



Consumo

Demanda del pimiento en el mercado nacional por comunidades autónomas

Análisis de los diversos factores que determinan la demanda de pimiento en nuestro país.

España, con sus casi cuarenta millones de habitantes dispone de una renta familiar disponible per capita de 894.610 pts (BBV,1992-93). Cerca de una tercera parte de esa renta se dedica al gasto en alimentación, siendo su comportamiento similar al del resto de los países desarrollados.

La participación del consumo del pimiento por grupos de Comunidades autónomas es importante en el Norte (7,39%), Noroeste (6,66%) y

La participación del consumo del pimiento por grupos de comunidades autónomas es importante en el Norte, Noroeste y Andalucía.

La producción del pimiento en España se localiza principalmente en las provincias de Almería y Murcia. En menor medida podemos señalar Alicante, Cádiz, Valencia, Málaga y Granada. Esta imagen corresponde al cultivo de pimiento en invernadero de la variedad «lamuyo».

Andalucía (6,12%). La región Noreste es la que presenta unos valores mas bajos (3,96%), tal y como señala la Dirección General de Política Alimentaria (1991: 234).

La producción del pimiento en España se localiza principalmente en las provincias de Almería (35%) y Murcia (14,6%). En menor medida podemos señalar a Alicante, Cádiz, Valencia, Málaga y Granada. Se cultiva en más de un 95% en regadío y de este el 35% en cultivo protegido (unas 10.000 hectáreas).

Esta producción se destina la mayor parte de ella al consumo en fresco (95%), estimándose un autoconsumo, pérdidas y alimento animal del 5%.

Aproximadamente una tercera parte de la producción se exporta a los países europeos, teniendo como principales destinos a Alemania (30%), Francia (26%), Países Bajos (18%) y el Reino Unido (10%). Los meses que presentan una mayor intensidad exportadora son los comprendidos entre los meses de noviembre a marzo.

El producto que se ha considerado para modelizar el comportamiento de su consumo es el pimiento a partir de dos modelos distintos: (1) El primero es de carácter general y considera todo el territorio nacional y precios medios. Por otro lado, (2) en el segundo se han realizado estimaciones para cada una de las regiones consideradas en el Panel del Consumidor del MAPA.

A partir de los datos recogidos en el cuadro 1 pueden obtenerse los siguientes resultados de interpretar los coeficientes significativos:

- El signo negativo de la elasticidad precio es el que cabe esperar según la teoría económica. En base su valor en términos absolutos, puede afirmarse que el consumo de pimiento en España es inelástico en relación al precio, y que está próximo a la unidad. Ello podría ser un síntoma de que el producto no tiene muchos sustitutos cercanos, con lo cual cabe esperar que su curva de demanda no sea muy sensible a las variaciones de su precio.

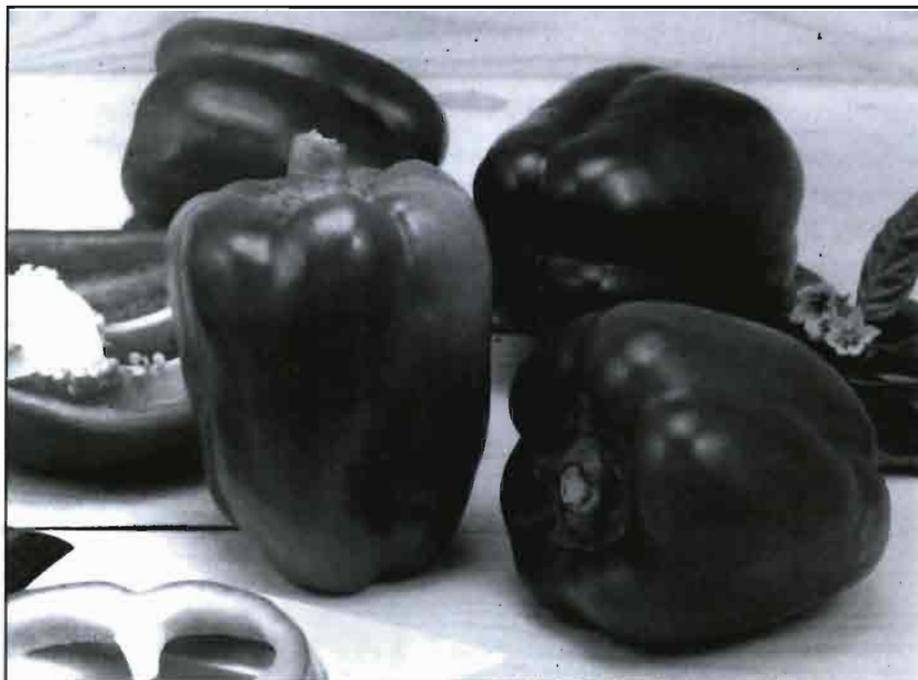


VISITENOS
EN INTERNET
[http://www.hul.es/horticom/
welcome.html](http://www.hul.es/horticom/welcome.html)

*El comercio hortícola norteamericano. La horticultura en Bélgica.
La fruticultura en Vietnam. Grandes protagonistas de la floricultura
mundial. La citricultura en Argentina.*

Agosto 1996

**QUE NO SE TE
ESCAPE**



El proceso de diversificación varietal en pimiento continúa. Gracias al trabajo llevado a cabo por la investigación, las empresas de semillas y los agricultores más aventajados, aparece actualmente en las estanterías de los supermercados, una atractiva variedad de tipos de fruto de pimiento. Esta imagen pertenece al catálogo de la compañía israelí Hazera.

**Cuadro 1:
Tipos de pimiento:**

Largo	1/2 Largo	3/4 Largo	Dulce	Picante	Californiano

Esta infografía ha sido elaborada por Alberto Milla de Clause Ibérica, especialmente para el libro sobre Pimientos que se editará próximamente.

- La elasticidad cruzada, considerando el precio de las otras hortalizas no es significativamente distinta de cero. Este resultado no hace sino reafirmar el carácter inelástico de la demanda de este producto. Se corrobora la baja sustituibilidad del producto analizado, a diferencia de las frutas, que a pesar de su especificidad, como la gran mayoría de productos de gran consumo, está en competencia directa con los demás productos alimenticios. Se ha detectado que el pimiento no se sustituye por otras hortalizas.

No obstante es preciso señalar que existe cierta tendencia a la complementariedad con otras hortalizas, como indica el signo negativo de

El consumo de pimiento presenta una fuerte estacionalidad. A partir del verano hasta noviembre, el consumo es elevado en relación a los primeros meses. Este comportamiento esta relacionado con el período de producción, de manera que la consideración de la estacionalidad sirve para expresar la relación entre el consumo y la cantidad producida.

la estimación de la elasticidad cruzada. Los incrementos experimentados por la renta, origina una sustitución de productos de distinta naturaleza, esto es, decrecen los consumos de cereales, legumbres secas, patata, etc., y se incrementan los de pescado, frutas y hortalizas. El segundo paso es la sustitución de productos o variedades dentro del mismo grupo, y, finalmente la selección de variedades y calidades dentro ya de una misma especie.

- La elasticidad-gasto tiene valores superiores a la unidad, presentándose como un bien normal de lujo.

- Evidentemente, el consumo presenta una fuerte estacionalidad. Así, a partir del verano hasta noviembre, el consumo es elevado en relación a los primeros meses del año. Este comportamiento esta íntimamente relacionado con el período de producción, de manera que la consideración de la estacionalidad puede servir para expresar la relación entre el consumo y la cantidad producida.

De la misma manera los precios se inician a unos niveles elevados para ir disminuyendo a medida que aumenta la oferta, llegando a un mínimo que coincide en general con el máximo de recolección. A partir de ese momento los precios vuelven a incrementarse, aunque puede suceder que los precios a final de campaña no aumenten a causa de que el producto no esté en perfectas condiciones.

A continuación presentamos otras de las que deben tenerse en cuenta:

- Las elasticidades-precio están en torno a la unidad. Puede diferenciarse dos grandes grupos. El primero presenta valores próximos a la unidad y estaría constituido por las Areas Metropolitanas, Levante, Castilla-León y Noreste.

El segundo grupo lo formarían Noroeste, Andalucía y el Norte, que presentan elasticidades inferiores a la unidad. Centro Sur y Noroeste son dos casos atípicos. El primero presenta un valor sensiblemente superior a 1 (casi 1,5), mientras que la otra región tiene un valor de 0 (perfectamente inelástico).

- Las elasticidades-gasto presenta valores positivos en todas las Comunidades Autónomas.

- La estacionalidad es distinta según la región analizada. En las áreas metropolitanas no existen grandes fluctuaciones estacionales, mientras que en otras zonas (que son productoras) como Andalucía y Levante, la

Cuadro 2:
Estimaciones por M.C.O. del total nacional

Variable	Coficiente	Error Est.	t-valor	HCSE	ParcR ²	Inestab
Constante	10.453	1.6655	6.276	1.7114	0.5441	0.08
Estación	0.13237	0.048616	2.723	0.043468	0.1834	0.10
Estación_1	0.10071	0.050915	1.978	0.036169	0.1060	0.34
Estación_2	0.18599	0.046832	3.972	0.043424	0.3234	0.13
Estación_3	0.11860	0.049268	2.407	0.041789	0.1494	0.20
Estación_4	0.20138	0.047692	4.223	0.021097	0.3508	0.12
Estación_5	0.35887	0.049240	7.288	0.061361	0.6168	0.16
Estación_6	0.54402	0.049264	11.043	0.026641	0.7870	0.12
Estación_7	0.61123	0.054728	11.168	0.040233	0.7908	0.37
Estación_8	0.82384	0.062487	13.184	0.043478	0.8404	0.17
Estación_9	0.68498	0.059219	11.567	0.050105	0.8022	0.08
Estación_10	0.18816	0.050454	3.729	0.046228	0.2965	0.10
Precio	-0.82751	0.11923	-6.940	0.11211	0.5934	0.08
IPCH	-0.24262	0.17766	-1.366	0.19725	0.0535	0.08
Renta	0.55868	0.18203	3.069	0.19550	0.2221	0.08

$R^2=0,980258$ $F(14, 33) = 117,04$ $(0,0000)$ $D = 0,643879$ $Dw = 1.61$ $RSS = 0,1368115835$ para 15 variables y 48 observaciones.

estacionalidad es acusada y el consumo medio se incrementa en los meses comprendidos entre Mayo y Diciembre. Cada región española tiene unos hábitos de consumo que le da unas características muy peculiares.

Ello puede ser debido a factores climáticos, ya que en regiones de clima frío, la necesidad por parte de gran parte de la población de muchas calorías puede determinar una dieta alimenticia distinta de la de los consumidores de zonas cálidas. (Caldentey, 1986: 183). El gusto por una especie en particular de hortaliza y correlativamente el rechazo hacia otras distintas de las preferidas, parece ir ligado al entorno sociocultural -países continentales y mediterráneos- (Ballester, 1991: 169)

Hay otros factores que no se han contemplado en el modelo y que también pueden afectar a la demanda de pimientos como por ejemplo:

a) Dimensión media de la familia. En los últimos años se observa que el tamaño de las familias ha aumentado. Una justificación de lo anterior podría estimarse en la prolongación de la convivencia de los más jóvenes de los clanes familiares en el domicilio de los mayores.

b) Tamaño del habitat. En general, el mayor tamaño del municipio trae consigo una mayor concentración de población en el mismo.

c) Edad de la población. El hábito de consumo del individuo se ve transformado a medida que pasan los años.

d) Salud. Su alto contenido en

componentes dietéticos tales como las vitaminas, así como su carencia en elementos perjudiciales para salud como son colesterol, grasas, etc. hacen a las hortalizas muy recomendables para la salud.

***La vida sana
es un componente que se
está introduciendo en la
sociedad española, y el consumo
de hortalizas es uno
de los exponentes más claros
de la misma por su escaso
contenido energético.***

e) Moda. Este es uno de los factores más difíciles de calibrar, ya que es meramente cualitativo.

La vida sana es un componente que se está introduciendo en la sociedad española, y el consumo de hortaliza es uno de los exponentes más claros de la misma por su escaso contenido energético. También hay que indicar el aumento en el número de vegetarianos de este país.

*Emilio Galdeano Gómez, Jaime de Pablo
Valenciano, José Céspedes Lorente
Universidad de Almería.
Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas.*

BIBLIOGRAFIA

- Ballester, E. (1991): Economía de la empresa agraria y alimentaria. Madrid. Ed. Mundi Prensa.
- Berbel, J. (1987): «Análisis de la oferta y demanda del pimiento en España». Revista de Investigación Agraria. Economía 2 (1), pp. 71-81.
- Calatrava J. y Navarro L. (1991): «Los modelos Tobit en el análisis del consumo de productos agroalimentarios». Investigación agraria: Economía nº 6 (1).
- Caldentey, P. (1986): Comercialización de productos agrarios. Madrid. Ed. Agrícola Española. 3ª Ed.
- Dirección general política alimentaria (1991): El consumo alimentario en España 1990. Madrid. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Iresco (1977): Comercialización de frutas y hortalizas. Colección Estudios nº 15. Bilbao. Ministerio de Comercio.
- Rico Avila, J. (1983): Cultivo del Pimiento de Carne Gruesa en Invernadero. Publicaciones de Extensión Agraria, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Varian, H. (1989): Análisis Microeconómico. Barcelona. Antoni Bosch.