

INFORME DE PRECIOS AL CONSUMO EN EL MERCADO INGLÉS DEL SECTOR DE LOS HORTÍCOLAS 2009/10.

SEMANA 7 (Del 15 al 21/02/2010)

INTRODUCCIÓN

Los precios al consumo de **Reino Unido** presentados en este informe, se extraen directamente de la página web <http://www.retail-prices.co.uk>. Estos precios no se encuentran asociados a volúmenes de venta, por lo tanto, ningún precio calculado en este informe es ponderado.

El precio al consumo se define como el precio de venta al público (PVP) en un establecimiento determinado, es decir, pagado por el consumidor e incluidos los impuestos.

El importe del producto en el punto de venta varía debido a distintos factores, como por ejemplo el tipo de establecimiento, el origen de importación, el formato del envase, valor añadido, etc. Para poder establecer referencias de cotización entre los diferentes establecimientos, se analizan los mismos productos con similares referencias en supermercados, hipermercados y tiendas de descuento.

Así, los productos y variedades representados se han elegido porque tienen referencias de precio en la mayoría de los establecimientos estudiados. La muestra de establecimientos la integran 13 supermercados, 5 hipermercados y 3 tiendas de descuento.

Los precios extraídos de la página web aparecen en libras, para transformar el precio a euros se aplica el tipo de cambio correspondiente a la semana natural de los datos publicados. El tipo de cambio utilizado es el publicado en la página web del Banco Central Europeo. <http://www.ecb.int/stats/exchange/eurofxref/html/index.en.html>.

Los precios reflejados en el presente documento pueden venir expresados en €/Kg, €/unidad o en €/gr. dependiendo del formato más habitual de los establecimientos.

Para más información o acceso a datos detallados del presente trabajo, póngase en contacto en la siguiente dirección de correo electrónico: obsprecios.cap@juntadeandalucia.es

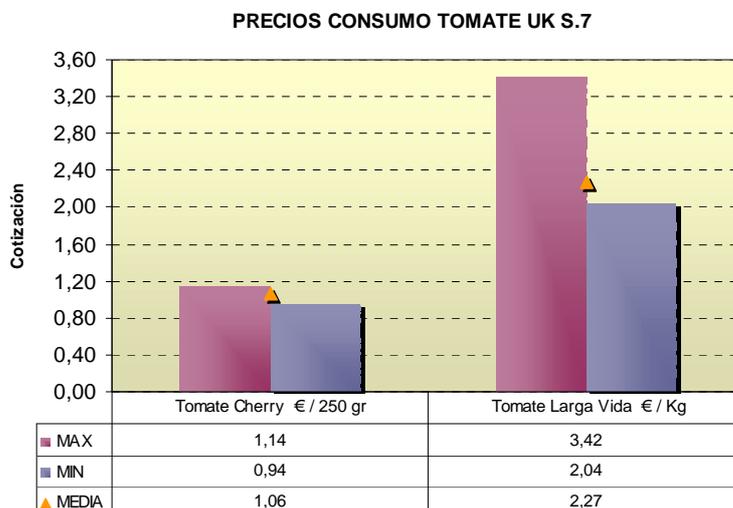
MERCADO DE CONSUMO BRITÁNICO Semana 7

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS POR PRODUCTOS

Los siguientes gráficos representan el precio máximo, mínimo y la media aritmética de 8 productos hortícolas comercializados en Gran Bretaña.

1. Tomate.

Gráfico 1 Precios en el mercado británico de tomate.

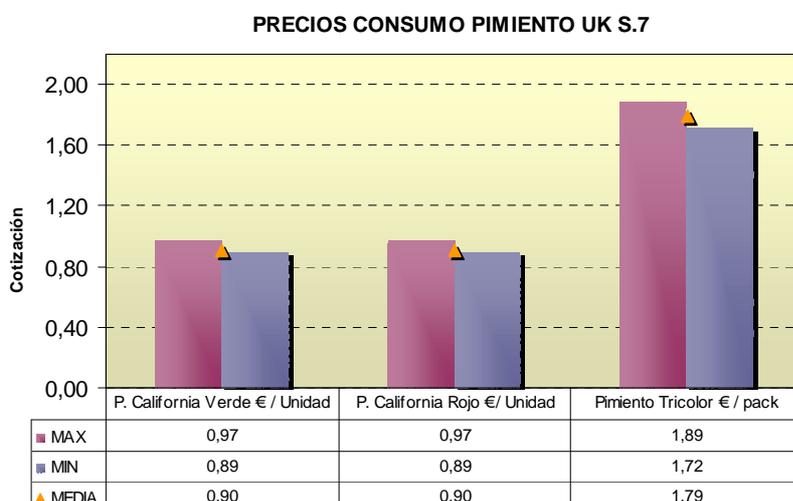


Durante la semana en estudio, Marruecos ha desbancado a España como el país con una mayor representatividad de tomate Cherry en las estanterías británicas, ya que 8 de cada 10 establecimientos estudiados ofertan producto de dicha nacionalidad, siendo el resto tomate español. Este cambio de procedencia ha ido asociado a un incremento del precio mínimo y medio semanal de un 38% y un 10% respectivamente, permaneciendo inalterado el valor máximo.

El tomate larga vida español domina en las estanterías de los establecimientos de alimentación británicos, ya que el 80% del producto ofertado ha sido de dicha nacionalidad. El 20% restante ha sido tomate larga vida originario de Israel. En cuanto a su precio, no se ha registrado variación significativa en su valor máximo, aunque sí en el mínimo y el medio semanal, con un aumento del 11% para el primero y del 4% para el segundo.

2. Pimiento

Gráfico 2 Precios en el mercado británico de Pimiento.

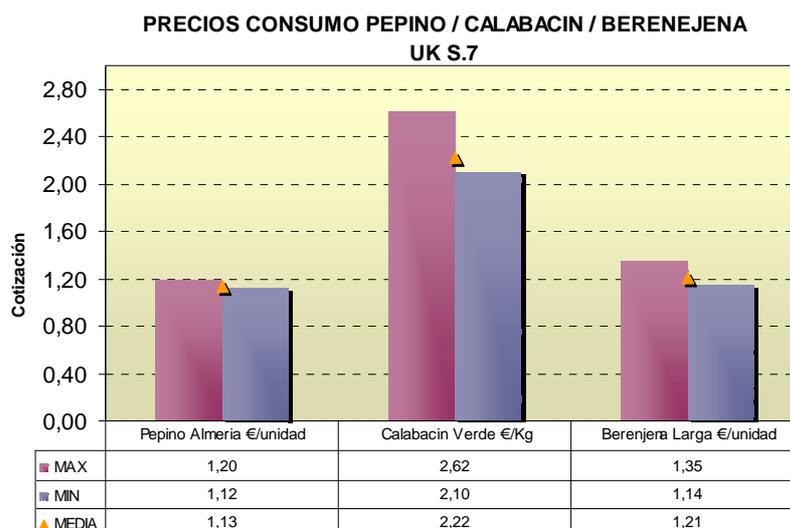


La evolución de la cotización para las diferentes variedades de pimiento durante la semana 7 ha sido la siguiente: Para el pimiento verde, el valor máximo se ha reducido en un 24%, el valor mínimo ha permanecido igual y el valor medio semanal se ha reducido un 4% en relación a la semana precedente. Para el pimiento rojo, las cifras semanales arrojan los mismos resultados que para la variedad verde, mientras que para la variedad tricolor, la situación es bien distinta, manteniendo la cotización máxima, pero aumentando la mínima y la media, en un 153% y un 22% respectivamente.

Realizando el estudio de las procedencias, se observa que Israel y España son actualmente los únicos suministradores de pimiento en los establecimientos considerados, aunque su importancia varía según variedad, así para el pimiento verde y el rojo, España domina con el 75% y el 87,5% respectivamente de la cuota de mercado, pero para el caso del pimiento tricolor, es Israel el país dominante, con el 75% del total.

3. Pepino/Berenjena/Calabacín.

Gráfico 3 Precios en el mercado británico de Pepino, Calabacín y Berenjena.



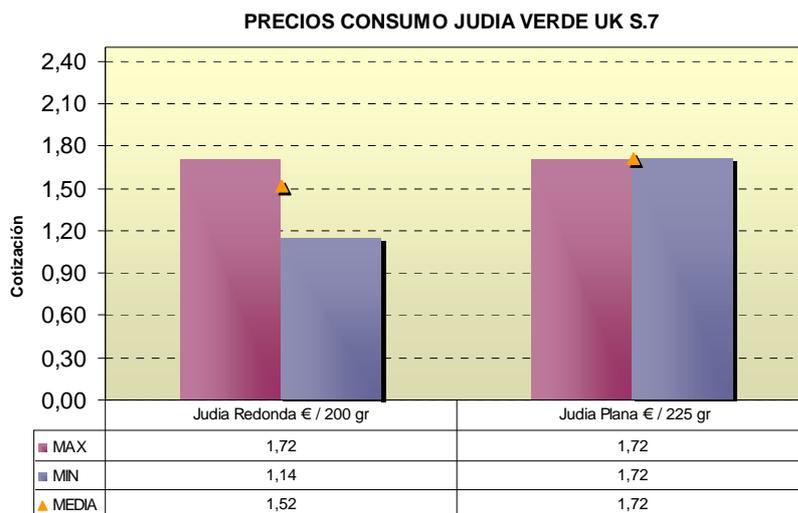
España cede parte de su representatividad a pepinos procedentes de otros países productores, como pueden ser Holanda, presente en el 25% de los establecimientos, e Inglaterra, con un 12,5%. España rebaja su aportación hasta el 62,5% del pimiento comercializado a través de los establecimientos alimenticios estudiados. En cuanto a su precio, se ha producido una situación singular, ya que el valor máximo se ha reducido en un 12%, pero el valor mínimo y el medio han aumentado un 42% y un 4% respectivamente.

El dato más destacable del precio del calabacín ha sido la bajada de su precio máximo en un 8%, siendo constante los restantes valores. El producto español es el que domina en los establecimientos estudiados, ya que solo ofertan producto originario de nuestro país, desapareciendo el producto de Marruecos y Británico, con representatividad en las semanas previas.

España repite una semana más como el único país con berenjenas en las estanterías de los establecimientos considerados. A pesar de esta situación, que se mantiene en el tiempo, no sucede lo mismo con sus precios, ya que aunque el valor máximo sí ha sido igual que el valor de la semana previa, para los precios mínimo y medio semanal se ha producido un incremento del 48% y del 10% respectivamente.

4. Judía Verde

Gráfico 4 Precios en el mercado británico de Judía Verde.

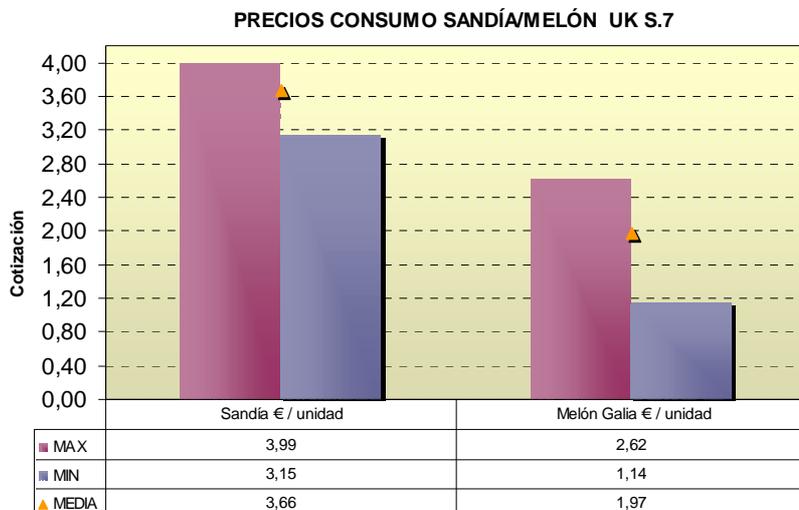


Desaparece el producto egipcio de las estanterías británicas, siendo sustituido por **judía verde redonda** de Tanzania, que alcanza una representatividad durante esta semana del 20%. Estas modificaciones en los diversos orígenes secundarios no influyen en la actual supremacía de la judía keniana, pues durante esta semana el 83% de los establecimientos la ofertaban en sus estanterías. La única variación apreciable en las cotizaciones de este producto ha sido el incremento del 13% de la cotización media semanal.

Para la judía plana se da la misma situación que para el anterior producto, variando las procedencias minoritarias, pero manteniéndose Kenia como el principal exportador al mercado británico. En este caso, Guatemala ha visto como su producto desaparecía de las estanterías inglesas, siendo sustituido por el de Marruecos, alcanzando una representatividad del 25%, asumiendo el 75% restante Kenia. En cuanto a su precio, ya son 5 las semanas consecutivas que se mantienen los tres valores de precios considerados.

A pesar de que en los invernaderos almerienses se está recolectando esta hortaliza, en estos momentos su representatividad en los establecimientos británicos es nula.

5. Sandía / Melón



Durante la semana 7 el melón Galia brasileño ha visto reducida su representatividad en favor del producto Hondureño, que se oferta en el 33% de los establecimientos, siendo el 67% restante producto de Brasil. Un dato destacable es la bajada registrada en los tres precios considerados, cifrada en el 9% para el valor máximo, el 33% para el mínimo y el 15 para el dato del precio medio semanal.

Para la sandía, se ha producido una situación similar a la expuesta para el producto anterior, perdiendo cuota de mercado el producto brasileño en favor del originario de Costa Rica. Esta nacionalidad es ofertada en el 12,5% de los establecimientos estudiados, muy lejos aún del 87,5% de representatividad obtenida por la sandía brasileña. Esta pérdida de presencia ha estado acompañada de un ascenso en el precio mínimo y medio mensual para este producto, experimentando un incremento del 6% para ambas cotizaciones.

Para más información:

Observatorio de Precios y Mercados. Consejería de Agricultura y Pesca.

www.cap.junta-andalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios