



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado hortofrutícola en el Reino Unido

## Noviembre 2015

Este estudio ha sido realizado por  
Isabel Ruiz Franco y Víctor Falcón Soria, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Londres

## EL MERCADO HORTOFRUTÍCOLA EN EL REINO UNIDO

2015 ha sido un año positivo para el sector hortofrutícola español en el mercado británico. El veto ruso del año pasado a la importación de frutas y hortalizas comunitarias, ha fomentado políticas de nacionalización del mercado que se están consolidando en distintos países europeos y que provocan una promoción más intensa de su producción nacional.

El mercado hortofrutícola británico, si bien ofrece los productos de todos los países del mundo y se encuentra muy bien abastecido, dispone sin embargo de margen de crecimiento. Según la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), el consumo diario de frutas y verduras de un ciudadano británico se sitúa en 258 gramos, por debajo de los 400 gramos/día que recomienda la organización. Además, la población británica es una de las que menor cantidad de frutas y hortalizas ingiere con relación al resto de países de su entorno.

Por otra parte, debido a sus condiciones climáticas, el Reino Unido no produce suficiente cantidad de frutas y hortalizas para abastecer a su población, por lo que recurre a la importación de grandes cantidades de ellas como frutas tropicales, cítricos y hortalizas como cebollas, pepinos o pimientos, entre otras.

Las principales notas definitorias de este mercado continúan siendo la demanda continua de calidad y la innovación constante, pilares básicos para poder triunfar en el sector de la alimentación en el país. Asimismo, desde hace unos años la variable precio también ha cobrado relevancia como criterio de elección, creciendo las ventas de productos hortofrutícolas en supermercados de descuento y aumentando el número de promociones en la venta de frutas y hortalizas.

De igual modo se observa la tendencia a preferir los productos hortofrutícolas nacionales respecto de los extranjeros, a pesar de en algunas ocasiones suelen ser más caros. Con ello se persigue apoyar la agricultura nacional y acoger favorablemente las demandas de fomentar la producción hortofrutícola del país para aumentar la autosuficiencia alimentaria, que se ha reducido del 80% en 1980 a menos del 60% en la actualidad.

Con todo, el producto hortofrutícola español ha sabido mantener su tradicional posición de fuerza en un mercado altamente exigente como el británico. Por lo que se refiere a las frutas cabe destacar la fuerte presencia de las naranjas y de las frutas de hueso españolas como nectarinas, albaricoques y melocotones. Por lo que respecta a las hortalizas, tomates y lechugas españoles gozan de gran aceptación entre el consumidor británico.

Finalmente, cabe destacar que los productos frescos de comercio justo, en inglés “*Fair Trade*” y sostenibles con el medio ambiente también juegan un papel importante y ofrecen un interesante nicho de oportunidad en este competitivo mercado. Así, en la actualidad Reino Unido es el tercer mercado europeo de productos ecológicos y sostenibles, después de Alemania y Francia. El consumo de estos

## EL MERCADO HORTOFRUTÍCOLA EN EL REINO UNIDO

productos hortofrutícolas ecológicos aumentó en 2014 aproximadamente un 3,5% respecto al año anterior.

El futuro de la venta de productos ecológicos va a encontrar un nicho importante en la venta online de estos, una tendencia que ya es (destacar a la empresa de venta de productos online Ocado en este sentido, cuyas ventas se han incrementado en más de un 10%).

