

Evolución de los precios de los productos hortofrutícolas ante las heladas de 2005

Dirección General de Política Comercial

Introducción

En la última semana del mes de enero y principios de febrero de 2005, España ha padecido una intensa ola de frío (alcanzándose temperaturas inferiores a -10° C), afectando a una gran parte de la península. Posteriormente, en marzo, se volvió a repetir el fenómeno con una nueva ola de menor intensidad, pero que tuvo el efecto de prolongar la incidencia de la anterior sobre los cultivos.

Las fuertes heladas han perjudicado significativamente a las explotaciones hortícolas al aire libre y también, debido a su intensidad, han afectado a los cultivos bajo plástico e invernaderos. Los mayores daños se han producido en el arco mediterráneo desde Barcelona a Granada, teniendo menor importancia en el interior peninsular, donde al producirse fuertes heladas con mayor frecuencia los daños en los cultivos han sido menores.

En esta ocasión, la ola de frío no se ha producido de improviso, estaba lo suficientemente anunciada, por lo que los productores tenían género almacenado y habían procurado realizar una cosecha acelerada de aquellos productos que lo permitían.

Los cultivos que se han visto afectados en mayor medida han sido aquellos que no han tolerado las temperaturas tan extremadamente bajas, teniendo en cuenta

el estado de desarrollo en el que se encontraban: tomates, acelgas, alcachofas, berenjenas, calabacines, judías verdes, lechugas y pepinos, así como los cítricos.

En algunos productos se ha perdido la cosecha entera al helarse las plantas, pero en otros sólo la floración, con lo que pueden recuperarse y volver a tener recolección. En los productos de invernadero ha sido necesario volver a reponer las plantas y esperar de dos a tres meses que se reinicie la producción.

En este trabajo, se pretende analizar la evolución de los precios ante la reducción drástica de la oferta que se ha originado y analizar como el comercio, tanto a nivel de mayorista como de minorista, ha modificado sus procesos de formación de precios y en qué medida ha trasladado el aumento de precios al consumidor.

Acuerdo con el sector de la distribución

El importante descenso en la producción ha generado un incremento de precios en origen, que se ha ido trasladando en parte hacia los consumidores. La menor cantidad de producción llegada a los mercados provoca un aumento de los precios que permite ajustar la demanda a un brusco descenso de la cantidad ofertada. Este efecto resulta menor en la me-



EN PORTADA

didada en que se disponga de existencias almacenadas, haya posibilidad de incorporar mediante importaciones producciones de zonas no afectadas, o los productos sean más fácilmente sustituibles por otros.

La subida de precios en origen no supone en absoluto unas mayores rentas para los agricultores, que ven como se incrementan sus precios de venta como consecuencia de la escasez, pero también como pierden una parte importante de su cosecha por las heladas. En este tipo de situaciones, ha sido un fenómeno recurrente, ante la fuerte subida de precios, la búsqueda de responsables en el comercio o en los agricultores. A título de ejemplo, se puede mencionar la fuerte ola de calor del verano de 2003, en la que la fuerte subida de precios produjo la reducción de los abastecimientos y provocó una investigación y una campaña en la que se imputó al comercio la contribución con el incremento de sus márgenes, a la intensificación de la subida de los precios.

Ante esta situación, y dada la coincidencia de intereses entre la distribución (grandes, medianos y pequeños) y los del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, para que el incremento de precios sea el menor posible, se planteó un acuerdo entre el Gobierno y el comercio para reducir el impacto que podría tener este hecho sobre los precios de destino. De este modo, el sector de la distribución de alimentos se comprometió con el Ejecutivo a reducir sus márgenes comerciales, contribuyendo de esta manera a disminuir el impacto que la subida de precios en origen pudiera tener sobre los consumidores finales. El acuerdo alcanzado tuvo lugar en la reunión que el 15 de febrero de 2005 mantuvo el **Ministro de Industria Turismo y Comercio**, D. José Montilla, con la Asociación Nacional

de Grandes Empresas de Distribución (**Anged**), la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (**Asedas**), la Confederación Española de comercio (**CEC**), así como con los representantes de las principales cadenas de distribución, (**Grupo IFA, Mercadona, Alcampo, Carrefour y El Corte Inglés**) con los que se llegó a dicho consenso.

Como consecuencia de dicho Acuerdo, la Dirección General de Política Comercial ha estado realizando unos informes semanales de la evolución de los precios y márgenes durante los dos meses siguientes a las heladas, siendo este trabajo un análisis comprensivo de todo el periodo.

Evolución de los precios en origen

La reducción de las cantidades producidas genera un fuerte incremento de los precios pagados a los agricultores. Los mecanismos de ajuste de una economía de mercado establecen que una reducción de la cantidad ofrecida se ajusta mediante un incremento en los precios. Este ajuste no es neutral, ya que no afecta a todos por igual. Los agricultores de las zonas afectadas que reducen parte de la cosecha, obtienen un mayor precio por la producción restante que les puede compensar parcialmente las mermas sufridas, a su vez, aquellos que pierden la totalidad de la cosecha han de hacer frente a las pérdidas, mientras que los que están en zonas que no son afectadas, obtienen un beneficio adicional como consecuencia de la elevación de los precios.

A partir de la tercera semana de enero se inicia una caída en la cantidad de producto obtenido para su comercialización, como consecuencia de las adversas condiciones climatológicas, que fuerzan un



EN PORTADA

CUADRO 1
VARIACIÓN DE PRECIOS EN EL ORIGEN DESDE LA SEMANA 1 A LA SEMANA 13

	AÑO 2005 (Datos en €/kg)														% variación s13/s4
	ENERO					FEBRERO				MARZO					
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13		
Patatas.....	0,11	0,12	0,13	0,12	0,10	0,09	0,09	0,09	0,10	0,11	0,13	0,13	0,24	100,00	
Acelgas.....	0,32	0,34	0,36	0,39	0,49	0,52	0,55	0,56	0,62	0,68	0,73	0,71	0,43	10,26	
Judías verdes.....	1,63	1,81	3,16	2,76	3,44	3,86	3,82	3,88	3,79	4,72	3,88	2,91	2,69	-2,54	
Lechugas.....	0,22	0,23	0,24	0,30	0,44	0,50	0,51	0,55	0,57	0,59	0,57	0,55	0,46	53,33	
Pimientos verdes.....	1,26	1,14	1,06	1,09	1,26	1,41	1,50	1,43	1,48	1,65	1,32	1,35	1,16	6,42	
Calabacín.....	0,66	0,69	1,50	1,51	2,27	1,67	1,37	1,70	1,60	1,58	0,70	0,52	0,44	-70,86	
Tomates ensalada.....	0,60	0,92	1,02	0,78	0,82	0,77	0,75	0,68	0,69	0,80	0,77	0,68	0,67	-14,10	
Limonas.....	0,20	0,19	0,18	0,19	0,18	0,20	0,23	0,26	0,25	0,31	0,36	0,38	0,36	89,47	
Mandarinas Clementinas.....	0,16	0,16	0,19	0,18	0,20	0,24	0,27	0,26	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d	

Fuente: MAPyA.

fuerte incremento en los precios de origen de los distintos productos afectados. Este impacto es variable entre los productos en función del diferente grado de incidencia de las zonas productoras, de las posibilidades de almacenamiento estableciendo stocks que suavizan las oscilaciones de precios, de las posibilidades de incorporar importaciones a corto plazo que compensen el menor abastecimiento, y por último, de la sustituibilidad del producto por congelados, conservas u otros productos frescos similares.

El ascenso de los precios deja sentir con fuerza durante las primeras semanas tras las heladas, como se refleja en el Cuadro 1. Así, en las cuatro semanas siguientes, los precios se eleva el 83 por 100 en lechugas, el 40 por 100 en judías verdes, el 44 por 100 en mandarinas, el 43 por 100 en acelgas y el 31 por 100 en pimientos verdes. En la segunda semana de marzo alcanzan unos máximos en las cotizaciones de hasta el 96 por 100 en lechugas, 71 por 100 en judías verdes, 63 por 100 en limones, 74 por 100 en acelgas y 51 por 100 en pimientos verdes, experimentando subidas importantes respecto a las semanas anteriores las judías verdes, los pimientos verdes y limones, productos muy afectados por las adversas condiciones climatológicas. Todo ello coincide con la reducción de la produc-

ción que tiene lugar desde la tercera semana de enero, hasta la segunda semana de marzo.

A partir de la segunda semana de marzo (semana 11) se produce una importante reducción de los precios (especialmente judías verdes, pimientos, lechugas y tomate) acorde con la recuperación en la producción registrada durante la semana, tras la caída que había afectado con intensidad a las entradas en los mercados mayoristas. No obstante, los precios se mantienen aún por encima de lo normal para esta época del año en algunos productos. A final de marzo, los precios en origen vuelven a la normalidad en judías verdes, calabacín, acelgas y tomates, mientras que todavía se mantienen elevados en lechugas (53 por 100) y en limones (89 por 100).

En cuanto a los precios de la patata se observa que durante el mes de febrero, éstos van en descenso debido a que se comercializa principalmente, en los mercados de origen patata tardía recolectada y almacenada anteriormente y, por lo tanto, no afectada por los efectos de las condiciones climatológicas adversas. Estas cotizaciones siguen la tendencia habitual que tienen los precios de la patata en estos meses. Sin embargo, durante la última semana se observa una subida importante de sus cotizaciones, llegando a



EN PORTADA

multiplicarse por 2 el precio registrado a finales de enero. Este comportamiento es debido a la entrada en producción de patata de primor que cotiza muy por encima de la tardía, siendo la subida mucho más acusada que en años anteriores, ya que, por efecto de las heladas, disminuyen los rendimientos entre un 30 por 100 y un 70 por 100 dependiendo de las zonas de producción.

Evolución de los precios en mercados mayoristas

La caída en la producción se pone de manifiesto en las menores entradas de estos productos en los mercados mayoristas con el consecuente impacto en precios de la red de mercas. La red de Mercas recoge la comercialización del 65 por 100 (1) del total del consumo de frutas y verduras, que se completa con la comercializada a través de las plataformas de distribución de las grandes empresas, de los mayoristas tradicionales y de los canales paralelos de venta directa.

En la red de Mercas las cantidades comercializadas evolucionan de la siguiente forma:

CUADRO 2 CANTIDADES COMERCIALIZADAS EN LA RED MERCA. FRUTAS Y HORTALIZAS (MUESTRA OBSERVATORIO)		
Semanas	Kgs de frutas y verduras comercializadas	% Variación semana anterior
2ª Semana 2005	27.627.300	—
3ª Semana 2005	27.879.048	+ 0,91
4ª Semana 2005	27.053.870	- 2,96
5ª Semana 2005	25.702.126	- 5,00
6ª Semana 2005	24.971.857	- 2,85
7ª Semana 2005	24.341.101	- 2,53
8ª Semana 2005	23.838.815	- 2,07
9ª Semana 2005	21.864.862	- 8,38
10ª Semana 2005	23.181.368	+ 6,02
11ª Semana 2005	23.159.327	- 0,09
12ª Semana 2005	Semana Santa	—
13ª Semana 2005	25.332.095	+ 9,38

Fuente: datos facilitados por MERCASA.

(1) MERCASA (2002): Red de Mercas: Guía de Empresas y Servicios. Pág. 35.

A partir de la tercera semana de enero se inicia una tendencia hacia una menor entrada de producto en los mercados mayoristas Mercas, como consecuencia de las caídas en la producción. Las reducciones en las cantidades entradas son permanentes hasta la segunda semana de marzo, a partir de la cual aumentan las cantidades comercializadas. El impacto de las heladas en las cantidades de producto que entra en los mercados mayoristas, desaparece en la última semana de marzo (28 marzo-3 abril) superando las cantidades comercializadas en todos los productos afectados (pepino, calabacín, berenjena, acelga, judías verdes, lechuga, pimiento verde y tomates) a las cantidades previas a las heladas, con excepción de los cítricos por el lógico desarrollo de la temporada.

Esta situación en los mercados mayoristas, a partir de los datos tomados en la red de Mercas, muestra una incidencia importante de los precios al alza, cuya evolución se refleja en el Cuadro 3, si bien cabe señalar que el impacto en la subida de los precios es menor que en origen.

Las hortalizas más afectadas muestran subidas de precios en las cuatro semanas siguientes a las heladas que se sitúan entre el 13 por 100 y el 57 por 100, elevándose un 29 por 100 en acelgas, el 32 por 100 en judías verdes, 39 por 100 en lechugas, 5 por 100 en mandarinas y 9 por 100 en pimientos verdes. Los máximos se alcanzan en la semana 10 con un 66 por 100 en acelgas, 67 por 100 en judías verdes, 60 por 100 en lechugas y 48 por 100 en pimientos verdes, con subidas importantes respecto a semanas anteriores de judías y pimientos verdes, si bien estos incrementos son todos ellos inferiores a los que tuvieron lugar en origen.

Cabe destacar paradójicamente la reducción en el precio de los tomates, ya que siendo uno los productos que experi-



EN PORTADA

CUADRO 3
VARIACIÓN DE PRECIOS EN LA RED DE MERCAS DESDE LA SEMANA 1 A LA SEMANA 13

	AÑO 2005 (Datos en €/kg).													% variación s13/s4
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	
Patatas	0,28	0,28	0,29	0,28	0,29	0,29	0,29	0,29	0,30	0,31	0,32	0,32	0,32	11,77
Acelgas	0,47	0,62	0,64	0,69	0,92	0,90	0,87	0,89	1,07	1,15	0,96	0,91	0,85	24,11
Alcachofas.....	1,05	1,24	1,27	1,30	1,64	1,64	1,56	1,77	1,91	1,86	1,57	1,33	1,16	-10,58
Berenjenas.....	1,23	1,35	1,65	1,94	2,32	2,54	2,42	2,20	2,04	1,94	1,62	1,53	1,40	-27,65
Calabacines.....	0,86	1,30	1,65	2,00	2,45	2,32	2,31	2,26	2,21	2,22	1,74	1,50	1,33	-33,13
Coles Bruselas.....	0,98	0,98	0,99	1,08	1,13	1,18	1,18	1,16	1,14	1,14	1,15	1,20	1,14	5,84
Coliflor.....	0,77	0,81	0,84	0,88	0,93	0,90	0,88	0,94	1,25	1,28	1,26	0,88	0,79	-10,06
Judías verdes.....	2,39	3,39	3,67	3,61	4,49	4,55	4,51	4,77	5,16	6,05	5,36	4,65	3,97	10,20
Lechugas.....	0,43	0,51	0,48	0,51	0,63	0,69	0,69	0,71	0,83	0,82	0,79	0,74	0,66	29,68
Pepinos.....	0,80	0,85	0,93	1,04	1,34	1,62	1,66	1,64	1,60	1,87	1,55	1,51	1,39	33,78
Pimientos Verdes.....	1,28	1,36	1,34	1,33	1,38	1,44	1,45	1,45	1,47	1,98	1,76	1,84	1,81	35,96
Pimientos rojos.....	1,44	1,39	1,42	1,67	1,79	1,84	1,80	1,76	1,69	1,69	1,46	1,42	1,41	-15,88
Puerros.....	0,79	0,81	0,79	0,85	0,78	0,78	0,78	0,80	0,87	0,87	0,90	0,90	0,88	3,46
Repollo.....	0,45	0,49	0,49	0,52	0,58	0,57	0,56	0,54	0,57	0,60	0,61	0,57	0,56	8,33
Tomates ensalada.....	1,27	1,44	1,43	1,50	1,35	1,32	1,36	1,33	1,28	1,33	1,37	1,34	1,29	-13,74
Limonas.....	0,54	0,54	0,54	0,54	0,53	0,54	0,54	0,54	0,55	0,57	0,57	0,58	0,58	8,33
Mandarinas Clementinas.....	0,64	0,66	0,65	0,70	0,67	0,69	0,71	0,74	0,74	0,80	0,83	0,84	0,81	15,15
Naranja tipo Navel.....	0,56	0,55	0,54	0,54	0,53	0,58	0,58	0,60	0,64	0,66	0,66	0,67	0,67	24,50

Fuente: Datos de la Red de Información de mercados del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

mentan mayores pérdidas en la cosecha, se ponen en el mercado para su comercialización de los frutos que estaban en las plantas dañadas, lógicamente con unos menores niveles de calidad. Los cítricos que son de los productos más afectados, han mostrado una incorporación más lenta a las subidas con incrementos de un 11,1 por 100 en naranjas y de 5,7 por 100 en mandarinas en las cuatro semanas siguientes. La explicación es que los efectos de la helada se muestran en los cítricos entre 15 y 20 días más tarde, periodo que aprovechan los agricultores para vender todo lo que pueden, generando sobreoferta. Posteriormente los precios han experimentado una subida con incrementos de un 22 por 100 y 14,29 por 100 respectivamente.

A partir de la tercera semana de marzo, los precios de venta mayorista inician un proceso de bajas generalizadas en los productos afectados por las heladas (berenjenas, calabacines y pepinos ya los habían iniciado en semanas anteriores) motivada por el mayor abastecimiento de los Mercas.

En conjunto, el análisis de los merca-

dos mayoristas, para el periodo comprendido entre la última semana de enero y la primera de abril, muestra todavía una incidencia importante de los precios al alza aunque con una fuerte reducción respecto a semanas anteriores. Las hortalizas más afectadas por las heladas tienen niveles de precio ya inferiores a los de enero en alcachofas, berenjenas, calabacines y tomates. Los restantes productos muestran subidas de precios en las últimas nueve semanas del 30 por 100 en lechugas, 36 por 100 en pimientos verdes y 24 por 100 en acelgas.

Los cítricos que son los productos que muestran una incorporación más tardía también bajan algo en la última semana, aunque aumentan los precios de las naranjas un 24 por 100 y de las mandarinas un 15 por 100 en el periodo estudiado.

Evolución de los precios de venta al público

De los datos de precios venta al público, podemos señalar que durante las cuatro semanas siguientes a las heladas el efecto



EN PORTADA

**CUADRO 4
P.V.P. DESDE LA SEMANA 1 A LA SEMANA 13**

	AÑO 2005 (Datos en €/kg)													% variación s13/s4
	ENERO					FEBRERO				MARZO				
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	
Patatas	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,67	0,68	0,68	0,70	0,71	0,74	11,08
Acelgas	1,20	1,24	1,28	1,30	1,34	1,44	1,48	1,48	1,55	1,59	1,65	1,56	1,45	11,54
Alcachofas.....	1,95	2,09	1,99	1,99	2,15	2,15	2,16	2,25	2,21	2,23	2,21	2,13	1,88	-5,38
Berenjenas.....	1,89	2,00	2,15	2,24	2,52	2,76	2,79	2,78	2,58	2,52	2,40	2,28	2,13	-4,86
Calabacines.....	1,51	1,88	2,14	2,15	2,47	2,52	2,50	2,57	2,53	2,52	2,29	2,17	1,95	-9,49
Coles Bruselas.....	1,96	2,05	2,04	2,04	2,09	1,93	2,09	2,08	2,10	2,13	2,13	2,13	2,17	6,24
Coliflor.....	1,44	1,47	1,47	1,50	1,52	1,53	1,53	1,53	1,57	1,64	1,75	1,63	1,50	0,27
Judías verdes.....	3,75	4,30	4,63	4,61	4,98	5,22	5,25	5,34	5,36	5,78	5,71	5,06	4,48	-2,90
Lechugas.....	0,77	0,79	0,81	0,82	0,87	0,89	0,92	0,92	0,94	0,98	1,06	1,06	1,04	27,45
Pepinos.....	1,52	1,51	1,58	1,58	1,89	2,05	2,17	2,44	2,36	2,40	2,48	2,39	2,22	40,13
Pimientos verdes.....	2,17	2,27	2,24	2,21	2,28	2,31	2,39	2,36	2,39	2,51	2,40	2,36	2,36	6,61
Pimientos rojos.....	2,27	2,25	2,23	2,27	2,38	2,48	2,51	2,53	2,52	2,52	2,38	2,37	2,31	1,66
Puerros.....	1,75	1,75	1,76	1,76	1,72	1,72	1,73	1,73	1,86	1,86	1,84	1,86	1,87	6,39
Repollo.....	0,94	0,94	0,94	0,95	0,97	0,98	0,99	0,99	1,02	1,03	1,09	1,07	1,06	12,03
Tomates ensalada.....	1,95	1,96	2,02	2,02	2,02	2,06	2,04	2,05	2,07	2,06	2,20	2,22	2,18	8,18
Limones.....	1,29	1,28	1,28	1,28	1,27	1,28	1,28	1,28	1,29	1,30	1,30	1,32	1,32	3,52
Mandarinas Clementinas.....	1,73	1,68	1,69	1,65	1,67	1,66	1,67	1,71	1,70	1,72	1,74	1,75	1,73	4,59
Naranja tipo Navel.....	1,41	1,38	1,37	1,37	1,38	1,39	1,40	1,41	1,43	1,42	1,43	1,45	1,49	9,12

Fuente: datos de la Red de Información de Mercados del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.


EN PORTADA

en los precios resulta ser considerablemente menor, con unos aumentos inferiores a los de los precios en origen y mayoristas de los productos afectados. La razón de esta menor subida se encuentra fundamentalmente en el efecto de compensación y reducción de márgenes del comercio cuando se produce una subida. Unas fuertes subidas de precios retraen el consumo de los productos afectados y lo pueden derivar hacia otros productos frescos sustitutivos del propio comerciante, pero también hacia productos congelados, conservas u otros productos de alimentación. Por ello, los comerciantes no pueden mantener un alto nivel de margen comercial en los momentos de subidas de precios y reducen temporalmente sus márgenes.

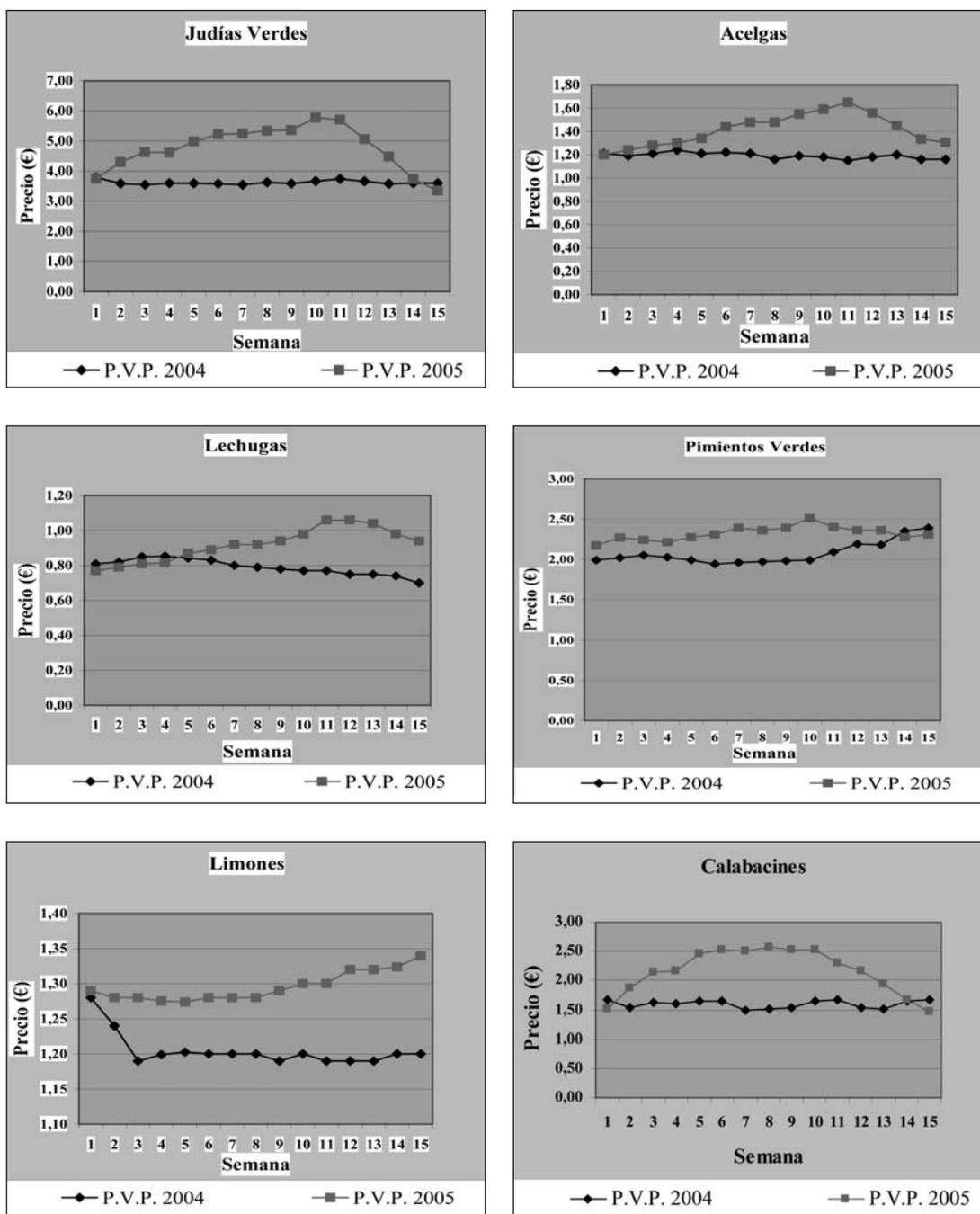
No obstante, y aún considerando la reducción de los márgenes, es de destacar la fuerte subida de precios de verduras y hortalizas afectadas en las 4 semanas inmediatamente siguientes con porcentajes de subidas que alcanzan el 13 por 100 en acelgas, 15 por 100 en judías verdes, 12 por 100 en lechugas, 6 por 100 en pimientos verdes. En la semana de máximas cotizaciones (semana 10) los

porcentajes llegan a ser del 22 por 100 en acelgas, 25 por 100 para las judías verdes, 19 por 100 lechugas y 13 por 100 en pimientos verdes. Las frutas, y en especial los cítricos, se mantienen en unos niveles de precios considerados como normales para la época.

A partir de la segunda semana de marzo, se observa una moderación en los precios de los productos afectados (que ya habían iniciado berenjenas y calabacines) y que coincidiendo con la mayor entrada de producto en los mercados de abastecimiento se va haciendo cada vez más patente durante la primera semana de abril.

Sin embargo, hay que destacar los incrementos de precios de verduras y hortalizas a finales de marzo con importantes subidas de hasta un 27 por 100 en lechugas, 11 por 100 en acelgas, 40 por 100 en pepinos y 8 por 100 en tomates, los cuales empiezan a repuntar durante las últimas semanas. Por el contrario, las judías verdes (-2,90 por 100), alcachofas (-5,38), berenjenas (-4,86 por 100) y calabacines (-9,49 por 100) están ya más baratas que en enero.

GRÁFICO 1
COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS PRODUCTOS AFECTADOS EN 2005 Y 2004



Fuente: datos de la Red de información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Elaboración propia.



EN PORTADA

Con estos datos se puede afirmar que en el mes de abril, los precios de venta al público ya han absorbido el impacto de las heladas y que se recuperan los niveles normales del año.

Comparación de los precios de venta al público (2005-2004)

En el Gráfico 1, se recoge una comparación de los precios de los productos afecta-

dos por las heladas en las primeras semanas de los años 2005 y 2004. Como se puede ver, en general el impacto de las heladas a partir de la tercera semana del año provoca un alza de precios por encima de 2004, que se recupera en las primeras semanas de abril (semanas 14 y 15).

Podemos observar que todos los productos parten ya de precios más altos en las semanas anteriores a las heladas, incrementándose posteriormente las diferencias entre las semanas cuarta y once, para posteriormente aproximarse ambos precios.

En las semanas catorce y quince en algunos productos afectados (judías verdes, pimientos verdes, y calabacines) se alcanzan precios incluso inferiores a los del año pasado. Esta situación, que se puede considerar normal, es debida a que los cultivos han entrado nuevamente en producción y se cosechan unas cantidades prácticamente normales y a las importaciones realizadas; estas últimas habrían paliado de alguna manera la escasez de oferta de algunos productos durante las semanas posteriores a las heladas.

Sin embargo, en limones parece que el efecto de las heladas se está sintiendo más tarde con lo que los precios siguen aún tendencias opuestas. Con todo ello se puede afirmar que el efecto de las heladas se ha dejado de sentir ya en la mayor parte de los productos sensibles lo que se traduce en la dicha reducción de precios.

Evolución de los márgenes comerciales

El canal de distribución, como podemos observar en el Cuadro 5, ha actuado en las seis semanas posteriores a las heladas, (cuando los precios comportan los mayores incrementos) como modera-

CUADRO 5 EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS EN LOS DIFERENTES NIVELES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN			
Productos	% Aumento de precios semana 10/4ª 2005		
	Origen	Mayorista (Red Merca)	Minorista (PVP)
Patatas	-8,33	10,71	1,49
Acelgas.....	74,36	66,67	22,31
Judías Verdes.....	71,01	67,59	25,38
Lechugas.....	96,66	60,78	19,51
Pimientos verdes....	51,38	48,87	13,57
Tomates ensalada..	2,56	-11,33	1,98
Limonos.....	63,15	5,56	1,56
Mandarinas			
Clementinas.....	n.d	14,29	4,24

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

dor de las subidas de precios, especialmente en su último escalón del comercio minorista.

En todos los productos afectados por la crisis, en los que se produce un fuerte incremento de precios en origen, los precios mayoristas se incrementan en menor medida y aún menos en minoristas. Sirva de ejemplo el caso de las lechugas, en el que un aumento del 96 por 100 en origen se traduce, sin embargo en un aumento del 60 por 100 en los mercados mayoristas y del 19 por 100 en el tramo minorista.

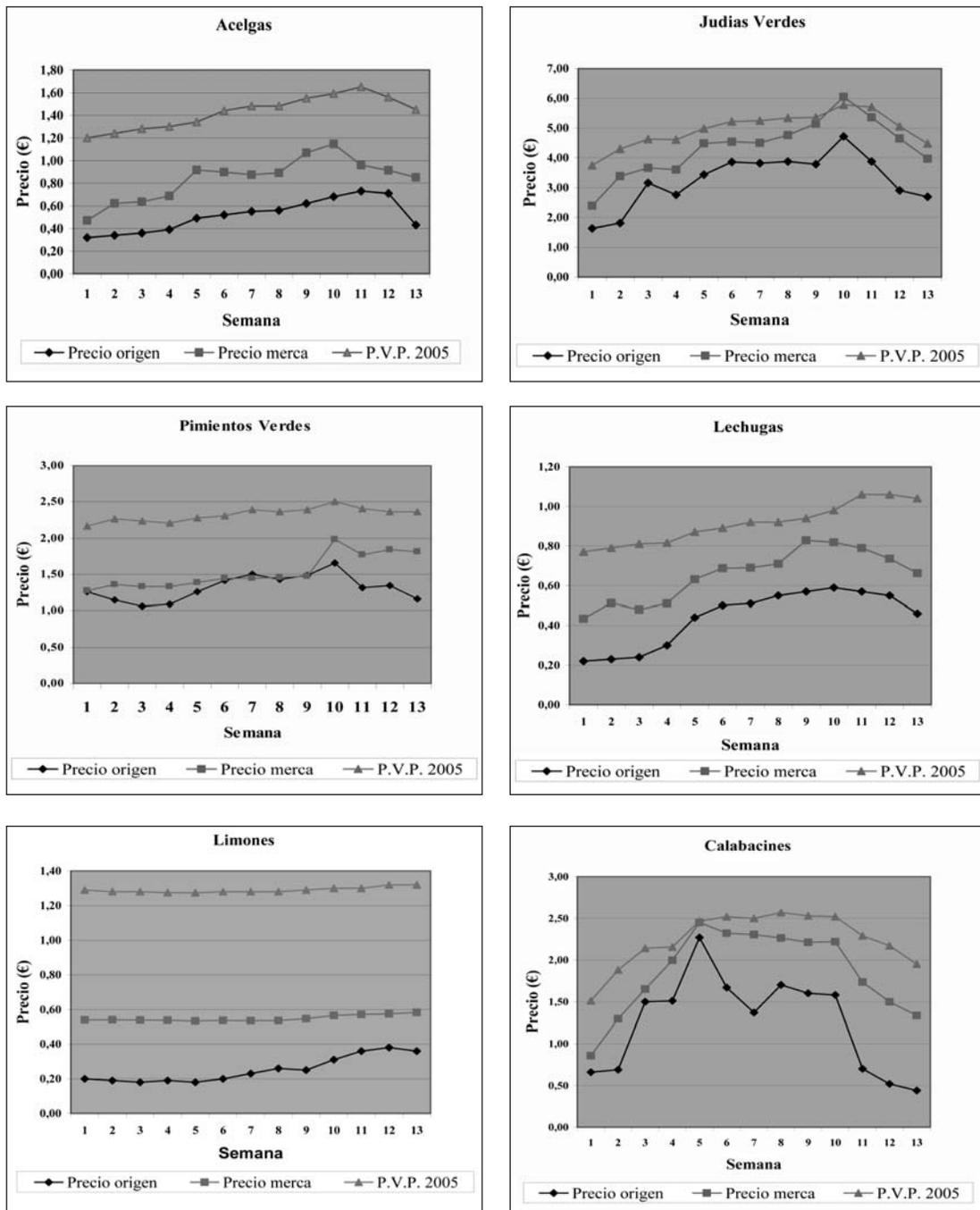
En el Gráfico 2, se recoge la evolución de los precios en los diferentes niveles de los distintos productos afectados por las heladas. Como se puede apreciar, el comercio mayorista y el minorista desempeñan una función estabilizadora del alza de los precios mediante un proceso de contención de márgenes en las subidas y de recuperación de los mismos en los momentos de bajadas de los precios.

Durante las semanas cinco y diez, se observa como el sector mayorista absorbe el mayor impacto en precios, reduciendo su margen frente al consumidor, el cual experimenta con menor intensidad la subida desde origen. Por el contrario, en las semanas siguientes recompone su margen, absorbiendo parte de las reducciones de precios que empiezan a producirse. El sector minorista, también actúa



EN PORTADA

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AFECTADOS EN LOS DIFERENTES NIVELES
DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN (Semanas 1ª a 13ª de 2005)



Fuente: datos de la Red de información de mercados del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



EN PORTADA

como estabilizador de los precios, si bien en menor medida.

En las grandes empresas de distribución, en la mayoría de los casos, las fun-

ciones mayoristas son realizadas a través de sus propias plataformas de distribución, con lo que integran los márgenes mayoristas y minoristas.

Impacto en el índice de precios al consumo

El impacto que sobre el IPC ha tenido la subida de precios ha sido relativamente reducido por la baja ponderación tanto de frutas y verduras afectadas en dicho índice. De hecho, la rúbrica de frutas frescas subió en los meses de febrero y marzo analizados un 1,83 por 100 y la de legumbres y hortalizas frescas un 3,76 por 100, con una repercusión sobre el IPC de 0,06 puntos en conjunto, habiéndose producido en las dos últimas semanas un descenso en el índice de legumbres y hortalizas del 0,30 por 100 con una repercusión de -0,004 puntos.

Conclusiones

Las subidas de precios que se han producido en los meses de febrero y mar-

zo se han debido a las reducciones de la producción que como consecuencia de las heladas han afectado a determinadas verduras y frutas.

Los incrementos de precios han sido en algunos casos muy intensos, dependiendo del grado de afectación de los cultivos, de las posibilidades de suministros alternativos y de la existencia de productos sustitutivos.

La distribución, tanto mayorista como minorista, en cumplimiento del Acuerdo suscrito en febrero de 2005, ha actuado como elemento estabilizador de estas subidas mediante la reducción de sus márgenes comerciales en los momentos de mayores subidas.

En el mes de abril, los precios de venta al público de los productos afectados han absorbido el impacto de las heladas y se encuentran ya en una situación normal para la época del año.



EN PORTADA