

COMERCIALIZACIÓN DE SETA SILVESTRE EN LA CIUDAD DE LLEIDA

CERVERA, MANEL Y COLINAS, CARLOS

DEPT. PRODUCCIÓ VEGETAL I CIÈNCIA FORESTAL, UNIVERSITAT DE LLEIDA, AVDA. ALCALDE ROVIRA ROURE 177, 25198 LLEIDA

RESUMEN

Durante la temporada otoño-invierno de 1994 realizamos un seguimiento de la comercialización de la seta silvestre en la ciudad de Lleida para estudiar la evolución de los precios y cantidades vendidas de las distintas especies. El estudio cubre un total de 14 verdulerías. Más de la mitad de los 17.445 kg. comercializados en el total de las verdulerías corresponden a *Lactarius deliciosus* Fr. (rovelló, nízcalo) (58'8%), seguido por *Tricholoma terreum* (Schff.: Fr.) Kummer (fredolic, negrilla) (18'7%), *Hygrophorus eburneus* (Bull.: Fr.) Fr. (llenega blanca, mucosa blanca) (9'6%), *H. limacinus* Scop.: Fr. (ss. K. & R.) (llenega negra, mucosa negra) (6'7%) y, en menor cantidad, *Boletus edulis* Bull.: Fr. (cep, boleto) (3'6%) e *H. russula* (Schff.: Fr.) Qué. (carlet) (2'6%). El resto de especies no se contemplan al comercializarse cantidades muy inferiores y son adquiridas principalmente por los restaurantes y un reducido número de consumidores. Se utiliza el Índice de Precios de Fisher al analizar la evolución de los precios con objeto de agregar el total de las tiendas teniendo en cuenta la repercusión de cada una de ellas sobre los precios.

P.C.: seta silvestre - verdulería - precio - Lleida

SUMMARY

In the fall of 1994 we conducted a study of wild mushroom markets in the city of Lleida (NE Spain) focusing on the evolution of prices and quantities sold throughout the season. Prices and quantities were recorded weekly by mushroom species in 14 vegetable stores. More than half of the 17.445 kg. sold were *Lactarius deliciosus* Fr. (Saffron Milk cap) (58'8%), followed by *Tricholoma terreum* (Schff.: Fr.) Kummer (18'7%), *Hygrophorus eburneus* (Bull.: Fr.) Fr. (Ivory Wax cap) (9'6%), *H. limacinus* Scop.: Fr. (ss. K. & R.) (6'7%) and, in less amount, *Boletus edulis* Bull.: Fr. (cep) (3'6%) and *Hygrophorus russula* (Schff.: Fr.) Qué. (2'6%). Other species were excluded from the study, since they were marketed in small quantities and purchased mainly by restaurants. We used the Fisher Price Index to analyze the evolution of prices, combining all stores and taking into account the effects of each one on the prices.

K.W.: wild mushroom - vegetable store - price - Lleida (Spain)

INTRODUCCIÓN

Según Xifré (1993) en los últimos años se aprecia en Cataluña un creciente interés por la recolección y el consumo de setas, cada vez más apreciadas y conocidas. Este interés provoca problemas entre los dueños y los recolectores y, dentro de los recolectores, entre los que venden el producto con fines lucrativos y los que lo recolectan como entretenimiento y para autoconsumo. Fruto de su creciente importancia a nivel social el D.A.R.P. (Departament

d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya) prepara una normativa con distintos objetivos, entre ellos delimitar las zonas de recogida reservada estableciendo acotados y la regularización de la comercialización de las setas, propiciando que los beneficios reviertan en los terrenos explotados (Serrano et al.1994).

Un componente a tener en cuenta a la hora de estudiar la comercialización, es un estudio a nivel población que nos permita caracterizar el consumo de las distintas zonas, las preferencias de los ciudadanos, la importancia de la seta en el consumo de los productos vegetales, la evolución del total consumido a lo largo de la temporada, los precios alcanzados por las distintas especies y el funcionamiento de los distintos canales de comercialización.

Aunque se conocen las preferencias de las distintas zonas y se dispone de estimaciones sobre la producción para alguna de las especies (Oria de Rueda 1991), no se ha realizado todavía ningún estudio sobre la comercialización de la seta silvestre en una población. En este trabajo realizamos un seguimiento de las principales especies de seta comercializadas en 14 verdulerías de Lleida durante la temporada (otoño-invierno) 1994. Pretendemos determinar la evolución de los precios y cantidades comercializadas y caracterizar las principales zonas abastecedoras, transporte y distribución del producto hasta los comercios e influencia de la presentación y de las características del producto en el consumidor.

En un producto como las setas, donde una parte importante de su comercialización es difícil de controlar (venta en las carreteras, en mercados al aire libre o directamente a restaurantes, comercios o al propio consumidor) y en zonas micófagas como Cataluña con tasas de autoconsumo difíciles de valorar, el estudio a nivel población tiene gran importancia debido a que, al abastecerse muchas de las tiendas en los mercados centrales de cada ciudad y en otros mercados al aire libre, se cubre parte de estos canales de distribución difíciles de evaluar.

METODOLOGÍA

El seguimiento empezó el Martes 20 de Septiembre y finalizó el Jueves 22 de Diciembre, durando la temporada un total de 14 semanas. Las seis especies comercializadas son; *Lactarius deliciosus* Fr. (rovelló, nízcalo), seguido por *Tricholoma terreum* (Schff.: Fr.) Kummer (fredolic, negrilla), *Hygrophorus eburneus* (Bull.: Fr.) Fr. (llenega blanca, mucosa blanca), *H. limacinus* Scop.: Fr. (ss. K. & R.) (llenega negra, mucosa negra) y, en menor cantidad, *Boletus edulis* Bull.: Fr. (cep, boleto) e *Hygrophorus russula* (Schff.: Fr.) Qué. (carlet). El resto de las especies no se contemplan al comercializarse en cantidades muy inferiores y son adquiridas principalmente por los restaurantes y un reducido número de consumidores. No todas las tiendas comercializan el total de las especies ni ofrecen el producto el mismo número de semanas.

Es importante destacar que debido a distintos factores como la ubicación, especialización y facilidad de adquisición del producto por parte del propietario es muy distinta la influencia que sobre el total de los consumidores ejerce una determinada tienda sobre otra. La cantidad comprada y el dinero gastado por los consumidores, no se distribuye uniformemente a través del total de los comercios de Lleida. Un aumento o disminución de precios o una variación en las cantidades vendidas semanalmente en una tienda determinada, tendrá una mayor o menor importancia respecto a la de otras tiendas a la hora de evaluar su influencia en la renta del consumidor.

El método elegido al analizar la evolución de los precios ha sido el método de los Números Índice, con la intención de agregar el conjunto de todas las tiendas teniendo en cuenta su influencia sobre los precios. Los Números Índice facilitan la comparación entre una o varias series cronológicas y presentan la ventaja de que tienen en cuenta la importancia relativa de

las distintas tiendas (Muñoz 1989). Nos indican como ha variado el consumo medio del consumidor y en que proporción respecto a un periodo tomado como referencia (Varian 1994). Hemos tomado como valores de referencia los de la séptima semana, al estar situada en medio de la serie y tener la particularidad de que todas las tiendas que comercializan una determinada especie venden en el transcurso de esta semana. Al analizar la evolución de los precios hablamos de Índices de Precios, que son una media ponderada de los precios de una serie de bienes y servicios. Sobre la base de la única información disponible, precios y cantidades demandadas, tomamos las cantidades demandadas como indicadores de la importancia económica de cada tienda (Segura 1988).

El Índice de Precios de Fisher (Muñoz 1989) se construye como combinación de otros dos; el Índice de Precios de Laspeyres y el de Paasche (Muñoz 1989, Varian 1994, Segura 1988), según tomemos como elementos de ponderación los valores de la semana tomada como referencia o los del resto de semanas de la serie (Muñoz 1989).

En el primer caso tenemos el Índice de Precios de Laspeyres. A los datos de una especie determinada, aplicamos para cada semana la fórmula:

$$P_L = \sum_i^k \frac{q_{oi} \cdot p_{ii}}{q_{oi} \cdot p_{oi}}$$

Donde i (1,2,...14) es la semana, k (1,2,...14) la tienda, q la cantidad vendida y p el precio de venta. De esta forma, para cada tienda tendremos que q_{oi} es la cantidad vendida la semana 7 o de referencia, p_{ii} el precio alcanzado durante una determinada semana y p_{oi} el precio alcanzado durante la semana de referencia.

Tomando cada semana tenemos el Índice de Precios de Paasche:

$$P_P = \sum_i^k \frac{q_{ii} \cdot p_{ii}}{q_{ii} \cdot p_{oi}}$$

Donde q_{ii} es la cantidad vendida en una semana determinada.

Cada uno de los anteriores Números Índice presenta una serie de ventajas e inconvenientes con respecto al otro (Muñoz 1989). La media geométrica entre el Índice de Precios de Laspeyres y el de Paasche permite obtener un índice que tiene el valor medio entre ambos (Muñoz 1989), y es el llamado Índice de Precios de Fisher:

$$P_F = \sqrt{P_L \cdot P_P}$$

Como resultado tenemos un Índice de Precios para cada semana. Si calculamos el precio medio de la semana base y lo multiplicamos por cada uno de los Números Índice, el resultado es una evolución de los precios en ptas./kg.

En el análisis de la evolución de las cantidades vendidas calculamos el total de cada especie vendida durante una semana. Este análisis puede ayudarnos a ver la sucesión de las especies dentro de la temporada de otoño-invierno, la evolución del total comercializado para el conjunto de la seta silvestre y comprobar como incide en el mercado la entrada de determinadas especies.

RESULTADOS

En el Gráfico 1 se observa la evolución de la venta de las distintas especies a lo largo de las 14 semanas. Más de la mitad de los 17.445 kg. comercializados corresponden a *L. deliciosus* (58'8%), que es la única especie ofertada a lo largo de toda la temporada, seguido por *T. terreum* (18'7%), *H. eburneus* (9'6%) e *H. limacinus* (6'7%) y, en menor cantidad, *B. edulis* (3'6%) e *H. russula* (2'6%). En todos los casos las cantidades adquiridas inicialmente son escasas, aumentando rápidamente y permaneciendo muy estables a lo largo de la duración de su temporada, disminuyendo rápidamente al agotarse ésta.

En resultados preliminares observamos que *L. deliciosus* alcanza su máximo precio durante la primera semana, disminuye rápidamente y se estabiliza alrededor de las 1.000 ptas./kg., para volver a aumentar al final aunque sin aproximarse a los máximos del principio.

DISCUSIÓN

La evolución de precios de *L. deliciosus* sigue la evolución típica de los productos de temporada ya señalada por Schlosser y Blatner (1995) al estudiar industrias conserveras de seta silvestre en los Estados Unidos. Los precios son claramente más altos al principio, cuando la disponibilidad es baja, y disminuyen a lo largo de la temporada. Cuando el final de la recolección se aproxima, los precios tienden a subir, ya que la oferta vuelve a verse limitada.

La entrada de nuevas especies como *T. terreum*, *H. russula* e *H. limacinus* en el mercado desplaza parte del consumo de *L. deliciosus*, que disminuye para estabilizarse posteriormente. En nuestro caso la diversificación en la oferta viene acompañada de un mayor consumo del total de las setas.

AGRADECIMIENTOS

Los estudios de mercado dependen en gran medida de la colaboración que las distintas partes del circuito comercial implicadas estén dispuestas a ofrecer. A todos ellos; propietarios de verdulerías, mercaderes y responsables de la sección de alimentación de los grandes almacenes, nuestro agradecimiento más sincero.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MUÑOZ CIUDAD, C., *Introducción a la economía aplicada. Cuentas nacionales, tablas input-output y balanza de pagos*, Biblioteca de Economía, Serie Manuales, Espasa Calpe, Cap. 8: 127-143, 1989.

ORIA DE RUEDA J.A., MARTÍNEZ DE AZAGRA A., SALVADOR NEMOZ L., *Ecología y productividad de Pleurotus eryngii (DC.:Fr.)Qué l y Cantharellus cibarius Fr. en España*, Bol. Soc. Micol. Madrid, 15: 5-12, 1991.

SCHLOSSER W.E., BLATNER K.A., *The Wild Edible Mushroom Industry of Washington, Oregon and Idaho. A 1992 Survey*, Journal of Forestry, 93 (3): 31-36, 1995.

SEGURA J., *Análisis microeconómico*, Alianza Universidad Textos, Alianza Editorial, 2ª Ed., 1988.

SERRANO J.M., REYNAL I., MARTÍNEZ X., VALIOS X., *La tardor, els bolets i els fongs*, La Mañana Domingo 30/10/1994, 5pp., 1994.

VARIAN H.R., *Microeconomía intermedia. Un enfoque moderno*, Antoni Bosch Editor, 3ª Ed., p. 133-137, 1994.

XIFRÉ J., PASSOLAS J., DONAT D., *A project for developing the guidelines set up by the "Ad Hoc" Research Group on Mushrooms, Barcelona, 1987-1991*, Reur Technical Series 23, Mushroom Production and Research, F.A.O., European Ad Hoc Research Group on Mushrooms, p. 50-54, 1993.

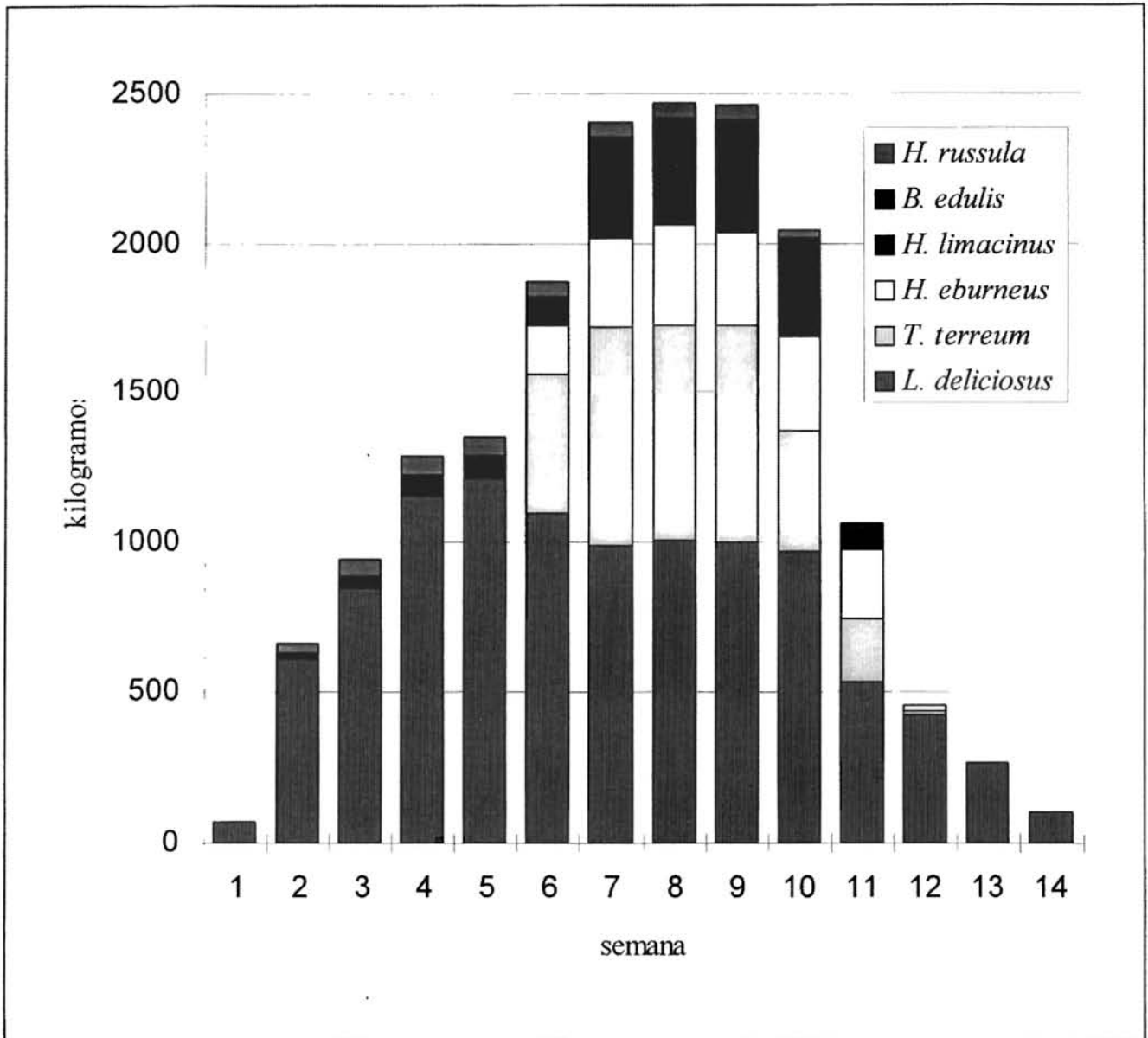


Gráfico 1. Cantidades de las distintas especies vendidas en las verdulerías.

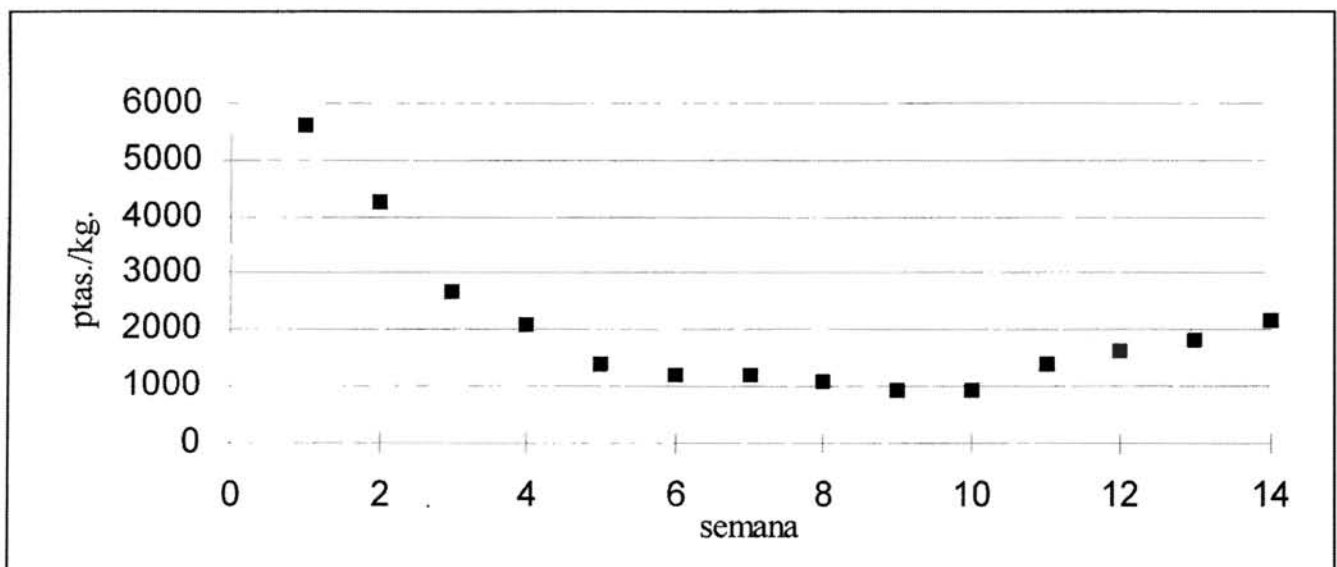


Gráfico 2. Evolución de los precios de *L. deliciosus* vendido en las verdulerías.