tarragona. Todos mostraron su colaboración aportando la poca información que tenían.

Las grandes superficies fueron contactadas por teléfono, correo electrónico y visitas personales. En ningún momento se atendió nuestras demandas. Eso sí las respuestas aunque negativas siempre correctas. Es realmente complicado que las empresas privadas faciliten ningún tipo de información, ni siquiera para estudios.

Se visitaron pescaderías, se habló con comerciantes de diversos puestos y zonas y se contactó igualmente con aquellos sujetos que realizaban o se embarcaban en la venta por internet de los productos pesqueros.

Se pretendía identificar los precios diferenciando pescado de origen nacional y de importación por un lado y pescado de acuicultura y pesca extractiva por otro. La finalidad era concentrarnos en el estudio de pescado de pesca extractiva a nivel nacional. Por lo anteriormente descrito no se toman en consideración productos importados, productos procedentes de la acuicultura ni tampoco, productos de los que no conozcamos su origen.

A la vista de los resultados obtenidos, no se ha podido realizar un análisis tal y como se preveía inicialmente, sin embargo el trabajo no ha resultado estéril.

El estudio nos ha permitido conocer el funcionamiento del proceso comercial, desde la extracción, hasta la venta final del producto; los diferentes agentes que intervienen durante el mismo, así como el proceso de valorización y los cambios de precios que se produce en el producto a lo largo de la cadena hasta su venta final.

También podemos mostrar, a partir de la información recabada, cuáles son los datos que actualmente se recogen de forma sistemática y coherente. Contrastando esta información, con el examen de cuáles son los productos pesqueros más relevantes en nuestro mercado, es posible plantear cuáles deberían ser los datos que es más perentorio recoger en este momento, así como su formato y criterio de recolección.

2.-PRODUCCIÓN PRIMARIA

Tabla 1. Principales especies de la pesca profesional en Cataluña por tipo de arte mediante las que son capturadas* Fuente producción propia autor.

Nombre español	Nombre científico	Tipod de arte
Acedía	<i>Dicologlossa cuneata</i>	OTB, Enmalle
Aguja	<i>Belone belone</i>	PS, LL, curricán
Alacha	<i>Sardinella aurita</i>	PS
Aligote	<i>Pagellus acarne</i>	OTB, Enmalle
Anguila	<i>Anguilla anguilla</i>	P.fondo, GNS, nasas
Atún rojo	<i>Thunnus thynnus</i>	PS, LL
Bacaladilla	<i>Micromesistius poutassou</i>	OTB
Bacoreta	<i>Euthynnus alletteratus</i>	GNS, Enmalle
Baila	<i>Dicentrarchus punctatus</i>	LL, GNS
Besugo	<i>Pagellus bogaraveo</i>	OTB, Enmalle
Boga	<i>Boops boops</i>	PS,OTB
Bonito del norte	<i>Thunnus alalunga</i>	GNS, Enmalle
Boquerón, anchoa	<i>Engraulis encrasicolus</i>	PS
Bonito	<i>Sarda sarda</i>	GNS, Enmalle
Breca	<i>Pagellus erythrinus</i>	OTB, Enmalle
Brótola de fango	<i>Phycis blennoides</i>	OTB
Caballa	<i>Scomber scombrus</i>	PS, OTB
Capellán	<i>Trisopterus minutus capelanus</i>	OTB
Chanquete	<i>Aphia minuta</i>	Sonsera
Cherna	<i>Polyprion americanus</i>	P.fondo, OTB
Congrio	<i>Conger conger</i>	P.fondo, GNS, nasas
Dorada	<i>Sparus aurata</i>	GNS, OTB, PS
Dentón	<i>Dentex dentex</i>	P.fondo, GNS
Escórpora	<i>Scorpaena notata</i>	OTB
Estornino	<i>Scomber japonicus</i>	PS, OTb, GNS
Espetón	<i>Sphyraena spp</i>	PS, Artes fijos,LL
Faneca	<i>Trisopterus luscus</i>	OTB, PS
Gallo	<i>Lepidorhombus boscii</i>	OTB, GNS
Galúa	<i>Liza saliens</i>	PS, GNS
Galupe	<i>Liza aurata</i>	PS, GNS
Góbido de cristal	<i>Crystallogobius linearis</i>	Sonsera
Japuta	<i>Brama brama</i>	GNS, OTB, PS
Jurel	<i>Trachurus trachurus</i>	PS, OTB
Llampuga	<i>Coryphaena hippurus Linnaeus</i>	GNS
Lanzón	<i>Gymnamodytes cicerellus</i>	Sonsera
Lenguado de arena	<i>Solea lascaris</i>	OTB, GNS
Lenguado	<i>Solea vulgaris vulgaris</i>	OTB, GNS

Lisa	<i>Chelon labrosus</i>	GNS
Listado	<i>Katsuwonus pelamis</i>	PS,LL
Nombre español	Nombre científico	
Lubina	<i>Dicentrarchus labrax</i>	LL, GNS
Melva	<i>Auxis rochei</i>	OTB, PS,LL
Merluza	<i>Merluccius merluccius</i>	OTB, P.fondo,palangrillo
Mero	<i>Epinephelus marginatus</i>	GNS
Mojarra	<i>Diplodus vulgaris</i>	GNS, OTB, P.fondo
Morragute	<i>Liza ramada</i>	PS, GNS
Oblada	<i>Oblada melanura</i>	GNS
Pargo	<i>Pagrus pagrus</i>	LL, GNS
Pez espada, emperador	<i>Xiphias Gladis</i>	LL
Pintarroja	<i>Scyliorhinus canicula</i>	OTB, GNS. P. fondo
Rape negro	<i>Lophius budegassa</i>	OTB
Rape	<i>Lophius piscatorius</i>	OTB
Rubio	<i>Chelidonichthys lastoviza</i>	OTB
Salema	<i>Sarpa salpa</i>	GNS
Salmonete de fango	<i>Mullus barbatus</i>	GNS, OTB
Salmonete de roca	<i>Mullus surmuletus</i>	GNS, OTB
Sardina	<i>Sardina pilchardus</i>	PS
Sargo breado	<i>Diplodus cervinus</i>	GNS, OTB, P.fondo
Sargo picudo	<i>Diplodus puntazzo</i>	GNS, OTB, P.fondo
Sargo	<i>Diplodus sargus</i>	GNS, OTB, P.fondo
Solleta	<i>Citharus linguatula</i>	GNS, OTB
San Pedro	<i>Zeus faber</i>	OTB,P.fondo,GNS
Suela	<i>Solea kleinii</i>	OTB
Tambor	<i>Buglossidium luteum</i>	OTB

*

OTB: Arrastre de fondo

GNS: Artes menores, concretamente redes de enmalle

PS: Cerco

LL: Palangre

P. fondo: Palangre de fondo

Sonsera

Palangrillo

Artes fijos de trampa

Curricán o cacea

En su mayoría las distintas especies señaladas en la **tabla 1** se suelen pescar con diferentes artes de pesca. Existen algunas excepciones, como es el caso por ejemplo del boquerón y la sardina cuyo comportamiento específico al formar grandes cardúmenes, hace que la pesca más efectiva sea la del arte de cerco.

Tabla 2. Principales especies comercializadas en lonjas de Cataluña. Generalitat estadísticas 2014.

Nombre español	Nombre científico	Toneladas 2014	Euros ventas 2014
Bacaladilla	<i>Micromesistius poutassou</i>	560	1.600.000
Boquerón, anchoa	<i>Engraulis encrasicolus</i>	9.727	17.924.000
Canana	<i>Todadora sagittatus</i>	590	1.446.215
Cigala	<i>Nephops noruegicus</i>	332	6.118.000
Dorada	<i>Sparus aurata</i>	312	2.422.000
Estornino	<i>Scomber japonicus</i>	530	438.011
Gamba rosada	<i>Aristeus antennatus</i>	380	14.456.000
Jurel	<i>Trachurus trachurus</i>	873	787.032
Lanzón(Sonso)	<i>Gymnammodytes cicerellus</i>	579	2.660.000
Merluza	<i>Merluccius merluccius</i>	1.451	10.343.000
Pulpo roquero	<i>Octopus vulgaris</i>	545	2.802.000
Pulpo blanco	<i>Eledone Cirrhosa</i>	897	3.023.000
Salmonete fango	<i>Mullus barbatus</i>	491	2.607.000
Sardina	<i>Sardina pilchardus</i>	5.970	11.989.000

En la **tabla 2**. Indicamos las 10 especies principales en las lonjas catalanas en cuanto a toneladas vendidas por un lado y por otro lado las 10 especies con mayor facturación para el 2014. Hemos añadido en color azul las cantidades que faltaban para complementar la tabla.

3.-LA ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION Y LA DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA

La comercialización constituye un proceso económico complejo integrado por una variedad de operaciones orientadas al acercamiento y la puesta a disposición del consumidor de las mercancías producidas, salvando las distancias que separan la producción del consumo.

Hemos de destacar las dos principales características que definen al producto que estamos tratando, es decir, el pescado fresco. Estas son sin lugar a dudas:

1. Su carácter perecedero
2. Su alto valor y precio que alcanza respecto a otro tipo de producto procedente del sector primario

Este carácter diferencial influye de forma determinante y, de manera muy importante, en todo lo que se refiere a la comercialización del pescado fresco. Cuanto más perecederos y más diversificados sean los productos, mayor será la necesidad de las funciones mayoristas y minoristas, además, exigirán una mayor intensidad de estas funciones: mejor y más rápido transporte, mejores almacenamientos, mayor capacidad de transacciones de compra venta, etc.

El intermediario es más necesario en casos de productos perecederos, asume costes elevados, por tener que almacenar y transportar el producto en instalaciones acondicionadas al respecto. Debe prestar mucho cuidado con el manejo del producto a fin de que llegue en buenas condiciones al consumidor y, transportarlo generalmente en cantidades pequeñas. Todo ello va incrementando el precio del pescado fresco, dando por resultado un precio final elevado en comparación a otros productos alimenticios.

3.1.Canales comerciales de pescado fresco

El principal aspecto que condiciona la distribución y comercialización del pescado, como producto altamente perecedero, es la exigencia de dar salida al mismo en condiciones satisfactorias de conservación hasta los núcleos de consumo, lo que requiere una extremada rapidez en los procesos de distribución. Por otra parte, la estacionalidad de la demanda exige poner en marcha sistemas técnicos de almacenamiento, instalaciones frigoríficas, etc; que permitan regular su distribución.

Los pescados frescos representan, en términos generales, el 60% de la producción pesquera comercializada en España, lo que representa una posición atípica en los países industrializados, y que da idea de la importancia de sus canales de comercialización, que se fundamentan en tres niveles: mercados de origen, mercados centrales y mercados detallistas. **MAGRAMA (xviii).**

Los **mercados en origen** se ubican en las zonas marítimas donde la pesca es desembarcada y se realiza la primera venta en los locales denominados lonjas de contratación. En España

hay unas 220. Estas lonjas son propiedad de las Cofradías de Pescadores o bien están gestionadas en régimen de concesión por parte de las Juntas de Obras de los Puertos de los Ayuntamientos. La venta se realiza mediante el sistema de subasta a la holandesa o a la baja. Los agentes o instituciones que gestionan las lonjas perciben entre un 3 y un 5% del valor bruto de la venta. Adicionalmente la Junta de Obras del Puerto recibe también en torno a un 2% del valor de la pesca desembarcada en concepto de canon portuario, que es abonado por el comprador del pescado en la lonja. Cataluña cuenta con 20 lonjas activas en funcionamiento.

Las figuras más relevantes son, por el lado de la oferta, los productores, y por el lado de la demanda, los exportadores y los industriales. Los exportadores envían el pescado hacia los grandes centros de consumo, bien sean mercados centrales o simplemente a mayoristas sin asiento en el mercado central. Estos suelen trabajar bajo tres formas distintas: en firme, a comisión y, en firme y a comisión. Cuando el exportador trabaja mediante la modalidad de comisión, percibe sobre las ventas una comisión en torno al 6-8%. En el caso de la forma de trabajo en firme, es el propio exportador el que asume el riesgo de la comercialización. Los industriales compran el pescado para su remisión directa a las industrias de transformación.

La figura del exportador está fundamentalmente especializada en la compra de productos frescos, mientras que los productos congelados tienen otros canales de comercialización que comentaremos más adelante.

Se estima que el porcentaje de la pesca en fresco que pasa por las lonjas es de un 70%, dado que existen determinados acuerdos entre armadores, industriales o exportadores que les permiten proveerse de pescado fresco directamente sin pasar por las lonjas.

Por lo que se refiere a los **mercados mayoristas** son los centros de contratación al por mayor existentes en los grandes centros urbanos, y que constituyen el punto de destino de los productos pesqueros adquiridos por los exportadores en las lonjas o mercados de origen. Existen tres tipos de mercados centrales mayoristas. Por un lado los mercados centrales mayoristas tradicionales. Generalmente propiedad de los ayuntamientos, a los que acuden los detallistas para adquirir sus productos. Hoy existe un total de 48 mercados tradicionales en Cataluña. En segundo lugar encontramos los mercados de la red MERCASA. Instalaciones modernas de la empresa nacional MERCASA, en colaboración con los ayuntamientos y, situados fuera de las grandes ciudades. En nuestro caso MERCABARNA. Por último un tercer tipo son los mercados paralelos. Que abarcan aquellos canales de distribución no integrados en los mercados centrales.

Los más importantes son los segundos, que han actuado como revulsivo de gran trascendencia. Con instalaciones modernas y visión de futuro, han cambiado el entorno en el que se desarrollaba la comercialización del pescado, y han proporcionado una gran transparencia al proceso. El aumento de asentadores ha eliminado, o reducido las situaciones de oligopolio anterior.

En estos mercados, intervienen, en distintas fases, los mayoristas de origen, los mayoristas de destino de los mercados centrales, y como compradores, al final de la cadena, los detallistas.

La figura de mayorista de mercados centrales, cuyo número en España se cuantifica en unos 2.000. Los hay que tienen puesto en el mercado central y los que comercializan fuera de los mercados centrales, éstos últimos se aprovisionan, de exportadores en firme y a comisión, de agentes –representantes o de otros mayoristas, y sobre todo, directamente de armadores.

También esta figura del mayorista en destino está muy ligada a la comercialización del pescado fresco. En Cataluña los últimos años han dado lugar a un sistema no de monopolio, pero sí próximo al oligopolio, al ser un número reducido de empresas las que conforma el entramado mayorista de la zona. Ello repercute en un gran poder de compra e influencia en la fijación de los precios. **Franquesa 2003 (vii).**

Por lo que se refiere a las ventas, los mayoristas realizan éstas preferentemente a minoristas (70%) y a otros mayoristas sin puesto en mercados centrales (20%). El resto se realiza a restauración y otros clientes.

Finalmente, el escalón **detallista**, responde a los mercados también denominados minoristas situados en las ciudades y centros de consumo en los que en el lado de la oferta figuran los detallistas, los distribuidores, y en algunos casos los mayoristas, y por el lado de la demanda, los consumidores. La procedencia es, en un 60% de los casos, de los mercados centrales de destino, y en un 30% directamente de las lonjas. El sector detallista en la actualidad se encuentra dividido en dos grandes bloques, por una parte la venta a través de hipermercados y supermercados, estos últimos en plena fase de crecimiento; y por otra el sector detallista tradicional que basa sus ventas fundamentalmente en los productos frescos. **Victor J. Martín Cerdeño 2015 (xiv). MAGRAMA (xviii) MERCASA (xxi).**

Recientemente vienen ganando posición las prácticas de distribución a través de los llamados canales paralelos, cuyo nacimiento se debió precisamente a los intentos de integración de la producción con el circuito comercial, que comienza con la constitución de cooperativas y agrupaciones de productores que posibilitan la comercialización de su propia producción. Simultáneamente, se desarrolla la implantación en origen de centros de manipulación y conservación de los productos, completándose esta evolución con la creación de cadenas y agrupaciones de detallistas, e incluso de consumidores, que potenciando la figura de destinatario, pretende eliminar escalones intermedios. En Cataluña tenemos por ejemplo, cooperativas de pescadores, agrupaciones de pescadores, ventas por internet directamente a través de cofradías, ventas por internet en páginas que aglutinan una oferta variada de alimentos, ventas por internet de pescado y marisco diferencial de calidad.

3.2. Canales comerciales de productos pesqueros congelados

La comercialización del pescado congelado en España, discurre en por circuitos comerciales muy distintos del pescado fresco. En general, se puede agrupar en 4 segmentos bien definidos.

1. Los tñidos congelados se destinan principalmente a la industria conservera y son adquiridos directamente por las empresas

2. Los cefalópodos congelados se destinan en un alto porcentaje a las salas de elaboración y son adquiridos directamente por las mismas
3. Los pescados blancos congelados, principalmente la merluza
4. El marisco congelado es un producto que va directamente al consumidor en los hogares y en la hostelería

En general las figuras comerciales que actúan en el mercado del pescado congelado son mucho más difusas que en el caso del pescado fresco. En la pesca congelada es frecuente que las grandes sociedades pesqueras dispongan de filiales comerciales que se encargan de la distribución mayorista en destino. Es frecuente también, que las grandes empresas armadoras participen en las industrias de transformación.

Los escalones intermedios juegan un papel de escasa importancia en el pescado congelado, frente a la relevancia que adquieren en la comercialización del pescado fresco.

Aunque la logística del pescado congelado requiere un especial cuidado, el producto no sufre los mismos problemas de perecimiento que el pescado fresco lo que permite reducir la intermediación.

3.3.La comercialización en la acuicultura

Los canales de comercialización difieren bastante de los de los productos procedentes de la pesca extractiva, ya que éstos no tienen obligación expresa de pasar por lonja para efectuar la primera venta. Este hecho simplifica la comercialización, en muchos casos se vende directamente desde las instalaciones a la hostelería y mercados de detallistas locales.

La acuicultura moderna tiene la ventaja de poder programar los suministros en cuanto a cantidades, tallas y calidades en determinadas fechas. Otro aspecto importante en la comercialización de los productos de la acuicultura es los precios que alcanzan, generalmente elevados, debido a que las especies cultivadas son precisamente las apreciadas.

Según datos de la **FAO del 2010 (xxiv)**, España ocupa el puesto veinteavo en el ranking de productores acuícolas mundiales en toneladas y el veintisieteavo cuando hablamos de millones de euros. Según estos mismos datos España es el país de la Unión Europea con mayor producción acuícola, un 20% del total de la UE.

La acuicultura marina en Cataluña, ocupa un alto porcentaje sobre el total de ingresos de pesca en Cataluña. En el 2014, la recaudación económica por venta de productos acuícolas marinos fue de 6.406.654,29 euros. **GENCAT. Archivo bibliográfico 2014 (xvii)**. Aunque el volumen total de toneladas respecto al total del territorio español no sea muy significativo, dicho rendimiento es debido a la granja de engorde de atunes rojo situados en l'Atmella de Mar. Sus ventas se producen en su mayoría fuera de España, principalmente en Japón, alcanzando precios muy elevados.

Las otras especies de peces marinos cultivados son, Dorada, *Sparus aurata*; Lubina, *Dicentrarchus labrax*; Anguila, *Anguilla anguilla* y; Corvina, *Argyrosomus regius*.

De todo ello se concluye que los puntos de comercialización y por tanto de fijación de precios más relevantes en el proceso, son el España; las lonjas y los Mercas.

4.-LONJAS Y COFRADIAS

4.1.Lonjas. Puntos de venta de la pesca extractiva.

Las lonjas son, según definición de la ley 3/2001 de Pesca Marítima del Estado, las instalaciones previstas para la exposición y primera venta de los productos pesqueros frescos, situadas en el recinto portuario y autorizadas por los órganos competentes de las Comunidades Autónomas en materia de ordenación del sector pesquero. Se entiende por primera venta la que se realice por primera vez dentro del territorio de la Unión Europea y en la cual se acredite documentalmente el precio del producto.

Las lonjas pesqueras garantizan los controles de los desembarques, las tallas mínimas del pescado, el correcto estado sanitario, la primera venta y el etiquetado.

Las lonjas son gestionadas en régimen de concesión administrativa por las autoridades portuarias u otras entidades como pueden ser las **cofradías de pescadores**.

La mayoría del pescado que pasa por las lonjas catalanas se consume en Cataluña

La mayor parte del producto que proviene de la pesca extractiva pasa por lonja. Un número menor va directo a Mercabarna con la correspondiente guía de transporte. Una guía de transporte consiste en una documentación cumplimentada por el transportista, en la que constará, en todo caso, las cantidades transportadas de cada especie, el origen el envío, y el lugar de destino de los productos sin perjuicio de aquellos otros datos que reglamentariamente se establezcan. Las autoridades autonómicas son las encargadas del control de la comercialización de los productos y por tanto las que establecen los detalles de dicha documentación. El pescado debe ir documentado en todo momento. El transportista no dispone de nota de venta, ya que la primera venta se producirá en el recinto de Mercabarna.

4.2.Cofradías

Las cofradías desempeñan un papel fundamental en el control de los derechos de pesca, especialmente en lo que se refiere a las pesquerías costeras.

Presentaremos a continuación una descripción de las mismas, su importancia histórica, su evolución y, en concreto, examinaremos las cofradías catalanas que son aquellas en las que se centra el estudio.

4.2.1.Definición

Recoge esta voz el **Diccionario Marítimo español de 1831** como la “Congregación bajo la advocación de San Telmo, patrono de los navegantes, constituida por los gremios de mareantes o matriculados para el servicio de los buques de guerra con fines religiosos y piadosos”. **Enciclopedia General del Mar Vol. II (xvi)**.

Hoy en día, las cofradías de pescadores son entidades de Derecho Público, sin ánimo de lucro que aglutinan los pescadores y su actividad profesional en el ámbito que les es propio; es decir la franja litoral correspondiente a cada cofradía.

Es importante no perder de vista esta conformación específica que justifica precisamente su condición de corporación de derecho público y las funciones que tiene asignadas

siempre referidas a los intereses colectivos y no a los intereses de clase (empresario versus trabajador).

Según las define la ley de pesca **Ley 3/2001**, (y sus posteriores modificaciones con la **Ley 62/2003** y la **Ley 33/2014**) las cofradías son corporaciones de derecho público, sin ánimo de lucro, representativas de intereses económicos, que actúan como órganos de consulta y colaboración de las administraciones competentes en materia de pesca marítima y de ordenación del sector pesquero, dónde se indica que podrán ser miembros de estas cofradías los armadores de buques y trabajadores del sector extractivo.

Una distinción fundamental respecto a otro tipo de asociaciones de la época, es que las cofradías de pescadores, a diferencia de los gremios, “nunca fueron cerradas” sino todo lo contrario, tenían un espíritu asociativo y así que iban aumentando en número, se agrupaban en federaciones. El origen de las cofradías es anterior a los gremios.

En la constitución de las cofradías han intervenido desde los armadores o propietarios e las embarcaciones, hasta los patrones, marineros o sus familiares. Se consideraba a todos socios por igual, lo que recuerda el principio cooperativo “un hombre un voto”. Poco a poco se han ido transformando en asociaciones dónde se han terminado empleando mecanismos de representación paritarios. **Aldecoa Luzarraga 1988 (i)**.

La mayoría de ellas establece una desagregación por artes de pesca. Generalmente el arrastre es el más importante, pero los otros artes tienen su importancia y su estructura, cerco, palangre, artes menores.

Agrupar tanto a la parte empresarial, armadores, como a la parte trabajadora, tripulantes. Sus órganos de gobierno directivos mantienen la paridad entre ambos colectivos, además de representar proporcionalmente a cada una de las artes de pesca a las que pertenecen.

4.2.2. Funciones y funcionamiento

La función principal de las cofradías es la organización de la subasta diaria del pescado, y su gestión posterior del cobro y pago del importe a clientes, (compradores de pescado) y proveedores (barcas). Es obligatorio para sus miembros vender en las subastas de la Cofradía.

Para soportar los costes administrativos de la subasta que se realiza con puja a la baja o subasta holandesa, y la Cofradía se establecen gravámenes sobre las ventas que van entre el 3% y el 5%.

Las cofradías no pueden acumular beneficios con lo que los excedentes se reinvierten por ejemplo en otros procesos; como son:

- suministro de hielo y envases
- aprovisionamiento de utensilios a las embarcaciones,
- distintos trámites administrativos.
- información de normativa de ayudas y cumplimiento normativo obligatorio
- mejora de las instalaciones y de los procesos de comercialización,
- pensiones adicionales a los miembros retirados o viudas,
- fiestas, rituales...

Las Cofradías pueden establecer reglas adicionales bajo un marco legal, como son;

- establecimiento de vedas,
- aceptación de nuevos miembros en su Cofradía,
- prohibición de ciertos artes de pesca en su zona,
- regular en la zona la forma y horarios/días de pesca.

Las Cofradías tienen un papel de control y vigilancia del cumplimiento de los acuerdos y en caso de incumplimiento pueden aplicar la penalización correspondiente. Dichas penalizaciones pueden ser de carácter material como venta en último lugar o de carácter social dentro del grupo más complejo de definir.

Las Cofradías grandes abren para la subasta dos veces al día. Una a la mañana sobre las 08:00 a.m. para la venta del pescado de cerco y artes menores o palangre y una segunda subasta para la venta a partir de las 16:00 p.m. aproximadamente para la venta principalmente del arrastre y en segundo lugar artes menores y palangre. Los horarios de las subastas varían según las Cofradías. Las Cofradías más pequeñas tienen una única subasta al día. La hora depende del tipo de flota, siendo en su mayoría Cofradías de artes menores que venden al mediodía para poder abastecer por la tarde a los mercados.

A través de la lonja y el mercado se controla el tiempo de pesca, ya que el último que vende lo suele hacer a un precio menor. En las lonjas se controlan las tallas mínimas o se penalizan posibles infractores. En Cataluña existen algunas Cofradías sin lonjas. Sus miembros venden en las lonjas de las Cofradías más cercanas.

No todas tienen la misma importancia, algunas obtienen precios más elevados debido a su especialización como puede ser el puerto de Palamós por la venta de la gamba roja o, Delta del Ebro por la venta de moluscos. En otros casos donde la principal venta viene del arte del cerco con especies pelágicas como la sardina o el boquerón su valor económico obviamente es mucho menor.

Los **órganos** representativos de las Cofradías son:

- La Junta General; integrada por igual número de armadores y trabajadores, en representación de los distintos sectores de la cofradía. Ejercerá funciones que establezcan los respectivos estatutos, así como las que establezcan la Comunidades Autónomas.
- El Cabildo; ejerce funciones de gestión y administración ordinaria.
- Patrón Mayor; elegido por la Junta General, ejercerá la dirección de la Cofradía.

4.2.3. Las cofradías catalanas en la actualidad.

Al igual que las Cofradías de pescadores del resto del Estado, las cofradías catalanas suelen considerarse como las herederas del antiguo espíritu corporativo característico de los Gremios de mareantes y pescadores de la Edad Moderna. Es desde esta perspectiva que frecuentemente se las define como asociaciones anacrónicas, corporativistas, cuando no anti-democráticas, que se hace necesario abolir. Sin embargo, tal y como se ha dicho anteriormente, las actuales Cofradías de pescadores son de reciente creación, resultado de

una política que tenía por objetivo dotar al Estado de un instrumento eficaz de intervención sobre el sector pesquero en el contexto de la llamada revolución nacional-sindicalista.

El hecho de que el Estado franquista optase por dar continuidad a la tradición de corporativa mediante la “reinvención” de las Cofradías no hace más que reflejar el tratamiento específico que históricamente ha recibido el sector pesquero en comparación con otros sectores productivos. Ello también explica el fuerte carácter gremialista que aun hoy existe entre los miembros del sector, hecho que se traduce en un relativo aislamiento del resto de la sociedad y el consiguiente desconocimiento que la sociedad tiene de él. **Franquesa Ramón 2003 (vii).**

El carácter corporativo y gremialista de las Cofradías queda palpablemente puesto de manifiesto en los estatutos con los que dichas organizaciones se han dotado siguiendo las líneas marcadas por la administración. En primer lugar hay que destacar que los estatutos de las diferentes Cofradías catalanas presentan muy pocas diferencias en su redactado, y cuando estas diferencias existen se deben más al redactado que no aspectos diferenciales relevantes de su estructura o funcionamiento.

De una breve comparación de los estatutos de las 32 Cofradías que actualmente existen en el litoral catalán se desprende una clara coincidencia en el establecimiento de las finalidades de las mismas y que todas resumen según una fórmula tal como: conseguir el objetivo fundamental de incrementar y desarrollar las actividades que dimanen del ejercicio de la pesca en cuanto que supongan el aumento de su rendimiento así como el bienestar moral y material de sus asociados.

Sin embargo, el aspecto más relevante de este carácter corporativo se encuentra en el tipo específico de vinculación que todas las Cofradías tienen establecido con la administración. El actual decreto de regulación de las Cofradías de Pescadores en vigor en Cataluña define a estas organizaciones como “órganos de consulta y colaboración de la administración de la Generalitat de Catalunya, con el objetivo de promover e impulsar los intereses pesqueros”. Para ello se les asigna la función de “actuar como órganos consultivos de la Administración en todas aquellas cuestiones que afecten a la pesca marítima y que les sean sometidas”.

Si a esta función consultiva y de colaboración orgánica le añadimos la obligación que tienen todas las Cofradías de confeccionar las estadísticas de captura de , tenemos dibujado el perfil claramente corporativo en lo que hace referencia a su vinculación y dependencia con la administración del Estado, en este caso a través del Gobierno de la Generalitat de Catalunya.

Las características organizativas del sector pesquero de Cataluña se explican tanto a través de la propia historia del sector, en la que destaca el carácter gremial y corporativo de las organizaciones existentes, así como a través del papel relevante jugado por el Estado en relación a la ordenación y control del espacio marino y las organizaciones del sector

El sistema de Cofradías es un sistema de gestión basado fundamentalmente en los TURF (Territorial Use of Rights in Fisheries) establecimiento de derechos territoriales de Pesca. Este es el caso catalán dónde se regula las Cofradías a través del TURF basado en pesquerías costeras, regulado por la Comunidad Autónoma. El Estado, a través del Ministerio correspondiente, regula otras vertientes de la pesquería como pueden ser el

censo de la flota, ayudas de la UE, pesquerías de altura, relaciones con la UE y organismos Internacionales.

Un elemento esencial de las Cofradías es el que hace referencia al sistema de comercialización de las capturas. En la actualidad, todas las Cofradías catalanas que disponen de Lonja, son a la vez las titulares de los derechos de organización de la subasta. Mediante el porcentaje detraído de las ventas, las Cofradías tienen garantizada su financiación, y mediante la organización de la subasta tienen garantizado el control sobre la primera venta. Este hecho, aparentemente de orden estrictamente económico, juega sin embargo un importante papel en el mantenimiento de la identidad corporativa del sector.

Las Cofradías que en la actualidad disponen de lonjas dónde efectuar la venta del pescado son las que se observan en la tabla 4 en que se presentan ordenadas de norte a sur. En la misma tabla observamos las cofradías que poseen lonja y las que no la tienen en la actualidad. De un total 32 Cofradías. Existen 20 lonjas activas en Cataluña. Esto significa que realmente son efectivas únicamente 20 cofradías en Cataluña, ya que son las que tiene venta de pescado fresco actualmente. Podríamos concluir, dados los datos, que quizás la existencia del total de cofradías actuales pudiera ser sobredimensionado y haría falta una reducción de las mismas.

Tabla 3. Número de cofradías y lonjas en Cataluña. Año 2015. Fuente, confección propia del autor.

COFRADIAS	LONJA
1. Llançà,	SI
2. Port de la Selva,	SI
3. Cadaqués,	NO
4. Roses,	SI
5. L'Escala,	SI
6. L'Estartit,	SI
7. Palamós,	SI
8. Sant Feliu de Guixols,	SI
9. Tossa de Mar,	NO
10. Lloret de Mar,	NO
11. Blanes,	SI
12. Malgrat de Mar,	NO

COFRADIAS	LONJA
13. Pineda de Mar,	NO
14. Calella,	NO
15. Sant Pol de Mar,	NO
16. Arenys,	SI
17. Mataró,	NO
18. Mongat-El Masnou-Premià de Mar,	NO
19. Badalona,	SI
20. Barcelona,	SI
21. Sitges,	NO
22. Vilanova i la Geltrú,	SI
23. Calafell,	NO
24. Torredembarra,	SI
25. Tarragona,	SI
26. Cambrils,	SI
27. L'Ametlla de Mar,	SI
28. L'Ampolla,	SI
29. Deltebre,	NO
30. Sant Carles de la Ràpita (Verge del Carme),	SI
31. Sant Carles de la Ràpita (Sant Pere) ,	NO
32. Les Cases d'Alcanar.	SI

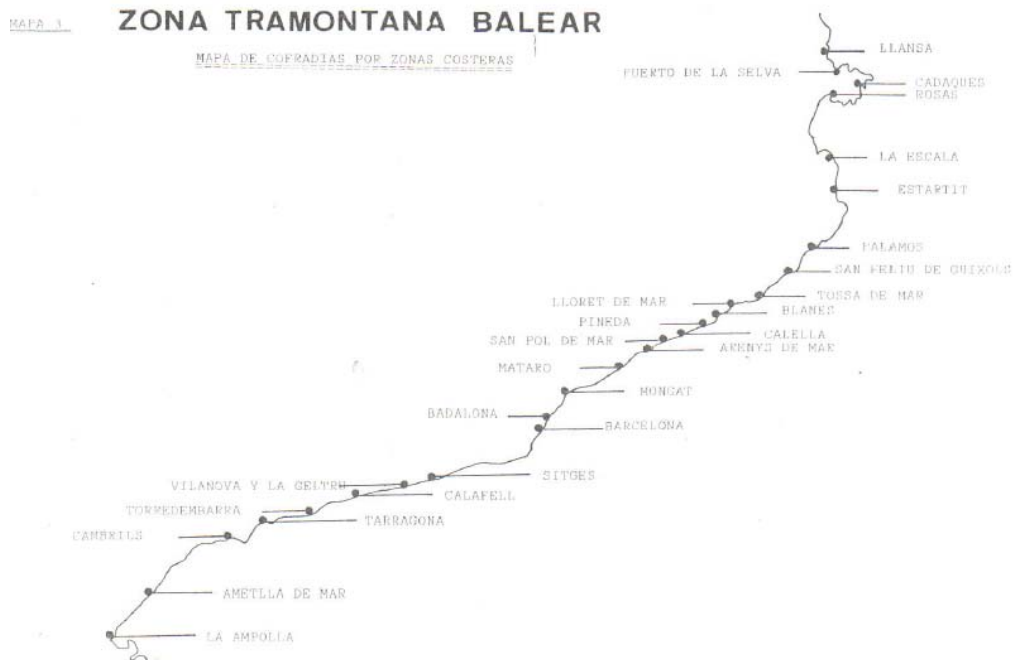
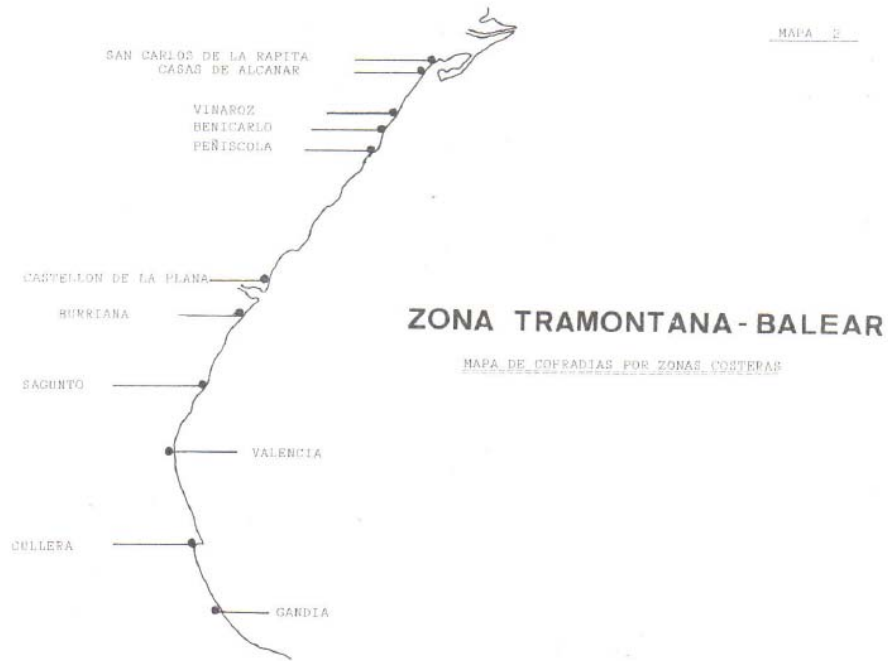


Figura 1. Mapa de las distintas cofradías catalanas. FROM (viii).

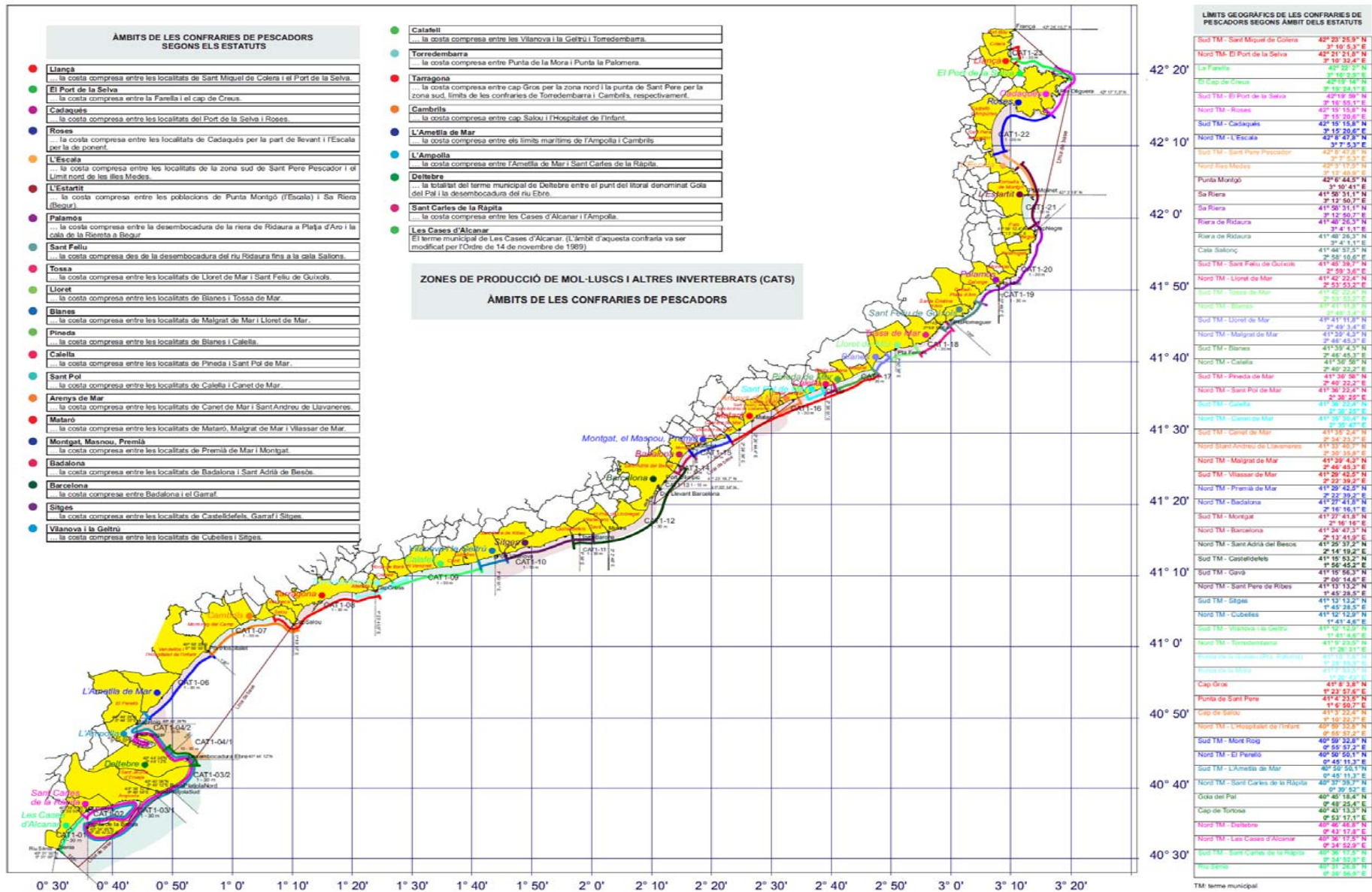


Figura 2. Àmbit de las distintas Cofradías Catalanas. GENERALITAT DE CATALUNYA (xvii).

4.2.4. Problemas actuales de las Cofradías

Existe un problema real territorial debido a que las Cofradías no todas tienen la misma importancia en cuanto a buques, ventas en kilogramos y ventas en euros, empleo y el territorio el cuál explotan. Dichas diferencias se solucionan por acuerdos tácitos de uso de aguas de cofradías colindantes con el beneplácito de la otra Cofradía. A este respecto no se ha adecuado a la situación actual las Cofradías existentes.

Por otra parte y debido al empequeñecimiento de algunas Cofradías el número que existe hoy en día es innecesario. Varias razones justificarían su disminución. Parece una asignatura pendiente la fusión de Cofradías existentes y una reorganización. Interesa reorganizar las divisiones territoriales y moverse por intereses económicos.

Por otro lado el carácter corporativo que aún mantienen las Cofradías catalanas debe ser explicado desde una doble perspectiva. Por una parte desde la propia historia del sector pesquero catalán que se ha desarrollado en un contexto como el Mediterráneo, con una larga y densa experiencia organizativa y una relativa pobreza de recursos. Ambos factores han llevado a las poblaciones del litoral a desarrollar y mantener formas organizativas que se ajustasen a esas peculiaridades pero a la vez empujando al estado a ir reformulando su intervención teniendo en cuenta esas especificidades del sector. **Alegret, Nadal 1987 (iii).**

Desde una perspectiva político-económica, la dinámica organizativa del sector pesquero catalán ha debido responder siempre a un tipo de necesidades organizativas propias de un tipo de unidades productivas que no se ajustan plenamente al modelo capitalista, lo que les ha acercado estratégicamente al estado.

En el contexto de crisis que actualmente vive el sector pesquero a escala mundial, uno de los principales problemas que deben afrontar las organizaciones del sector es el de su adaptación a las nuevas circunstancias económicas, políticas y sociales.

Algunos de los nuevos problemas que actualmente están presentes en el sector requieren de soluciones también nuevas para las que las organizaciones existentes, en la mayoría de los casos, han demostrado no tener capacidad de respuesta. Este es el caso, por ejemplo, de los problemas derivados de la globalización de los mercados pesqueros y la consiguiente influencia sobre los precios; así como, de los problemas derivados de la contaminación de los mares y la sobreexplotación de los recursos con la consecuente expansión de las tesis conservacionistas y ecologistas; o bien el incremento exponencial del esfuerzo de pesca y la territorialización de los caladeros con la consiguiente aparición de nuevas políticas pesqueras de un alcance internacional, transzonal o meramente interregional.

Como es lógico, junto a estos nuevos problemas han surgido también nuevos agentes políticos, económicos y sociales que son con los que las organizaciones del sector deben relacionarse. Entre los nuevos agentes políticos están, por ejemplo, las Instituciones pesqueras internacionales como el Consejo Regional de Pesca del Mediterráneo, los superministerios -como la DG-XIV de Bruselas- o las Direcciones Regionales de Pesca -como la D.G.P.M. de la Generalitat de Catalunya-. Todos estos agentes se han transformado en los nuevos interlocutores políticos del sector, y se han venido a sumar a los interlocutores tradicionales existentes hasta el presente, como el Ministerio de pesca del gobierno central.

Por lo que se refiere a los nuevos agentes económicos se trata, sobre todo, de las empresas multinacionales relacionadas con los productos pesqueros, que de forma

directa o indirecta, controlan los mercados y determinan los precios a escala supranacional; sin olvidar también a las asociaciones regionales de comerciantes de pescado, que después de un proceso de fuerte crecimiento y consolidación, actúan como verdaderos lobbies de presión sobre los demás agentes políticos y económicos, al menos a nivel regional, tal y como ocurre por ejemplo en Cataluña con los Gremios provinciales de Pescateros. **Franquesa (vii).**

Respecto a los nuevos agentes sociales surgidos recientemente en el entorno del sector pesquero están las organizaciones no gubernamentales ecologistas especializadas en temas pesqueros. Estas ONGs se han transformado en los últimos años en uno de los principales interlocutores, no solo de las administraciones públicas, sino también de las propias organizaciones de pescadores. El principal problema con el que se enfrentan actualmente las organizaciones de pescadores en relación a estas ONGs es que, frente a ellas, no pueden defender sus intereses en igualdad de condiciones, ya que no se han dotado de los recursos de representación necesarios y adecuados, como por ejemplo de unos interlocutores que dominen el mismo lenguaje científico, ecologista que utilizan las ONGs.

En conclusión podemos decir que las transformaciones de todo orden que se están produciendo a lo largo de los últimos años en el sector pesquero catalán, están obligando ya a las organizaciones tradicionales -las Cofradías- y a sus Federaciones, a tener que replantearse sus propios objetivos, estructura y funcionamiento, si quieren estar en condiciones de adaptarse a las nuevas circunstancias económicas, políticas y sociales existentes.

La organización del sector pesquero catalán se caracteriza por su larga tradición histórica así como por su permanente vinculación al Estado. Las Cofradías de pescadores, sin ser las únicas asociaciones existentes, hegemonizan su representación, y hasta el momento, han sabido mantenerse como las interlocutoras necesarias para cualquier actuación que se pretenda realizar en el sector.

Esta hegemonía la mantienen apoyándose en su personalidad jurídica como Corporaciones de Derecho Público y la reafirman mediante el discurso ideológico corporativista que les caracteriza. Frente a esta realidad, las demás organizaciones han visto reducido su margen de maniobra hasta unos niveles en los que su presencia se puede considerar casi nula, tal y como les ha ocurrido a los sindicatos o a ciertas asociaciones de marineros o armadores.

Hasta hace relativamente poco tiempo, las Cofradías eran percibidas, en diferentes círculos políticos y sindicales, como organizaciones a extinguir, como consecuencia de su carácter corporativo y por tanto opuesto al espíritu de libre competencia característico de la economía de mercado. En este sentido se llegó a proponer durante los primeros años de incorporación a la CEE su transformación obligada en OPPs, tal y como lo intentó el gobierno socialista a instancias de la Comisión Europea. Actualmente esta percepción creemos que está cambiando, ya que se ha ido superando el desconocimiento y los prejuicios que se tenían acerca de estas organizaciones y se están empezando a valorar los aspectos positivos que las caracterizan. Paradójicamente, el principal de estos aspectos, es el que emana precisamente de su carácter corporativo.

A modo de propuestas para afrontar la crisis de la gestión de los recursos pesqueros, cada vez son más las instancias que aconsejan la co-gestión de los recursos por parte de los propios pescadores. Los economistas están poniendo reiteradamente de manifiesto la necesidad de sólo establecer medidas reguladoras y de control que sean

económicamente viables y sostenibles. Los políticos se están empezando a dar cuenta -o se están viendo obligados a reconocer- que no es posible gestionar los recursos pesqueros sin el apoyo de los propios pescadores así como de la importancia que la dimensión social de la pesca está tomando, más allá de los factores estrictamente económicos. Por último, el propio sector productivo-extractivo también está empezando a darse cuenta de su incuestionable protagonismo futuro, no sólo en lo que se refiere a la co-gestión de los recursos, sino también a la elaboración de las políticas para que estas gocen de la legitimidad que las haga viables, y ello a pesar de que los pescadores aún no reconozcan el que quizás se presenta a partir de ahora como el elemento esencial: su necesaria participación en el proceso de comercialización más allá de la primera venta en la subasta. Por todo ello creemos que las Cofradías, con la necesaria adaptación pueden mantenerse como unos instrumentos útiles para la gestión de los recursos y la ordenación del sector en el nuevo contexto europeo.

5.-MERCAS

Mercasa es una empresa pública de la Administración del Estado, cuyos accionistas son la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA).

Mercasa presta servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, de manera especial en el escalón mayorista de alimentación fresca, a través de la Red de Mercas; pero también de cara a la producción agraria y pesquera, facilitando la comercialización mayorista procedente de origen; al comercio minorista en todos sus formatos, a la hostelería independiente u organizada, y a las empresas de restauración social.

Mercasa ha promovido y gestiona junto a los Ayuntamientos respectivos la Red de Mercas, que cuenta con 23 Unidades Alimentarias, grandes complejos de distribución mayorista y servicios logísticos, que cubren toda la geografía española.

Asimismo, Mercasa gestiona una Red propia de Centros Comerciales que responde a la vocación de servicio público como instrumento de apoyo a la vertebración del pequeño comercio detallista en zonas especialmente necesitadas o de nueva expansión urbana. Adicionalmente, responde a la demanda de aquellos Ayuntamientos, cuyos municipios requieren de apoyo público y que se concreta en zonas donde no concurre la iniciativa privada.

El servicio público de Mercasa se concreta también en el apoyo y colaboración permanente con todas las políticas relacionadas con la modernización de estructuras comerciales (especialmente en el ámbito de los mercados minoristas municipales), la seguridad alimentaria, la trazabilidad, la transparencia en los mercados, las buenas prácticas comerciales, la gestión medioambiental y la responsabilidad social y un firme compromiso con el desarrollo sostenible.

Además, Mercasa mantiene una creciente actividad internacional, con elaboración y desarrollo de proyectos de asistencia técnica para la modernización de estructuras comerciales mayoristas y minoristas, de manera especial en países que abordan la vertebración de su sistema alimentario. En este ámbito, Mercasa tiene un convenio de colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID) y es miembro de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas.

Como empresa pública, Mercasa forma parte de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, una entidad de Derecho Público, cuyas actividades se ajustan al ordenamiento jurídico privado, adscrita al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, con dependencia directa del ministro. **MERCASA (xxi)**.

5.1.Grupo SEPI

El Grupo SEPI está compuesto por un grupo de empresas públicas muy diversificado por sus objetos sociales: minería, construcción naval, comunicación, distribución alimentaria, gestión de infraestructuras, tabaco, promoción empresarial, transformación agraria y medioambiente, ocio, nuclear y servicios varios.

Asimismo, SEPI tiene competencias sobre la Corporación Radio Televisión Española (RTVE), tutela una fundación pública y tiene participaciones directas minoritarias en

otras empresas, e indirectas en más de cien sociedades. La **Ley de creación de SEPI** establece sus funciones.

5.2. Mercasa: características y marco legal.

Mercasa fue constituida como Empresa Nacional con forma de sociedad anónima por **Decreto 975/1966**, de 7 de abril, bajo la denominación “Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A.” que todavía conserva, y con la finalidad de canalizar la inversión estatal prevista en el Plan de Desarrollo Económico y Social, dirigida a “la construcción e instalación de mercados centrales, dotados de depósito, tipificación y lonja, explotación y gestión de los construidos e instalados, así como contribuir con su actuación al mejoramiento del ciclo de comercialización de los artículos alimenticios, con facultades para la realización de estos objetivos, no sólo en forma directa sino mediante la constitución de sociedades mixtas con Corporaciones públicas y con particulares” (Exposición de Motivos y artículo 2 del Decreto 975/1966)

La creación de esta Empresa Nacional, hoy sociedad mercantil estatal, fue informada favorablemente por el Ministerio de Hacienda y la Comisaria del Plan de Desarrollo Económico y Social, tal como exigía el párrafo 4 de la Ley 194/1963, de 28 de diciembre, con una doble justificación: “el mejoramiento del abastecimiento y su red de distribución”, lo que se consideró un “imperativo de alto interés nacional”, e “impedir y combatir las prácticas restrictivas de la competencia”, principios que siguen presidiendo la actuación de Mercasa, de acuerdo con su objeto social, definido por el artículo 2 de sus Estatutos.

De acuerdo con los fines que le fueron encomendados por el Gobierno a través de su norma de creación, Mercasa ha impulsado hasta la fecha la constitución de 23 sociedades mercantiles públicas, junto con los respectivos Ayuntamientos y, en menor medida, algunos accionistas privados, y ha llevado a cabo a través de estas sociedades la construcción de los correspondientes mercados centrales de abastecimiento de frutas y hortalizas, de carnes y de pescados, sociedades que gestionan los servicios públicos prestados por los mercados mayoristas a su cargo de acuerdo con la legislación de régimen local (Ley de Bases de Régimen Local, LBRL, aprobada por Real Decreto legislativo 7/1985, de 2 de abril, y Reglamento de Servicios de Corporaciones Locales, RSCL, aprobado por Decreto de 17 de junio de 1955, todavía vigente, modificado por Real Decreto 2009/2009, de 23 de diciembre, para su adecuación a la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los servicios en el mercado interior), la legislación de contratos del sector público (Ley de Contratos del Sector Público, LCSP, Texto refundido aprobado por Real Decreto legislativo 3/2011, de 14 de noviembre), los Reglamentos de prestación del servicio y/o de régimen interior y funcionamiento de los mercados aprobados, en su caso, por los respectivos Ayuntamientos, y la normativa sectorial aplicable, básicamente constituida por el **Real Decreto 1882/1978**, de 26 de julio, de canales de comercialización de productos agropecuarios y pesqueros de alimentación, modificado por el **Real Decreto 200/2010**, de 26 de febrero, para su adaptación a la Directiva de Servicios.

La Red de Mercas está formada por un total de 23 Unidades Alimentarias, cuya superficie global se sitúa en unos 7 millones de metros cuadrados, de los que en torno a un millón son superficie neta de Mercados y 2,3 millones corresponden a las Zonas de Actividades Complementarias. El resto son principalmente zonas urbanizadas (viales, aparcamientos, zonas verdes, etc.) y las dedicadas a servicios comerciales y administrativos. **MERCASA (xxi)**

5.3. Mercabarna

5.3.1. Historia y Evolución

Tradicionalmente, los mercados mayoristas de alimentación estaban ubicados en el centro de la ciudad de Barcelona y ocupaban diversos espacios que hoy tienen importantes usos cívicos, culturales y lúdicos, como el Mercado del Born, el Parque Joan Miró y el Teatro Lliure.

Debido al crecimiento socio-urbanístico de la ciudad estos mercados centrales empezaron a tener problemas de todo tipo: de capacidad, de comunicaciones, medioambientales, etc. Por ello, se fueron trasladando paulatinamente al recinto de Mercabarna.

Cronológicamente las fechas a destacar son en primer lugar se constituye en 1967 la sociedad anónima mercantil Mercados de Abastecimientos de Barcelona SA (Mercabarna). El primer mercado mayorista, se instala en el recinto en 1971, es el Mercado Central de Frutas y Hortalizas, que procedía del emblemático Mercado del Born de Barcelona. En 1979 Se traslada a Mercabarna el Matadero de Barcelona. Hasta entonces, el antiguo matadero municipal se encontraba en el actual parque de Joan Miró de Barcelona, cerca de la plaza Espanya.

El Mercado Central del Pescado se inauguró en Mercabarna la madrugada del 3 al 4 de octubre de 1983, proveniente del antiguo Mercado Central de la calle Wellington de Barcelona. Ver **Figura 3**.

En 1984, se construye en Mercabarna el Pabellón Polivalente, un recinto que agrupa empresas dedicadas a la comercialización al por mayor de productos elaborados y semielaborados. El mismo año se instala en Mercabarna el Mercado Central de la Flor. Desde el año 1964, el Mercado había desarrollado su actividad en la calle Lleida de Barcelona, un espacio que hoy es el reconocido Teatro Lliure.

En el 87 se urbaniza la totalidad de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC).

En 1988 se realiza el cambio de horario (de nocturno a diurno) del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y en 1989 se produce la incorporación del Mercado de Frutas de L'Hospitalet de Llobregat al Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna.

Se realizan a partir de ese momento distintas campañas promocionales como la de 1999 Inicio de la campaña '5 al día ', o la del 2010 'Crece con el pescado', ambas con el objetivo principal de acercar el mundo de las frutas, hortalizas, pescado y el marisco a los niños (de entre 8 y 12 años) y promover sus beneficios dentro de una dieta equilibrada. Construcción de infraestructuras para alcanzar los requisitos medioambientales actuales. **MERCABARNA (xxii)**.

En el 2009 se pone en marcha el Plan Estratégico del Clúster Alimentario, EN 2011 Se inaugura el Multiservicio III, un edificio con 8 almacenes para albergar a empresas del sector alimentario. 2012 Se pone en marcha el proyecto de convertir Mercabarna en Hub Alimentario del Mediterráneo.

El Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna, el Gremio de Mayoristas y la Asociación de acopiadores del Mercado Central del Pescado firman un convenio para actualizar las instalaciones del Mercado en 2013. Lo mismo ocurrirá en 2014 para la actualización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas

En los últimos años emprende otras iniciativas importantes como inversiones para potenciar el empleo, principalmente de los jóvenes.



Figura 3. Antiguo Mercado del pescado de Barcelona. <http://mercabarna.es>



Figura 4. Campaña 5 frutas al día, Mercabarna. <http://mercabarna.es>



Figura 5. Campaña Creix amb el Peix, Mercabarna. <http://mercabarna.es>

5.3.2. Composición y funcionamiento.

Mercabarna es una sociedad anónima mercantil creada como hemos comentado anteriormente en 1967. El accionariado se compone de las siguientes entidades, cada una con un porcentaje diferente, siendo BSM, Barcelona de Serveis Municipals el mayor accionista. La composición es la siguiente según se publica en su página de Internet:

- Barcelona de Serveis Municipals (B:SM), empresa de la cual el Ayuntamiento de Barcelona es el único accionista: 50,69%
- La empresa nacional Mercasa: 36,79%
- Comarca del Barcelonès: 12,16%
- Autocartera: 0,36%

La Dirección de Mercabarna edita cada año su memoria económica y de actividades, que recoge los resultados del ejercicio y las acciones más destacadas que se han llevado a cabo a lo largo de este periodo. Publica igualmente un resumen estadístico de las distintas áreas.

La mayoría de las empresas de Mercabarna se agrupan en asociaciones empresariales o gremios. De hecho, las grandes decisiones que afectan al funcionamiento de la Unidad Alimentaria las toman siempre de forma conjunta la dirección de Mercabarna y las diferentes asociaciones empresariales. Este mecanismo otorga fuerza a las decisiones que se toman y favorece su cumplimiento.

Mercabarna (Mercados de Abastecimientos de Barcelona SA) es la sociedad gestora de la Unidad Alimentaria que concentra los Mercados Mayoristas de la ciudad de Barcelona, así como numerosas firmas de elaboración, comercio, distribución, importación y exportación de productos frescos y congelados. Está ubicada en la Zona Franca de Barcelona, agrupa más de 700 empresas y en total trabajan diariamente más de 23.000 personas.

En cuanto al sector del pescado tenemos dos gremios principales:

- Gremio de Mayoristas del Mercado Central del Pescado de Mercabarna (GMP)
- Gremio de Pescaderos de Catalunya

El horario de funcionamiento de venta del Mercado Central de Pescado y Marisco es de martes a sábado, de 03.45 a 08.00 horas.

La seguridad alimentaria es un factor fundamental en la actividad de Mercabarna. La concentración de toda la actividad alimentaria en un solo recinto favorece los controles higiénico-sanitarios. Dichos controles los lleva a cabo un equipo de veterinarios y personal de soporte, que depende de la Agencia de Salud Pública de Barcelona. Está dotada de un sistema de separación y reciclaje de residuos, que cuenta con tecnología diseñada específicamente para ello. Actualmente recicla el 80% de los residuos que genera la actividad comercial de sus usuarios.

La Unidad Alimentaria dispone de instalaciones e infraestructuras modernas. También congrega una serie de empresas especializadas en diferentes ramas de alimentación y soporte a los usuarios, como:

- Frigoríficos
- Transportistas
- Laboratorios de control de calidad
- Talleres mecánicos
- Empresas de embalaje
- Restaurantes
- Hoteles
- Gasolineras
- Guarderías
- Farmacias
- Empresas de Servicios Informáticos. Empresas de mensajería.
- Asesorías

Dichas empresas que no componen el núcleo principal de la actividad de mercabarna, van en aumento debido al incremento de actividades paralelas que se crean alrededor de las actividades diarias de comercialización en los recintos de Mercabarna.

Mercabarna se beneficia de la privilegiada dimensión histórico-geográfica de la ciudad de Barcelona como capital de Cataluña, por su importancia como ciudad comercial y destino turístico.

Además, Mercabarna se encuentra en un emplazamiento estratégico desde el punto de vista logístico, que favorece la llegada y la expedición de mercancías por tierra, mar y aire: a pocos kilómetros del aeropuerto internacional del Prat, del puerto marítimo de contenedores, de la terminal TIR, de la estación ferroviaria de mercancías, del nudo viario del Llobregat, con acceso directo a las rondas urbanas y a las autovías exteriores, y a sólo 15 kilómetros del centro de Barcelona.

Esta estratégica situación geográfica ha sido uno de los factores que han contribuido a posicionar Mercabarna como uno de los principales centros europeos de distribución de productos frescos.

Los productos de Mercabarna llegan a toda España y a numerosos países del mundo, pero su ámbito de influencia más inmediato comprende Cataluña, el norte de la Comunidad Valenciana, la franja de Aragón, las Islas Baleares, Andorra, el sur de Francia y el norte de Italia. En total Mercabarna provee de productos frescos a unos 10 millones de consumidores.

5.3.3.La estructura actual del Mercabarna

En su recinto, que ocupa unos 24.000 metros cuadrados, trabajan 52 empresas mayoristas con 80 puntos de venta –equipados con salas de manipulación para realizar los trabajos de evisceración y despiece, y espacios térmicamente adecuados para la comercialización de congelados– y 14 puntos de distribución (lugares de acopiadores).

El Mercado comercializa unas 75.000 toneladas de productos al año, un 81% de los cuales son frescos. En la actualidad, el 60% de los productos son de origen español, y el resto, de importación –procedentes de la Unión Europea o de terceros países.

Durante estos años, el Mercado ha registrado un crecimiento constante y ha ido incorporando mejoras en sus infraestructuras para adaptarse a las nuevas normativas higiénico-sanitarias. Todas estas mejoras hacen que el Mercado Central del Pescado de Mercabarna se encuentre a la cabeza de los mercados mayoristas europeos, en cuanto al cumplimiento de las exigencias técnicas, comerciales, sanitarias y medioambientales más recientes.

En la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna se encuentran unas 30 empresas del sector del pescado y el marisco que desarrollan actividades complementarias en torno al Mercado Central. Agrupando empresas de diversos tipos;

- Empresas especializadas en la manipulación, la elaboración, el envasado y la distribución de todo tipo de pescado y marisco fresco y congelado; viveros y cocederos de marisco, exportadores, etc.
- Las centrales de compra de las grandes cadenas de distribución alimentaria que se surten de pescado y marisco en Mercabarna.
- Empresas que se han especializado en proveer al sector de la restauración

A partir de 2014, y en un período de 10 años, se llevarán a cabo una veintena de obras en el Mercado Central del Pescado que servirán para actualizar las instalaciones de este centro mayorista.

5.3.4.Datos económicos y posicionamiento actual

El sector del pescado tanto fresco como congelado es una parte muy importante en Mercabarna, debido a su nivel de facturación. Lo es incluso, desde el punto de vista del espacio ocupado, véase la **Figura 6**.

La comercialización del pescado en Mercabarna en el 2014 ha supuesto un total de 71.583Tn, a un precio medio de 6,51€por producto. Del total de pescado, el producto fresco comercializado alcanzó las 60.350 Tn.

Las principales especies de productos frescos comercializadas fueron, por orden de importancia en toneladas vendidas; salmón, merluza nacional, mejillón, y rape nacional.

El 58,5% de pescado y marisco fresco comercializados fueron de origen nacional, mientras que el 41,5% es de importación (Francia, Europa no comunitaria e Italia principalmente).

Los principales orígenes del producto nacional vendido en Mercabarna (porcentaje con respecto al total comercializado en el Mercado) son; Galicia 24,6%, Cataluña 15,3% y, la Cornisa Cantábrica 11,2%.

La actual situación económica ha vuelto a incidir en el volumen anual de ventas en toneladas del Mercado de pescado, que disminuyó un 2,4% con respecto a 2013, a pesar de que a finales del ejercicio se notó una cierta recuperación en la actividad. **MERCABARNA (xxii).**

La memoria de Mercasa recoge, de una forma precisa, su importancia compensadora entre origen y consumo: presta servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, de manera especial en el escalón mayorista de alimentación fresca, a través de la Red de Mercas; pero también de cara a la producción agraria y pesquera, facilitando la comercialización mayorista procedente de origen; al comercio minorista en todos sus formatos, a la hostelería independiente u organizada, y a las empresas de restauración social. Parece claro que sin la empresa pública Mercasa, la evolución del mercado de alimentación fresca en España habría sido totalmente distinta.

Plano de Mercabarna

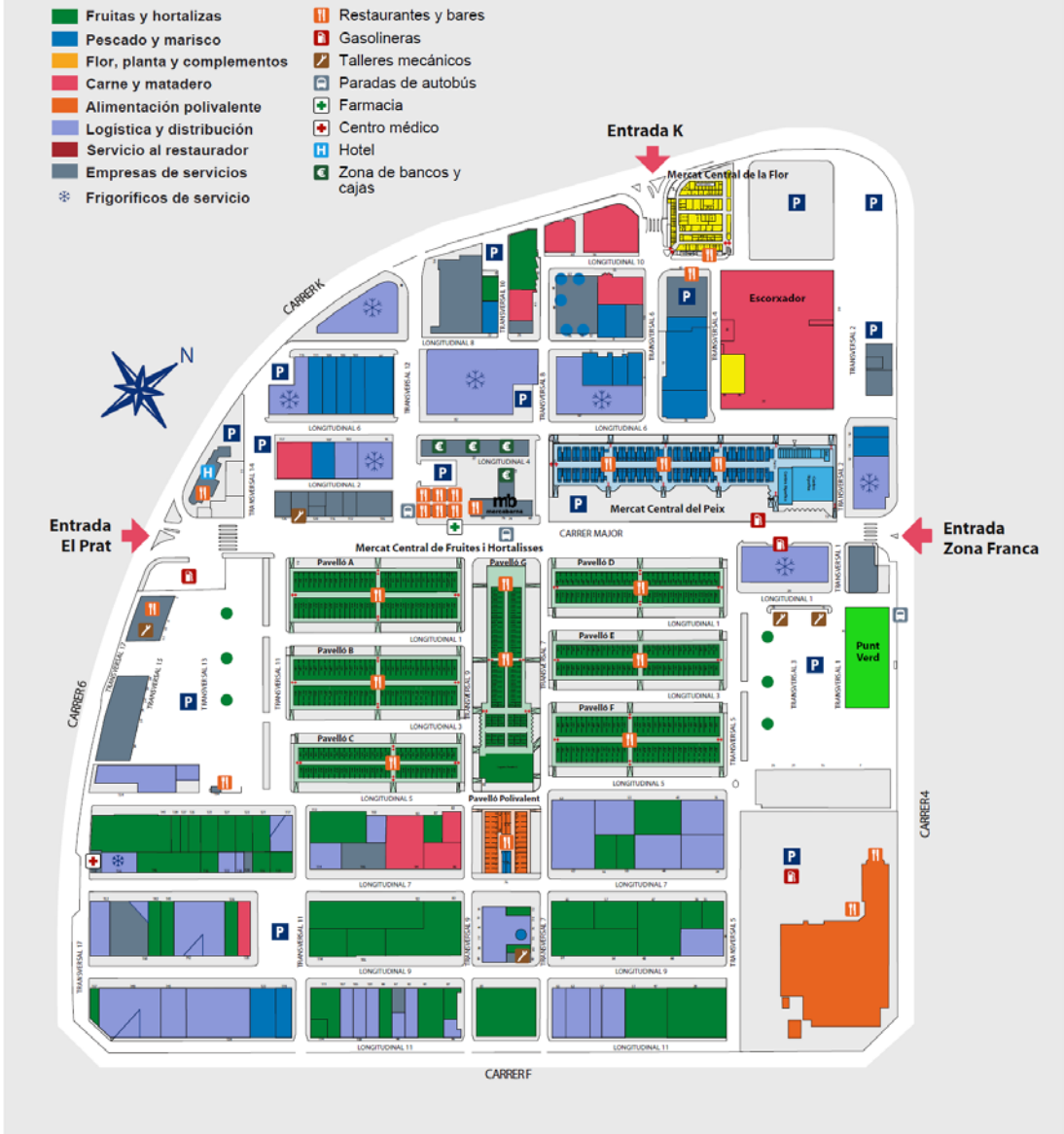


Figura 6. Plano situacional MERCABARNA. MERCABARNA (xxii).

6.-EL COMERCIO EXTERIOR DEL PESCADO.

Debido al patrón de consumo de pescado, mayor que el de otros países, los productos de la pesca en España y concretamente en Cataluña, tienen su origen en capturas no solo de buques españoles, si no también en importaciones de dichos productos.

Los principales socios comunitarios de España en el sector agroalimentario y pesquero son Francia, Alemania, Italia y Portugal. Los países terceros son el destino del 23,8% de las exportaciones y el origen del 43,2% de las importaciones

España es deficitaria en términos de saldo comercial agroalimentario y pesquero con países terceros, con un déficit comercial de 4.006 millones de euros según datos del 2013. **AEAT (xxiv)**.

El saldo Exportaciones/Importaciones en los últimos tres años varía en torno a un 30% y a un 40% a favor de las importaciones de pescado

Como hemos apuntado al ser España y, Cataluña deficitario en pescado y, debido a que las importaciones de este producto han aumentado durante los últimos años, nos concentraremos en datos de las importaciones, que es el flujo principal en nuestro comercio pesquero.

Únicamente un apunte en el caso de las exportaciones. El atún rojo, *Thunnus thynnus*, generado en Cataluña, por parte de las granjas de engorde de dicha especie, aportan económicamente cantidades relevantes a las exportaciones de pescado. Esto es debido al alto valor que alcanzan en los mercados nipones.

Las importaciones de productos de la pesca llegan a Catalunya a través de los Puestos de Inspección Fronterizos, PIF. El pescado entra por vía terrestre, aérea y marítima.

Los productos importados deben venir identificados según los siguientes códigos para su correcto control en frontera y asegurar su trazabilidad. En la **tabla 4** podemos observar un ejemplo de los códigos que se utilizan y su correspondencia. De esta forma se asegura el reconocimiento del producto a lo largo de toda la cadena de comercialización.

Tabla 4. Códigos y descripción de la mercancía según la Agencia Estatal de la Administración Tributaria.

<u>Código</u>	<u>Designación de la mercancía</u>
03	CAPÍTULO 3 - PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS
0301	Peces vivos
0302	Pescado fresco o refrigerado (excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304)
0303	Pescado congelado (excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304)
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados
0305	Pescado seco, salado o en salmuera; pescado ahumado, incluso cocido antes o durante el ahumado; harina, polvo y pellets de pescado, aptos para la alimentación humana
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y pellets de crustáceos, aptos para la alimentación humana
0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos, (excepto los crustáceos y moluscos), vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y pellets de invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos), aptos para la alimentación humana
1604	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado
1605	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados
1504	Grasas y aceites, y sus fracciones, de pescado o de mamíferos marinos, incluso refinados, pero sin modificar químicamente
2301 20 00	Harina, polvo y pellets, de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana

Tabla 5. Un ejemplo de los cuadros que se publican anualmente por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, respecto a las importaciones y exportaciones producidas en España. En este caso del año 2012.

COMERCIO EXTERIOR. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA. Año 2012						
PRODUCTOS	IMPORTACIONES		EXPORTACIONES		Saldo comercial (Miles de €)	Tasa de cobertura
	Peso (Toneladas)	Valor (Miles de €)	Peso (Toneladas)	Valor (Miles de €)		
Peces vivos (0301)	4.726	22.732,90	10.945	47.160,00	24.427,10	207,45%
Pescado fresco y refrigerado (0302)	219.222	757.255,30	86.288	369.791,50	-387.463,80	48,83%
Pescado congelado (0303)	287.995	648.569,20	457.511	802.391,30	153.822,10	123,72%
Filetes y carnes de pescado (0304)	181.163	565.523,10	47.644	243.713,60	-321.809,50	43,10%
Pescado seco, salado o en salmuera, ahumado, harina, polvo y pellets (0305)	37.351	168.022,20	16.945	75.253,90	-92.768,30	44,79%
Crustáceos (0306)	181.521	968.684,20	36.519	237.445,70	-731.238,50	24,51%
Moluscos (0307)	341.913	1.035.845,00	159.982	471.933,90	-563.911,10	45,56%
Preparados y conservas de pescado (1604)	139.667	600.871,30	121.098	597.579,80	-3.291,50	99,45%
Preparados y conservas de crustáceos y moluscos (1605)	25.470	107.000,40	26.371	95.261,70	-11.738,70	89,03%
Aceites y grasas de pescado (1504)	26.335	24.938,90	7.828	10.585,50	-14.353,40	42,45%
Harinas de pescado, crustáceos y moluscos impropios para alimentación humana (230120)	49.059	53.890,20	33.569	31.198,00	-22.692,20	57,89%
TOTAL PRODUCTOS PESQUEROS	1.494.424	4.953.332,70	1.004.700	2.982.314,90	-1.971.017,80	60,21%

FUENTE: Agencia Estatal de Administración Tributaria
Ruta: AEAT. Portal de Aduanas e Impuestos Especiales. Estadísticas Comercio Exterior. Base de Datos de Comercio Exterior de C. S. Cámaras
Enlace: <http://aduanas.cameras.org/>
NOTA: Los números que aparecen entre paréntesis a continuación del nombre del producto hacen referencia al código TARIC

En el año 2012, según se muestra en la **tabla 5**, España es deficitaria en pescado fresco (0302) y refrigerado así como el filetes y carnes de pescado (0304), es decir las importaciones superan a las exportaciones, ya que es necesario importar más debido a la demanda interna de consumo de estos bienes. Con el resto de productos mostrados en la tabla ocurre el efecto contrario. Somos exportadores de dichos productos en cantidades superiores, las cantidades están reflejadas en Toneladas.

En los dos epígrafes mencionados (0302 y 0304) el saldo comercial es negativo. Ahora bien observamos que también encontramos un saldo comercial negativo en crustáceos (0306), moluscos (0307), en una cantidad significativa, debido a los altos precios que alcanzan en los mercados y por otro lado también observamos que los preparados y conservas de crustáceos y moluscos (1605), los aceites y grasas de pescado (1504) y las harinas para consumo humano (230120) también presentan una balanza comercial negativa aunque menor, debido a dos factores su precio menor y su cantidad menor también importada.

En la **tabla 6**, se analiza la distribución de importaciones y exportaciones a países de la unión Europea y terceros países.

Por regla general se observa que el pescado fresco y refrigerado procede en su mayor parte de países de la UE, por el contrario el pescado congelado, procesado, preparado, los moluscos y las harinas provienen en su mayor parte de terceros países no comunitarios.

Por parte de España las exportaciones están principalmente dirigidas a la UE y lo que se exporta a terceros países es básicamente pescado congelado. Casi un 70% de los ingresos por exportaciones proceden de ventas a países miembros de la Unión Europea.

Al llegar a Cataluña, la mayoría de productos importados van a Mercabarna dónde se realiza su primera venta. Allí se venden de la misma forma productos de la acuicultura y productos procedentes de la pesca extractiva nacionales y de la zona costera de Cataluña.

Tabla 6. Comercio exterior con la UE y con terceros países. Fuente Agencia Estatal de la Administración Tributaria.

COMERCIO EXTERIOR. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA, POR GRUPOS DE PAÍSES. Año 2012

Productos	Origen / Destino	IMPORTACIONES		EXPORTACIONES	
		Toneladas	Miles de euros	Toneladas	Miles de euros
0301. PECES VIVOS	Países UE (27)	3.872	15.022,60	10.916	45.637,20
	Terceros países	853	7.710,00	29	1.522,60
	TOTAL	4.726	22.732,60	10.945	47.159,80
0302. PESCADO FRESCO O REFRIGERADO	Países UE (27)	167.238	547.590,00	81.272	310.258,60
	Terceros países	51.985	209.665,40	5.016	59.532,80
	TOTAL	219.222	757.255,40	86.288	369.791,40
0303. PESCADO CONGELADO	Países UE (27)	74.303	134.357,80	129.843	279.324,00
	Terceros países	213.693	514.211,00	327.667	523.067,50
	TOTAL	287.996	648.568,80	457.510	802.391,50
0304. FILETES Y DEMÁS CARNE DE PESCADO	Países UE (27)	27.016	116.426,40	41.312	190.493,80
	Terceros países	154.147	449.096,40	6.332	53.219,70
	TOTAL	181.163	565.522,80	47.644	243.713,50
0305. PESCADO SECO, SALADO, ETC	Países UE (27)	11.945	57.297,00	12.858	62.280,40
	Terceros países	25.407	110.725,50	4.087	12.973,30
	TOTAL	37.351	168.022,50	16.945	75.253,70
0306. CRUSTÁCEOS	Países UE (27)	35.030	217.584,70	34.211	224.841,70
	Terceros países	146.491	751.099,70	2.309	12.603,60
	TOTAL	181.522	968.684,40	36.519	237.445,30
0307. MOLUSCOS	Países UE (27)	60.340	212.871,70	141.872	397.520,60
	Terceros países	281.573	822.973,50	18.109	74.413,70
	TOTAL	341.913	1.035.845,20	159.982	471.934,30
1604. PREPARADOS Y CONSERVAS DE PESCADO	Países UE (27)	13.719	47.515,40	111.514	542.504,30
	Terceros países	125.948	553.355,80	9.583	55.075,50
	TOTAL	139.667	600.871,20	121.097	597.579,80
1605. PREPARADOS Y CONSERVAS DE CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS	Países UE (27)	5.364	41.897,00	22.097	72.224,20
	Terceros países	20.106	65.103,50	4.273	23.037,20
	TOTAL	25.470	107.000,50	26.371	95.261,40
1504. ACEITES Y GRASAS DE PESCADO	Países UE (27)	14.586	10.244,30	7.375	7.339,10
	Terceros países	11.749	14.694,30	454	3.246,20
	TOTAL	26.335	24.938,60	7.828	10.585,30
230120. HARINAS DE PESCADO	Países UE (27)	4.930	4.722,10	32.527	30.095,20
	Terceros países	44.130	49.168,10	1.042	1.102,70
	TOTAL	49.059	53.890,20	33.569	31.197,90
TOTAL PAÍSES UE (27)		418.342	1.405.529,00	625.796	2.162.519,10
TOTAL TERCEROS PAÍSES		1.076.082	3.547.803,20	378.902	819.794,80
TOTAL BALANZA		1.494.424	4.953.332,20	1.004.698	2.982.313,90

FUENTE: Agencia Estatal de Administración Tributaria

Ruta: AEAT. Portal de Aduanas e Impuestos Especiales. Estadísticas Comercio Exterior. Base de Datos de Comercio Exterior de C. S. Cámaras

Enlace: <http://aduanas.cameras.org/>

NOTA: Los productos vienen precedidos por el código TARIC

7.-DETALLISTAS

Tal y como comentamos en el apartado 2.- Canales de comercialización del pescado, el escalón minorista se encuentra claramente diferenciado en Cataluña en dos sectores principales. El tradicional que engloba a los mercados municipales y establecimientos de venta de pescado fresco “pescaderías”. Y por otro lado encontramos a las grandes superficies, hipermercados y supermercados, éstos últimos desbancando a los anteriores en cuanto a venta y cuota de mercado de pescado fresco en los últimos años.

Los mercados tienen una fuerte tradición en Cataluña. Nos ha parecido interesante aportar ciertos datos al respecto. Veamos este apartado con su descripción.

7.1.Mercados Municipales

La definición de Mercado Municipal corresponde a la recogida en la normativa oficial al respecto: “Conjunto de establecimientos minoristas independientes, fundamentalmente de alimentación perecedera, agrupados en un edificio de titularidad pública y normalmente de uso exclusivo, que tienen servicios comunes y requieren una gestión de funcionamiento también común, según las fórmulas jurídicas establecidas en la legislación de régimen local”.

No hemos de olvidar que los mercados han sido tradicionalmente lugares dónde históricamente se intercambian no sólo productos, sino se establecen y renuevan lazos personales y grupales y se intercambia todo tipo de información.

Son recintos en los que se venden productos de primera necesidad, generalmente alimenticios. Organizados en puestos individuales que ofrecen cada uno de ellos productos distintos como, verduras y frutas, pescado, carne, legumbres, huevos. Existen generalmente en los centros de las localidades. En las grandes ciudades existen distintos mercados organizados por barrios.

Los mercados tradicionales han disminuido en número y están pasando por serias dificultades en los últimos años. Esto es debido a distintas causas, entre ellas los nuevos hábitos de vida que no se compaginan con los horarios de los mercados, así como los precios y la oferta de varios productos compitiendo con las grandes superficies, es decir hipermercados y supermercados.

A esto se le añade la no renovación y envejecimiento de sus instalaciones, así como la falta de rápida adaptación a las nuevas situaciones.

Aun así existen mercados que siguen funcionando en Cataluña debido a;

- la alta tradición existente
- a su adaptación al turista
- especialización,
- oferta de restauración

En España funcionan actualmente unos 1.000 mercados municipales con una amplia oferta comercial, y cuotas de mercado que llegan al 40% del consumo total de alimentos frescos.

Un millar de mercados que integran cerca de 80.000 puestos de venta, con unos 280.000 puestos de trabajo directos y 3.000 indirectos. El valor de los productos comercializados actualmente podría estimarse en los 5.000 millones de euros, correspondientes a 1.825.000 toneladas de frutas y hortalizas, 225.000 toneladas de pescado y 417.000 toneladas de carnes y derivados.

A destacar el trabajo realizado en toda España, dónde se han documentado 235 edificios de interés, recogiendo y presentando, para cada uno de ellos los principales datos históricos, arquitectónicos, urbanísticos, funcionales y comerciales y procediendo además, a la elaboración de un diagnóstico de dichos edificios, a partir de la información descriptiva recabada. Dicho listado ha sido elaborado por MERCASA. En el podemos encontrar mercados como La Boquería, El Ninot, Hostafrancs y San Antonio en Barcelona recopilados en fichas descriptivas.

El número de mercados municipales registrados de **Cataluña es de 48**, que se muestra en las siguientes tablas agrupados por provincias:

Tabla 7. Mercados municipales en la provincia de Tarragona.

Tarragona (8 Mercados)
MERCAT MUNICIPAL CENTRAL DE TARRAGONA
MERCAT MUNICIPAL DE TORREFORTA
MERCADO MUNICIPAL DE AMPOSTA
MERCADO DE LA VILA DE CAMBRILS
MERCADO MUNICIPAL DE EL VENDRELL
MERCADO CENTRAL DE REUS
MERCADO MUNICIPAL DE ROQUETES
MERCADO MUNICIPAL DE TORTOSA

Tabla 8. Mercados municipales en la provincia de Lérida.

Lérida (3 Mercados)
MERCADO MUNICIPAL DE CAPONT
MERCADO MUNICIPAL DE BALÀFIA
MERCADO MUNICIPAL DE RONDA-FLEMING

Tabla 9. Mercados municipales en la provincia de Barcelona.

Barcelona (34 Mercados)	
MERCADO MUNICIPAL DE ARENYS DE MAR	MERCADO MUNICIPAL DE OLESA DE MONTSERRAT
MERCADO MAIGNON DE BADALONA	MERCADO MUNICIPAL DE PRAT DE LLOBREGAT
MERCADO MUNICIPAL TORNER DE BADALONA	MERCADO CENTRAL DE SABADELL
MERCADO DE LA ABACERÍA DE BARCELONA	MERCADO MUNICIPAL DE SANT FELIU DE LLOBREGAT
MERCADO SANT JOSEP LA BOQUERÍA DE BARCELONA	MERCADO DEL BARRI ANTIC DE SANT JOAN D'ESPÍ
MERCADO DE CLOT DE BARCELONA	MERCADO MUNICIPAL DE SANT JUST DESVERN
MERCADO DE LA CONCEPCIÓN DE BARCELONA	MERCADO DE SEGARRA DE SANTA COLOMA DE GRAMANET
MERCADO MUNICIPAL GALVANY DE BARCELONA	MERCADO DE LA INDEPENDENCIA DE TARRASA
MERCADO D' HOSTAFRANS DE BARCELONA	MERCADO DE SANT PERE DEL TRIOMF DE TARRASA
MERCADO DEL NINOT DE BARCELONA	MERCADO DE LA CARN DE VILAFRANCA DEL PENEDÉS
MERCADO DE SAN ANTONIO DE BARCELONA	MERCADO DEL CENTRE DE VILANOVA I LA GELTRÚ
MERCADO MUNICIPAL SANTA CATERINA DE BARCELONA	MERCADO MUNICIPAL DE SANT ADRIÀ DE BESOS
MERCADO DE SANTS DE BARCELONA	MERCADO DE SANT PERE DE SAN CUGAT DEL VALLÉS
MERCADO DE SARRIA DE BARCELONA	MERCADO MUNICIPAL DE GAVÁ
MERCADO DE LA UNIÓ DE BARCELONA	MERCADO DEL CENTRE DE HOSPITALET DE LLOBREGAT
MERCADO MUNICIPAL SAN JAIME DE CALELLA	MERCADO DE COLLBLANC DE HOSPITALET DE LLOBREGAT

MERCADO MUNICIPAL DE ESPARRAGUERA	DE	MERCADO MUNICIPAL MOLINS DE REI
-----------------------------------	----	---------------------------------

Tabla 10. Mercados municipales en la provincia de Gerona.

Girona (3 Mercados)
MERCADO DEL LLEO
MERCADO DE LA CARN DE PALAFRUGELL
MERCADOMUNICIPAL DE SANT FELIU DE GUIXOLS

La **población total** en Cataluña en el primer trimestre del 2015 según Fuente Idescat (Institut d'Estadística de Catalunya) alcanzaba el número de 7.323.300 habitantes.

La Gestión de mercados de pescado en la provincia de Barcelona, depende de El Institut Municipal de Mercats de Barcelona (MMBB) es la institución del Ayuntamiento de Barcelona que promociona actividades no comerciales si no de promoción, difusión, estudios, remodelaciones, entre otras, de los mercados municipales del área de Barcelona.

A destacar el trabajo realizado de toma de precios de distintos alimentos, entre ellos de pescado, que realiza dicha institución desde octubre del año 2008.

En Tarragona, otra de las provincias de importancia en el comercio pesquero, encontramos a ESPIMSA (Empresa de Serveis i Promocions d'Iniciatives municipals S.A.). empresa externa del Ayuntamiento encargada de la gestión de los principales mercados de esta provincia.

La distribución alimentaria ha experimentado un extraordinario cambio y reestructuración en los últimos años, con la aparición de nuevos formatos comerciales y la incorporación de nuevos servicios que complementan la oferta de producto. Paralelamente se ha producido una transformación en los hábitos de compra y comportamiento del comprador, junto a la aparición de nuevas tendencias y preferencias del consumidor, que ha dado lugar a una segmentación del mismo en grupos muy diferenciados y con necesidades muy dispares. Todo ello además, se ha producido como consecuencia, y en el contexto, de los cambios socio-demográficos y económicos que ha experimentado nuestra sociedad.

En este contexto hay que abordar los procesos de modernización de los Mercados Municipales Minoristas, dejando claro que no existen recetas y planteamientos globales, y que cada Mercado Municipal necesita de un estudio particular y pormenorizado adaptado a su casuística.

7.2.Pescaderías

Son establecimientos dedicados a la venta al detalle de productos de la pesca y de la acuicultura, frescos o congelados, tanto si se trata de una tienda independiente como de un punto de venta de un mercado municipal o de una gran superficie.

Para poder dar un servicio de calidad al consumidor debe cumplir con normas de higiene, control de proveedores, de la cadena de frío, manipulación y, trazabilidad del producto.

Destacaremos en este punto un factor a tener en cuenta. El valor del traspaso de los establecimientos de venta de pescado ha bajado en los últimos años de forma drástica. Esto nos lleva a pensar que dichos establecimientos ya no son tan rentables como antaño, principalmente por haber sido desbancados por los supermercados.

7.3. Grandes superficies

Han desbancado en los últimos años en cuanto a ventas a los mercados tradicionales y las pescaderías de los barrios.

Destacan por su adaptación a los horarios de los clientes, la variada oferta de productos en un mismo establecimiento, ofrecer precios ajustados, y dar servicios a los clientes que facilitan su compra como puede ser: el pago con tarjeta, pago en un único punto al finalizar el total de la venta, el servicio de la compra al domicilio del consumidor, promociones y descuentos que premian la fidelidad del consumidor habitual.

Un ejemplo del *diagrama de flujo* simple en una pescadería (englobamos aquí mercados, pescaderías tradicionales y grandes superficies) sería el que se muestra a continuación en la **Figura 7**.

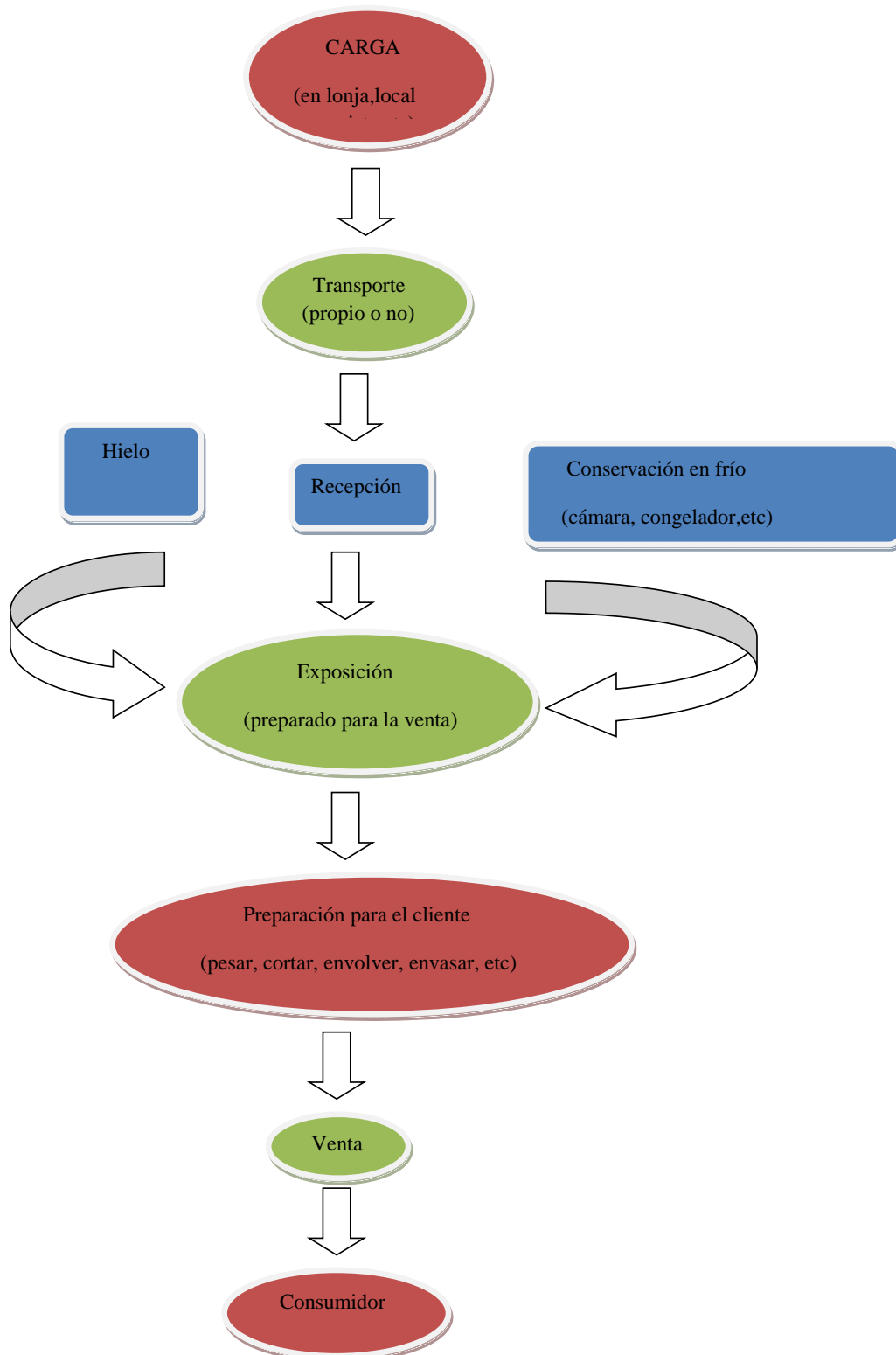


Figura 7. Diagrama de flujo escalón detallista. Fuente producción propia del autor.

Mientras, los **supermercados** incrementan su cuota de mercado en 8,8 puntos para toda la familia de pescados; en 8,5 puntos para pescado fresco; en 12,5 puntos para pescado congelado; en 7,7 puntos en el caso de marisco, moluscos y crustáceos; y, por último, en 6,7 puntos para conservas de pescado y moluscos. **MAGRAMA (xx)**.

7.4. Continuidad en la cesta de compra en tiempos de crisis y desplazamiento del gasto

Sirva recordar que, sobre el gasto total que se realiza en alimentación y bebidas, un 22% corresponde a carne, un 16,9% a frutas, hortalizas y patatas frescas y un 13,1% a pescados (conjuntamente suman más de la mitad del gasto).

Comprobando cifras de los años 2011 y 2012, el gasto disminuye en pescados (-2,3%), mariscos, moluscos y crustáceos (-3,3%), Por el contrario, se incrementa en conservas de pescado y moluscos (3,0%).

Las cifras anteriores plantean un desplazamiento del gasto en el mercado alimentario desde bienes superiores hacia bienes normales o básicos (en este contexto, el precio, la renta y la demanda están muy relacionados y resultan primordiales para configurar la cesta de la compra de muchos hogares españoles).

Hay que tener en cuenta la fortaleza del sector primario español. La cadena agroalimentaria española cuenta con una participación estructurada en distintos niveles que, en el desarrollo de sus actividades, están atravesando de forma diferente las dificultades derivadas de la situación general de crisis económica.

El sector primario español (agricultura, ganadería y pesca) está teniendo un comportamiento estable aportando producción y empleo al conjunto de la economía pero, además, está desarrollando una importante vertebración social sirviendo como refugio a personas desempleadas en otras actividades.

Por otra parte, la industria agroalimentaria española también es un sector que está contando con un comportamiento menos desfavorable en términos relativos de producción y empleo que la economía y que el sector secundario. Para el año 2013, la industria agroalimentaria española mantiene su volumen de ventas (vuelven a conseguirse cerca de 90.000 euros de facturación con un aumento concreto del 3,6% en el mes de diciembre).

Las cifras de empleo y, sobre todo de comercio exterior (por ejemplo, las exportaciones aumentaban el año pasado casi un 10%), muestran la solidez de un sector básico para la economía española. **MAGRAMA. Base de Datos de Consumo en Hogares (xx)**.

8.-LA REGULACIÓN DEL COMERCIO PESQUERO

Las normas comunes de comercialización para determinados productos pesqueros, se encuentran contenidas en el **Reglamento 2406/96** de Comercialización y, sus posteriores modificaciones. En él se establecen los requisitos para una serie de productos pesqueros tanto si son de origen comunitarios o proceden de terceros países, excepto en el caso de pequeñas cantidades de pescado cedidas directamente por el productor al detallista o al consumidor. Las normas de comercialización comprenden: a) categorías de frescura; b) categorías de calibrado.

El **Reglamento 1379/2013** por el que se establece organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura (OCM). Modifica los R (CE) 1184/2006 y R (CE) 1224/2009 y se deroga el R (CE) 104/2000 del Consejo.

Es un reglamento de carácter vertical en el que se establecen los requisitos obligatorios de información al consumidor para los productos de la pesca y la acuicultura, exceptuando a las conservas y preparados. En concreto se centra en productos pesqueros frescos, congelados, secos, salados, ahumados, tanto referido a peces como a moluscos y crustáceos y como novedad se incluyen las algas. Dichos requisitos deben aplicarse, además de los establecidos en el **Reglamento 1169/2011** en el caso de productos envasados, y a los productos sin envasar.

La reforma de 2013 ha revisado muchos aspectos de la Política Pesquera Común, PPC. Teniendo en cuenta que la PPC extiende su ámbito de aplicación a las medidas relativas a los mercados de los productos de la pesca y de la acuicultura en la Unión, es decir, es parte integral de la PPC, este nuevo reglamento viene a aplicar en su ámbito los mismos objetivos y principios de buena gobernanza que el R. **1380/2013**. (Reglamento marco)

La Organización Común de Mercados, OCM, está integrada por los siguientes elementos:

- a) organizaciones profesionales,
- b) normas de comercialización
- c) información de los consumidores,
- d) normas sobre competencia,
- e) información de mercados

El **Reglamento de control 1224/2009** del Política Pesquera Común establece en su artículo 59 que los Estados miembros velarán porque los productos de la pesca se registren o vendan por primera vez en una lonja, o a compradores autorizados u organizaciones de productores.

En cuanto a la normativa nacional hemos de atender a:

La **ley 12/2013**, tiene como finalidad mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio no sólo del sector, sino también de los consumidores.

Establece como objetivos principales:

- mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio no sólo del sector, sino también de los consumidores.
- conseguir un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores, mejorando el acceso a la información y trazabilidad de la cadena alimentaria, regulando las prácticas comerciales y promoviendo códigos de buenas prácticas comerciales entre los operadores.
- Contribuir a garantizar los derechos del consumidor en lo que respecta a la mejora de una información completa y eficaz sobre los alimentos y su calidad, a la transparencia en el funcionamiento de la cadena de suministro, así como a la disponibilidad de alimentos suficientes y de calidad.

Tras la aprobación de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, que entró en vigor el 3 de enero de 2014, el Observatorio de Precios de los Alimentos se convirtió en el **Observatorio de la Cadena Alimentaria**, asumiendo las antiguas funciones del Observatorio de Precios e incorporando algunas más:

- Generar información de carácter regular encaminada a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.
- Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo.
- Realizar informes y estudios explicativos, en su caso, de las posibles situaciones de desequilibrio generadas, así como elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los Ministerios MAGRAMA y de Economía y Competitividad (MINECO).
- Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre las representaciones del sector productivo, la distribución comercial y los consumidores, entre sí y de estos con las Administraciones Públicas.
- Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas.

- informará de la propuesta del Código y realizará su seguimiento, así como el de las prácticas comerciales, dando traslado a la autoridad competente, si detectase incumplimientos de lo establecido en la ley, tratará de fomentar las buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos entre las partes
- analizará y estudiará de forma continuada la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados, así como las causas

A nivel nacional encontramos también normativa referente al la primera venta, etiquetaje, información que deben llevar los productos. En general normativa en aras a informar y proteger al consumidor y asegurar así mismo una trazabilidad de los productos pesqueros. Entre las más importantes cabe destacar los siguientes Reales Decretos.

- **REAL DECRETO RD1334/1999**, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.
- **RD 1822/09** de primera venta. Establece como debe producirse la primera venta y las condiciones que deben cumplir los establecimientos autorizados para ello
- **RD 126/2015**, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y de los envasados por los titulares del comercio al por menor.

9.-PROCESO DE VALORIZACION Y CAMBIO DE PRECIOS

El incremento del precio del pescado de su salida en lonja hasta llegar a manos del consumidor incrementa de una forma realmente rápida. A continuación vamos a describir la situación y la evolución de dichos precios hasta llegar al precio final de venta al consumidor.

9.1.Precios en Lonjas

La recogida de precios de venta en las distintas lonjas de pesca del litoral catalán nos muestra como a veremos en los anexos de ejemplo, que se recogen mensualmente precios medios de las principales especies marinas, diferenciando el arte de pesca con el que han sido capturadas. Según sea:

1. Arrastre
2. Artes menores
3. Cerco
4. Palangre Superficie

Tenemos datos del 2006 al 2013 inclusive. Únicamente mostramos a continuación un mes, debido a la cantidad enorme de datos de los que se dispone. Se adjunta un Excel con toda esa información. Ver **Anexo 1**.

Los meses de los que no disponemos de información son debidos a las paradas biológicas o vedas que se producen en los distintos puertos. Históricamente en el norte de Cataluña, la costa de Gerona, realiza la veda los meses cuando sopla verdaderamente fuerte la Tramuntana, ya que esos días no se puede salir a la mar. El resto de vedas se hacía hasta hace poco por diversos motivos sin contar a duras penas con criterios biológicos. Actualmente, aunque sigue en poder de las Cofradías, refrendado por las Comunidades Autónomas, el poder de decisión de cuando realizar la veda, se toman otras variables más aproximadas a las científicas que lo que ocurría antaño.

Los meses de verano, son meses dónde los precios aumentan en las lonjas, debido al incremento de consumo de pescado en la zona por el turismo. Los meses de invierno no son tan elevados. Existen especies que siempre se pagan bien como puede ser la gamba roja o el lenguado. Otros factores que influyen en el precio son la cantidad de pescado desembarcado en un solo puerto o en la totalidad de puertos por factores climatológicos o escasez de pescado en la mar según las épocas o el estado del recurso. Esto es si casi no hay boquerón su precio sube hasta 9 euros/kilo por ejemplo, cuando en condiciones normales se paga a 1 o 2 euros/kg. Otro factor a tener en cuenta son los días de la semana, los miércoles el pescado siempre baja su precio en lonja, debido a la gran oferta que ya existe de pescado en el mercado y a que los dos días siguientes volverá a haber pescado fresco. También influyen los días festivos y fechas señaladas como las navidades, siendo el mes de Diciembre también un buen mes de venta en lonja con el fin de abastecer de pescado a los hogares españoles. En el precio que se paga al pescador incide el número de compradores que exista en lonja, que pueda llegar a concentrar la demanda y de este modo pagar un precio sensiblemente menor.

9.2.Precios en Mercabarna

En cuanto a los datos que hemos recogido de Mercabarna, tenemos las especies más importantes en cuanto a volumen de facturación; en tonelaje y económicamente.

Los datos se obtuvieron en un primer momento de la página web de Mercabarna y posteriormente se contrastaron con el Director del Mercado del Pescado en Mercabarna, con el que se mantuvo una entrevista. Fue a partir de este momento en el que se recopilaron datos más exhaustivos

Se obtienen precios medios mensuales por kilogramo y el total de toneladas de cada una de las especies vendidas.

Las principales especies en cuanto a tonelaje y valor económico facturado son:

1. Merluza palangre nacional
2. Salmón
3. Rape nacional
4. Dorada de cultivo
5. Sardina
6. Boquerón
7. Merluza de arrastre
8. Atún (sin especificar)
9. Lubina de cultivo
10. Rape de importación
11. Bacaladilla
12. Lenguado
13. Gallo
14. Boquerón Francia
15. Merluza menor de 500 gramos

Ante dicha información nos encontramos con los siguientes problemas:

- Por un lado no nos interesa para el estudio las especies procedentes de otros países, con lo que descartamos el rape de importación y el boquerón de Francia
- El salmón no es producto nacional en caso de ser salvaje y tampoco nos valdría si procede de la acuicultura. De todas formas nos falta dicha información y no es posible afirmar su procedencia.
- La lubina y la dorada de cultivo no nos sirven. Proceden de acuicultura y no de pesca extractiva
- El atún no sabemos exactamente la especie. Creemos que se trata de distintas especies de las familia de los túnidos. No serviría, ya que por ejemplo, el precio de un bonito es muy distinto al de un atún rojo.

En el **Anexo 2** se muestra un resumen de la información recabada, pero que no nos es posible realizar una comparativa con los datos obtenidos de las lonjas.

Comentar que Mercabarna realiza distintas estadísticas de los productos de la pesca que se publican en su página de internet. Sus datos también se publican en la página del Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente a nivel de Mercas nacional.

9.3. Recogida de datos en Mercados municipales.

Los mercados municipales no obran en su poder ni de presupuesto por un lado ni de personal por otra parte para realizar una toma de datos, de precios en este caso, con los que se realice un seguimiento de la evolución del consumo de los particulares de pescado fresco en nuestro país. Señalar que es de alguna forma inadmisibles que dada la importancia que tiene el consumo de pescado en nuestro país en distintos niveles, pero sobre todo en el económico, no se destine una partida económica importante para dichos estudios.

A continuación expondremos la situación en lo que respecta a Cataluña.

En la provincia de **Barcelona**

El Ayuntamiento de Barcelona realiza un estudio de toma de precios de mercados desde el año 2008. Este estudio por supuesto engloba distintas partidas alimentarias, entre ellas el pescado. Se consulta por internet los datos generales posteriormente se contacta con el personal responsable de mercados en Barcelona con lo que conseguimos datos de todos los pescados que recogen.

Recogen precios quincenalmente, los viernes en las distintas paradas de los 39 mercados que gestionan de la red de alimentación. Tienen precios medios cada quince días. Para todos los años a finales de julio y retoman la actividad a mediados de Septiembre. Las especies de las que tienen datos son:

1. Dorada acuicultura
2. Bacaladilla
3. Sardina
4. Merluza palangre nacional
5. Cola de rape (del norte)
6. Sepia limpia
7. Gamba langostinera congelada
8. Cigala congelada
9. Mejillón
10. Lomo de bacalao sin espinas
11. Penca de bacalao seca

Estas especies recogidas por el mercado se deciden según unos parámetros que no se ajustan al estudio que proponemos, que se basa en pescado fresco. El ayuntamiento tendrá sus razones para elegir dichas especies. Probablemente ayude la facilidad de la recogida de datos con la continua presencia de algunas de las especies que se utilizan para la recogida de precios, en el mercado.

Según observamos en el **Anexo 3**, las distintas especies recogidas a lo largo de los años muestran bien un aumento de precios o un estancamiento debido en gran parte a la crisis económica que se asentó en nuestro país.

En la provincia de **Gerona**,

Después de correos electrónicos y conversaciones telefónicas con las personas responsables de los mercados en Gerona, se llega a la conclusión de que no existe recogida de datos de pescado fresco. Debido según se nos informa, principalmente a la falta de personal para dicho cometido. A destacar que desde Gerona están convencidos de la importancia de la recogida de dichos datos pero en la situación actual se les hace inviable.

En la provincia de **Tarragona**,

El ayuntamiento de Tarragona no gestiona directamente los mercados. La gestión la realiza una empresa externa llamada “ESPIMSA”. Dicha empresa gestiona los principales mercados de Tarragona. En los dos mercados más importante de Tarragona la principal oferta es el pescado fresco. Hecho destacable cuando aún así no se tienen ningún tipo de recogida de precios de pescado. La empresa tampoco cuenta con un amplio personal para poder dedicarlo a recopilar precios. Después de hablar con los responsables de ESPIMSA, al entender la importancia de dicha toma de datos, ellos mismos se comprometen a recoger precios de venta de pescado fresco a partir de la fecha (Enero 2015) para posteriores estudios. Entienden la relevancia de dicha función y aunque no cuentan con personal suficiente, se comprometen verbalmente a realizar las gestiones necesarias para poder obtener estos datos de una forma regular.

El puerto de Tarragona es el principal proveedor de pescado fresco a los mercados de la provincia de **Lérida**.

9.4. Grandes superficies

Una vez comprobado que los datos de los mercados no existen o bien no son los necesarios para nuestro estudio, se contacta con las distintas grandes superficies que operan en Cataluña. Hemos de tener en cuenta que entramos dentro del sector privado. En estos lares no todo el mundo está dispuesto a facilitar información. Las principales razones son la privacidad de estos datos, no quieren que sean públicos y, por otro, el trabajo que entraña la búsqueda de dichos datos. Aún así se ataca de lleno a través de correos y llamadas telefónicas.

Hemos de tener en cuenta que los precios del pescado suelen variar dentro de una misma compañía en sus distintos supermercados o hipermercados, lo cuál dificulta la homogeneidad de los datos.

Entre otras compañías las que se contactan son:

- Carrefour
- Caprabo-Eroski
- Mercadona
- BonPreu
- El Corte Inglés

Las respuestas son nulas o negativas alegando en general que, por política de empresa y, debido al alud de peticiones diversas para estudios, no se provee en general de datos para estos cometidos.

9.5. Pescaderías. Puestos de ventas.

En general se trata de pequeños comercios que no llevan una contabilidad ajustada a los precios de cada especie de pescado que venden. Hay que sumarle el hecho de que los precios de venta al consumidor por parte de los comerciantes varía según la demanda de los consumidores, los días que lleva el pescado expuesto, etc.

No se consiguen datos fidedignos para realizar el estudio. Únicamente se consiguen datos de un establecimiento de venta del mercado de la Boquería de Barcelona¹. La pescadería Ripoll Estere nos ha proporcionado una media anual desde el 2006 al 2015 de las principales especies que venden al detalle.

Realmente las medias necesarias serían mensuales, pero no son con las que contamos para el estudio. De todas formas solo es un establecimiento, con lo que extrapolar el resultado a todas las ventas minoristas en Cataluña sería un poco aventurado por nuestra parte.

Datos proporcionados por **Peixateria Ripoll Estera**, una empresa con más de 150 años de historia localizada en varias paradas del emblemático mercado de **La Boquería en Barcelona**.

Según vemos en el **Anexo 4**. Los precios medios anuales que muestran en esta pescadería reflejan una bajada general de la venta del pescado fresco con algunas excepciones como el atún rojo. En el 2015 se observa una cierta recuperación en los precios de algunas especies.

Estos han sido los únicos datos dentro de los mercados que hemos podido recopilar, la mayoría de las paradas no guardan sus precios de venta, es más los precios fluctúan semanalmente e incluso diariamente, lo que al no existir un método (primer lunes de cada mes, etc) hace que establecer una comparación de precios sea complicado.

9.6. Venta on-line

La recogida de datos de precios de venta al consumidor ha sido una labor muy complicada. En vista de la falta de datos de precios de venta al detalle, buscamos otras posibilidades de obtención de datos. Un resumen de lo realizado viene a continuación relatado.

Dada la situación y llegado al punto de falta de resultados, se trata de explorar las posibilidades de obtener datos de precios en la venta por internet.

¹ De forma anecdótica señalar el significado y origen de la palabra Boquería. Viene de “boc” que es el macho de la cabra, cabrón. Palabra de origen prerromano, posiblemente de una base céltica (bucco), como en otras lenguas románicas y germánicas. Un derivado de esta palabra, boquería, lugar donde se vendía carne de “boc” y por extensión carnicería (como en francés “boucherie” y en inglés butcher). Este es el origen del nombre del “pla de la boquería”, que luego ha dado nombre al conocido mercado de la Rambla de Barcelona.

Primero se acometió al **sector pesquero**, ya que han intentado vender on-line, esquivando los compradores oligopolistas, cumpliendo siempre con el pago del porcentaje correspondiente a sus cofradías.

9.6.1.Cofradías.

Existen numerosas cofradías que han empezado con la venta on-line directa a compradores habituales. Pero muy pocas han intentado realizar la venta por internet directamente al consumidor. Entre los principales problemas que han encontrado están:

- la falta de efectivos para la gestión de la misma,
- la falta de demanda habitual o constante
- las pocas posibilidades de poder asegurar la oferta diaria/semanal de una serie de especies, debido a la estacionalidad de las mismas, vedas, mal tiempo, etc.

Como ejemplo tenemos la Cofradía de Sant Carles de la Rápita. Ellos intentaron la venta por internet, pero no con mucho éxito por lo que dicho tipo de venta se paralizó. No queda constancia de dichos precios ya que no se guardaron, ni siquiera en formato papel.

La Cofradía de Palamós realiza venta de gamba roja y de cigala por internet hace menos de dos años. Palamós posee una flota de arrastre destinada únicamente a la pesca de gamba roja y actúan bajo el marco legal de un Plan de Gestión , regulada en la **Orden AAA/923/2013**.

La venta se realiza a través de la página de internet www.gambapalamos.com

Disponen de datos archivados de hace aproximadamente un año y medio, pero el espacio temporal no es suficiente para realizar un estudio.

Otro ejemplo, sería la cofradía de pescadores de Roses, venden caldo de pescado fresco que elaboran en sus instalaciones con la “morralla” desembarcada por sus barcos de pesca. También realizan venta de marisco, pero no son éstas las especies que nos interesan para el estudio.

9.6.2.Agrupaciones de pescadores

Los pescadores artesanales de algunos puertos se agrupan para realizar la venta a través de internet. Este es el caso por ejemplo de SUBMON. Venden pescado de la zona de la costa del Maresme, en la provincia de Barcelona. La venta es del llamado “*peix de custòdia*” que consiste en una cesta con pescado variado de temporada. Pescado fresco del día y de proximidad. Potenciando el uso y la gestión del recurso de forma sostenible de forma que sea compatible con la existencia de otras especies de la zona. Es una buena opción porque siempre se cubre la demanda con distintos tipos de pescado. No nos es válido para el estudio ya que los precios son globales incluyendo varias especies y, por lo tanto no están desglosados.

9.6.3.Páginas de venta on-line

Por último entramos en la búsqueda de páginas de venta de alimentos por internet.

Destacamos las dos siguientes:

www.granblau.es que vende pescado a través de internet, aunque su fuerte no es el pescado fresco. En estas páginas se vende sobre todo artículos caros como marisco, atún rojo y, similares. Al parecer se trata de una pequeña empresa familiar. Nos contestan que no pueden asumir la tarea de recopilar datos debido a que empiezan su campaña fuerte de alimentos. Tampoco acceden a que me haga cargo yo de la búsqueda. Es una tónica en todas las empresas por motivos de confidencialidad.

www.esdemercado.com . Esta página vende distintos tipos de alimentos. Oferta pescado fresco, congelado y marisco. Sus proveedores de pescado son cuatro puestos de los principales mercados de Barcelona. El del mercado de Sarrià y otra parada sita en el mercado de la Boquería, no interesan para el estudio, por sus especies/productos. Los puestos del mercado del Ninot y el de La Boqueria, si que nos interesarían ya que, se dedican a la venta de nuestro pescado fresco. Los datos de la parada del mercado del Ninot son de hace únicamente un año con lo que no podemos realizar comparativa. Los datos de la parada de la Boqueria “Ripoll Estere” son de hace dos años. Una vez concertada entrevista con dichos vendedores, la parada “Ripoll Estere” nos comunica que tienen datos guardados de años anteriores. Dichos datos se muestran en el **Anexo 4**, muestra los datos obtenidos. No nos sirve al tratarse de medias anuales pero queremos agradecer a “Ripoll Estere” el interés y colaboración mostrados.

10.-INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SOBRE LA CADENA DE VALOR EN PESCADO

Hemos realizado una búsqueda de trabajos y artículos relacionados de una forma directa o indirecta con la cadena de valor del pescado. A continuación se comentan los que hemos creído más relevantes para el estudio y que nos servirán a posteriori en la discusión sobre los resultados de este trabajo.

10.1 FAO, “Value chain dynamics and the small-scale sector”. Dinámica de la cadena de valor en la pesca artesanal. Child Anna, Lem Audun. FAO 2014(xxvi).

Este documento técnico se centra principalmente en las transmisiones de precios en las cadenas de valor de la pesca artesanal, industrial y la acuicultura en 14 países desarrollados y países en desarrollo.

Aunque el estudio se centra en la pesca artesanal, se analiza igualmente la pesca industrial, con el fin de demostrar las diferencias entre los dos. El documento comienza con una visión general de todo el proyecto y sus implicaciones a nivel mundial, la revisión de la importancia de la pesca y la acuicultura en los medios de vida, la seguridad alimentaria y el comercio, así como la justificación de análisis de la cadena de valor. Luego presenta información detallada y resumida de cada país presentando la metodología de análisis, investigaciones y resultados, y por último hallazgos y recomendaciones para cada país en concreto.

Una vez determinados los países, el estudio divide la cadena comercial en mercado doméstico y mercado internacional. Los datos empleados para el mercado doméstico fueron precios en origen, mayorista y detalle. A nivel internacional fueron precios en origen, mayorista, procesador, exportador, importador y detalle. Estos datos utilizados para la investigación se tomaron en cada país identificando tipo, calidad, cantidad y período de tiempo de los datos disponibles para cada escalón de la cadena. Dependiendo de los datos disponibles se escogió una estrategia de metodología. Algunos países disponían de los datos con un número suficiente de observaciones. Otros no cumplían los requisitos mínimos para el análisis debido a la falta de datos disponibles. En estos casos se procedió a la recogida de información primaria, aunque fue una información limitada en una perspectiva de series de tiempo, fueron capaces de proporcionar una instantánea transversal de los vínculos de los precios en origen a los mercados al por menor nacionales o los mercados de exportación.

Las principales conclusiones son que en relación con otros jugadores en la cadena de valor, los pescadores artesanales y acuicultores son los que reciben los menores beneficios económicos de los productos pesqueros. Elaboradores y mercados minoristas reciben más beneficios distributivos de la cadena de valor, debido a su gran poder de negociación.

Las recomendaciones de política hechas apuntan a salvaguardar los intereses de pescadores artesanales y acuicultores con el fin de obtener precios y márgenes que logren la sostenibilidad a largo plazo desde una perspectiva económica, social y biológica de los recursos.

Dichas recomendaciones se relacionan con el aumento de solicitudes gubernamentales, apoyo de organizaciones no gubernamentales y del sector privado, una mejor organización, métodos de fijación de precios constantes, hacer más transparente la fijación de precios, la expansión sostenible de peces de pesca artesanal, una mayor atención a la promoción y comercialización y, la exploración de nuevos mercados. Sin embargo, el informe advierte que la gestión sostenible de los recursos y, mejores prácticas del marco regulatorio, son una condición necesaria para que las cadenas de valor de la flota artesanal se sostengan. También pone de relieve la necesidad crucial de tener en cuenta siempre y, salvaguardar, el impacto que el aumento del comercio tendrá sobre la seguridad alimentaria local.

10.2 La variación diaria de los precios en lonja y del esfuerzo pesquero y en una pesquería multi-específica del Mediterráneo occidental: implicaciones para una gestión sostenible. Mohamed Samy-Kamal, Aitor Forcada, Jose Luis Sánchez Lizaso, August 2015 (xvii).

Analiza la variación diaria del esfuerzo pesquero y el precio del pescado desembarcado, para determinar qué día de la semana sería el adecuado para prohibir la pesca, como medida de gestión alternativa al mes de veda estacional que se cierra la pesquería.

En el estudio, se utilizaron datos de precios de 10 años de desembarques de la pesca de arrastre en dos puertos del Mediterráneo español: Dénia y La Vila Joiosa. Se utilizó Análisis de la varianza (ANOVA) para detectar diferencias significativas en el esfuerzo de pesca (total y por métier) y el precio diario de las principales especies objetivo. Se comparó a su vez, las pérdidas económicas producidas por la prohibición de un día (la medida propuesta) con pérdidas económicas producidas por el cierre de temporada (la medida real).

En cuanto a la variación diaria de la pesca, se observó en La Vila Joiosa, un mayor esfuerzo en el final de la semana dedicada a la pesca extractiva de crustáceos, mientras que el esfuerzo fue similar entre los días de la semana en Dénia. Los precios medios más bajos para la mayoría de especies objetivo son el martes y miércoles, y los más elevados lunes y viernes.

Como resultados se dedujo que la prohibición de pesca un día a la semana (martes o miércoles), cuando los precios de mercado de las especies objetivo son más bajas reduce el doble del esfuerzo de un mes de cierre de temporada, probablemente sin subsidios. Sin embargo, la pérdida, prohibiendo todos los miércoles (aprox. 50 días) fue mayor en los dos puertos para un mes, pero menor que dos meses de cierre de la pesquería.

A diferencia del documento técnico de la **FAO** únicamente trabaja con precios en origen, ya que el fin del estudio es alcanzar una gestión más sostenible del recurso y no un estudio de los precios a lo largo de la cadena comercial.

10.3 Transmisión de precio y volatilidad a lo largo de la cadena de comercialización de pescado fresco en España . Guillen Jordi , Franquesa Ramon, Marzo 2015 (x).

El estudio afirma que los pescadores están sufriendo los efectos debidos a la bajada de precio de los productos a pesar de que los costos de pesca siguen aumentando. En paralelo los consumidores tienen que pagar altos precios a nivel minorista. Existe por otro lado, una concentración de la oferta a nivel minorista y un aumento del comercio de pescado, especialmente para los productos de la acuicultura. Todo ello podría conducir hacia el poder del mercado minorista.

Remarca la importancia de un análisis de la transmisión de precios en las cadenas de suministro ya que, la transmisión de precios imperfecta puede ser el resultado del poder del mercado. En este trabajo, la transmisión de precios y la volatilidad de la cadena de comercialización es examinado por el mercado de pescado fresco español utilizando los precios semanales de 10 productos de pescado fresco en las tres principales etapas de la cadena de comercialización (ex-buque, al por mayor y al por menor) para el período 2004-2013.

En este estudio el trabajo realizado está en la línea del documento técnico de la FAO y en la línea del estudio que se pretendía realizar por nuestra parte. Se examina pescado fresco, pero no diferencia producto nacional de importado y por otro lado toma precios al detalle publicados en las páginas oficiales de los correspondientes Ministerios españoles.

10.4 El pescado: Una cadena de valor global impulsada por la oferta. Wilkinson. Abril 2006 (xv).

Este artículo aborda el sector del pescado a través del enfoque de la cadena de valor global (GVC) y particularmente su demanda frente a la tipología impulsada por la oferta. Se argumenta que, sobre todo en el caso de las cadenas de comida establecidas hace largo tiempo, como la del pescado, donde múltiples actores tanto públicos como privados han definido y redefinido las políticas y estrategias, es más complicado establecer pautas claras de gobierno que en el ideal-típico caso del sector de las frutas y hortalizas frescas. El artículo analiza la crisis del sector de la pesca extractiva, junto con los sistemas de regulación puestas en marcha, y traza el crecimiento explosivo de la piscicultura, situando ambos dentro de una redefinición de las relaciones Norte-Sur en esta cadena de valor global. Se presta especial atención al papel de la restauración y al por menor en el crecimiento de la piscicultura y se argumenta que el comercio minorista se ha comprometido a la promoción de este último a un grado que compromete su imagen “consumidor orientada”. El artículo concluye que el futuro del sector pesquero no puede dejarse en manos de la capacidad putativa de los supermercados para internalizar la demanda de los consumidores, sino que requiere la participación directa del ciudadano-consumidor para la implementación de la regulación nacional y mundial.

Wilkinson más que profundizar en la evolución de los precios como el documento de la FAO y el documento de Guillen y Franquesa, se focaliza en la importancia de la oferta y su poder en el mercado de los productos pesqueros, donde la demanda se ve manipulada por la oferta.

10.5 Transmisión vertical de precios en el mercado nacional de los productos pesqueros frescos. Cruz Ferreiro Indalecio, Ameneiro Gómez, Máximo.2007 (v).

Este trabajo analiza la transmisión de precios del gallo en fresco en el Mercado Nacional de los Productos Pesqueros Frescos entre los tres niveles de la cadena de comercialización: en origen, mayorista y detallista o al consumo, usando series de precios semanales para el período 1993-2001. El trabajo realiza un análisis de cointegración del sistema formado por los logaritmos de los tres precios, de donde se deduce la existencia de dos relaciones de cointegración. También se estudian las causalidades en el corto y en el largo plazo, detectándose dos precios fuertes: el mayorista y el detallista, y un precio débil en origen. Desde el estudio de cointegración y el mapa de causalidades, se derivan dos relaciones de transmisión de precios, una primera perfecta (desde el precio mayorista al precio en origen) y una segunda imperfecta o parcial (desde el precio mayorista al precio detallista). Finalmente, el estudio del período base se complementa con el de otros períodos de tiempo y se observa que, en la medida en que se añade la información más reciente al intervalo de estudio, se produce respecto al período base un acercamiento de la transmisión parcial hacia una transmisión perfecta, y un fortalecimiento del precio detallista que se consolida como único precio fuerte.

Este trabajo alcanza los objetivos de nuestro estudio, aunque hemos de decir que el análisis de cointegración, necesita tener casi un centenar de observaciones como requisito mínimo y es bastante complejo. Este tipo de análisis no se podría realizar para un amplio número de productos.

11.-BASES DE DATOS PUBLICADAS. METODOLOGIA E INFORMACION DISPONIBLE

11.1 Observatorio de precios de alimentos y Cadenas de valor. MAGRAMA. Observatorio de precios. (xix).

Información disponible en la página de internet del MAGRAMA, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

En la página web encontramos los precios semanales en la cadena de comercialización de determinados productos pesqueros a nivel nacional.

La relación de especies de las cuáles se publica una ficha con precios en origen/MERCA/destino, margen bruto y evolución de los Índices de Precios al consumo son:

Tabla 11. Especies pesqueras sometidas a estudio por el Observatorio de Precios del MAGRAMA.

Nombre español	Nombre científico
Pescadilla	<i>Merlucciuss merlucciuss</i>
Sardina	<i>Sardina pilchardus</i>
Anchoa o Boquerón	<i>Engraulis encrasicoulus</i>
Gallo	<i>L.whiffiagonis</i> y <i>L.boscii</i>
Jurel	<i>Trachurus trachurus</i>
Bacaladilla	<i>Micromesistius poutassou</i>
Caballa	<i>Scomber scombrus</i>
Bonito del norte	<i>Thunnus alalunga</i>
Trucha arcoirirs	<i>Oncorhynchus mykiss</i>
Dorada	<i>Sparus aurata</i>
Salmón del Atlántico	<i>Salmon salar</i>
Chrila	<i>Chamelea gallina</i>
Mejillón	<i>Mytilus galloprovincialis</i>

En la siguiente página se encuentra una muestra del tipo de ficha que se publica. Ver **Figura 8.**

Dichos precios se obtienen del ministerio de Economía y competitividad, que como a continuación expondremos también publica relación de precios y márgenes en su página de internet.

De estas mismas especies, se han publicado estudios de la cadena de valor y formación de precios a nivel nacional. Son estudios que pretenden contribuir a la transparencia del mercado y detectar posibles ineficiencias dentro de dicha cadena de valor. Se describen las actividades básicas de cada etapa de la cadena de valor, sus principales agentes e interacciones y se construye una estructura de precios a través de la información de costes y beneficios de cada etapa suministrada por el sector.

En dichos estudios se tiene cuenta la diferente procedencia geográfica de las distintas especies y se relaciona en el análisis. Se estudia también la evolución de la estructura de

la cadena de valor, se analiza la estructura del esquema de los costes y los precios, y se obtienen conclusiones en cuanto al sector y a la formación de precios y costes.

Sin embargo, al consultar los distintos estudios se ha comprobado que la información presentada no permite un análisis homogéneo. En particular ello es debido a:

- Para la merluza existen numerosas especies. También encontramos dificultad en su diferenciación a la hora de su comercialización en el mercado español. Se habla de especies descargadas en lonjas españolas. El estudio se centra en la merluza pescada en Gran Sol, por lo que debería ser: *Merluccius merluccius*.
- La pescadilla o merluza pequeña, la sardina, el boquerón, el jurel, el bonito del norte, y la caballa se referencian como producto fresco descargada en lonja. No se hace referencia a los precios a nivel detallista con lo que no se puede afirmar la procedencia del producto vendido al detalle, ya que los precios se obtienen de la página web del Ministerio de Economía y Competitividad dónde en la recopilación de los datos al detalle no se especifica procedencia.
- En la misma situación nos encontramos con las especies de bacaladilla y gallo, de las que los estudios únicamente especifican que son productos recibidos en lonja.
- En el caso del pez espada el producto también es congelado que no es el caso de este estudio.
- La dorada, la trucha arcoíris, el salmón, la chirla y el mejillón son productos procedentes de la acuicultura. Estos productos tampoco nos servirían para el estudio.

Por lo tanto, los datos aportados no permiten una explotación metodológicamente consistente para poder utilizarlos en nuestro estudio.



MERLUZA 2,5 A 5 kg G.S.

PRECIOS SEMANALES EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Observatorio de Precios de los Alimentos

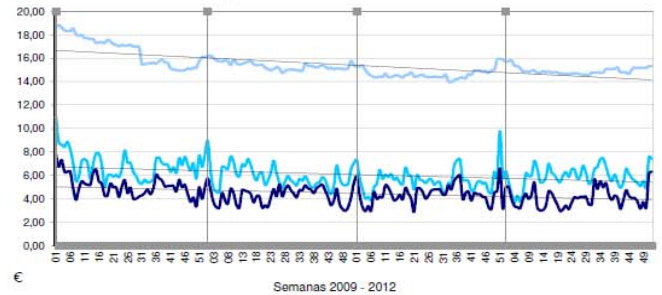
Campaña 2012

Semana 52

(Semana 52/2012) 24-dic

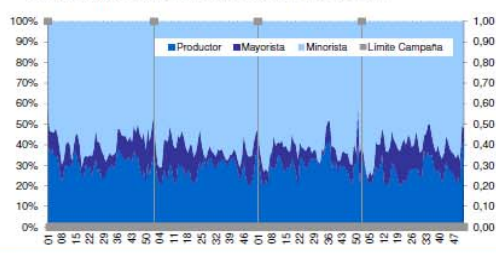
	Precios (€/kg)		
	Origen	Merca	Destino
Semana 52 (2012)	6,32	7,38	15,35
Promedio 4 Semanas Anteriores	4,08	5,79	15,22
(1) Promedio Campaña	4,05	5,85	14,94
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	4,34	5,76	15,01
Variación (1)/(2)	-7%	2%	0%
	Margen Bruto (€/kg)		
	Merca-Origen	Destino-Merca	Destino-Origen
Semana 52 (2012)	1,06	7,97	9,03
Promedio 4 Semanas Anteriores	1,71	9,43	11,14
(1) Promedio Campaña	1,80	9,09	10,89
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	1,42	9,25	10,67
Variación (1)/(2)	27%	-2%	2%

1. Precios Semanales en tres niveles

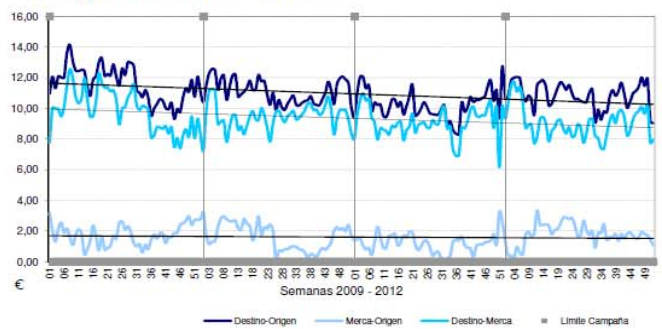


	Participación en Precio Destino		
	Productor	Mayorista	Minorista
Semana 52 (2012)	41%	7%	52%
Promedio 4 Semanas Anteriores	27%	11%	62%
(1) Promedio Campaña	27%	12%	61%
(2) Promedio 2 Campañas Anteriores	29%	9%	62%
Variación (1)/(2)	-6%	27%	-1%

3. Participación en Precio Destino 2009-2012



2. Margen Bruto de Precios Semanales



4. Evolución Índices de Precios al Consumo



Observaciones y Tendencias

Los precios de la campaña 2012, respecto de las dos campañas anteriores, han disminuido en origen un 7%, han aumentado en merca un 2% y se han mantenido en destino (0%).

IPC: la variación interanual, al mes de diciembre del 2012, para la rúbrica "Pescado fresco y congelado" fue del -1,6% situándose por debajo del grupo especial de IPC "Alimentos sin elaboración" (3,9%) y del IPC general (2,9%). (Fuente: INE-Datos IPC de diciembre del 2012).

Consideraciones Metodológicas

Todos los datos están referidos a precios corrientes. Los promedios NO incluyen los precios de la última semana.

Precios en Origen: la información para el Observatorio de Precios del MAGRAMA de productos pesqueros frescos en origen, se lleva realizando por parte de la SG de Economía Pesquera, desde octubre de 2003, con carácter semanal. El personal encargado de la recogida de datos pertenece a la empresa TRAGSATEC que, mediante una asistencia técnica, presta sus servicios a la Subdirección General de Economía Pesquera de la Dirección General de Ordenación Pesquera.

Los precios recibidos se refieren siempre a producto fresco, normalmente entero y eviscerado y siempre relativo a peso comercializado, puesto que las notas de venta sólo se efectúan cuando el pescado es vendido, no cuando es desembarcado, por lo tanto el peso vivo no se usa para esta estadística.

Red de MERCAS: Los Precios Medios Ponderados responden a una muestra de MERCAS que, en conjunto, agrupan a un colectivo de 890 empresas mayoristas y representan en torno al 85% del volumen total comercializado por la Red en pescado.

Los Precios de Venta al Público son Precios Medios Ponderados Nacionales facilitados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Son obtenidos en 27 capitales de provincia a través de la Red de Información de Mercado (32 Informadores) tomándose, como mínimo, siete precios por producto: uno en un hipermercado, tres en supermercado, dos en tienda tradicional y uno en tienda descuento.

Nota metodológica: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-alimentacion/observatorio-precios/default.aspx>

Figura 8. Ficha precios semanales merluza 2,5 a 5 kgs. Semana 52 campaña 2012. Observatorio Precios. Página web MAGRAMA.

11.2 Precios y márgenes Comerciales. Precios semanales origen-destino

Por otra parte se examina también la Información recogida a nivel nacional en la página web de la **Secretaría de Estado de Comercio, Dirección Comercial de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad.(xxiii)**.

Recopilan esta información de precios de forma semanal sobre los precios de venta mínimo y máximo más frecuente. A nivel detallista emplean en Cataluña tres personas para dicha labor. En un primer lugar consultamos la web y las distintas publicaciones que existen en dicha página. Para conocer en detalle como funcionaban contactamos con el responsable de dicho departamento. Constatamos con él, vía telefónica como se realiza dicha toma de datos. Dicha persona finalizaba su servicio en breve y no pudimos hacer seguimiento por escrito.

Aunque su trabajo recopila gran cantidad de información, tampoco permite una explotación coherente con las otras fuentes. Ello es debido principalmente, a que se toma información de otros productos alimenticios al mismo tiempo, en el caso del pescado, que es lo que nos interesa para el estudio, que no diferencia en la recogida de datos entre producto nacional o importado, ni tampoco, si su procedencia es de la acuicultura o de la pesca extractiva.

Este último apunte es importante, ya que aunque la información recabada sirve para poder realizar estudios de la estructura de precios a través de la cadena del pescado, no llega al detalle necesario para un estudio minucioso tal y como se pretende en nuestro estudio.

11.3 EUMOFA

EUMOFA. European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture products. Observatorio Europeo del Mercado de los Productos de la Pesca y la Acuicultura. (xxxi).

EUMOFA está bajo la dirección de la DG MARE, con el apoyo técnicos del COGEA, **en cooperación con AND International, EUROFISH, Kontali Analyse y Business Integration Partners (BIP).**

Se recolectan los siguientes datos de diversas especies dependiendo del país y la información disponible a nivel europeo. Noruega e Islandia también aportan datos a esta organización para su posterior publicación. **EUMOFA. Data and methodology for price structure analysis.(xxxii).**

- Primera venta. Listado de productos recogidos semanalmente definiendo el lugar de venta, por los estados miembros de la Unión Europea, Noruega e Islandia.
- Mayorista. Listados de productos recogidos semanalmente definiendo el lugar de venta por los estados Miembros
- Importaciones/Exportaciones. Listado de productos recogidos semanalmente a nivel de la Unión Europea.
- Procesado/Consumo/venta al por menor. Listado de productos recogidos semanal/mensualmente por Estado Miembro.

Los datos provienen de cuatro fuentes principales:

- Comisión Europea: DG MARE, EUROSTAT, DG TAXUD
- Estados miembros de la Unión Europea además de algunos datos que proporcionan como hemos citado anteriormente Noruega e Islandia.
- FAO Globefish
- Proveedores privados de datos

En la metodología del análisis se procede a la descripción de los productos y los mercados (especies, sustitutos, nomenclatura, elasticidad del precio,...). Así mismo se define los distintos pasos del procesado del producto y sus coeficientes.

Se definen los mercados en relación a otros mercados a nivel geográfico, en relación a su dependencia externa, a su conexión con otros mercados a nivel local o bien nacional.

Se estudia las tendencias en producción, importación, exportación en una perspectiva de 5/10 años. Cambios y tendencias en la presentación, calidad, talla de los productos. Se estudia las características y funcionamiento de las distintas etapas en la cadena de producción. Se segmenta el mercado (por calidad, etiquetaje, origen, temporada).

Por último se tiene en cuenta a nivel cualitativo la importancia de los distintos agentes que intervienen en el mercado y su influencia en el mismo.

Además de los análisis llevado a cabo de forma rutinaria para las compilaciones mensuales y anuales, los analistas del Observatorio llevan a cabo a su vez, dos actividades de análisis de datos:

1. Metodología para evaluar el origen de las importaciones y exportaciones en términos de métodos de producción (pesca vs acuicultura);
2. Desarrollo de los Balances de suministro para el cálculo del consumo aparente.

Para el estudio de los datos emplea un proceso de la “armonización” con el fin de poder seleccionar productos, ver la evolución de sus precios y, poder realizar comparaciones a través de los distintos estadios de la formación de precios. Para ello se utilizan factores de conversión.

A continuación exponemos un ejemplo de los datos publicados para la semana diez del período 2012-2015 ambos inclusive con precios de primera venta en lonja, mayorista y detalle para España. Como se muestra al final de la página son precios recabados por el MAGRAMA; es decir los mismos precios que se publican en su página web.

Tampoco en este caso los datos aportados permiten una explotación metodológicamente consistente para realizar un estudio minucioso tal y como se pretendía en el estudio. Nos encontramos con el mismo tipo de problemática que en los dos apartados anteriores.

Member State: Spain

Currency: EUR

First sale/Landings

Seaboard	Place of sale	Product	Week 2012/10	Week 2013/10	Week 2014/10	Week 2015/09	Selected week 2015/10
Unspecified	Spain	Albacore	3,99 -20,55%	2,43 30,45%		3,11 1,93%	3,17
		Atlantic horse mackerel	1,27 13,39%	1,39 3,60%	1,20 20,00%	1,51 -4,64%	1,44
		Atlantic mackerel	1,04 -45,19%	0,87 -34,48%	1,02 -44,12%	0,66 -13,64%	0,57
		Atlantic salmon	4,06 32,76%	4,20 28,33%	5,71 -5,60%	5,39	5,39
		Blue mussels, alive	0,90	0,85 5,88%	0,90	0,90	0,90
		Blue whiting	1,74 -22,41%	1,40 -3,57%	1,31 3,05%	1,21 11,57%	1,35
		European anchovy	3,00 -26,33%	3,00 -26,33%	2,64 -16,29%	2,38 -7,14%	2,21
		European hake, gutted, size < 2 kg	4,00 -18,25%	3,20 2,19%	3,64 -10,16%	3,69 -11,38%	3,27
		European hake, gutted, size > 2 kg	4,34 0,46%	3,58 21,79%	4,22 3,32%	4,83 -9,73%	4,36
		Gilthead seabream, 400-600 gr	4,30 21,86%	4,63 13,17%	5,59 -6,26%	5,24	5,24
		Megrims nei	6,50 -22,77%	3,42 46,78%	4,94 1,62%	6,01 -16,47%	5,02
		Rainbow trout, 200-300 gr	2,20 18,18%	2,23 16,59%	2,20 18,18%	2,60	2,60
		Sardine, whole	1,16 -1,72%	1,16 -1,72%	2,25 -49,33%	2,81 -59,43%	1,14
		Striped venus, alive	1,70 76,47%	2,55 17,65%	3,96 -24,24%	2,85 5,26%	3,00
		Swordfish, frozen	4,70 22,77%	4,34 32,95%	4,33 33,26%	5,78 -0,17%	5,77

Prices per kg

Percentages refer to the most recent available figure in the row

Figura 9. Precios semana 10, período 2012-2015, precios en origen, España.EUMOFA (xxx)

Wholesale

Place of sale	Product	Week 2012/10	Week 2013/10	Week 2014/10	Week 2015/09	Selected week 2015/10
Spain	Albacore	6,24 14,42%	5,33 33,96%	7,07 0,99%	4,61 54,88%	7,14
	Atlantic horse mackerel	3,17 -6,94%	3,64 -18,96%	3,04 -2,96%	3,15 -6,35%	2,95
	Atlantic mackerel	2,25 -28,44%	1,79 -10,06%	3,00 -46,33%	1,89 -14,81%	1,61
	Atlantic salmon	4,91 10,18%	6,06 -10,73%	6,76 -19,97%	5,47 -1,10%	5,41
	Blue mussels, alive	1,66 -6,02%	1,52 2,63%	1,60 -2,50%	1,56	1,56
	Blue whiting	2,24 -13,39%	2,02 -3,96%	1,97 -1,52%	1,61 20,50%	1,94
	European anchovy, whole	3,69 2,17%	4,15 -9,16%	3,81 -1,05%	3,44 9,59%	3,77
	European hake, gutted, size < 2 kg	4,29 15,15%	3,50 41,14%	4,41 12,02%	5,34 -7,49%	4,94
	European hake, gutted, size > 2 kg	5,98 -0,50%	5,34 11,42%	6,36 -6,45%	6,48 -8,18%	5,95
	Gilthead seabream, 400-600 gr	5,07 12,03%	5,24 8,40%	6,16 -7,79%	5,69 -0,18%	5,68
	Megrims nei	7,05 9,22%	5,36 43,66%	6,90 11,59%	7,37 4,48%	7,70
	Rainbow trout, 200-300 gr	3,06 11,44%	3,28 3,96%	3,24 5,25%	3,84 -11,20%	3,41
	Sardine, whole	2,46 4,88%	2,84 -9,15%	3,32 -22,29%	3,02 -14,57%	2,58
	Striped venus, alive	3,58 12,29%	4,02	4,88 -17,62%	4,22 -4,74%	4,02
	Swordfish, frozen	5,66 12,54%	5,80 9,83%	6,35 0,31%	6,44 -1,09%	6,37

Prices per kg

Percentages refer to the most recent available figure in the row

Figura 10. Precios semana 10, período 2012-2015, precios mayorista, España. EUMOFA (xxx).

Consumption/Retail

Place of sale	Product	Week 2012/10	Week 2013/10	Week 2014/10	Week 2015/09	Selected week 2015/10
Spain	Albacore, 1 kg	9,81 9,07%	10,22 4,70%	11,19 -4,38%	10,75 -0,47%	10,70
	Atlantic horse mackerel, 1 kg	5,11	5,08 0,59%	5,07 0,79%	5,05 1,19%	5,11
	Atlantic mackerel, 1 kg	4,09 -0,24%	4,20 -2,86%	4,85 -15,88%	4,47 -8,72%	4,08
	Atlantic salmon, 1 kg	10,11 9,50%	10,53 5,13%	12,07 -8,29%	11,20 -1,16%	11,07
	Blue mussel, alive, 1 kg	3,00 -5,00%	2,87 -0,70%	2,79 2,15%	2,86 -0,35%	2,85
	Blue whiting, 1 kg	4,10 -6,10%	4,00 -3,75%	4,15 -7,23%	3,92 -1,79%	3,85
	European anchovy, whole, 1 kg	6,52 -4,45%	7,34 -15,12%	6,68 -6,74%	6,52 -4,45%	6,23
	European hake, gutted, size < 2 kg, 1 kg	8,63 3,36%	8,58 3,96%	8,75 1,94%	8,85 0,79%	8,92
	European hake, gutted, size > 2 kg, 1 kg	14,93 0,27%	15,27 -1,96%	15,31 -2,22%	14,95 0,13%	14,97
	Gilthead seabream, 400-600 gr	9,96 -9,84%	9,40 -4,47%	9,72 -7,61%	9,05 -0,77%	8,98
	Megrims nei, 1 kg	10,64 5,83%	10,13 11,15%	11,27 -0,09%	11,15 0,99%	11,26
	Rainbow trout, 200-300 gr	5,11 11,94%	5,21 9,79%	5,42 5,54%	5,73 -0,17%	5,72
	Sardine, whole, 1 kg	4,26 23,00%	4,74 10,55%	4,89 7,16%	5,32 -1,50%	5,24
	Striped venus, alive, 1 kg	9,13 -5,37%	8,58 0,70%	8,80 -1,82%	8,56 0,93%	8,64
	Swordfish, frozen, 1 kg	11,40 6,84%	10,92 11,54%	11,41 6,75%	12,16 0,16%	12,18

Prices per kg

Percentages refer to the most recent available figure in the row

Data provided by:

ES - MARM - Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Figura 11. Precios semana 10, período 2012-2015, precios al detalle, España. EUMOFA (xxx).



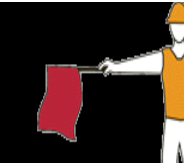








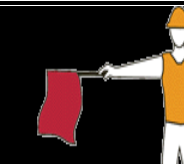
12.-RESULTADO FINAL OBTENIDO DE LA SITUACION ACTUAL EN CATALUÑA











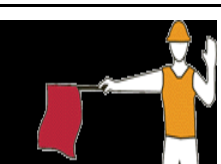

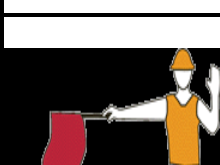



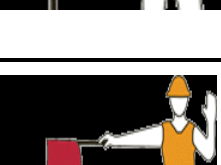

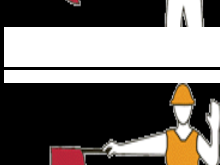





La siguiente tabla muestra la situación resumida de las principales especies en Cataluña y los datos que de ellas se dispone.

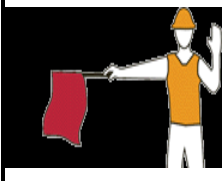


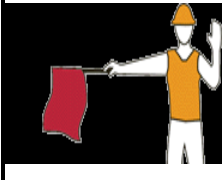








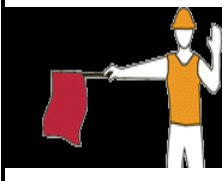





Se ha optado por coger las especies:

- Con más volumen en toneladas anuales
- Con más valor en euros
- Con relevancia en el consumo habitual en la actualidad

Tabla 12. Resumen de las especies principales de pescado fresco, que se comercializa en Cataluña y la situación actual en cuanto a recogida de precios para poder realizar un estudio de los mismos. Fuente producción propia del autor.

ESPECIES	LONJA	MERCAS	DETALLE	OBSERVACIONES
BACALADILLA				
MERLUZA				
BOQUERÓN				
SARDINA				
ESPECIES	LONJA	MERCAS	DETALLE	OBSERVACIONES

JUREL				
LANZON				
ESTORNINO				El estornino y la caballa son fácilmente confundibles con lo que no sabemos si engloba una o las dos especies
DORADA				
LENGUADO				El lenguado se distingue salvaje de acuicultura pero es complicado diferenciar el nacional/local en Mercabarna
BONITO				
SALMONETE ROCA				No existe una clara distinción entre el salmonete de roca y de fango en los precios de Mercabarna
SALMONETE FANGO				Véase salmonete de roca
ESPECIES	LONJA	MERCAS	DETALLE	OBSERVACIONES

RAPE				Solo se toman datos de colas de rape a nivel detallista
ATUN ROJO				Esta especie tiene un precio final de venta elevado. Al detalle se observa venta de otros túnidos (patudo,..) bajo la nomenclatura de atún rojo
PULPO				Falta diferenciar pulpo de roca y pulpo blanco en Mercabarna
CANANA				
CIGALA				
GAMBA ROJA				

		
Se recogen datos	Datos recogidos pero inexactos	No existe recogida de datos

Podemos definir la **tabla 12**, como un resumen de las principales especies de pescado fresco, que se comercializan en Cataluña y la situación actual en cuanto a recogida de precios para poder realizar un estudio de los mismos. Podría servir de base y, referencia, para una mejora en la política de recogida de datos.

Según se observa en la **tabla 12**, las especies de las que se recogen datos a lo largo de toda la cadena comercial son muy pocas. Concretamente tenemos datos de la bacaladilla, la merluza y la sardina.

Existen otras especies de las cuáles se obtienen datos a nivel de lonja y mercas pero no encontramos datos suficientes a nivel detallista. Este es el ejemplo claro de las siguientes especies; jurel, lanzón, dorada, bonito, rape, boquerón y otros productos fresco de la pesca de gran importancia en Cataluña como son el pulpo, la cigala y la gamba roja.

Existe un número de especies de los que únicamente se han podido recabar datos a nivel de lonja. Dichas especies son el estornino y la canana. El estornino es una especie que se confunde fácilmente con la caballa con lo que los datos pueden no ser completamente exactos.

Un caso similar lo tenemos con el salmonete. El salmonete de roca y fango no se diferencian en general a la hora de su venta a la consumidor final. Tenemos precios de lonja, y precios de mercas, pero en Mercabarna no se diferencia entre ambas especies.

Otra especie no diferenciada claramente es el pulpo, tenemos datos de pulpo blanco y pulpo de roca en lonja pero luego ya no existe diferenciación en cuanto a la especie de pulpo.

En Atún rojo a su vez es una especie de alto valor comercial, tenemos precios de lonja, aunque la mayor parte de este producto va directamente al mayorista. Los precios obtenidos en Mercabarna nos lleva a deducir que probablemente bajo la denominación de Atún rojo se venda otras especies similares como bien podría ser el patudo.

En relación al lenguado nos encontramos ante la siguiente situación. Tenemos precios de lonja, no tenemos precios al detalle y tenemos precios de mercas, pero en los precios de Mercabarna no se hace distinción en producto nacional y no nacional con lo que no son datos válidos para analizar.

Como puede observarse, el principal obstáculo con el que nos hemos encontrado en cuanto a datos ha sido a nivel detallista. Los datos, en nuestro caso precios, de consumo final no se registran de ninguna forma o bien se registran de forma incompleta.

Dependiendo del detallista,

- no se recopilan en modo alguno,
- son datos que se recopilan pero no son de uso público,
- únicamente se recopilan precios de algunas especies,
- solo se han recopilado en algunos períodos,
- los precios fluctúan semanalmente e incluso diariamente, lo que no ayuda a sistematizar,

- al no existir un método (primer lunes de cada mes, etc) esto hace que establecer una comparación de precios sea complicado.

En la mayoría de los casos, la falta de continuidad y rigor en la recogida de datos es debida a una ausencia de presupuesto para ello.

Existe gran número de datos, precios de venta, hasta el nivel de mayorista. Pero es a partir de este punto, dónde entra en juego el minorista o detallista, que la recopilación se hace inviable.

En este mismo momento deberían las partes implicadas; administraciones, organizaciones, vendedores, etc; hacer un esfuerzo para poder obtener datos reales y fiables de todo el proceso del pescado fresco.

Finalmente apuntar la ausencia de legislación o directrices por parte de la Política Pesquera Común, PPC en cuanto al estudio de los efectos que producen las variaciones de precios en la venta final del producto. Se habla de un tema realmente importante y, según lo reflejado en el estudio, la PPC debería abordarlo a corto plazo.

Mostramos a continuación las tablas de datos y gráficas de los precios recogidos en las cofradías, Mercabarna y, en cuanto a la venta al detalle en mercados municipales y pescaderías. Únicamente de los productos pesqueros que como mínimo hemos recabado dos precios.

Los datos recopilados se encuentran en los Anexos al final del trabajo. Tal y como se comentó en su momento se han conseguido para el período 2006-2014 en el caso de cofradías y Mercabarna, a partir del 2008 en los mercados municipales hasta el 2014, y en el período 2006-2013 en una parada de venta al detalle de pescado de un mercado municipal.

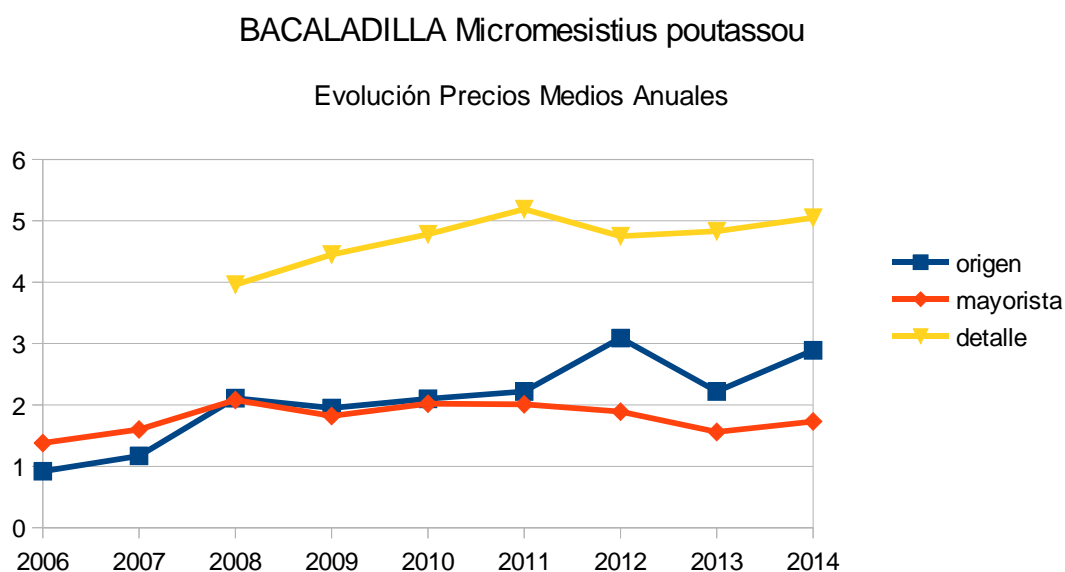


Figura 12. Evolución Precios Medios Anuales Bacaladilla.

Tabla 13. Evolución Precios Medios Anuales Bacaladilla.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	0,92	1,17	2,11	1,95	2,1	2,22	3,09	2,22	2,89
mayorista	1,38	1,60	2,08	1,82	2,02	2,01	1,89	1,56	1,73
detalle			3,96	4,45	4,78	5,19	4,75	4,83	5,05

Datos recogidos de los mercados municipales

Son datos de los mercados municipales de la ciudad de Barcelona que nos ha proporcionado en Ayuntamiento tras visita personal y comunicación con el personal encargado de dichas funciones.

De la gráfica se desprende que los precios de venta a nivel mayorista según que años son inferiores a los de venta en origen en lonja. Esto quizás sea debido a que Mercabarna frecuentemente se utiliza como primer punto de venta de algunas especies por los pescadores locales y por otro lado a que el pescado que proviene de otras zonas venga con un precio más bajo. Habría que profundizar en el estudio de esta especie en concreto para conocer el porqué de esta oscilación.

MERLUZA *Merluccius merluccius*

Evolución Precios Medios Anuales

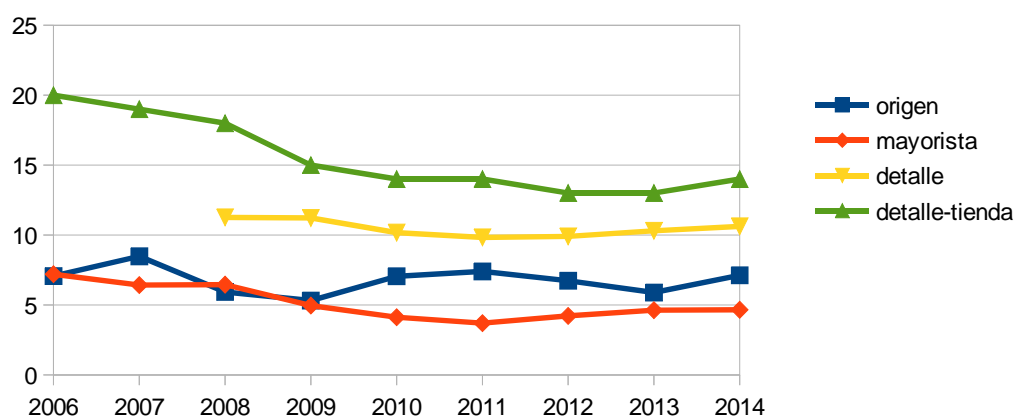


Figura 13. Evolución Precios Medios Anuales Merluza.

Tabla 14. Evolución Precios Medios Anuales Merluza.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	7,07	8,48	5,93	5,32	7,05	7,4	6,73	5,89	7,12
mayorista	7,2	6,425	6,455	4,955	4,125	3,7	4,22	4,63	4,66
detalle-			11,26	11,22	10,17	9,83	9,9	10,3	10,62

mercados									
detalle-tienda	20	19	18	15	14	14	13	13	14

- Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona
- Precios de la merluza de palangre y de arrastre en mercabarna
- Datos recogidos de los mercados municipales merluza palangre nacional

Mayorista

palangre	8,5	7,42	7,53	6,2	5,1	4,48	5,24	5,76	5,73
arrastre	5,9	5,43	5,38	3,71	3,15	2,92	3,2	3,5	3,59
suma	14,4	12,85	12,91	9,91	8,25	7,4	8,44	9,26	9,32
media merluza	7,2	6,425	6,455	4,955	4,125	3,7	4,22	4,63	4,66

Al igual que ocurre en la gráfica anterior los precios de mayorista en ocasiones es inferior al de origen. La respuesta aquí la podemos encontrar en la diversidad de especies de merluza que se comercializan en Mercabarna (merluza del cabo, negra, senegalesa,...) y que implican distintos precios, generalmente inferiores a la merluza local.

BOQUERÓN *Engraulis encrasicolus*

Evolución Precios Medios Anuales

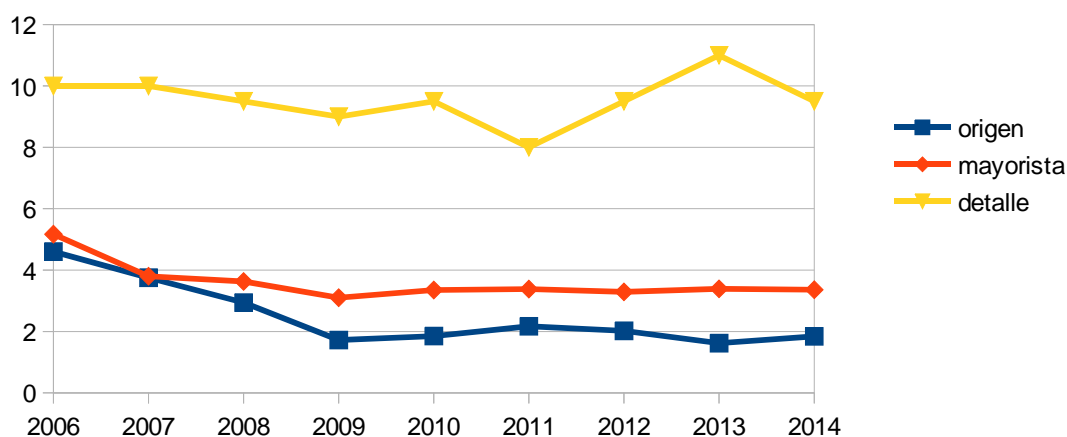


Figura 14. Evolución Precios Medios Anuales Boquerón.

Tabla 15. Evolución Precios Medios Anuales Boquerón.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	4,6	3,75	2,94	1,72	1,85	2,17	2,02	1,62	1,84

mayorista	5,17	3,8	3,63	3,1	3,35	3,38	3,29	3,39	3,36
detalle	10	10	9,5	9	9,5	8	9,5	11	9,5

Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona

El precio del detalle que encontramos en la gráfica no podemos extrapolarlo a un precio general ya que se trata de una única parada de un mercado municipal de Barcelona.

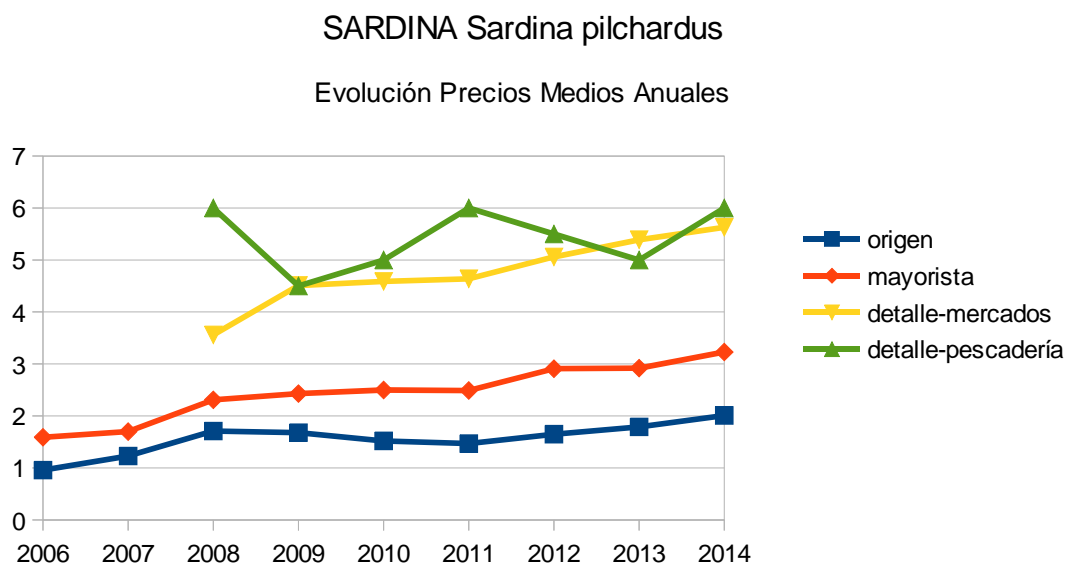


Figura 15. Evolución Precios Medios Anuales Sardina.

Tabla 16. Evolución Precios Medios Anuales Sardina.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen									
mayorista	1,59	1,7	2,31	2,43	2,5	2,49	2,91	2,92	3,23
detalle-mercados			3,56	4,51	4,59	4,64	5,06	5,39	5,63
detalle-pescadería			6	4,5	5	6	5,5	5	6

Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona

Datos recogidos de los mercados municipales

En la gráfica observamos un incremento anual del precio a todos los niveles y en mayor grado a nivel venta al detalle.

RAPE Lophius spp

Evolución Precios Medios Anuales

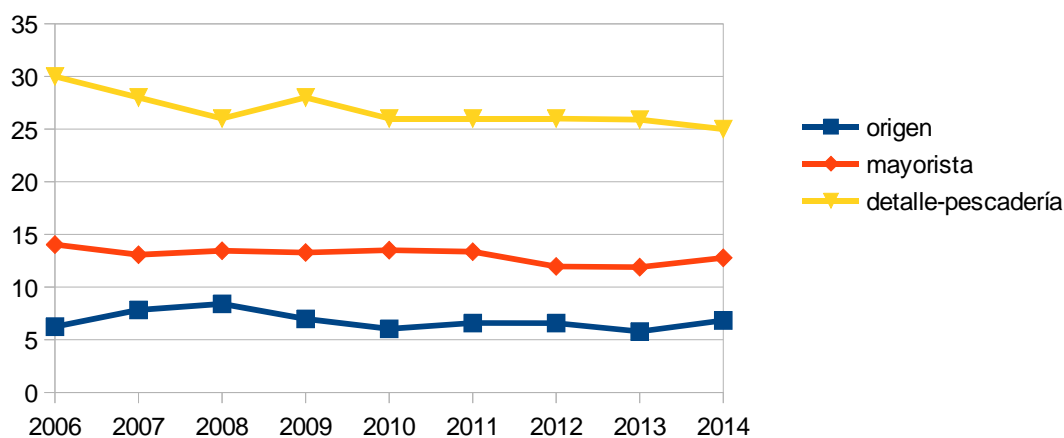


Figura 16. Evolución Precios Medios Anuales Rape.

Tabla 17. Evolución Precios Medios Anuales Rape.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	6,245	7,83	8,41	6,975	6,035	6,59	6,585	5,78	6,835
mayorista	14,03	13,07	13,45	13,28	13,5	13,36	11,96	11,89	12,78
detalle-pescadería	30	28	26	28	26	26	26	25,9	25

Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona

Lophius budegasa	6,09	7,69	8,43	6,74	5,43	6,08	6,55	6,18	8,02
Lophius piscatorius	6,4	7,97	8,39	7,21	6,64	7,1	6,62	5,38	5,65
Sumatorio	12,49	15,66	16,82	13,95	12,07	13,18	13,17	11,56	13,67
Media en origen	6,245	7,83	8,41	6,975	6,035	6,59	6,585	5,78	6,835

Nos faltan precios de venta al detalle para poder afirmar la evolución, pero según se observa en la gráfica mantiene un precio estable a todos los niveles, aún conteniendo diversas especies de rape, únicamente diferenciadas a nivel de venta en origen.

CIGALA Nephrops norvegicus
Evolución Precios Medios Anuales

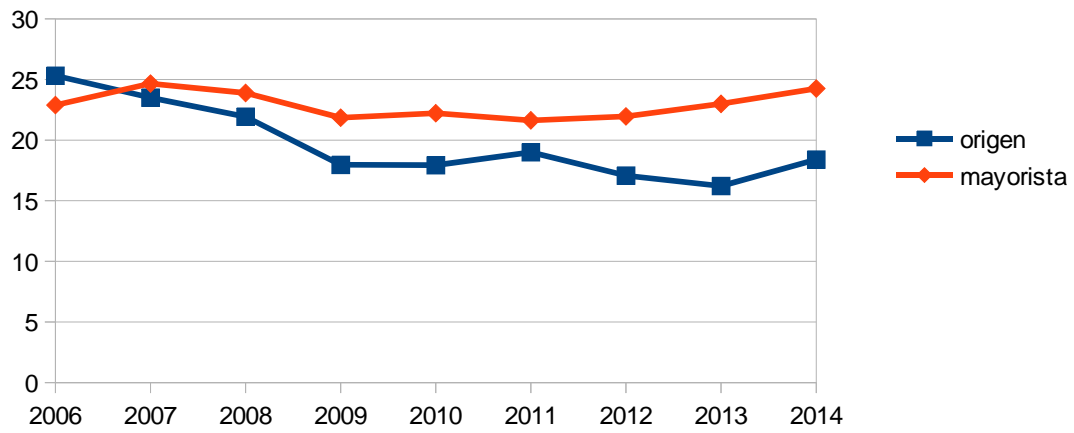


Figura 17. Evolución Precios Medios Anuales Cigala.

Tabla 18. Evolución Precios Medios Anuales Cigala.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	25,31	23,5	21,93	17,96	17,93	19	17,07	16,21	18,39
mayorista	22,89	24,66	23,89	21,85	22,22	21,63	21,96	22,99	24,25
detalle									

Respecto a la cigala fresca, evolución mantenida en precios a falta de datos a nivel detallista.

GAMBA ROSADA *Aristeus antennatus*

Evolución Precios Medios Anuales

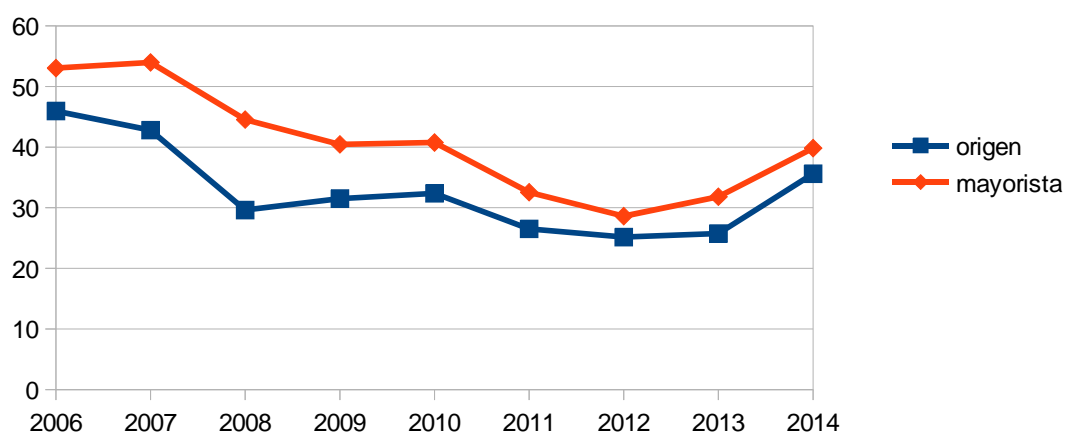


Figura 18. Evolución Precios Medios Anuales Gamba Rosada.

Tabla 19. Evolución Precios Medios Anuales Gamba Rosada.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	45,95	42,8	29,61	31,5	32,37	26,51	25,14	25,74	35,6
mayorista	53,04	53,97	44,54	40,45	40,76	32,54	28,6	31,8	39,84
detalle									

En cuanto a la gamba rosada, no pudimos recabar precios de ningún tipo al detalle, según comentan los comerciantes por la gran fluctuación de sus precios. Podemos apreciar en los años de crisis económica un descenso en el precio al tratarse de un producto de alta gama y una leve recuperación a partir de 2012.

JUREL Trachurus sp.
Evolución Precios Medios Anuales

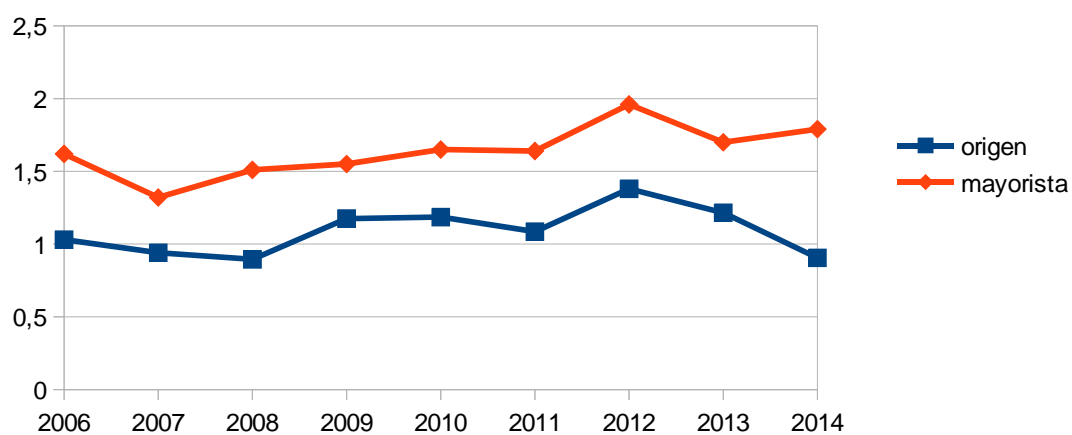


Figura 19. Evolución Precios Medios Anuales Jurel.

Tabla 20. Evolución Precios Medios Anuales Jurel.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	1,03	0,94	0,895	1,175	1,185	1,085	1,38	1,215	0,905
mayorista	1,62	1,32	1,51	1,55	1,65	1,64	1,96	1,7	1,79
detalle									

Trachurus trachurus	1,03	0,94	1,04	1,44	1,31	1,1	1,29	1,41	0,91
Trachurus sp.			0,75	0,91	1,06	1,07	1,47	1,02	0,9
Sumatorio	1,03	0,94	1,79	2,35	2,37	2,17	2,76	2,43	1,81
Media origen	1,03	0,94	0,895	1,175	1,185	1,085	1,38	1,215	0,905

Faltan precios al detalle para el jurel. Únicamente se diferencia por especies en origen tal y como se muestra en la tabla anterior.

SONSO *Gymnammodytes cicereus*

Evolución Precios Medios Anuales

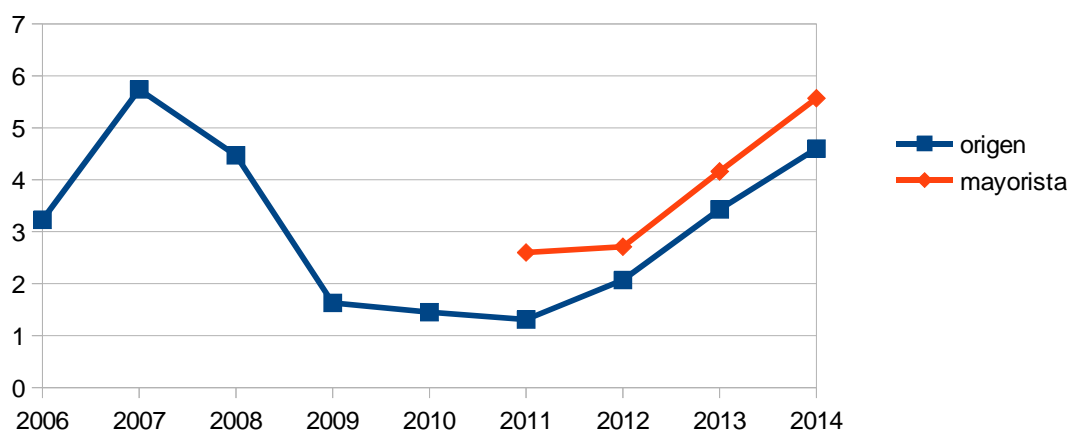


Figura 20. Evolución Precios Medios Anuales Sonso.

Tabla 21. Evolución Precios Medios Anuales Sonso.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	3,23	5,74	4,47	1,63	1,45	1,31	2,07	3,43	4,6
mayorista						2,6	2,71	4,16	5,57
detalle									

A nivel mayorista no existen datos del producto en el período 2006-2010

En Mercabarna la venta de sonso implica en ocasiones otras especies. Es un producto que ha incrementado su consumo y precio en los últimos años. Por otro lado remarcar la no existencia de toma de datos de precios de venta al detalle.

El 26 de Abril del 2012 se constituye el Comité de Cogestión de la Sonsera compuesto por las administraciones competentes, el sector pesquero, organismos científicos y organizaciones no gubernamentales. Sus órganos principales son el pleno y la comisión. Esta última se reúne mensualmente. Entre sus funciones a destacar el diseño el plan de gestión y su cumplimiento, estableciendo cuotas y puntos de precaución en caso de peligro del stock según el plan redactado. Al establecerse cuotas y llegar la pesca en un horario diariamente establecido, se asegura la oferta de unas cantidades constantes. El plan ha funcionado hasta verano del 2015, momento en que dado el estado del recurso, la comisión ha determinado el cierre precautorio de la pesquería hasta nuevo aviso. Está siendo una gran fuente de información científica y ha dado lugar a una nueva fórmula de corresponsabilidad entre las distintas partes integrantes. Hemos de hacer hincapié en la toma de responsabilidad del sector extractivo de esta pesquería.

CABALLA *Scomber scombrus*

Evolución Precios Medios Anuales

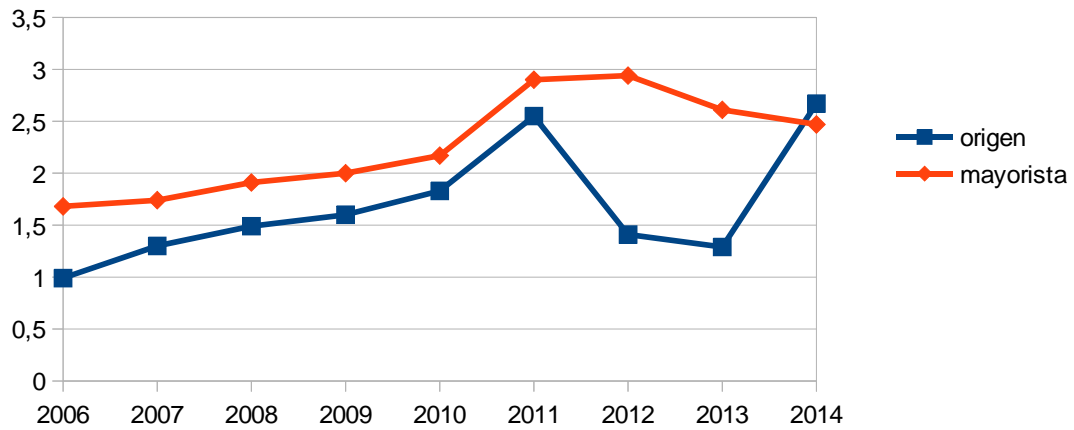


Figura 21. Evolución Precios Medios Anuales Caballa.

Tabla 22. Evolución Precios Medios Anuales Caballa.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	0,99	1,3	1,49	1,6	1,83	2,55	1,41	1,29	2,67
mayorista	1,68	1,74	1,91	2	2,17	2,9	2,94	2,61	2,47
detalle									

Se observa para la caballa una bajada fuerte de precio en origen para los años 2012 y 2013, manteniéndose a nivel mayorista. Faltan datos al detalle.

DORADA Sparus aurata
Evolución Precios Medios Anuales

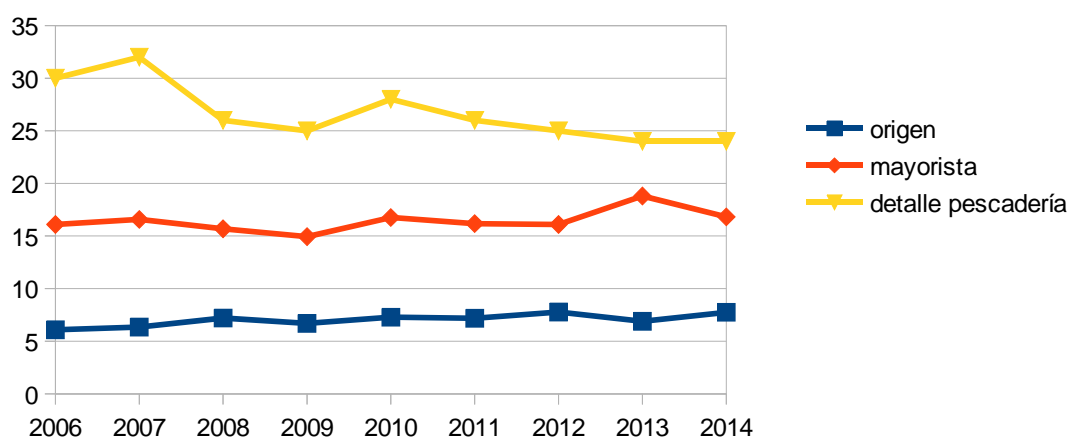


Figura 22. Evolución Precios Medios Anuales Dorada.

Tabla 23. Evolución Precios Medios Anuales Dorada.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	6,09	6,35	7,21	6,7	7,29	7,19	7,78	6,9	7,75
mayorista	16,1	16,58	15,69	14,94	16,76	16,18	16,1	18,8	16,82
detalle pescadería	30	32	26	25	28	26	25	24	24

Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona

En cuanto a la dorada salvaje se observa una continuidad en los precios. Nos faltarían datos a nivel detallista.

LENGUADO Solea sp.

Evolución Precios Medios Anuales

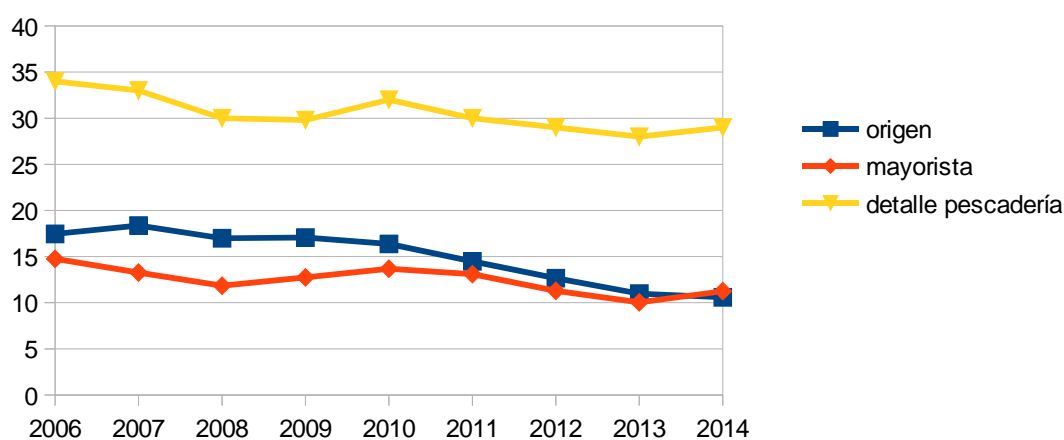


Figura 23. Evolución Precios Medios Anuales Lengüado.

Tabla 24.. Evolución Precios Medios Anuales Lengüado.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	17,46	18,36	16,98	17,065	16,37	14,48	12,665	10,985	10,585
mayorista	14,76	13,27	11,84	12,75	13,68	13,09	11,29	10,04	11,25
detalle pescadería	34	33	30	29,8	32	30	29	28	29

Datos recogidos de una parada del mercado de la Boqueria de Barcelona

Solea vulgaris	17,46	18,36	18,23	19,7	19,54	17,88	18,68	16,54	16,09
Solea sp.			15,73	14,43	13,2	11,08	6,65	5,43	5,08
Sumatorio	17,46	18,36	33,96	34,13	32,74	28,96	25,33	21,97	21,17
Media origen	17,46	18,36	16,98	17,065	16,37	14,48	12,665	10,985	10,585

Mercabarna no diferencia lengüado nacional de importación. De todas formas utilizamos los precios que nos facilitan. Esta sea quizás la razón de que en general los precios en Mercabarna sean inferiores a los precios de venta en lonjas de lengüado.

BONITO Sarda sarda
Evolución Precios Medios Anuales

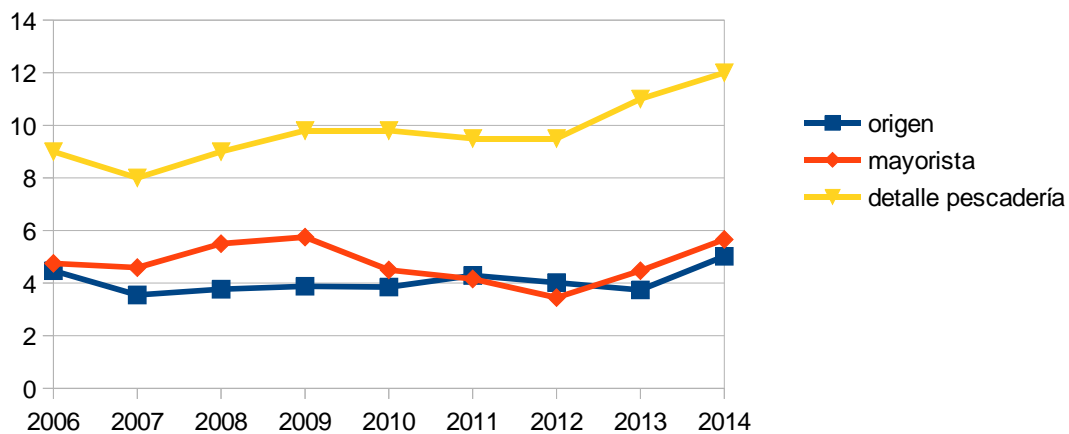


Figura 24. Evolución Precios Medios Anuales Bonito.

Tabla 25. Evolución Precios Medios Anuales Bonito.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
origen	4,47	3,55	3,77	3,88	3,85	4,29	4,02	3,74	5,02
mayorista	4,75	4,59	5,5	5,75	4,5	4,16	3,45	4,47	5,66
detalle pescadería	9	8	9	9,8	9,8	9,5	9,5	11	12

Datos recogidos de una encuesta en Febrero de 2015 en una parada del mercado de la Boquería de Barcelona

Los precios del bonito son constantes en el tiempo. Faltan datos de precios de venta al detalle.

Mensualmente podemos hacer un estudio más minucioso de dos productos que son los que tenemos precios recabados a nivel detallista en los mercados de la provincia de Barcelona. Estos son la merluza de palangre y la sardina.

Pretendíamos hacerlo en el caso de la gamba roja pero no tenemos precios suficientes mensuales ni siquiera de los dos últimos años. Actualmente se recopilan dichos precios por parte de la venta por internet de la cofradía de Palamós. Su estudio será posible en un intervalo corto de tiempo. Es un estudio interesante a realizar ya que se trata de un producto claramente diferenciado.

Para la merluza de palangre nacional los precios medios mensuales desde octubre del 2008 hasta Diciembre del 2013 son los que se muestran en la Tabla 26 a continuación.

Tabla 26. Precios medios mensuales en origen, mayorista y detalle de la merluza de palangre nacional.

	10/08	11/08	12/08
origen	10,83	12,01	12,49
mayorista	7,46	6,83	7,25
detalle	11,26	11,94	11,79

	01/09	02/09	03/09	04/09	05/09	06/09	07/09	08/09	09/09	10/09	11/09	12/09
origen	9,82	6,77	14,63	8,91	7,3	7,8	9,35	10,39	9,74	9,1	11,46	11,78
mayorista	7,91	5,91	6,53	5,99	5,11	5,97	6	5,62	6,55	5,95	6,69	6,24
detalle	11,7	11,8	11,77	10,95	10,71	10,96	10,84		10,56	11,07	11,62	11,2

	01/10	02/10	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10	08/10	09/10	10/10	11/10	12/10
origen	6,45	10,06	9,9	12,2	11,05				9,35	16,6	15,32	8,84
mayorista	5,15	5,2	6,02	6,05	4,48	5,6	4,91	4,89	4,29	5,19	4,81	4,8
detalle	10,35	10,12	10,16	10,43	10,12	10,36	10,3		10,1	9,95	10	9,84

	01/11	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	07/11	08/11	09/11	10/11	11/11	12/11
origen	13,09	8,61	9,13	9,04	8				14,72			
mayorista	4,3	3,65	5,04	4,26	4,08	4,41	4,42	4,18	5,46	4,49	4,03	5,43
detalle	9,88	9,55	9,52	9,31	9,44	9,36			10,23	10,03	9,53	11,19

	01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12	08/12	09/12	10/12	11/12	12/12
origen					13,73				14,96		20,18	17,77
mayorista	4,04	3,57	4,85	5,51	4,65	5,53	5,4	6,55	6,18	5,53	5,3	5,82
detalle	9,55	9,03	9,3	10,02	9,94	10,28	10,3		10,38	10,4	10,27	9,96

	01/13	02/13	03/13	04/13	05/13	06/13	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13
origen			16,69	6,79								
mayorista	5,88	4,36	5,19	4,94	5,15	5,3	5,75	6,29	5,87	6,79	6,53	7,16
detalle	10,21	9,95	10,11	10,04	9,95	10,19	10,2		10,42	10,63	10,99	11,07

Las casillas que no tienen precio, las hemos marcado en azul.

De la gráfica que mostramos a continuación Figura 25, podemos constatar que a nivel origen se han tomado precios de merluza únicamente pescada con arte de palangre de superficie en las costas catalanas. Son precios recabados de las lonjas catalanas.

A nivel mayorista nos encontramos con merluza de palangre nacional, precios recopilados de Mercabarna. Estos precios son en general inferiores a los de origen. Ello es debido a que se mezcla con merluza de palangre de otras zonas, principalmente cantábrico, que bajan el precio medio de venta. La merluza catalana de palangre se vende a un precio generalmente mayor que la de otras zonas.

Los precios en origen según se muestra en la gráfica son incluso más altos que los de venta al detalle al mostrar la merluza de una única zona de pesca. Sin embargo al comparar los precios a nivel mayorista y detallista si se ve una evolución constante en el tiempo.

De todo ello se desprende el difícil análisis comparativo en este producto. Para poder realizar una comparación real necesitaríamos precios en origen de distintos caladeros nacionales.

MERLUZA PALANGRE NACIONAL

Mes a mes 2008-2013

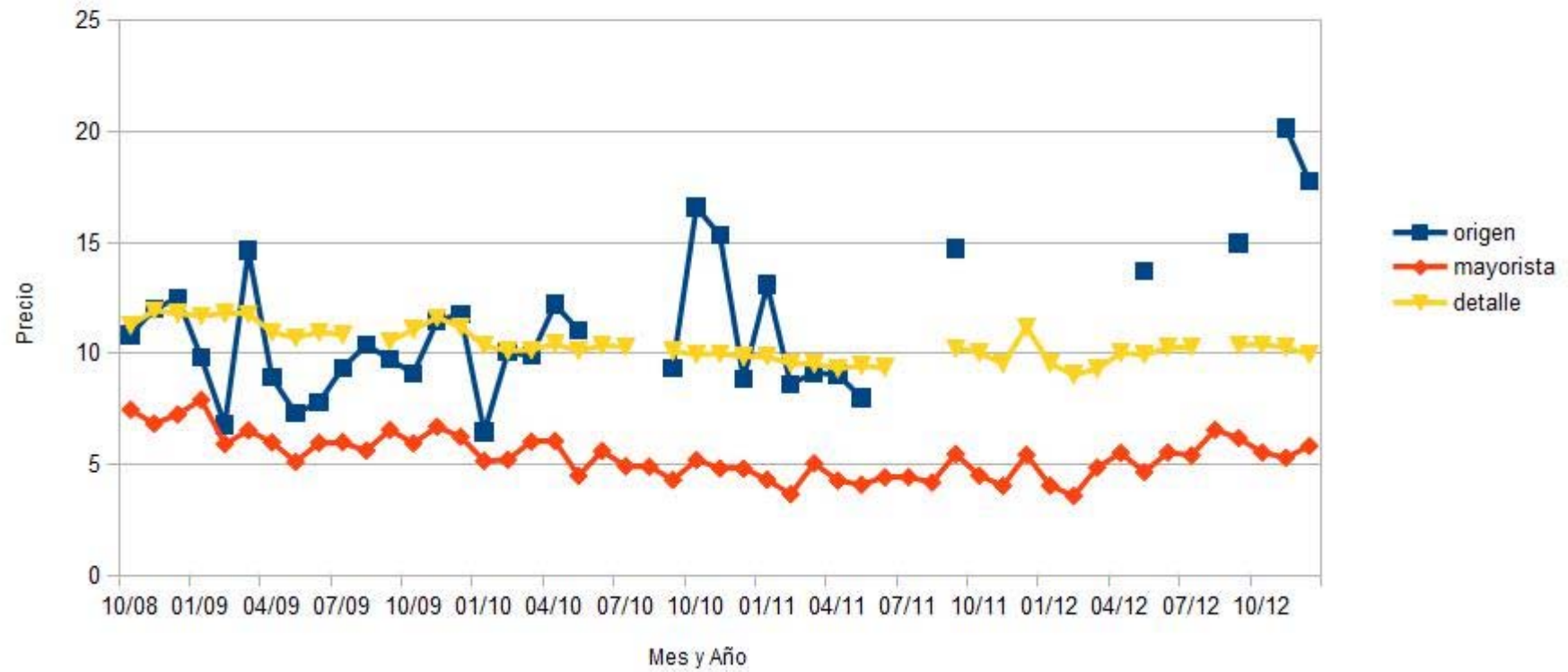


Figura 25. Evolución Precios medios mensuales de la merluza de palangre nacional.

Tabla 27. Precios medios mensuales en origen, mayorista y detalle de la sardina producto nacional.

	10/08	11/08	12/08
origen	0,99	1,06	1,2
mayorista	1,88	2,00	2,39
detalle	3,71	3,87	3,86

	01/09	02/09	03/09	04/09	05/09	06/09	07/09	08/09	09/09	10/09	11/09	12/09
origen	1,65	1,86	1,49	1,69	1,46	1,74	1,47	1,09	2,85	1,22	1,61	1,55
mayorista	2,43	1,78	2,17	2,43	2,57	3,23	3,14	2,82	2,47	1,98	1,80	2,44
detalle	4,52	4,38	4,39	4,50	4,55	4,59	4,94		5,06	4,48	4,32	4,33

	01/10	02/10	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10	08/10	09/10	10/10	11/10	12/10
origen	1,5	1,48	2,55	1,44	1,17	1,49	1,99	1,75	1,05	1,09	1,28	1,34
mayorista	2,50	2,73	2,50	2,51	2,47	2,69	2,84	3,02	1,94	2,00	2,10	2,80
detalle	4,7	4,84	4,7	4,49	4,47	4,39	5,49		4,44	4,54	4,37	4,84

	01/11	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	07/11	08/11	09/11	10/11	11/11	12/11
origen	1,7	1,11	1,34	1,16	1,24	1,45	1,53	1,71	1,21	1	1,44	1,39
mayorista	2,60	1,78	2,41	1,95	2,11	2,93	3,05	2,94	2,51	2,49	2,18	2,95
detalle	4,6	4,57	4,68	4,4	4,4	4,7			4,5	4,8	4,63	4,97

	01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12	08/12	09/12	10/12	11/12	12/12
origen	2,26	1,4	1,46	1,47	1,23	1,44	2,42	2,27	1,44	1,37	1,66	1,8
mayorista	2,65	2,32	2,35	2,77	2,56	2,66	4,13	3,65	2,79	2,57	2,70	3,85
detalle	4,7	4,57	4,48	5,17	5	5,23	5,14		5,74	5,68	5,26	5,59

	01/13	02/13	03/13	04/13	05/13	06/13	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13
origen	1,8	1,92	1,69	1,53	1,61	3,98	1,73	2,25	1,22	0,92	1,27	1,31
mayorista	3,37	3,02	2,94	2,72	3,02	3,67	3,26	3,28	2,51	2,18	2,55	2,54
detalle	5,84	5,71	5,66	5,15	5,17	5,46	5,62		5,15	5,01	4,98	5,19

En la **Figura 26**, podemos observar un mantenimiento de los precios en origen y a nivel detallista entre 1 euro y 4 euros como máximo de precio medio. Las puntas de precio suelen coincidir con períodos vacacionales estivales, como oferta para el turismo, y en Navidades, período en el cuál suben de precio, como norma general, todos los productos pesqueros

A nivel detallista los precios han ido aumentando a lo largo de los años pero a un ritmo muy lento. Pasando en un período de unos cinco años, de un precio medio inicial de 3,71 a un precio medio final de unos 5 euros, concretamente 5,19 en Diciembre de 2013. Se trata de un producto consolidado en el mercado español y de precio muy poco flexible.

SARDINA NACIONAL

Mes a mes 2008-2013

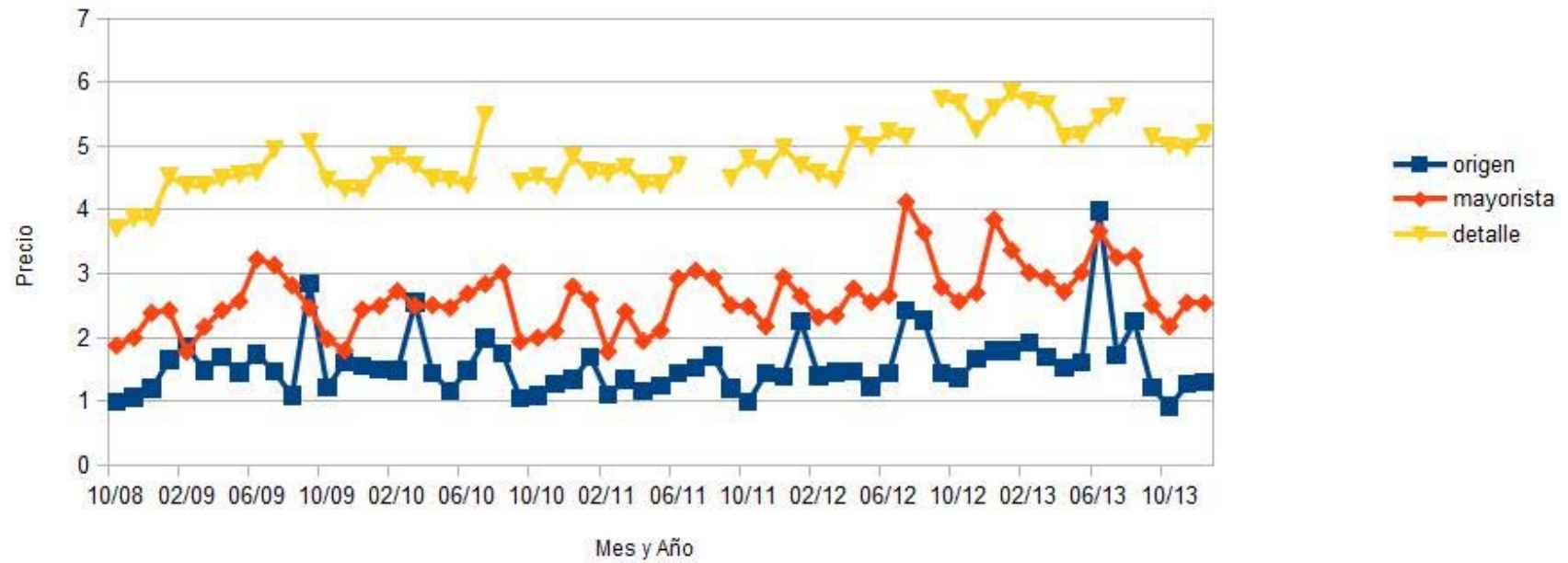


Figura 26. Evolución Precios medios mensuales de la sardina producto nacional.

13.DISCUSIÓN

En cuanto a la información de los datos obtenidos en este trabajo:

- Los datos publicados y analizados a nivel nacional son datos que toman precios de primera venta de las lonjas. Esos precios no se recaban directamente si no que son las lonjas, concretamente las cofradías en el caso de España, que tienen la obligación de pasar las notas de venta diariamente al departamento de pesca de la Comunidad Autónoma a la que pertenezcan. Las CCAA (Comunidades Autónomas) por su parte tienen la obligación de acumular, clasificar y enviar al Ministerio correspondiente del Gobierno Central dicha información. Estos son los datos correspondientes a la primera venta que se analizan y estudian.
- Por otro lado los datos correspondientes al segundo nivel de la cadena son los de mayoristas. Estos datos son aportados por los MERCAS. Existen otros mayoristas pero sus datos no se emplean para los estudios publicados.
- A nivel detallista tal y como se explicó en el apartado anterior los precios no diferencian en algunos casos las especies debido a la dificultad en su diferenciación, tampoco se diferencia si es producto es nacional o importado, después existen estudios de productos congelados y de acuicultura.

Referenciando los trabajos incluidos en el capítulo 10:

- El documento técnico de la **FAO (xxv)** nos revela que existe una gran diferencia en la toma de datos de unos países a otros y de su estudio se desprende la falta de coherencia y disponibilidad en algunos de ellos. En el estudio dicha falta se suplió con una toma de datos primaria a través de encuestas, que aunque siendo insuficiente en el tiempo, se aprovechó para un análisis transversal de la cadena de precios en algunos productos pesqueros. Esta sería una buena opción a utilizar a la vista de la falta de recogida de precios homogéneos al detalle con la que nos hemos encontrado durante el estudio.
- En el trabajo del **Samy-Kamal, Forcada, Sánchez Lizaso 2015 (xii)**, se estudia la variación de precios según los días de la semana, pero únicamente a nivel precios en origen, es decir en lonja. Nosotros queríamos ir más allá y realizar un minucioso análisis de toda la cadena de precios de los productos frescos nacionales pesqueros.
- **Guillen y Franquesa 2015 (ix)** estudian la volatilidad y elasticidad de los precios a lo largo de la cadena comercial en los productos pesqueros de venta en España. Los datos se obtienen de la fuente de información del Observatorio de precios del MAGRAMA. Datos como comentaremos a continuación no suficientes para nuestro estudio.

- **Wilkinson 2006 (xv)** analiza la evolución de los mercados pesqueros en tiempos de crisis y el poder de cada uno de los eslabones de la cadena comercial. Sin embargo no profundiza en la evolución de los precios y su repercusión a distintos niveles.
- Por último, el artículo publicado en la Revista de economía aplicada de **Cruz Ferreiro y Ameneiro Gómez 2007(v)**, analiza la transmisión de precios del gallo fresco en el mercado nacional. Dicho estudio es un claro ejemplo base de lo que deberíamos poder extrapolar a los distintos productos pesqueros para tener un análisis completo del mercado del pescado.

Analizando las bases de datos publicadas que encontramos en el capítulo 11 :

- Observatorio de Precios

Los estudios del 2007 al 2010 del **Observatorio de Precios (xix)**, de diferentes productos pesqueros nos revelan los siguientes datos;

En su estudio de la merluza que al tratarse de un producto con continuidad en el mercado, las variaciones de precios que se producen en los eslabones anteriores de la cadena no se trasladan del mismo modo al precio final. El coste lo asumen armadores y mayoristas debido al carácter perecedero del producto que implica el tener que darle una salida rápida al mercado.

El problema del producto perecedero siempre está presente seas cuál sea el tipo de pescado.

Por otro lado, la variación de precios no es siempre la misma en la cadena, y depende en gran parte del producto al que nos refiramos. En otros estudios del mismo período se desprenden diversos resultados;

Para la sardina incrementa el precio medio en mayorista y detalle y sufre una bajada en origen. Para la pescadilla de 1,5kgs los precios bajan excepto para el período de 2010 dónde los precios en origen se incrementan. Para la caballa se produce un incremento de los precios medios de todos los eslabones de la cadena a partir del 2009 con un incremento menor a nivel detallista. Para el boquerón los precios siguen una tendencia similar, pero cuando incrementan en 2010 para mayorista y origen , disminuye a nivel detallista.

Las presentaciones aun disponiendo de una información valiosa no reúnen los requisitos para un análisis homogéneo tal y como se explica en el capítulo 11 apartado 1.

- EUMOFA

En los estudios realizados a nivel europeo por **EUMOFA (xxxix)** se desprende la importancia del análisis de la estructura de precios. Tal y como se publica en la página de EUMOFA, la estructura de precios es imperfecta debido al poder de la cadena de mercado, existiendo pérdidas de bienestar en ambos extremos de la cadena.

Un claro ejemplo que nos propone es el hecho de que la caída de precios que asume el productor no se transmite a los consumidores, como consecuencia: El consumo es más bajo, pero el precio es más alto. El productor vende menos de lo que sería capaz de vender después de la caída de precios si transmitiera dicha pérdida. Afirma a su vez, que las cuestiones de estructura de precios son controvertidas en períodos de crisis. Por otro lado, corrobora que existe una falta de datos y análisis robustos para poder realizar un análisis claro y equilibrado de las causas de la caída de los precios

Publica anualmente "El mercado pesquero de la UE" cuyo objetivo es proporcionar una descripción económica del sector europeo de la pesca y la acuicultura en su conjunto. Contesta a preguntas como: ¿qué se produce/exporta/importa?, ¿cuándo y dónde?, ¿qué se consume?, ¿quién lo consume? y ¿cuáles son las principales tendencias?

El análisis estructural permite obtener una visión integral de la industria de la pesca y la acuicultura en Europa, en comparación con otros sectores de la alimentación

Mensualmente publica comparativas de precios de primera venta y de import/export intra y extra comunitarias y semanalmente series de precios de toda la cadena de mercado, una gran base de datos para poder trabajar.

Los precios a nivel detallista que publica EUMOFA se recaban del MAGRAMA. Encontrándonos de nuevo con el mismo tipo de problemática, ya que los precios son los recogidos por el observatorio de precios del MAGRAMA.

14.-CONCLUSIONES

La conclusión final una vez se ha procedido a procesar todas las fuentes de datos, es la actual enorme dificultad de un análisis de formación de precio del pescado fresco por falta de suficiente información.

Se gasta mucho en tomar datos económicos, pero no son explotables para un análisis minucioso de la cadena comercial del pescado fresco nacional en particular.

La bibliografía utilizada, confirma la utilidad por un lado y la necesidad por otro, del análisis de la cadena de precios. Hemos evidenciado cuáles son los puntos de observación adecuados para la recogida de datos, pero no hemos podido realizar el análisis para explicar el comportamiento último del consumidor y ver de esta manera la relación existente entre la oferta y la demanda del pescado fresco.

La recomendación principal es conseguir que la toma de datos se mejore sustancialmente, para lo cual se proponen las siguientes opciones:

Opción 1. Básica

A nivel detallista, añadir la toma datos de las siguientes especies,

- Jurel
- Dorada
- Cigala
- Gamba roja
- Lanzón.

Tomando datos del 2014 en Cataluña, el volumen total de ventas en Tn fueron de 30.882Tn y el volumen de ventas en euros fueron de 116.835.234 €. Podríamos obtener en datos un total de 20.602Tn un 66,7% del volumen de toneladas vendidas en 2014 y una recaudación de 67.512.000€ que correspondería el 57,78% en volumen de ventas en euros en 2014, de la comercialización total en Cataluña. Esto supondría una mejora importante sobre la información disponible a día de hoy para poder realizar este tipo de estudios.

Opción 2. Realista

Consistiría en tomar todos los datos de las principales especies comercializadas en Cataluña.

A nivel mayorista, añadir la toma datos de las siguientes especies,

- Estornino
- Caballa
- Lenguado
- Salmonete roca

- Salmonete fango
- Atún rojo
- Pulpo roca
- Pulpo blanco
- Canana

A nivel detallista, añadir la toma datos de las siguientes especies,

- Jurel
- Dorada
- Cigala
- Gamba roja
- Lanzón
- Estornino
- Caballa
- Lenguado
- Salmonete roca
- Salmonete fango
- Atún rojo
- Pulpo roca
- Pulpo blanco
- Canana
- Rape entero

Tomando de nuevo los datos del 2014 en Cataluña, conocemos que el volumen total de ventas en Tn fueron de 30.882Tn y el volumen de ventas en euros fueron de 116.835.234 €

Obtendríamos en este caso, un total de 21.722Tn un 70% del volumen de toneladas vendidas en 2014 y una recaudación de 75.944.000€ que correspondería el 65% en volumen de ventas en euros en 2014, de la comercialización total en Cataluña.

Opción 3. Ideal

Recabar datos de todos los productos pesqueros comercializados en Cataluña. Diferenciando producto nacional o importado, pesca extractiva (a ser posible identificando arte de pesca) o acuicultura, especies, frescura (congelado, fresco,..) y presentación (entero, eviscerado, cola,...)

La frecuencia diaria de toma de datos a todos los niveles de la cadena comercial.

De esta forma se podrían realizar estudios minuciosos y homogéneos de toda la cadena comercial de los productos pesqueros.

15.-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- i. Aldecoa Luzarraga, 1988. Las Cooperativas del Mar y su relación con las Cofradías de pescadores. Anuario estudios cooperativos. Universidad De Deusto. Bilbao.
- ii. Alegret Joan Lluís / Berta Nadal. Setembre 1987. Les Cofraries de Pescadors. La dimensió social de la pesca a Catalunya. Las cofradías de pescadores. La dimensión social de la pesca en Cataluña. Gerona.
- iii. Alegret Joan Lluís . Diciembre 1989. Del corporativismo dirigista al pluralismo democrático. Gerona.
- iv. Cervera Paz, Angel. 1997. Artículo Revista de la Armada Española. Nueve siglos de las Cofradías de pescadores. Universidad de Cádiz. Cádiz.
- v. Cruz Ferreiro Indalecio, Ameneiro Gómez, Máximo. Revista de economía aplicada, ISSN 1133-455X, Vol. 15, Nº 44, (2007), págs. 85-108. Transmisión vertical de precios en el mercado nacional de los productos pesqueros frescos.
- vi. Díez de Rivera y Casares, Pascual. 1939. La riqueza pesquera en España y las cofradías de pescadores. Editora Nacional. Madrid.
- vii. Franquesa Ramón. 2003. Las Cofradías en España. Papel económico y cambios estructurales. Quadern Blau. Gabinete economía del mar. Barcelona.
- viii. FROM. Fondo de regulación y organización del mercado de los productos de la pesca y cultivos marinos. Informe sobre la infraestructura de las lonjas. Publicaciones agrarias.
- ix. Guillen Jordi , Franquesa Ramon. *New Medit*, vol 14, n.1, (March 2015), pp. 4-11 Price transmission and volatility along the Spanish fresh fish market chain

- x. Guillen, J. and Maynou F., 2014. *Marine Policy*, 47: 66-70. Importance of temporal and spatial factors in the ex-vessel price formation for red shrimp and management implications.
- xi. Marzoa Dopico Antonio. Invierno 2002. Importancia històrica de les cofraries de pescadors. *Espais monogràfics*, núm 48. Barcelona.
- xii. Mohamed Samy-Kamal, Aitor Forcada,,Jose Luis Sánchez Lizaso, (August 2015). Daily variation of fishing effort and ex-vessel prices in a western Mediterranean multi-specific fishery: implications for sustainable management.
- xiii. Varona M. Septiembre 1995. *Sociedad de Socorros mutuos El Mar* n. 331. Madrid.
- xiv. Víctor J. Martín Cerdeño. 2015. Artículo publicado en el n. 131 de la *Revista de Distribución y Consumo*. Treinta claves del mercado alimentario. Pasado, presente y futuro. Universidad Computense Madrid. Madrid.
- xv. Wilkinson John. *Sociologia Ruralis* Volume 46, Issue 2, pages 139–153, April 2006. Fish: A Global Value Chain Driven onto the Rocks
- xvi. *Enciclopedia General del mar* Vol. II. Ediciones Garriga S.A. Barcelona
- xvii. GENCAT. Generalitat de Catalunya. Archivo Bibliográfico. <http://www.gencat.cat>
- xviii. MAGRAMA. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- xix. Observatorio de Precios de los alimentos. Estudios de la cadena de valor y la formación de precios.
.http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos
- xx. Base de Datos de Consumo en Hogares .
<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/base-de-datos-de-consumo-en-hogares/consulta.asp>

- xxi. MERCASA. Archivo Bibliográfico. Estadísticas anuales.<https://www.mercasa.es>
- xxii. MERCABARNA. Archivo Bibliográfico. Estadísticas anuales.
<http://www.mercabarna.es>
- xxiii. MINECO. Ministerio de Economía y competitividad.
<http://www.mineco.gob.es>
- xxiv. AEAT. Agencia Estatal de Administración Tributaria.
<http://agenciatributaria.es/memoriasyestadisticas/estadisticas>
- xxv. FAO. Organización de las naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura
- xxvi. The State of World Fisheries and Aquaculture (SOFIA) 2010.
- xxvii. Child Anna, Lem Audun. FAO 2014, Fisheries and Aquaculture Technical Paper No. 581 Value chain dynamics and the small-scale sector
- xxviii. Global statistical collections: Fishery commodities and trade, global aquaculture production and global capture production. <http://www.fao.org/fishery/statistics/en>.
- xxix. Price volatility in agricultural markets.
<http://www.fao.org/economic/est/issues/volatility/en>
- xxx. Departamento de Pesca. Roma. 2011. <http://www.fao.org>
- xxxi. EUMOFA. European market observatory for fisheries and aquaculture products.
- xxxii. Guidelines. Data and methodology for price structure analysis.
- xxxiii. El Mercado pesquero de la UE. Edición 2014
<http://eumofa.eu>

Anexo 1. Datos Precios Venta en las Cofradías. Agosto 2006

ANY_VENDA	MES_VENDA	CODI_ESPECIE	NOM_CATALA	NOM	PREU	MODALITAT_PESCA	LLOTJA
2006	Agost	SBG	Orada	Sparus aurata	6,65	ARROSSEGAMENT	ARENYS DE MAR
2006	Agost	SBG	Orada	Sparus aurata	27,07	ARTS MENORS	ARENYS DE MAR
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	19,40	ARROSSEGAMENT	ARENYS DE MAR
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	31,64	ARTS MENORS	ARENYS DE MAR
2006	Agost	SWA	Sarg	Diplodus sargus sargus	7,12	ARTS MENORS	ARENYS DE MAR
2006	Agost	ANE	Seitó	Engraulis encrasicolus	2,21	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	ANE	Seitó	Engraulis encrasicolus	5,61	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	ANK	Rap vermell	Lophius budegassa	8,36	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	ARA	Gamba rosada	Aristeus antennatus	34,22	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	BON	Bonítol	Sarda sarda	5,90	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	BON	Bonítol	Sarda sarda	2,04	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	BSS	Llobarro	Dicentrarchus labrax	24,66	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	BSS	Llobarro	Dicentrarchus labrax	22,93	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	BSS	Llobarro	Dicentrarchus labrax	21,09	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	HKE	Lluç	Merluccius merluccius	7,83	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	HKE	Lluç	Merluccius merluccius	6,64	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	HKE	Lluç	Merluccius merluccius	7,90	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	HMM	Sorell blancal	Trachurus mediterraneus	0,88	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	HMM	Sorell blancal	Trachurus mediterraneus	2,60	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	HMM	Sorell blancal	Trachurus mediterraneus	1,58	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	JAA	Sorell fumat	Trachurus picturatus	0,23	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	JAA	Sorell fumat	Trachurus picturatus	0,19	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	JOD	Gall	Zeus faber	8,30	ARROSSEGAMENT	BARCELONA

NY_VENDA	MES_VENDA	CODI_ESPECIE	NOM_CATALA	NOM	PREU	MODALITAT_PESCA	LLOTJA
2006	Agost	MON	Rap	Lophius piscatorius	10,18	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	MUR	Moll de roca	Mullus surmuletus	7,70	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	MUT	Moll de fang	Mullus barbatus	8,96	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	PIL	Sardina	Sardina pilchardus sardina	1,25	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	PIL	Sardina	Sardina pilchardus sardina	1,33	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	SBG	Orada	Sparus aurata	20,93	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	SBG	Orada	Sparus aurata	17,62	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	25,45	ARROSSEGAMENT	BARCELONA
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	15,85	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	SWA	Sarg	Diplodus sargus sargus	5,76	ARTS MENORS	BARCELONA
2006	Agost	SWA	Sarg	Diplodus sargus sargus	4,14	ENCERCLAMENT	BARCELONA
2006	Agost	ANE	Seitó	Engraulis encrasicolus	6,74	ENCERCLAMENT	BLANES
2006	Agost	ANK	Rap vermell	Lophius budegassa	10,34	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	ANK	Rap vermell	Lophius budegassa	10,21	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	ARA	Gamba rosada	Aristeus antennatus	51,41	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	BFT	Tonyina	Thunnus thynnus thynnus	7,43	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	BFT	Tonyina	Thunnus thynnus thynnus	6,67	PALANGRE DE SUPERFÍCIE	BLANES
2006	Agost	BON	Bonítol	Sarda sarda	7,95	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	BON	Bonítol	Sarda sarda	7,00	ENCERCLAMENT	BLANES
2006	Agost	HKE	Lluç	Merluccius merluccius	10,27	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	HKE	Lluç	Merluccius merluccius	9,60	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	HOM	Sorell	Trachurus trachurus	0,61	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	HOM	Sorell	Trachurus trachurus	1,27	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	HOM	Sorell	Trachurus trachurus	1,01	ENCERCLAMENT	BLANES
2006	Agost	JAA	Sorell fumat	Trachurus picturatus	0,99	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	JAA	Sorell fumat	Trachurus picturatus	1,04	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	JOD	Gall	Zeus faber	22,27	ARROSSEGAMENT	BLANES

NY_VENDA	MES_VENDA	CODI_ESPECIE	NOM_CATALA	NOM	PREU	MODALITAT_PESCA	LLOTJA
2006	Agost	JOD	Gall	Zeus faber	25,25	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	MON	Rap	Lophius piscatorius	8,52	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	MON	Rap	Lophius piscatorius	8,18	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	MUR	Moll de roca	Mullus surmuletus	12,53	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	MUR	Moll de roca	Mullus surmuletus	12,35	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	MUT	Moll de fang	Mullus barbatus	9,75	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	MUT	Moll de fang	Mullus barbatus	9,84	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	PIL	Sardina	Sardina pilchardus sardina	1,35	ENCERCLAMENT	BLANES
2006	Agost	SAN	Sonso	Gymnammodytes cicereus	14,91	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	SBG	Orada	Sparus aurata	21,52	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	31,80	ARROSSEGAMENT	BLANES
2006	Agost	SOL	Llenguado	Solea vulgaris	34,86	ARTS MENORS	BLANES
2006	Agost	SWA	Sarg	Diplodus sargus sargus	10,05	ARTS MENORS	BLANES

Anexo 2. Datos obtenidos. Precios de venta en Mercabarna

2006		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	105.028	166.914	165.830	127.990	200.291	217.787	157.047	126.956	107.483	152.660	148.537	116.477
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	9,54	6,75	8,94	8,64	6,60	7,07	7,63	8,71	11,46	8,10	9,20	11,72
SAL O	Tones	224.836	190.402	251.904	205.325	208.453	182.384	186.686	170.245	205.396	226.033	198.982	212.538
SALMO	€/Kg	3,95	3,95	4,58	5,47	5,76	6,42	6,01	5,61	4,75	4,16	3,97	4,30
RAP NACIONAL	Tones	282.217	288.578	260.765	245.814	26.899	279.242	256.762	175.10	183.495	205.533	227.908	261.183
RAP NACIONAL	€/Kg	12,74	11,05	13,46	12,77	13,40	12,82	13,07	14,53	15,65	12,3	14,22	21,5
ORADA DE CULTIU	Tones	155.665	132.808	14.076	155.214	172.055	174.104	181.86	152.005	168.026	161.613	13.212	207.268
ORADA DE CULTIU	€/Kg	4,27	4,69	4,90	5,36	5,43	5,61	5,57	5,08	4,26	3,91	4,11	4,29
SARDINA	Tones	314.563	339.679	403.182	323.303	343.921	354.830	355.32	288.396	383.681	335.639	323.70	45.594
SARDINA	€/Kg	1,72	1,3	1,53	1,40	1,43	1,57	1,67	1,72	1,49	1,67	1,72	1,61
SAITO	Tones	43.427	32.613	60.303	57.45	61.463	61.234	53.293	29.55	39.498	41.31	31.201	9.408
SAITO	€/Kg	5,57	6,33	3,81	5,52	6,02	5,05	5,3	5,88	3,31	4,35	4,14	6,30
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	119.575	163.271	186.163	111.780	129.877	137.172	134.896	116.528	91.999	20.378	102.950	03.712
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	6,26	4,17	5,78	5,83	5,0	5,24	4,43	6,12	7,07	5,44	6,30	9,13
TONYINA	Tones	137.518	16.887	238.570	205.628	229.459	209.876	224.785	201.603	241.553	188.758	176.228	155.610
TONYINA	€/Kg	7,56	7,96	8,75	5,36	5,8	5,75	5,54	6,04	5,43	6,96	6,71	7,92
L OBARRO DE CULTIU	Tones	83.563	97.56	06.961	97.190	109.116	116.32	102.185	104.268	97.985	88.714	86.326	125.643
L OBARRO DE CULTIU	€/Kg	4,28	4,45	4,55	5,05	5,9	5,83	6,20	5,0	4,99	4,68	4,31	4,36
R P IMPORTACIO	Tones	234.160	29.692	295.927	225.851	235.773	231.02	234.323	234.323	260.358	25.809	229.208	220.079
RAP IMPORTACIO	€/Kg	11,37	9,58	11,93	11,52	11,91	11,83	11,53	13,49	13,6	12,08	13,63	1,98
MAIRE	Tones	158.567	15.037	180.598	157.390	169.90	166.831	126.529	104.937	136.423	12.336	113.950	88.045
MAIRE	€/Kg	1,30	1,25	1,20	1,01	1,02	1,03	1,18	1,40	1,40	1,59	2,09	2,10
LLENGUADO	Tones	182.512	15.810	180.675	16.651	146.115	134.327	133.23	105.196	143.322	152.551	41.392	142.868
LLENGUADO	€/Kg	12,8	12,71	14,63	13,47	13,79	19,82	17,48	13,80	14,27	13,94	14,40	16,33
BRUIXA	Tones	48.860	89.048	104.519	76.108	109.078	123.800	102.088	66.70	58.043	7.583	47.611	4.157
BRUIXA	€/Kg	8,94	6,56	7,99	6,88	5,71	5,85	5,27	6,55	,9	6,54	7,82	8,36
SEITO FRANÇA	Tones	98.416	90.489	78.931	50.322	78.968	80.744	66.120	67.203	80.850	62.679	130.143	90.506
SEITO FRANÇA	€/Kg	4,45	5,48	,08	5,27	4,28	4,42	4,24	5,91	4,57	3,53	3,63	5,01
LLUCET < 500 GR.	Tones	59.871	141.516	182.752	142.953	143.491	147.306	160.874	125.621	203.793	164.236	146.148	118.414
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	3,70	2,57	3,05	2,65	2,13	2,94	2,64	,80	2,38	2,09	2,76	2,81

007		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Ju y	uliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	128.032	154.365	170.889	176.650	299.356	248.106	223.583	205.566	161.716	194.026	162.241	136.940
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	8,57	7,55	8,00	7,18	5,49	5,61	5,5	7,89	7,40	6,85	7,72	11,03
SALMO	Tones	205.240	139.475	202.503	178.767	202.250	189.758	180.156	182.972	191.327	200.891	183.866	198.020
SALMO	€/Kg	4,26	4,45	4,45	4,55	4,14	3,97	3,77	4,21	4,2	3,81	3,86	4,15
RAP NACIONAL	Tones	293.629	264.239	316.496	262.295	289.959	279.758	253.886	199.800	222.494	284.012	317.906	324.283
RAP NACIONAL	€/Kg	12,59	11,68	13,38	10,99	11,95	12,02	11,95	14,53	13,44	12,20	13,55	18,64
ORADA DE CULTIU	Tones	168.157	142.083	88.222	167.531	207.970	212.741	190.490	185.313	173.240	162.474	134.235	171.744
ORADA DE CULTIU	€/Kg	4,44	4,59	5,00	5,20	5,30	5,25	5,34	5,00	4,71	4,51	4,35	4,47
SARDINA	Tones	317.209	286.098	27.209	252.698	303.977	346.162	322.25	325.706	347.769	352.346	358.185	206.430
SARDINA	€/Kg	1,42	1,67	1,92	1,38	1,97	1,68	1,98	2,04	1,41	1,55	1,56	1,88
SAITO	Tones	36.110	39.541	41.576	63.677	40.191	44.329	56.383	19.311	46.19	34.478	19.065	10.272
SAITO	€/Kg	2,83	2,93	3,20	2,98	4,51	3,75	4,03	4,85	3,66	3,85	5,19	3,85
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	118.533	90.428	105.458	94.730	110.061	143.301	100.194	82.672	88.386	126.859	129.299	96.688
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	5,57	5,04	5,37	5,15	4,41	4,10	4,25	5,33	5,13	5,59	5,85	9,39
TONYINA	Tones	126.340	164.717	216.806	214.453	220.838	287.719	278.289	224.678	226.764	189.398	190.905	122.630
TONYINA	€/Kg	10,98	7,75	10,03	6,39	7,62	6,64	3,35	5,75	7,15	7,14	7,74	9,21
LO ARRO DE CULTIU	Tones	99.706	73.113	118.559	103.143	121.160	120.413	121.187	118.778	104.407	97.809	74.502	87.983
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	4,63	4,66	5,62	5,77	5,91	5,92	6,06	5,54	5,03	5,49	5,65	7,70
RAP IMPORTACIO	Tones	154.018	31.056	215.588	236.477	296.752	343.069	327.495	263.565	304.330	302.715	231.627	220.012
RAP IMPORTACIO	€/Kg	11,50	11,02	12,58	10,07	10,19	11,16	10,73	12,53	13,77	11,21	12,48	16,05
MAIRE	Tones	12.515	135.854	157.420	113.605	143.89	150.581	126.289	86.594	108.501	132.878	148.496	81.186
MAIRE	€/Kg	1,53	1,23	1,29	1,28	1,47	1,77	1,66	1,97	1,91	1,41	1,58	2,20
LLENGUADO	Tones	132.498	135.838	148.092	121.558	127.562	138.07	139.078	128.109	176.688	195.473	22.383	188.855
LLENGUADO	€/Kg	17,96	16,41	18,18	16,86	15,66	12,58	14,19	13,49	9,13	8,25	8,03	8,55
BRUIXA	Tones	37.625	70.771	80.869	103.279	113.498	121.247	88.241	74.990	82.304	87.201	75.60	52.594
BRUIXA	€/Kg	10,62	7,56	7,70	4,86	5,65	6,30	5,92	6,43	7,37	6,43	8,54	6,41
SEITO FRANÇA	Tones	122.666	182.869	205.977	152.264	197.386	273.951	209.161	177.561	132.372	150.117	154.967	177.544
SEITO FRANÇA	€/Kg	3,61	3,01	3,20	3,16	3,32	3,45	4,20	5,25	4,2	4,58	5,32	5,21
LLUCET < 500 GR.	Tones	157.577	152.612	178.090	143.324	178.466	187.768	142.214	119.793	174.234	196.070	156.022	107.096
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	4,34	3,68	4,16	3,59	3,16	3,17	3,57	7,4	2,75	3,39	3,15	5,60

2008		Gener	Febrer	Març	A ril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	159.346	229.754	157.099	185.678	315.776	178.709	217.651	149.945	212.654	216.373	215.319	218.834
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	9,16	7,06	8,78	8,05	5, 0	8,60	7,00	6,89	7,46	6,83	7,25	7,88
SALMO	Tones	209.849	195.322	196.706	262.940	239.207	245.772	261.615	187.711	257.417	228.993	234.540	263.393
SALMO	€/Kg	4,41	4,00	4,22	3,92	4,13	4,18	4,58	4,8	4,28	3,57	3,59	3,66
RAP ACIONAL	Tones	319.661	384.614	309.030	420.744	385.246	242.355	289.535	205.409	280.739	328.709	311.010	347.718
RAP NACIONAL	€/Kg	13,51	10,96	14,17	11,50	11,80	14,09	13,43	12,77	14,15	12,70	14,86	17,47
ORADA DE CULTIU	Tones	154.714	155.535	189.748	221.813	244.541	233.041	249.204	156.547	205.086	251.174	241.694	252.339
ORADA DE CULTIU	€/Kg	4,39	4,37	4,44	4,43	4,47	4,69	4,33	4,08	3,86	3,30	3,46	3,63
SARDINA	Tones	315.114	336.3 2	241.476	262.349	289.070	2 6.333	321.771	277.177	304.635	303.527	263.683	170.880
SARDINA	€/Kg	1,79	1,50	2,15	2,59	2,37	2,43	3,56	2,82	2,35	1,88	2,00	2,39
SAITO	Tones	20.594	28.790	22.731	45.005	123.404	55.091	74.384	29.003	54.164	42.872	78.888	29.045
SAITO	€/Kg	3,22	3,86	2,36	3,12	3,65	4,55	3,92	3,41	3,80	3,87	3,90	3,90
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	98.675	104.037	142.285	171.371	159.083	65.778	155.981	85.630	315.495	84.130	66.419	80.745
LLUÇ ARRO SEGAMENT	€/Kg	6,80	4,12	5,69	5,78	4,37	6,31	4,48	4,57	5,76	5,70	5,28	5,77
TONYINA	Tones	208.043	189.743	195.650	219.658	215.638	187.662	252.491	184.086	199.471	258.082	146.701	115.981
TONYINA	€/Kg	10,14	8,73	8,79	8,10	7,56	1 ,04	11,92	13,40	13,43	13,23	12,76	15,15
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	78.747	69.212	79.080	95.053	112.034	114.722	137.986	110.754	103.911	87.219	85.684	97.258
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	5,76	5,87	6,30	6,26	6,26	6,05	6,23	5,99	5,49	5, 1	5,76	5,68
RAP IMPORTACIO	Tones	137.936	200.361	123.572	153.183	251.975	136.249	303.634	191.523	199.482	163.497	128.234	171.300
RAP IMPORTACIO	€/Kg	12,59	9,46	13,18	10,18	10,81	14,08	12,09	11,59	13,25	12,35	13,86	15,56
MAIRE	Tones	91.930	103.271	96.002	61.085	183.554	48.483	146.164	103.329	136.325	175.858	84.488	60.572
MAIRE	€/Kg	3,36	2,18	2,12	1,32	1,27	3,85	1,62	1,42	1,54	1,14	2,57	2,64
LLENGUADO	Tones	165.278	188.122	139.951	177.414	137.618	20.560	159.177	104.216	159.0 4	156.899	133.167	147.823
LLENGUADO	€/Kg	11,20	10,81	14,35	13,06	12,21	11,59	11,75	12,08	10,98	10,36	11,27	12,46
BRUIXA	Tones	45.530	88.031	80.743	101.977	113.666	64.449	94.148	66.732	105.197	74.0 2	82.050	89.893
BRUIXA	€/Kg	8,50	7,23	6,80	6,52	5,77	6,67	6,63	5,64	5,86	6,30	7,25	4,85
SEITO FRANÇA	Tones	229.733	216.811	212.173	211.999	138.798	133.685	163.193	142.587	187.031	135.293	96.799	90.642
SEITO FRANÇA	€/Kg	3,55	,87	2,55	3,19	2,39	3,95	3, 6	4,99	3,98	3,61	3,92	4,63
LLUCET < 500 GR.	Tones	111.523	128.310	109.290	145.922	195.511	111.288	186.045	103.506	127.660	162.263	159.351	111.429
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	6,23	3,25	3,96	3,89	3,18	5,47	3,11	3,29	3,45	3,66	3,64	3 73

2009		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	232.288	302.994	299.960	283.646	361.729	302.848	286.788	233.290	261.218	243.430	251.369	299.331
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	7,91	5,91	6,53	5,99	5,11	5,97	6,00	5,62	6,55	5,95	6,69	6,24
SALMO	Tones	206.543	173.398	243.721	236.533	230.380	271.835	270.426	212.120	339.416	294.164	369.735	400.764
SALMO	€/Kg	3,80	4,18	4,44	4,90	5,41	5,32	5,50	4,26	4,00	3,95	4,02	4,34
RAP NACIONAL	Tones	323.598	389.664	424.129	441.496	431.890	382.238	366.443	223.538	270.932	306.731	308.287	421.130
RAP NACIONAL	€/Kg	14,00	10,65	11,89	11,78	11,88	11,26	11,85	13,75	15,13	13,74	15,10	18,30
ORADA DE CULTIU	Tones	222.702	206.299	241.541	265.112	215.952	236.583	262.129	202.305	255.482	224.127	205.250	248.893
ORADA DE CULTIU	€/Kg	3,94	3,91	3,80	3,99	4,98	5,10	4,75	4,33	4,06	3,97	3,93	3,97
SARDINA	Tones	229.368	274.391	286.250	289.948	264.876	245.986	348.005	300.007	345.864	353.550	279.333	179.933
SARDINA	€/Kg	2,43	1,78	2,17	2,43	2,57	3,23	3,14	2,82	2,47	1,98	1,80	2,44
SAITO	Tones	44.370	52.818	127.550	149.561	188.186	196.449	221.167	171.917	198.420	123.215	99.235	58.567
SAITO	€/Kg	3,49	3,32	3,63	4,04	3,64	3,04	2,56	3,21	2,71	1,95	2,01	3,53
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	85.012	74.524	93.830	87.255	110.819	90.288	184.735	80.995	145.140	210.009	167.045	237.467
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	4,88	3,16	3,89	4,37	3,39	3,20	3,40	3,20	3,75	3,90	4,05	3,43
TONYINA	Tones	164.912	141.312	149.542	159.569	197.789	172.753	212.421	159.127	184.020	183.217	142.283	129.462
TONYINA	€/Kg	14,00	13,30	12,81	13,28	13,18	11,88	11,33	13,06	12,17	11,37	11,97	12,39
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	82.823	80.885	87.148	102.344	101.606	133.653	156.443	126.553	124.699	105.991	92.906	132.550
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	5,69	5,68	5,63	5,62	5,64	5,93	5,75	5,21	5,07	4,71	4,68	4,79
RAP IMPORTACIO	Tones	78.916	144.267	93.270	147.347	139.927	244.174	185.713	122.654	187.344	186.731	151.944	182.654
RAP IMPORTACIO	€/Kg	12,85	9,70	10,16	10,79	10,86	9,88	11,04	13,75	14,01	12,51	13,60	17,46
MAIRE	Tones	36.683	107.020	116.429	134.035	140.916	146.741	154.299	89.367	126.974	126.346	80.301	60.202
MAIRE	€/Kg	3,77	1,88	1,43	1,11	1,16	1,14	1,23	1,21	1,63	1,63	2,49	3,26
LLENGUADO	Tones	145.542	160.744	160.780	154.802	134.757	135.589	128.837	81.642	138.836	139.908	117.928	115.532
LLENGUADO	€/Kg	12,86	11,24	12,09	11,27	13,69	12,11	12,44	14,67	12,71	12,39	13,02	14,58
BRUIXA	Tones	61.430	121.739	137.061	128.490	106.931	114.951	123.822	82.098	120.856	137.786	82.558	111.501
BRUIXA	€/Kg	7,30	4,78	4,30	4,36	5,49	4,75	5,15	4,98	5,64	5,62	6,88	5,01
SEITO FRANÇA	Tones	114.405	119.707	92.510	94.896	88.452	65.363	65.679	107.398	151.471	138.953	110.260	71.450
SEITO FRANÇA	€/Kg	3,54	2,15	1,90	2,05	1,72	2,13	1,82	1,72	2,04	1,94	2,24	3,12
LLUCET < 500 GR.	Tones	161.753	158.524	155.746	148.302	146.385	155.471	121.387	88.593	148.390	131.504	118.966	87.769
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	2,53	1,69	2,29	2,34	2,01	2,13	2,79	3,85	2,33	1,70	2,25	1,91

2010		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	345.254	321.572	380.281	331.562	389.098	421.653	367.361	275.948	398.025	397.238	431.355	496.869
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	5,15	5,12	6,02	6,05	4,48	5,60	4,91	4,89	4,29	5,19	4,81	4,80
SALMO	Tones	248.023	251.290	262.944	256.566	285.779	497.335	306.782	270.168	346.300	327.874	358.779	302.759
SALMO	€/Kg	4,35	4,98	5,46	5,95	6,30	6,17	6,21	6,31	5,77	5,56	5,17	6,56
RAP NACIONAL	Tones	314.445	267.872	328.752	323.642	299.326	367.277	289.922	173.633	229.475	306.129	304.926	315.621
RAP NACIONAL	€/Kg	13,78	10,82	13,21	14,02	11,97	12,40	14,49	13,28	13,07	13,58	14,78	16,68
ORADA DE CULTIU	Tones	205.002	197.335	216.725	196.137	202.688	217.099	225.469	200.395	201.732	182.341	172.939	187.421
ORADA DE CULTIU	€/Kg	3,99	4,10	4,84	5,20	5,21	5,12	4,98	4,81	4,81	4,80	4,74	4,52
SARDINA	Tones	173.958	190.470	231.190	214.649	212.139	248.968	257.238	201.796	223.154	250.634	204.143	133.340
SARDINA	€/Kg	2,50	2,73	2,50	2,51	2,47	2,69	2,84	3,02	1,94	2,00	2,10	2,80
SAITO	Tones	61.171	87.001	78.007	135.119	143.864	189.215	173.016	66.656	112.921	75.250	47.998	44.193
SAITO	€/Kg	3,78	3,27	3,23	2,64	2,85	3,12	2,95	4,55	3,73	3,46	3,21	3,45
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	126.074	86.416	191.614	129.822	138.812	163.635	171.957	75.954	126.592	109.264	81.732	70.039
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	3,42	2,67	3,20	4,05	3,06	3,33	2,99	2,81	2,75	3,10	3,16	3,35
TONYINA	Tones	137.300	143.528	167.527	155.487	187.868	211.464	204.560	125.053	183.595	185.527	184.557	132.296
TONYINA	€/Kg	12,38	12,55	14,21	14,02	12,36	13,66	13,92	12,66	13,45	13,37	12,47	12,90
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	102.514	100.915	124.369	120.070	139.689	150.087	143.312	147.278	130.003	124.048	123.691	127.202
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	4,75	4,77	5,09	5,73	5,82	5,47	5,27	5,61	4,92	4,81	4,78	4,59
RAP IMPORTACIO	Tones	91.399	204.259	138.249	147.431	154.838	146.488	169.045	202.779	251.643	220.947	174.555	234.388
RAP IMPORTACIO	€/Kg	11,71	9,56	12,60	12,32	10,75	11,44	13,29	12,58	11,94	11,83	12,99	15,25
MAIRE	Tones	55.109	88.754	95.044	118.776	106.574	114.574	109.086	85.357	133.291	112.621	84.855	62.259
MAIRE	€/Kg	3,65	2,99	2,62	1,61	1,72	1,88	1,58	1,53	1,20	1,59	1,77	2,14
LLENGUADO	Tones	111.493	119.073	125.354	123.235	100.891	113.073	105.956	85.946	121.834	131.035	121.782	124.041
LLENGUADO	€/Kg	13,94	12,44	13,48	12,20	14,49	14,67	14,47	15,43	14,14	13,41	12,30	13,13
BRUIXA	Tones	93.183	137.283	142.677	111.611	118.297	136.470	113.983	104.342	118.340	94.529	86.745	95.992
BRUIXA	€/Kg	5,99	4,65	4,57	4,90	4,65	4,61	5,84	4,58	6,08	6,36	7,09	5,63
SEITO FRANÇA	Tones	103.410	128.305	98.178	83.102	58.265	42.723	59.747	127.621	163.172	131.783	129.194	186.791
SEITO FRANÇA	€/Kg	2,84	2,12	2,05	1,39	1,63	1,95	2,61	3,15	2,59	2,85	2,75	2,43
LLUCET < 500 GR.	Tones	100.933	116.966	122.961	108.283	126.152	116.079	103.089	82.302	100.605	111.104	111.295	96.370
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	2,61	2,34	2,42	2,75	1,70	2,15	3,11	2,98	2,38	2,08	1,94	2,23

2011		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	513.456	533.263	592.712	544.093	580.793	584.904	524.807	415.524	509.371	455.388	528.931	485.639
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	4,30	3,65	5,04	4,26	4,08	4,41	4,42	4,18	5,46	4,49	4,03	5,43
SALMO	Tones	423.862	262.280	333.864	279.115	390.448	360.796	399.258	384.718	386.383	449.309	480.432	399.427
SALMO	€/Kg	6,09	6,12	6,24	6,60	6,13	5,30	4,65	4,46	4,43	3,64	3,75	4,52
RAP NACIONAL	Tones	290.668	330.082	354.875	321.210	294.997	299.206	297.670	250.144	256.960	255.449	275.261	267.474
RAP NACIONAL	€/Kg	12,66	11,37	11,41	11,01	11,75	13,20	12,36	13,59	14,94	12,77	14,33	20,99
ORADA DE CULTIU	Tones	169.014	164.204	196.282	153.354	202.854	162.077	249.221	197.444	169.537	180.368	152.797	170.135
ORADA DE CULTIU	€/Kg	4,87	5,31	5,60	6,20	6,08	6,21	6,16	6,07	5,92	5,33	5,04	5,22
SARDINA	Tones	151.386	198.780	201.601	191.006	205.038	197.386	282.654	198.137	247.279	210.639	212.489	116.407
SARDINA	€/Kg	2,60	1,78	2,41	1,95	2,11	2,93	3,05	2,94	2,51	2,49	2,18	2,95
SAITO	Tones	49.803	110.398	126.992	144.677	183.936	132.048	183.073	86.651	145.420	111.831	82.463	36.548
SAITO	€/Kg	3,10	3,31	3,36	3,20	2,52	3,13	3,78	4,68	3,71	3,16	2,34	4,25
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	113.365	128.909	146.096	107.399	166.271	114.188	167.486	114.904	123.572	142.557	137.796	147.808
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	3,10	2,11	2,85	2,93	2,80	2,67	2,81	2,11	3,26	3,39	3,07	3,96
TONYINA	Tones	138.600	159.002	168.234	161.480	187.088	244.105	218.257	147.187	206.705	152.895	144.102	118.563
TONYINA	€/Kg	14,98	15,06	13,36	13,09	13,10	12,86	11,94	12,86	13,16	12,05	12,57	12,81
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	109.418	115.538	173.131	143.874	166.707	150.682	210.074	166.622	151.993	127.442	117.691	121.561
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	5,01	4,87	5,28	5,54	5,54	5,87	6,04	6,11	6,01	5,97	5,93	5,81
RAP IMPORTACIO	Tones	102.809	94.315	200.649	148.659	202.645	188.648	229.075	189.388	226.824	203.334	215.911	159.818
RAP IMPORTACIO	€/Kg	10,99	10,29	10,57	9,65	11,00	11,69	12,47	12,28	12,51	11,75	13,25	20,35
MAIRE	Tones	92.376	97.991	130.440	119.879	97.935	95.404	114.353	84.301	100.777	56.080	68.052	47.747
MAIRE	€/Kg	1,77	1,73	1,68	1,13	2,17	2,00	1,97	1,68	2,17	2,46	2,60	2,83
LLENGUADO	Tones	140.034	133.194	145.398	121.668	120.589	108.352	119.938	107.388	131.869	129.986	133.170	99.622
LLENGUADO	€/Kg	12,45	11,14	13,15	11,19	13,97	14,59	13,91	13,20	13,20	11,62	12,31	15,38
BRUIXA	Tones	76.158	98.660	140.498	128.748	128.431	129.619	115.141	101.531	110.261	109.008	91.465	75.213
BRUIXA	€/Kg	7,42	5,66	5,37	4,26	4,95	5,20	6,29	5,48	7,57	6,79	7,46	7,29
SEITO FRANÇA	Tones	172.942	136.490	151.917	105.908	144.703	95.053	115.187	139.899	208.708	229.479	186.532	127.073
SEITO FRANÇA	€/Kg	2,24	2,02	1,80	1,69	1,49	1,85	2,06	2,28	2,97	2,90	3,08	3,31
LLUCET < 500 GR.	Tones	126.768	112.079	127.659	112.948	137.385	102.075	120.383	88.140	104.146	81.369	89.743	72.342
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	2,27	2,55	2,48	2,22	2,16	3,14	2,75	2,57	3,90	3,45	3,33	3,95

2012		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	539.060	558.240	498.632	437.456	546.837	459.323	437.163	333.969	396.418	461.845	510.251	497.449
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	4,04	3,57	4,85	5,51	4,65	5,53	5,40	6,55	6,18	5,53	5,30	5,82
SALMO	Tones	390.411	270.911	352.847	368.177	442.489	404.787	425.067	387.020	373.966	411.839	345.471	333.267
SALMO	€/Kg	4,06	4,33	4,70	4,49	4,67	4,38	4,80	4,29	4,55	4,08	4,28	4,78
RAP NACIONAL	Tones	316.887	327.220	313.845	280.254	329.507	272.573	232.124	234.381	237.144	264.971	272.899	287.401
RAP NACIONAL	€/Kg	10,67	8,95	11,06	11,57	11,89	11,56	11,46	12,13	11,73	12,70	13,17	16,66
ORADA DE CULTIU	Tones	155.314	120.050	189.611	166.565	185.459	177.742	174.998	236.661	194.919	209.889	199.918	186.977
ORADA DE CULTIU	€/Kg	5,00	4,79	4,90	5,41	5,52	5,46	5,46	5,02	4,70	4,50	4,39	4,27
SARDINA	Tones	133.102	167.218	196.915	166.545	206.815	192.734	117.507	160.796	159.573	167.012	168.799	87.082
SARDINA	€/Kg	2,65	2,32	2,35	2,77	2,56	2,66	4,13	3,65	2,79	2,57	2,70	3,85
SAITO	Tones	42.238	71.051	151.814	127.789	244.985	172.468	158.558	99.254	104.118	88.842	75.940	38.278
SAITO	€/Kg	3,79	3,46	3,66	3,56	2,55	2,72	2,94	4,47	3,07	3,10	2,88	3,25
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	139.350	173.059	180.412	163.759	194.718	194.763	142.667	102.981	155.960	146.792	140.978	116.547
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	3,05	2,18	3,25	3,34	2,56	2,87	3,14	3,89	3,38	3,46	3,43	3,55
TONYINA	Tones	111.347	102.238	110.823	127.179	182.957	150.642	174.709	128.541	128.417	141.125	146.345	102.115
TONYINA	€/Kg	13,44	12,73	13,34	14,45	12,77	12,87	11,91	12,96	11,92	13,83	12,98	14,00
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	105.204	100.954	103.268	110.700	139.299	142.147	114.573	171.876	108.722	121.812	108.797	123.007
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	5,93	5,56	5,44	6,64	6,90	7,21	7,48	7,15	6,73	6,40	5,97	5,90
RAP IMPORTACIO	Tones	89.646	152.845	122.210	146.722	107.682	168.336	148.651	150.038	170.945	177.403	146.534	165.355
RAP IMPORTACIO	€/Kg	10,14	8,10	10,46	9,88	10,69	10,00	10,45	11,77	9,85	11,53	10,83	15,12
MAIRE	Tones	108.915	146.777	115.741	142.338	172.530	145.830	127.155	108.277	111.582	114.114	75.396	57.395
MAIRE	€/Kg	1,80	1,32	2,31	1,62	1,25	1,37	1,69	1,67	1,78	1,77	2,85	3,25
LLENGUADO	Tones	106.579	99.718	137.275	101.247	128.308	100.264	101.137	91.074	102.533	112.335	109.147	106.717
LLENGUADO	€/Kg	13,14	11,34	10,50	10,73	11,78	12,23	10,17	9,92	11,99	10,62	11,35	11,75
BRUIXA	Tones	88.719	117.393	133.063	107.464	150.749	125.057	108.380	92.324	100.002	117.211	103.696	93.528
BRUIXA	€/Kg	6,20	4,90	4,97	5,23	5,01	5,25	5,65	5,24	6,01	5,52	6,33	5,42
SEITO FRANÇA	Tones	188.942	150.884	126.472	75.361	97.159	59.763	1.194	119.071	160.665	172.586	129.212	114.572
SEITO FRANÇA	€/Kg	2,90	2,37	2,51	2,68	1,58	2,62	0,90	2,90	3,48	2,77	2,67	2,87
LLUCET < 500 GR.	Tones	90.789	92.400	80.279	68.939	108.467	114.188	108.978	96.749	113.565	105.549	104.125	73.437
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	3,79	3,76	4,20	4,28	2,98	2,74	2,49	2,82	2,10	2,56	2,80	3,22

2013		Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	Tones	445.964	402.750	428.879	461.816	519.919	464.106	406.101	326.214	357.770	371.399	344.456	390.885
LLUÇ PALANGRE NACIONAL	€/Kg	5,88	4,36	5,19	4,94	5,15	5,30	5,75	6,29	5,87	6,79	6,53	7,16
SALMO	Tones	321.233	271.665	291.089	335.197	345.637	346.510	413.924	328.043	331.426	472.128	354.580	367.371
SALMO	€/Kg	5,53	5,59	6,00	6,37	6,73	6,17	7,34	6,90	5,24	5,24	5,55	6,76
RAP NACIONAL	Tones	282.152	279.589	276.993	345.767	316.513	258.302	274.620	237.555	246.901	289.941	254.300	326.766
RAP NACIONAL	€/Kg	11,81	10,51	10,34	11,06	10,42	10,46	11,42	12,52	12,44	10,60	13,11	18,03
ORADA DE CULTIU	Tones	178.584	162.049	166.960	177.558	221.328	188.622	226.865	248.025	206.957	237.807	171.477	177.453
ORADA DE CULTIU	€/Kg	4,52	4,97	5,26	5,32	5,47	5,65	5,71	5,49	5,42	5,24	4,99	4,73
SARDINA	Tones	131.887	156.917	184.657	189.986	215.279	179.486	196.862	208.386	222.436	231.056	191.695	127.866
SARDINA	€/Kg	3,37	3,02	2,94	2,72	3,02	3,67	3,26	3,28	2,51	2,18	2,55	2,54
SAITO	Tones	64.541	94.343	83.685	137.871	205.150	203.990	212.787	167.125	172.218	162.342	131.554	99.499
SAITO	€/Kg	4,50	3,98	4,62	3,40	2,97	2,76	2,28	2,83	2,87	2,99	4,25	3,27
LLUÇ ARROSSEGAMENT	Tones	176.479	175.586	168.645	157.814	138.918	146.904	159.719	112.318	123.686	156.704	98.886	84.524
LLUÇ ARROSSEGAMENT	€/Kg	3,53	2,53	3,04	3,16	2,98	2,69	2,69	3,75	3,68	4,64	4,24	4,96
TONYINA	Tones	100.962	97.831	116.369	130.450	167.474	184.734	197.324	159.051	139.460	155.026	129.658	119.836
TONYINA	€/Kg	15,40	14,88	14,01	12,59	12,37	13,74	12,26	12,20	12,57	12,68	12,01	14,26
LLOBARRO DE CULTIU	Tones	112.824	104.214	128.266	141.333	158.061	152.174	176.190	191.184	119.678	147.849	133.275	118.460
LLOBARRO DE CULTIU	€/Kg	6,02	6,08	6,16	6,12	6,34	6,17	6,27	6,09	6,31	6,00	5,65	5,27
RAP IMPORTACIO	Tones	105.589	71.686	96.555	85.229	129.596	170.411	172.173	129.322	175.266	202.565	134.448	121.448
RAP IMPORTACIO	€/Kg	9,51	9,20	9,12	9,23	9,75	9,68	10,30	10,55	10,56	9,66	11,58	14,24
MAIRE	Tones	133.800	139.663	117.768	130.654	132.884	126.565	112.264	89.078	114.740	137.500	106.619	66.880
MAIRE	€/Kg	2,37	1,29	2,07	1,69	1,50	1,32	1,45	1,36	1,20	1,24	1,67	1,59
LLENGUADO	Tones	121.302	121.999	113.977	119.356	121.026	96.380	102.044	86.708	115.190	134.936	113.336	111.001
LLENGUADO	€/Kg	11,65	10,60	10,40	9,76	10,29	10,14	9,94	10,71	9,84	9,21	9,02	8,49
BRUIXA	Tones	104.631	109.842	132.867	120.581	123.151	113.350	114.299	89.141	87.340	124.731	84.052	73.071
BRUIXA	€/Kg	6,20	5,10	4,29	4,31	4,93	4,61	4,90	4,67	6,22	5,66	8,01	
SEITO FRANÇA	Tones	170.369	145.919	108.631	97.623	164.157	85.133	24.088	63.976	57.277	113.864	95.002	81.156
SEITO FRANÇA	€/Kg	2,39	2,28	3,03	2,23	1,67	1,42	1,60	2,16	2,25	2,15	2,50	1,81
LLUCET < 500 GR.	Tones	94.513	95.457	92.272	101.168	108.100	94.779	107.394	86.373	99.455	100.228	85.870	79.259
LLUCET < 500 GR.	€/Kg	4,25	3,14	3,65	3,02	2,62	2,05	2,69	2,84	2,89	3,17	3,62	2,99

Anexo 3. Datos proporcionados por el Institut de Mercats de Barcelona

PRODUCTES	17/10/2008	31/10/2008	14/11/2008	28/11/2008	12/12/2008	19/12/2008	TOTAL
Orada de viver	7,42 €	7,32 €	7,50 €	7,41 €	7,41 €	7,44 €	7,42 €
Maira	3,56 €	3,80 €	4,36 €	3,91 €	4,02 €	4,10 €	3,96 €
Lluç palangre nacional	11,26 €	11,27 €	12,28 €	11,60 €	11,72 €	11,87 €	11,67 €
Cua de Rap (nord)	18,43 €	18,54 €	20,91 €	19,29 €	19,58 €	19,93 €	19,45 €
Sardina	3,56 €	3,86 €	3,95 €	3,79 €	3,86 €	3,87 €	3,82 €
Sípia neta	8,50 €	8,70 €	8,82 €	8,67 €	8,73 €	8,74 €	8,69 €
Escamarlà congelat	18,49 €	18,67 €	19,84 €	19,00 €	19,17 €	19,34 €	19,09 €
Gamba llagostinera congelada	16,00 €	15,30 €	16,27 €	15,86 €	15,81 €	15,98 €	15,87 €
Musclo	3,27 €	3,09 €	3,19 €	3,18 €	3,15 €	3,18 €	3,18 €
Llom bacallà sense espines	27,32 €	27,19 €	28,86 €	27,79 €	27,94 €	28,20 €	27,88 €
Penca bacallà "sec"	27,32 €	13,72 €	14,57 €	18,53 €	15,61 €	16,24 €	17,67 €

Datos 2008 Mercados Municipales Barcelona

PRODUCTES	09/01/2009	23/01/2009	06/02/2009	20/02/2009	06/03/2009	23/03/2009	03/04/2009	17/04/2009	30/04/2009	15/05/2009	29/05/2009	12/06/2009	26/06/2009	10/07/2009	24/07/2009	18/09/2009	02/10/2009	16/10/2009	30/10/2009	13/11/2009	27/11/2009	12/12/2009	MITJANES
Orada de viver	7,93 €	7,98 €	7,78 €	7,90 €	7,89 €	7,86 €	7,60 €	7,86 €	7,71 €	8,02 €	8,12 €	8,18 €	8,25 €	8,23 €	8,56 €	8,23 €	7,90 €	8,10 €	8,09 €	7,97 €	8,04 €	7,93 €	8,01 €
Maira	4,79 €	5,44 €	4,77 €	5,00 €	5,07 €	4,95 €	4,21 €	4,21 €	4,10 €	3,97 €	3,92 €	3,93 €	3,99 €	4,02 €	4,30 €	4,57 €	4,25 €	4,14 €	4,30 €	4,68 €	4,55 €	4,68 €	4,45 €
Lluç palangre nacional	11,88 €	11,68 €	11,81 €	11,79 €	11,76 €	11,79 €	10,85 €	11,33 €	10,68 €	10,66 €	10,83 €	11,11 €	10,82 €	10,90 €	10,78 €	10,56 €	10,79 €	11,12 €	11,31 €	12,10 €	11,15 €	11,19 €	11,22 €
Cua de Rap (nord)	20,26 €	19,87 €	20,02 €	20,05 €	19,98 €	20,02 €	18,15 €	17,34 €	17,36 €	17,98 €	17,82 €	17,83 €	17,78 €	17,80 €	18,60 €	20,36 €	20,13 €	20,09 €	19,95 €	20,35 €	20,14 €	23,21 €	19,32 €
Sardina	4,58 €	4,45 €	4,30 €	4,45 €	4,40 €	4,38 €	4,19 €	4,65 €	4,46 €	4,60 €	4,41 €	4,75 €	4,43 €	4,64 €	5,24 €	5,06 €	4,70 €	4,26 €	4,25 €	4,33 €	4,31 €	4,33 €	4,51 €
Sípia neta	9,53 €	9,23 €	9,17 €	9,31 €	9,24 €	9,24 €	8,92 €	8,84 €	9,26 €	9,04 €	9,10 €	9,03 €	9,01 €	9,12 €	9,45 €	9,05 €	9,16 €	9,13 €	9,36 €	9,37 €	9,29 €	9,23 €	9,18 €
Escamarlà congelat	18,78 €	19,84 €	19,32 €	19,32 €	19,49 €	19,38 €	18,84 €	18,47 €	18,69 €	18,15 €	18,95 €	18,73 €	18,25 €	18,37 €	18,42 €	18,46 €	18,56 €	18,60 €	18,41 €	18,30 €	17,94 €	17,85 €	18,69 €
Gamba llagostinera congelada	16,01 €	15,55 €	15,85 €	15,80 €	15,73 €	15,80 €	14,72 €	14,76 €	14,92 €	14,89 €	14,70 €	14,77 €	14,70 €	14,63 €	14,93 €	14,80 €	14,71 €	14,49 €	15,38 €	14,85 €	14,65 €	14,33 €	15,04 €
Musclo	3,18 €	3,29 €	3,22 €	3,23 €	3,25 €	3,23 €	3,18 €	3,18 €	3,27 €	3,25 €	3,13 €	3,15 €	3,15 €	3,30 €	3,37 €	3,25 €	3,28 €	3,34 €	3,43 €	3,40 €	3,44 €	3,38 €	3,27 €
Llom bacallà sense espines	26,98 €	28,44 €	27,87 €	27,76 €	28,02 €	27,89 €	27,05 €	27,45 €	27,12 €	26,95 €	27,09 €	27,07 €	27,15 €	27,56 €	27,55 €	26,92 €	26,70 €	26,54 €	26,47 €	26,80 €	26,36 €	26,07 €	27,17 €
Penca bacallà "sec"	13,58 €	14,68 €	14,83 €	14,36 €	14,62 €	14,61 €	14,40 €	14,01 €	14,10 €	14,01 €	14,08 €	13,80 €	13,45 €	13,58 €	13,63 €	13,62 €	13,80 €	13,68 €	14,47 €	14,26 €	14,23 €	13,58 €	14,06 €

Datos 2009 Mercados Barcelona

PRODUCTES	15/01/2010	29/01/2010	12/02/2010	26/02/2010	12/03/2010	26/03/2010	09/04/2010	23/04/2010	07/05/2010	21/05/2010	04/06/2010	18/06/2010	02/07/2010	16/07/2010	17/09/2010	01/10/2010	15/10/2010	29/10/2010	12/11/2010	26/11/2010	10/12/2010	MITJANES
Orada de viver	7,65 €	7,63 €	7,71 €	7,72 €	7,84 €	8,18 €	8,17 €	8,13 €	8,14 €	8,27 €	8,31 €	8,34 €	8,32 €	8,70 €	8,77 €	8,69 €	8,60 €	8,82 €	8,95 €	8,74 €	8,35 €	8,29 €
Maira	5,01 €	5,54 €	5,21 €	4,87 €	5,27 €	4,78 €	4,75 €	4,42 €	4,80 €	4,56 €	4,54 €	4,73 €	4,73 €	4,83 €	4,54 €	4,55 €	4,54 €	4,72 €	4,61 €	4,79 €	4,58 €	4,78 €
Lluç palangre nacional	10,69 €	10,03 €	10,18 €	10,07 €	10,33 €	10,00 €	10,63 €	10,24 €	10,22 €	10,02 €	9,86 €	10,87 €	10,20 €	10,40 €	10,10 €	9,92 €	10,10 €	9,83 €	10,17 €	9,83 €	9,84 €	10,17 €
Cua de Rap (nord)	22,10 €	18,17 €	17,99 €	16,76 €	17,93 €	17,57 €	19,52 €	17,54 €	17,45 €	17,09 €	16,43 €	16,94 €	16,87 €	17,50 €	17,99 €	19,17 €	18,94 €	18,37 €	18,53 €	19,46 €	19,34 €	18,17 €
Sardina	4,90 €	4,50 €	4,81 €	4,86 €	5,13 €	4,27 €	4,44 €	4,54 €	4,57 €	4,37 €	4,17 €	4,61 €	4,43 €	5,06 €	4,44 €	4,54 €	4,63 €	4,45 €	4,34 €	4,40 €	4,84 €	4,59 €
Sípia neta	9,10 €	9,32 €	9,09 €	9,01 €	9,11 €	8,96 €	8,96 €	8,90 €	9,00 €	9,23 €	9,22 €	9,50 €	9,68 €	9,90 €	10,10 €	10,21 €	9,80 €	9,93 €	9,94 €	9,99 €	9,91 €	9,47 €
Escamarlà congelat	17,88 €	18,00 €	17,79 €	17,48 €	16,84 €	17,38 €	17,64 €	17,27 €	17,27 €	17,45 €	17,54 €	17,20 €	17,72 €	17,21 €	17,41 €	17,56 €	17,35 €	17,22 €	16,92 €	17,44 €	17,64 €	17,44 €
Gamba llagostinera congelada	14,10 €	14,47 €	14,19 €	13,35 €	13,43 €	13,59 €	13,66 €	13,53 €	13,54 €	13,51 €	13,58 €	13,98 €	14,77 €	14,43 €	14,89 €	14,55 €	14,74 €	14,79 €	14,46 €	14,63 €	14,94 €	14,15 €
Musclo	3,18 €	3,05 €	3,01 €	2,99 €	2,99 €	3,01 €	3,53 €	3,00 €	3,12 €	3,06 €	3,04 €	3,08 €	3,03 €	3,29 €	3,40 €	3,22 €	3,40 €	3,24 €	3,18 €	3,24 €	3,45 €	3,17 €
Llom bacallà sense espines	26,15 €	26,03 €	26,06 €	25,98 €	26,00 €	25,91 €	25,95 €	26,23 €	25,85 €	25,79 €	25,82 €	20,11 €	26,13 €	26,23 €	26,60 €	26,33 €	26,31 €	25,99 €	25,81 €	26,36 €	26,12 €	25,80 €
Penca bacallà "sec"	13,64 €	13,56 €	13,23 €	13,19 €	13,15 €	13,26 €	13,01 €	13,50 €	13,48 €	13,37 €	13,50 €	13,27 €	13,28 €	13,48 €	13,64 €	13,37 €	13,08 €	13,59 €	13,39 €	13,86 €	13,33 €	13,39 €

Datos 2010 Mercados Barcelona

PRODUCTES	14/01/2011	28/01/2011	11/02/2011	25/02/2011	11/03/2011	23/03/2011	08/04/2011	06/05/2011	20/05/2011	03/06/2011	17/06/2011	16/09/2011	30/09/2011	15/10/2011	28/10/2011	11/11/2011	25/11/2011	09/12/2011	23/12/2011	MITJANES
Orada de viver	8,60 €	8,82 €	8,78 €	9,05 €	9,02 €	8,91 €	9,53 €	9,44 €	9,89 €	9,89 €	9,85 €	9,25 €	9,34 €	9,28 €	9,59 €	9,47 €	9,31 €	9,40 €	9,49 €	9,31 €
Maira	4,63 €	4,79 €	4,84 €	5,03 €	5,18 €	4,72 €	4,78 €	4,64 €	5,29 €	5,29 €	5,28 €	5,02 €	5,14 €	5,33 €	6,21 €	5,50 €	5,60 €	5,55 €	5,80 €	5,19 €
Lluç palangre nacional	10,13 €	9,62 €	9,48 €	9,65 €	9,64 €	9,42 €	9,31 €	9,56 €	9,33 €	9,33 €	9,42 €	10,18 €	10,28 €	10,00 €	10,07 €	9,45 €	9,61 €	9,94 €	12,43 €	9,83 €
Cua de Rap (nord)	18,34 €	18,84 €	19,02 €	18,91 €	18,67 €	18,48 €	18,88 €	18,70 €	18,58 €	18,58 €	19,02 €	18,78 €	19,22 €	18,90 €	19,63 €	20,06 €	19,78 €	21,03 €	27,28 €	19,51 €
Sardina	4,55 €	4,66 €	4,57 €	4,56 €	4,70 €	4,66 €	4,40 €	4,19 €	4,60 €	4,60 €	4,80 €	4,48 €	4,63 €	4,61 €	5,00 €	4,63 €	4,64 €	4,85 €	5,09 €	4,64 €
Sípia neta	9,87 €	9,79 €	9,86 €	9,99 €	9,97 €	9,63 €	9,97 €	9,81 €	9,90 €	9,90 €	9,97 €	10,20 €	10,29 €	10,03 €	10,41 €	10,99 €	10,59 €	10,37 €	10,55 €	10,11 €
Escamarlà congelat	18,10 €	18,54 €	18,38 €	18,44 €	18,84 €	18,44 €	18,34 €	18,41 €	18,30 €	18,30 €	18,17 €	18,87 €	18,66 €	17,09 €	18,76 €	18,91 €	18,92 €	18,90 €	19,89 €	18,54 €
Gamba llagostinera congelada	14,20 €	13,86 €	13,71 €	13,46 €	13,53 €	13,39 €	13,51 €	13,75 €	13,82 €	13,82 €	13,86 €	13,58 €	13,56 €	14,44 €	13,48 €	13,56 €	13,61 €	13,50 €	13,75 €	13,70 €
Musclo	3,31 €	3,26 €	3,24 €	3,14 €	3,13 €	3,21 €	3,25 €	3,26 €	3,23 €	3,23 €	3,34 €	3,24 €	3,19 €	3,29 €	3,22 €	3,30 €	3,20 €	3,17 €	3,21 €	3,23 €
Llom bacallà sense espines	26,51 €	25,98 €	26,19 €	26,40 €	26,43 €	26,05 €	25,93 €	26,00 €	25,92 €	25,92 €	25,90 €	25,67 €	25,58 €	25,70 €	26,17 €	26,32 €	26,41 €	26,46 €	25,93 €	26,08 €
Penca bacallà "sec"	13,54 €	13,81 €	13,71 €	13,85 €	13,94 €	13,58 €	13,79 €	13,78 €	13,73 €	13,73 €	13,89 €	13,79 €	14,02 €	14,24 €	14,15 €	14,09 €	13,87 €	14,04 €	13,79 €	13,86 €

Datos 2011 Mercados Barcelona

PRODUCTES	13/01/2012	27/01/2012	10/02/2012	24/02/2012	09/03/2012	23/03/2012	20/04/2012	04/05/2012	18/05/2012	01/06/2012	15/06/2012	29/06/2012	13/07/2012	21/09/2012	05/10/2012	19/10/2012	02/11/2012	16/11/2012	30/11/2012	14/12/2012	MITJANA
Orada de viver	9,53 €	9,23 €	9,18 €	9,46 €	9,22 €	8,89 €	9,20 €	9,05 €	9,43 €	9,44 €	9,66 €	9,50 €	9,34 €	9,24 €	9,18 €	9,13 €	9,19 €	8,91 €	9,03 €	9,16 €	9,25 €
Maira	5,13 €	5,11 €	4,79 €	4,67 €	4,99 €	4,95 €	4,82 €	4,61 €	4,62 €	4,49 €	4,49 €	4,30 €	4,42 €	4,46 €	4,52 €	4,78 €	4,64 €	4,98 €	5,15 €	5,13 €	4,75 €
Lluç palangre nacional	9,99 €	9,12 €	8,74 €	9,32 €	9,13 €	9,46 €	10,60 €	9,95 €	9,70 €	9,85 €	10,27 €	10,28 €	10,41 €	10,20 €	10,38 €	10,24 €	10,56 €	9,99 €	9,89 €	10,02 €	9,90 €
Cua de Rap (nord)	20,28 €	17,87 €	17,21 €	17,77 €	16,96 €	17,56 €	18,14 €	19,41 €	17,94 €	18,36 €	18,58 €	18,36 €	18,24 €	18,42 €	18,51 €	19,04 €	18,99 €	19,62 €	19,87 €	20,62 €	18,59 €
Sardina	4,80 €	4,60 €	4,65 €	4,49 €	4,48 €	4,49 €	5,25 €	5,10 €	4,85 €	4,93 €	5,21 €	5,14 €	5,32 €	5,18 €	5,10 €	5,74 €	5,68 €	5,15 €	5,37 €	5,59 €	5,06 €
Sípia neta	10,63 €	10,52 €	10,56 €	10,50 €	10,42 €	10,33 €	10,73 €	10,67 €	10,68 €	10,69 €	11,21 €	11,05 €	11,04 €	10,98 €	10,75 €	11,17 €	11,30 €	11,19 €	10,98 €	11,24 €	10,83 €
Escamarlà congelat	20,06 €	19,65 €	19,36 €	19,04 €	18,97 €	18,97 €	19,06 €	19,39 €	19,20 €	19,05 €	18,51 €	18,17 €	17,65 €	17,52 €	18,00 €	17,86 €	18,10 €	17,55 €	18,44 €	17,98 €	18,63 €
Gamba llagostinera congelada	13,63 €	13,64 €	13,59 €	13,60 €	13,58 €	13,45 €	13,75 €	13,49 €	13,65 €	13,64 €	12,97 €	13,10 €	12,64 €	12,64 €	12,56 €	12,71 €	12,65 €	12,81 €	12,85 €	12,67 €	13,18 €
Musclo	3,24 €	3,22 €	3,34 €	3,35 €	3,18 €	3,24 €	3,24 €	3,13 €	3,24 €	3,20 €	3,24 €	3,27 €	3,34 €	3,32 €	3,30 €	3,27 €	3,31 €	3,27 €	3,22 €	3,39 €	3,26 €
Llom bacallà sense espines	26,53 €	26,70 €	26,30 €	26,26 €	26,29 €	26,21 €	26,25 €	26,22 €	26,27 €	26,36 €	26,62 €	26,86 €	27,47 €	27,20 €	27,18 €	27,42 €	27,40 €	27,16 €	26,96 €	26,99 €	26,73 €
Penca bacallà "sec"	14,18 €	14,15 €	13,99 €	14,26 €	13,64 €	13,71 €	14,13 €	13,32 €	14,32 €	14,32 €	14,09 €	14,10 €	14,82 €	14,91 €	15,09 €	15,33 €	15,10 €	15,23 €	15,25 €	15,23 €	14,46 €

Datos 2012 Mercados Barcelona

PRODUCTES	11/01/2013	25/01/2013	08/02/2013	22/02/2013	08/03/2013	22/03/2013	05/04/2013	19/04/2013	03/05/2013	17/05/2013	31/05/2013	14/06/2013	28/06/2013	12/07/2013	26/07/2013	13/09/2013	27/09/2013	11/10/2013	25/10/2013	08/11/2013	22/11/2013	05/12/2013	20/12/2013	MITJANES
Orada de viver	9,40 €	9,18 €	9,36 €	9,14 €	9,36 €	9,24 €	9,38 €	9,33 €	9,47 €	9,19 €	9,22 €	9,20 €	9,22 €	9,15 €	9,02 €	9,19 €	9,17 €	9,04 €	9,27 €	9,13 €	9,10 €	9,14 €	9,18 €	9,22 €
Maira	5,22 €	5,41 €	5,09 €	4,91 €	5,09 €	4,92 €	4,97 €	4,84 €	4,77 €	4,76 €	4,97 €	4,64 €	4,43 €	4,77 €	4,50 €	4,67 €	4,65 €	4,66 €	4,74 €	4,78 €	4,84 €	4,80 €	4,74 €	4,83 €
Lluç palangre nacional	10,21 €	10,22 €	10,24 €	9,65 €	10,24 €	9,99 €	10,26 €	9,83 €	10,26 €	9,68 €	9,79 €	9,71 €	10,19 €	10,14 €	10,26 €	10,41 €	10,43 €	10,32 €	10,94 €	11,30 €	10,68 €	10,21 €	11,93 €	10,30 €
Cua de Rap (nord)	20,06 €	18,48 €	19,13 €	18,39 €	19,13 €	17,87 €	18,17 €	18,18 €	17,95 €	18,18 €	17,87 €	17,85 €	18,30 €	18,14 €	17,89 €	18,24 €	18,53 €	18,17 €	17,71 €	19,08 €	19,30 €	20,45 €	23,52 €	18,72 €
Sardina	5,57 €	6,11 €	5,87 €	5,56 €	5,87 €	5,45 €	5,25 €	5,05 €	5,27 €	5,06 €	5,98 €	5,41 €	5,52 €	5,48 €	5,77 €	5,19 €	5,10 €	5,13 €	4,90 €	4,77 €	5,19 €	5,29 €	5,08 €	5,39 €
Sípia neta	10,86 €	10,90 €	10,90 €	11,11 €	10,90 €	11,14 €	10,93 €	11,12 €	11,07 €	11,04 €	10,91 €	11,13 €	11,40 €	10,97 €	10,99 €	11,15 €	11,14 €	10,94 €	10,96 €	11,13 €	10,89 €	10,92 €	11,29 €	11,04 €
Escamarlà congelat	18,65 €	18,60 €	18,24 €	18,57 €	18,24 €	18,86 €	18,56 €	18,63 €	18,65 €	18,53 €	18,79 €	18,88 €	19,23 €	18,56 €	18,35 €	18,68 €	18,76 €	18,52 €	18,49 €	18,49 €	18,87 €	19,09 €	19,49 €	18,68 €
Gamba llagostinera congelada	13,28 €	13,21 €	12,95 €	12,94 €	12,95 €	12,65 €	12,64 €	12,29 €	12,50 €	12,70 €	12,68 €	12,86 €	13,31 €	12,91 €	13,20 €	13,31 €	13,24 €	13,13 €	13,58 €	13,55 €	13,49 €	13,62 €	13,37 €	13,06 €
Musclo	3,36 €	3,38 €	3,43 €	3,37 €	3,43 €	3,28 €	3,24 €	3,21 €	3,31 €	3,36 €	3,43 €	3,53 €	3,43 €	3,58 €	3,49 €	3,38 €	3,36 €	3,41 €	3,34 €	3,35 €	3,42 €	3,44 €	3,42 €	3,39 €
Llom bacallà sense espines	27,10 €	27,15 €	26,81 €	27,41 €	26,81 €	27,59 €	27,34 €	27,17 €	27,19 €	27,31 €	27,09 €	27,17 €	26,82 €	27,19 €	27,31 €	27,24 €	26,99 €	27,33 €	27,12 €	27,28 €	27,11 €	27,20 €	27,31 €	27,18 €
Penca bacallà "sec"	15,37 €	15,36 €	15,33 €	15,65 €	15,33 €	15,45 €	15,25 €	15,22 €	14,98 €	14,88 €	14,89 €	14,87 €	14,10 €	14,70 €	14,62 €	14,43 €	14,49 €	14,51 €	14,43 €	15,09 €	14,64 €	14,80 €	15,41 €	14,95 €

Datos 2013 Mercados Barcelona

PRODUCTES	10/01/2014	24/01/2014	07/02/2014	21/02/2014	07/03/2014	21/03/2014	04/04/2014	25/04/2014	09/05/2014	23/05/2014	06/06/2014	20/06/2014	04/07/2014	18/07/2014	19/09/2014	03/10/2014	17/10/2014	31/10/2014	14/11/2014	28/11/2014	12/12/2014	MITJANES
Orada de viver	9,13 €	9,22 €	9,27 €	9,45 €	9,36 €	9,54 €	9,66 €	9,47 €	9,37 €	9,38 €	9,50 €	9,88 €	9,72 €	9,88 €	9,93 €	9,92 €	9,74 €	9,72 €	9,74 €	9,85 €	10,08 €	9,61 €
Maira	5,05 €	5,26 €	5,58 €	4,99 €	5,04 €	5,22 €	5,08 €	4,94 €	5,01 €	4,82 €	4,71 €	4,96 €	4,99 €	4,94 €	4,87 €	4,96 €	4,92 €	4,96 €	5,08 €	4,93 €	5,72 €	5,05 €
Lluç palangre nacional	12,30 €	11,09 €	11,17 €	10,41 €	10,76 €	10,16 €	10,53 €	10,08 €	9,88 €	10,14 €	10,05 €	9,81 €	10,47 €	10,32 €	10,84 €	10,59 €	11,31 €	10,86 €	11,22 €	10,39 €	10,72 €	10,62 €
Cua de Rap (nord)	23,41 €	18,76 €	19,43 €	20,30 €	19,63 €	18,05 €	18,70 €	18,25 €	18,43 €	18,17 €	18,20 €	17,79 €	18,06 €	18,18 €	18,95 €	19,32 €	20,43 €	20,10 €	19,61 €	19,84 €	21,92 €	19,31 €
Sardina	5,64 €	6,20 €	6,26 €	5,70 €	6,02 €	5,51 €	5,38 €	5,13 €	4,79 €	5,19 €	5,53 €	5,42 €	6,22 €	6,37 €	5,49 €	5,37 €	5,24 €	5,18 €	5,55 €	5,46 €	6,52 €	5,63 €
Sípia neta	11,41 €	11,14 €	11,21 €	11,05 €	11,09 €	11,17 €	11,29 €	11,21 €	11,39 €	11,15 €	11,21 €	11,40 €	11,37 €	11,40 €	11,40 €	11,39 €	11,36 €	11,46 €	11,44 €	11,51 €	11,53 €	11,31 €
Escamarlà congelat	19,60 €	18,81 €	18,90 €	18,32 €	18,26 €	18,54 €	19,24 €	19,16 €	19,00 €	18,72 €	19,06 €	18,95 €	18,57 €	18,60 €	19,09 €	18,93 €	19,15 €	18,57 €	18,41 €	19,01 €	19,57 €	18,88 €
Gamba llagostinera congelada	13,61 €	13,34 €	13,30 €	13,35 €	13,45 €	13,25 €	13,25 €	13,71 €	13,54 €	13,23 €	13,86 €	14,00 €	13,67 €	13,97 €	14,10 €	14,27 €	14,41 €	14,16 €	14,38 €	14,16 €	13,93 €	13,76 €
Musclo	3,39 €	3,39 €	3,41 €	3,33 €	3,41 €	3,45 €	3,37 €	3,40 €	3,54 €	3,56 €	3,47 €	3,67 €	3,59 €	3,55 €	3,49 €	3,57 €	3,58 €	3,60 €	3,59 €	3,69 €	3,71 €	3,51 €
Llom bacallà sense espines	27,27 €	27,13 €	26,85 €	26,71 €	27,04 €	26,60 €	26,59 €	26,82 €	26,75 €	26,77 €	26,93 €	26,78 €	26,41 €	26,26 €	25,66 €	25,99 €	26,05 €	26,03 €	25,78 €	26,36 €	26,40 €	26,53 €
Penca bacallà "sec"	15,54 €	15,24 €	15,36 €	15,52 €	15,62 €	15,10 €	14,75 €	14,99 €	15,00 €	15,26 €	14,99 €	14,96 €	14,60 €	14,51 €	14,69 €	14,71 €	14,93 €	14,85 €	14,70 €	14,46 €	14,45 €	14,96 €

Datos 2014 Mercados Barcelona

Anexo 4. Medias anuales establecimiento del mercado de la Boqueria

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MEJILLON	2,50	2,50	2,50	2,50	2,90	2,90	3,00	3,50	3,50	3,50
MERLUZA	20,00	19,00	18,00	15,00	14,00	14,00	13,00	13,00	14,00	12,00
GAMBA ROJA	el precio de la gamba es irregular									
BOQUERÓN	10,00	10,00	9,50	9,00	9,50	8,00	9,50	11,00	9,50	9,90
SARDINA	6,00	4,50	5,00	6,00	5,00	5,00	5,50	5,00	6,00	8,00
RAPE	30,00	28,00	26,00	28,00	26,00	26,00	26,00	25,90	25,00	24,80
ATUN ROJO	26,00	26,00	26,50	26,00	26,50	26,00	28,00	28,00	28,90	28,50
LUBINA	32,00	28,00	29,00	28,00	26,00	26,00	28,00	28,00	27,00	24,00
DORADA	30,00	32,00	26,00	25,00	28,00	26,00	25,00	24,00	24,00	23,00
LENGUADO	34,00	33,00	30,00	29,80	32,00	30,00	29,00	28,00	29,00	
BONITO	9,00	8,00	9,00	9,80	9,80	9,50	9,50	11,00	12,00	12,00
SALMON	14,00	12,00	12,00	12,00	14,00	14,00	14,00	16,00	16,00	16,80



El Máster Internacional en GESTIÓN PESQUERA SOSTENIBLE está organizado conjuntamente por la Universidad de Alicante (UA), el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), a través de la Secretaría General de Pesca (SGP), y el Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos (CIHEAM), a través del Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza (IAMZ).

El Máster se desarrolla a tiempo completo en dos años académicos. Tras completar el primer año (programa basado en clases lectivas, prácticas, trabajos tutorados, seminarios abiertos y visitas técnicas), durante la segunda parte los participantes dedican 10 meses a la iniciación a la investigación o a la actividad profesional realizando un trabajo de investigación original a través de la elaboración de la Tesis Master of Science. El presente manuscrito es el resultado de uno de estos trabajos y ha sido aprobado en lectura pública ante un jurado de calificación.

The International Master in SUSTAINABLE FISHERIES MANAGEMENT is jointly organized by the University of Alicante (UA), the Spanish Ministry of Agriculture, Food and Environment (MAGRAMA), through the General Secretariat of Fisheries (SGP), and the International Centre for Advanced Mediterranean Agronomic Studies (CIHEAM), through the Mediterranean Agronomic Institute of Zaragoza (IAMZ),

The Master is developed over two academic years. Upon completion of the first year (a programme based on lectures, practicals, supervised work, seminars and technical visits), during the second part the participants devote a period of 10 months to initiation to research or to professional activities conducting an original research work through the elaboration of the Master Thesis. The present manuscript is the result of one of these works and has been defended before an examination board.