



# Consumo de hortalizas frescas en España

## Principales características

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Universidad Complutense de Madrid

**E**l consumo de hortalizas frescas se ha convertido en una seña de identidad de la dieta mediterránea, aunque al mismo tiempo la demanda de estos productos también está extendida a un gran número de países y, en consecuencia, parece claro que se trata de un conjunto de productos básicos dentro de la alimentación humana. En este sentido, hay que recordar que las hortalizas constituyen un grupo heterogéneo que incluye más de 4.000 especies utilizada por el hombre; pueden aprovecharse de las hortalizas los frutos, las flores, las raíces, los tubérculos, los bulbos, los tallos, los brotes y las hojas (Fálder, 2004).

Este artículo analiza la demanda de hortalizas frescas en España y, al mismo tiempo, revisa algunos de los principales factores que repercuten, aumentando o minorando, su consumo como, por ejemplo, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la edad o situación laboral de la persona encargada de realizar las compras, el número de personas que componen el hogar, el tamaño de la población de residencia o la tipología del hogar.

En el año 2004, cada español gastó en

torno a 1.292 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, las hortalizas frescas alcanzan una participación significativa que se cifra en un 6% –es decir, 77,45 euros per cápita–. En consecuencia, las hortalizas frescas se conforman como la sexta partida en importancia, en términos de gasto, dentro de la alimentación española tras productos cárnicos, pescados, frutas frescas, derivados lácteos y pan. Ahora bien, en algunas ocasiones, las patatas también aparecen incluidas dentro de este conjunto de alimentos y, por tanto, conviene apuntar que, de forma adicional a las cifras señaladas, cada español gastó en términos medios 15,26 euros en patatas frescas durante el año 2004.

### PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS

Las últimas cifras disponibles sobre el consumo alimentario en España (MAPA, 2005) señalan que la demanda de hortalizas frescas superó en 2004 los 2,37 millones de toneladas. En 2004, el consumo por persona en el hogar fue de 56,52 kilos de hortalizas frescas.

Respecto al año 2003, el gasto realizado en hortalizas frescas por las familias, tanto en el hogar como extradoméstico, creció un 2,1%; no obstante, este aumento del gasto ha sido mucho más notable en el colectivo de la hostelería, restauración e instituciones –10,5% con respecto a 2003–.

Las cifras de gasto y consumo en hortalizas frescas, más allá de aspectos coyunturales, han ido consolidándose durante los últimos años apoyadas en diferentes fenómenos que, al mismo tiempo, sirven para caracterizar a este sector. Entre estas tendencias, se pueden destacar las siguientes:

- Las hortalizas frescas han ido consiguiendo una imagen de alimentos saludables, consonante con los hábitos de alimentación de un grupo creciente de consumidores y, además, vinculado con el objetivo emergente de calidad de vida. Sirva apuntar, como ejemplo particular de esta situación, que durante el año 2004 un 12,6% de las hortalizas frescas consumidas en España han sido producidas, ante las demandas de los consumidores, mediante técnicas de

## Consumo de hortalizas frescas en España

agricultura ecológica –concretamente, se ha alcanzado un consumo y un gasto per cápita de 7,12 kilos y 9,28 euros, respectivamente–.

- En la actualidad se dispone de casi todas las hortalizas frescas durante cualquier época del año, lo que permite un consumo continuo de este tipo de alimentos y, por tanto, desterrar la visión de temporalidad que acompañaba a estos productos. La internacionalización del sector es una de las causas que favorece esta continuidad del abastecimiento aunque, como elemento complementario, hay que apuntar las mejoras y avances logrados en las técnicas de conservación.
- Los grandes grupos de comercialización hortofrutícola han conseguido que el consumidor español incluya en su cesta de la compra hortalizas de importación que complementan los productos que tradicionalmente han sido producidos en el país. Por ejemplo, durante el año 2003 se importaron 983.000 toneladas de hortalizas frescas –casi un 25% más



que en el ejercicio anterior-; patatas (728.000 toneladas), tomates (69.500 toneladas), judías (42.300 toneladas), zanahorias (23.500 toneladas) o cebollas (22.900 toneladas) son las principales hortalizas frescas importadas para el mercado español.

- Los avances en las actividades de producción y manipulación de hortalizas frescas han permitido implantar nuevas técnicas de trabajo (puede hablarse de una *industrialización* e,

incluso, de una *terciarización del primario*) que minoran notablemente las repercusiones negativas de algunos factores (principalmente, las condiciones climatológicas). El avance de las denominadas *hortalizas de cuarta generación* –limpias, troceadas, envasadas en atmósfera modificada y refrigeradas– es un ejemplo del incremento del valor añadido que se introduce en estos alimentos –en 2004 se contabilizó un consumo y un gasto per cápita en

CUADRO Nº 1

### CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN ESPAÑA

2004

	HOGARES		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		INSTITUCIONES		TOTAL CONSUMO MILES TM
	MILES TM	%	MILES TM	%	MILES TM	%	
TOMATES	592,84	81,13	118,75	16,25	19,13	2,62	730,72
CEBOLLAS	287,27	74,60	82,14	21,33	15,69	4,08	385,10
AJOS	39,70	69,59	15,05	26,38	2,30	4,03	57,05
COLES	64,14	84,65	7,73	10,20	3,91	5,15	75,77
JUDÍAS VERDES	100,66	88,43	10,31	9,05	2,87	2,52	113,84
PEPINOS	84,09	88,35	9,83	10,33	1,26	1,32	95,17
PIMIENTOS	180,59	76,66	47,70	20,25	7,29	3,09	235,57
CHAMPIÑONES Y SETAS	37,46	69,34	15,81	29,27	0,75	1,39	54,02
LECHUGAS, ESCAROLAS, ENDIVIAS	239,34	74,15	71,90	22,27	11,54	3,58	322,78
ESPÁRRAGOS	23,96	80,90	5,41	18,26	0,25	0,84	29,61
VERDURAS DE HOJA	69,66	83,69	8,48	10,19	5,09	6,12	83,23
OTRAS HORT. Y VERDURAS	653,29	93,93	25,05	3,60	17,16	2,47	695,50
<b>TOTAL HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>2.372,99</b>	<b>82,44</b>	<b>418,17</b>	<b>14,53</b>	<b>87,24</b>	<b>3,03</b>	<b>2.878,39</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).



hortalizas de cuarta generación en 2,96 kilos y 5,24 euros, respectivamente-. El potencial de estos alimentos es todavía muy elevado debido, por ejemplo, a la inversión creciente que están desarrollando las principales compañías hortofrutícolas en estas líneas de productos, la

demanda emergente de alimentos de cuarta generación en el segmento Horeca o los canales alternativos que se presentan para estos alimentos –principalmente la venta automática o *vending*–.

– Las hortalizas, además de su vertiente de consumo como productos

frescos, también son demandadas por los individuos como alimentos transformados o conservados (durante el 2004 se contabilizó un consumo per cápita de 17,7 kilos en artículos hortofrutícolas transformados). Este tipo de productos no son considerados en este trabajo, pero no cabe duda de que su participación en el consumo es creciente y cada vez obtendrán una mayor repercusión en el gasto alimentario de los españoles (por ejemplo, su consumo ha aumentado un 4,6% con respecto al año 2003).

– El consumo de hortalizas frescas en los hogares supone el 82,44% del total de la cantidad demanda, mientras que la hostelería y las instituciones alcanzan participaciones en el consumo más reducidas –14,53% y 3,03%, respectivamente–; no obstante, estos productos pueden llegar

CUADRO Nº 2

### CONSUMO Y GASTO DE HORTALIZAS FRESCAS EN ESPAÑA HOGARES 2004

	CONSUMO (MILES KG)	GASTO (MILES EUROS)
TOMATES	592.835,74	670.469,82
CEBOLLAS	287.271,88	244.961,22
AJOS	39.702,46	113.947,58
COLES	64.139,13	56.392,71
PEPINOS	84.085,77	90.889,57
JUDÍAS VERDES	100.663,11	264.993,64
PIMIENTOS	180.586,35	300.560,72
CHAMPIÑONES Y SETAS	37.456,59	110.882,63
LECHUGAS, ESCAROLAS, ENDIVIAS	239.343,24	391.357,34
ESPÁRRAGOS	23.955,13	37.730,73
VERDURAS DE HOJA	69.656,21	97.088,13
BERENJENAS	55.375,98	74.216,78
ZANAHORIAS	133.169,99	113.183,76
CALABACINES	111.591,58	143.605,66
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	353.153,37	541.527,13
VERDURAS Y HORT. DE IV GENERACIÓN	124.266,57	219.884,44
VERDURAS Y HORT. ECOLÓGICAS	299.047,95	389.648,02
<b>TOTAL HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>2.372.986,52</b>	<b>3.251.807,41</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).



a catalogarse como estratégicos dentro del segmento de la alimentación fuera del hogar. Además, si se analiza la evolución en la demanda de hortalizas frescas durante los últimos años, se observa cómo el consumo extradoméstico ha ido ganando participación –por ejemplo, en 1990 las actividades de hostelería y restauración consumían tan sólo un 6,9% de las hortalizas frescas–. Puede afirmarse, por tanto, que cada vez hay un volumen superior de hortalizas frescas que se consumen fuera del hogar y, en algunos casos, rodeadas de un conjunto de servicios que pueden ser calificados por su relación con el esparcimiento (restaurantes, cafeterías o bares).

Por tanto, apuntadas estas tendencias, el cuadro nº 1 sintetiza el consumo de hortalizas frescas en España durante 2004, diferenciando tres vertientes de demanda (hogares, hostelería y restauración e instituciones). El consumo total de hortalizas frescas se acerca a 2,9 millones de toneladas, aunque casi 2,4 millones de toneladas se orientan hacia los hogares –aglutinan el 82,4% del consumo–. Conviene destacar que la participación del colectivo de hostelería y restauración está por encima de la media en to-

CUADRO Nº 3

### CONSUMO, GASTO Y PRECIO DE HORTALIZAS FRESCAS EN ESPAÑA HOGARES 2004

	CONSUMO PER CÁPITA (KG)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)	PRECIO MEDIO (EUROS/KG)
TOMATES	14,12	15,97	1,13
CEBOLLAS	6,84	5,83	0,85
AJOS	0,95	2,71	2,87
COLES	1,53	1,34	0,88
PEPINOS	2,00	2,16	1,08
JUDÍAS VERDES	2,40	6,31	2,63
PIMIENTOS	4,30	7,16	1,66
CHAMPIÑONES Y SETAS	0,89	2,64	2,96
LECHUGAS, ESCAROLAS, ENDIVIAS	5,70	9,32	1,64
ESPÁRRAGOS	0,57	0,90	1,58
VERDURAS DE HOJA	1,66	2,31	1,39
BERENJENAS	1,32	1,77	1,34
ZANAHORIAS	3,17	2,70	0,85
CALABACINES	2,66	3,42	1,29
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	8,41	12,90	1,53
VERDURAS Y HORT. DE IV GENERACIÓN	2,96	5,24	1,77
VERDURAS Y HORT. ECOLÓGICAS	7,12	9,28	1,30
<b>TOTAL HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>56,52</b>	<b>77,45</b>	<b>1,37</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).

GRÁFICO Nº 1  
PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS  
PORCENTAJE

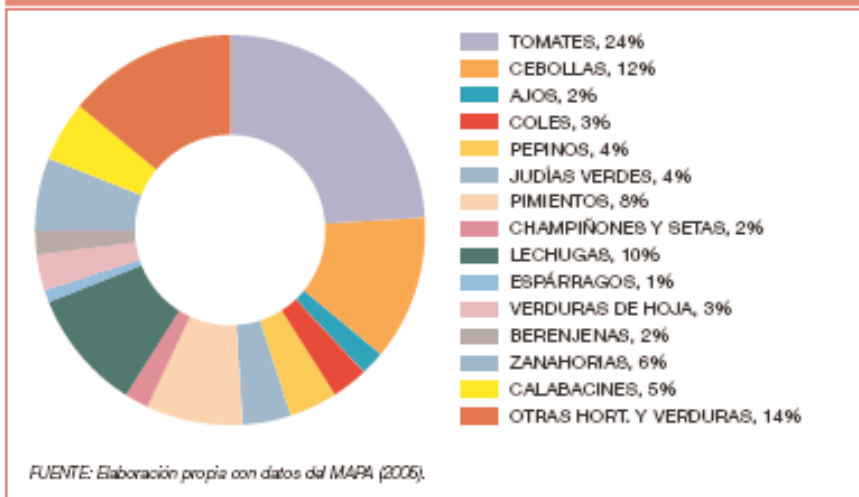
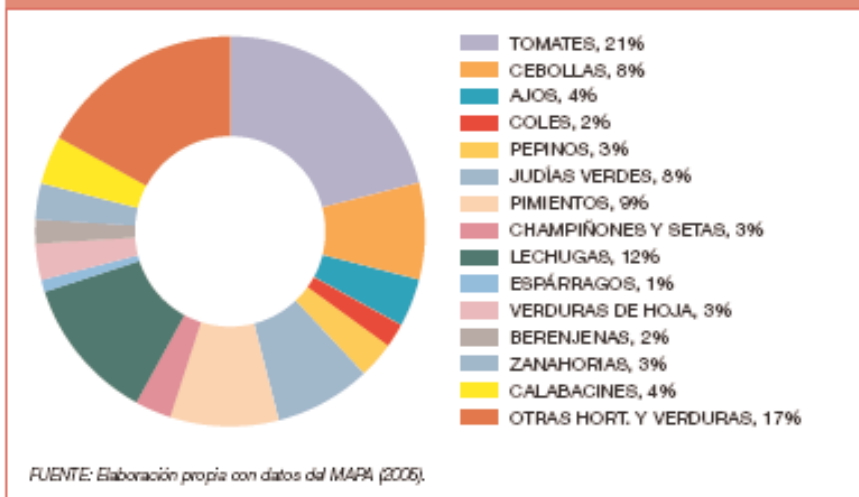


GRÁFICO Nº 2  
PARTICIPACIÓN EN EL GASTO DE HORTALIZAS FRESCAS  
PORCENTAJE



mates (16,25%), cebollas (21,33%), ajos (26,38%), pimientos (20,25%), champiñones y setas (29,27%), lechugas, escarolas y endivias (22,27%) y espárragos (18,26%), mientras que la repercusión en el consumo de las instituciones también es más significativa en cebollas (4,08%), ajos (4,03%), coles (5,15%), pimientos (3,09%), lechugas, escarolas y endivias (3,58%) y verduras de hoja (6,12%).

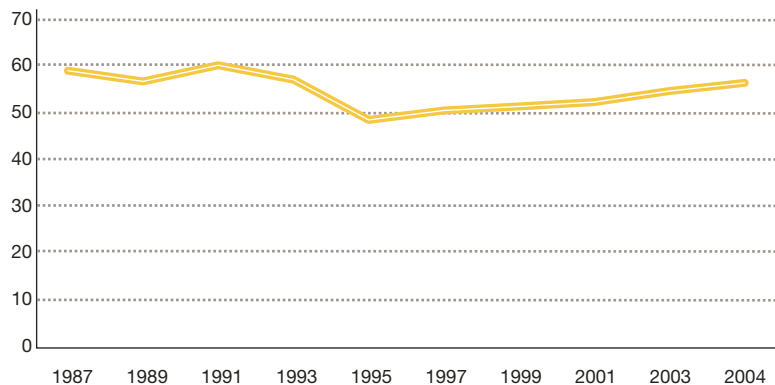
El cuadro nº 2 detalla, dentro de la heterogeneidad que caracteriza a la familia de las hortalizas frescas, el consumo y el gasto que efectuaron durante el año 2004 los hogares españoles. Destaca, por tanto, que los 2,37 millones de toneladas de hortalizas frescas consumidas alcanzaron un valor de 3.251 millones de euros.

El cuadro nº 3, en términos per cápita, resume para cada tipo de hortaliza el consumo, gasto y precio medio. Tomates (14,12 kilos), cebollas (6,84 kilos), lechugas, escarolas y endivias (5,70 kilos) y pimientos (4,30 kilos) son las hortalizas frescas más demandadas, aunque el mayor gasto per cápita recae sobre tomates (15,97 euros), lechugas, escarolas y endivias (9,32 euros), pimientos (7,16 euros) y judías verdes (6,31 euros). No obstante, conviene volver a destacar la heterogeneidad de este conjunto de alimentos.



GRÁFICO Nº 3

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS KG PER CÁPITA, 1987-2004



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).



tos, puesto que cada hortaliza fresca tiene unas características propias que se trasladan a su consumo, gasto y precio medio.

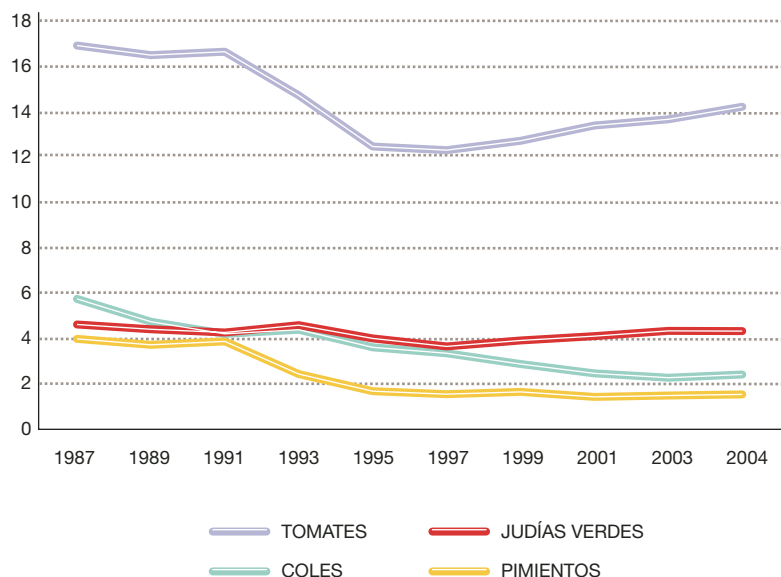
Los gráficos nº 1 y 2 indican cómo se reparte el consumo y el gasto de hortalizas frescas entre los distintos productos incidiendo, por tanto, en la participación relativa de cada una de ellas.

Con carácter general, existe una relación entre la participación en el consumo y la participación en el gasto. Esta circunstancia se concreta con claridad para hortalizas como pepinos, coles, pimientos, champiñones y setas, espárragos, verduras de hoja, berenjenas y calabacines. No obstante, en el caso de los tomates, cebollas o zanahorias se observa cómo la participación en el consumo es superior al porcentaje que representan en el gasto y, en consecuencia, se advierte que el precio medio de estos productos es más reducido (por ejemplo, las zanaho-



GRÁFICO Nº 4

**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS  
KG PER CÁPITA, 1987-2004**



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).

Los gráficos nº 3 y 4 reflejan la evolución en el consumo per cápita de hortalizas frescas durante el período 1987-2004:

- El gráfico nº 3 plantea la evolución del consumo per cápita para el conjunto de hortalizas frescas durante el periodo 1987-2004. Así pues, tomando como referencia estos años, el consumo ha descendido un 4,4% –se ha pasado de poco más de 59 kilos per cápita en 1987 a 56,5 kilos en 2004–. Durante estos dieciocho años, el consumo de hortalizas frescas ha experimentado distintas oscilaciones que han supuesto una mayor demanda per cápita en el año 1991 –60,27 kilos– y un consumo por individuo más reducido en 1995 –48,64 kilos–. Parece que durante los últimos años se está produciendo una recuperación de la demanda de hortalizas frescas y, por tanto, se ha frenado el acusado descenso del consumo experimentado en la primera mitad de los años noventa.
- El gráfico nº 4 resume la evolución en el consumo per cápita de distintas hortalizas frescas consumidas en España durante el período 1987-2004. Con carácter general, se observa como se ha producido un descenso notable desde 1987 en todos los casos y de una manera especialmente significativa en coles (61,36%), judías verdes (56,96%) y tomates (15,95%). A pesar de esta minoración en la demanda de hortalizas frescas, parece que en los últimos años se va produciendo una recuperación en el consumo de tomates y pimientos.



rias suponen un 6% del consumo total de hortalizas frescas, pero sólo un 3% del gasto total en estos alimentos).

Por otra parte, también se observa cómo otros productos tienen el comportamiento contrario y, por tanto, la participación del consumo es inferior a la participación del gasto. Por ejemplo, los ajos su-

ponen un 2% del consumo de hortalizas frescas, pero alcanzan una participación en el gasto per cápita del 4% –lo mismo sucede en el caso de las judías verdes y de las lechugas, escarolas y endivias–; en todos estos productos, un precio elevado supone una mayor participación en el gasto que en el consumo.

Lógicamente, el consumo de hortalizas frescas parece condicionado por las características específicas que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la edad o situación laboral del encargado de realizar las compras, el número de personas que componen el hogar, el tamaño de la población de residencia o la tipología del hogar son variables que intervienen signifi-

CUADRO Nº 4

**VARIABLES QUE REPERCUTEN SOBRE EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN ESPAÑA**

<b>CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA</b>	ALTA / MEDIA ALTA
	MEDIA
	MEDIA/BAJA
	BAJA
<b>PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR</b>	SIN NIÑOS
	NIÑOS MENORES DE 6 AÑOS
	NIÑOS DE 6 A 15 AÑOS
<b>ACTIVIDAD LABORAL DEL RESPONSABLE DE COMPRAS</b>	ACTIVA
	NO ACTIVA
<b>EDAD DEL RESPONSABLE DE COMPRAS</b>	< 35 AÑOS
	35 A 49 AÑOS
	50 A 64 AÑOS
	65 Y MÁS AÑOS
<b>TAMAÑO DE LA FAMILIA</b>	1 PERSONA
	2 PERSONAS
	3 PERSONAS
	4 PERSONAS
	5 O MÁS PERSONAS
<b>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN DE RESIDENCIA</b>	< 2.000 HABITANTES
	2.000 A 10.000 HABITANTES
	10.001 A 100.000 HABITANTES
	100.001 A 500.000 HABITANTES
	> 500.000 HABITANTES
<b>TIPOLOGÍA DEL HOGAR</b>	JÓVENES INDEPENDIENTES
	PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS
	PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS
	PAREJAS CON HIJOS MAYORES
	HOGARES MONOPARENTALES
	PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS
	ADULTOS INDEPENDIENTES
	RETIRADOS

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).



cativamente en la decisión de compra de hortalizas frescas (véase el cuadro nº 4).

Sobre cada una de estas variables se pueden plantear las divergencias existentes con respecto a la media nacional, tal y como se pone de manifiesto en fichas explicativas, que se incorporan como anexo a este artículo, para las principales hortalizas frescas comercializadas en España. Esto es, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que, por tanto, aumentan o minoran la demanda de hortalizas frescas.

El gráfico nº 5, para el conjunto de hortalizas frescas, plantea la disparidad que generan estas variables, en términos absolutos, con respecto al consumo per cápita nacional:

- El estrato económico en el que se encuadra el hogar, y por tanto el nivel de ingresos, resulta determinante para el consumo de hortalizas frescas. Así pues, los hogares más acomodados tienen un consumo, en términos per cápita, superior al que consiguen alcanzar los hogares de categoría media y media/baja. No obstante, los hogares de categoría baja también tienen niveles de consumo superiores a la media. El análisis detallado que se plantea por productos en este trabajo resulta esclarecedor de las divergencias en el consumo de hortalizas específicas según la condición socioeconómica.
- La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de hortalizas frescas –sobre todo si son menores de 6 años–. Por el contrario, los hogares sin niños tienen una desviación positiva en el consumo de este tipo de productos alimentarios.
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro del consumo per cápita de hortalizas frescas, en desviaciones positivas para el caso de no trabajar y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral.

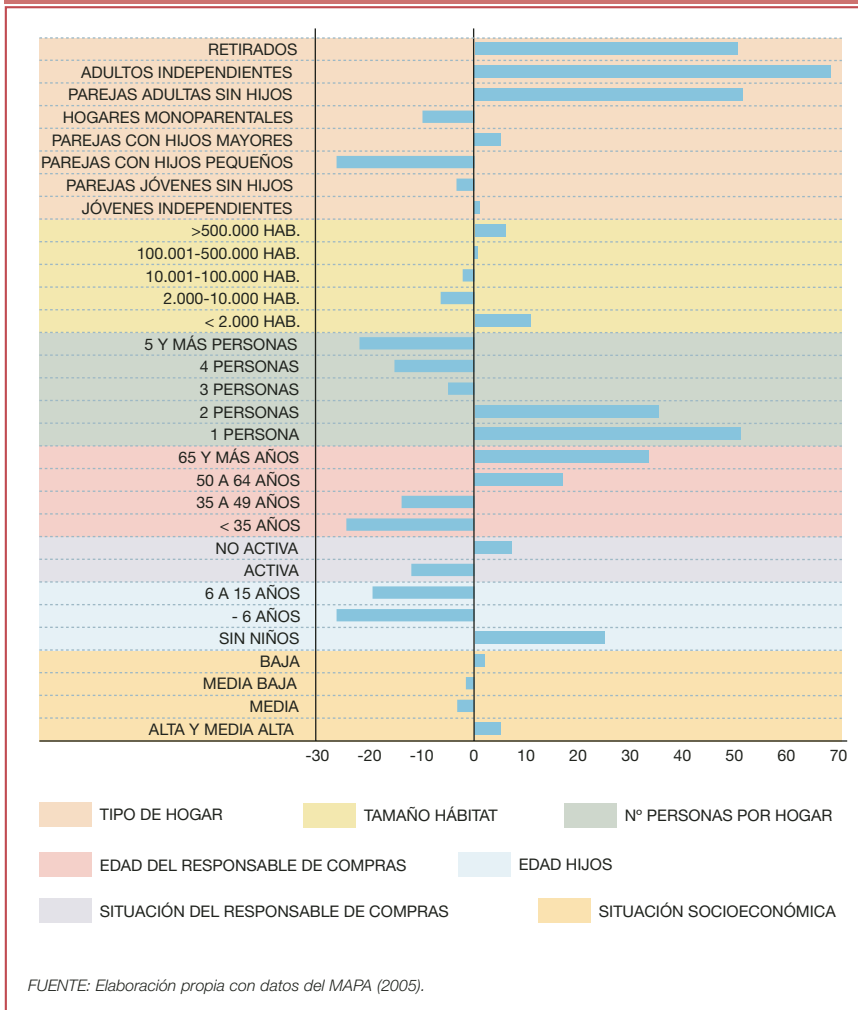




- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de hortalizas frescas ofrece una conclusión interesante. Esto es, cuanto mayor en edad es la persona que realiza las compras más elevado es el consumo per cápita de hortalizas –en consecuencia, las desviaciones más negativas se centran en aquellos hogares donde las compras las efectúa una persona menor de 35 años–.
- El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita. Esto es, el punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con una o dos personas consumen, en términos per cápita, más hortalizas frescas que la media, mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres o más personas.
- El tamaño de la población influye en el consumo de hortalizas frescas en varias direcciones. Por un lado, parece claro que los habitantes de los municipios pequeños (menores a 2.000 habitantes) realizan un consumo per cápita de hortalizas superior a la media nacional. Por otro lado, la población de los grandes municipios (aquellos que tienen más de 100.000 habitantes y especialmente los que sobrepasan los 500.000 habitantes) también cuenta con una desviación positiva en la demanda de hortalizas frescas. Por el contrario, los municipios medianos (entre 2.000 y 100.000 habitantes) presentan desviaciones negativas con respecto a la media del consumo de hortalizas frescas.
- Por último, el análisis del consumo per cápita de hortalizas frescas según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso, hay un consumo por en-

GRÁFICO Nº 5

**VARIACIONES EN EL CONSUMO PER CÁPITA DE HORTALIZAS FRESCAS  
KG DESVIADOS A LA MEDIA NACIONAL = 56,62 KG POR PERSONA**





cima de la media en los hogares con jóvenes independientes, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados. Por contra, hay un consumo per cápita inferior a la media en hogares con parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos pequeños y monoparentales.

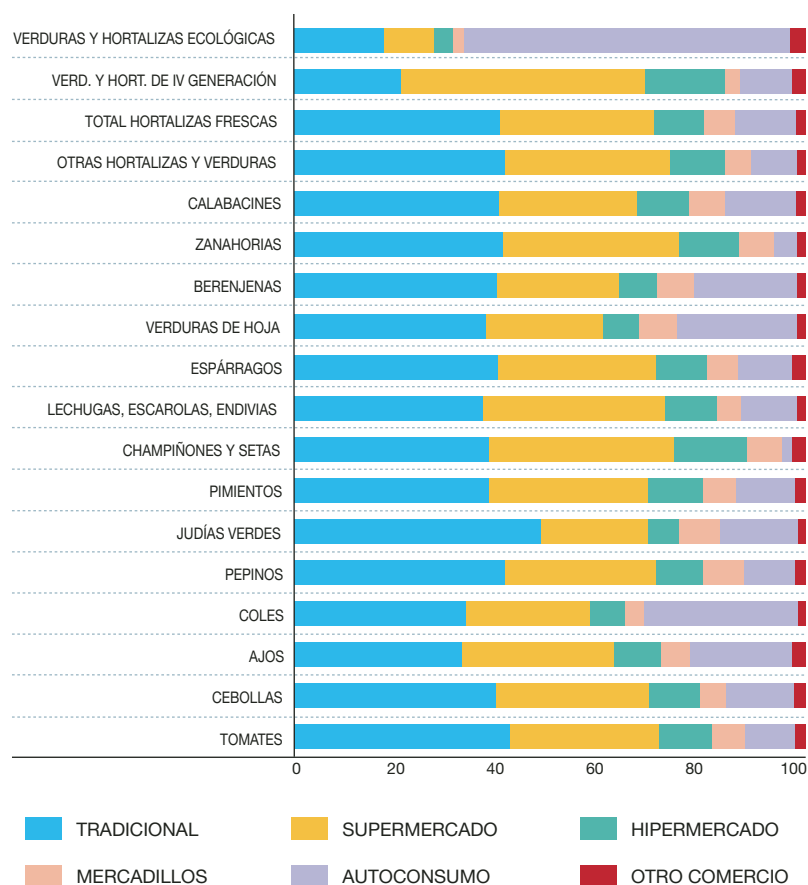
Por otra parte, el gráfico nº 6 resume la participación de las cuotas de mercado de los diferentes formatos distributivos que comercializan hortalizas frescas y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir cada uno de estos alimentos.

Parece claro que el comercio especializado, o comercio tradicional, alcanza una relevancia notable en la distribución –por encima del 40%– y que los supermercados e hipermercados cuentan con posiciones secundarias –30% y 10%, respectivamente–. No obstante, las hortalizas frescas se han convertido durante los últimos años en una pieza clave en la estrategia de negocio de los establecimientos de librespervicio intentando incrementar la oferta de estos alimentos perecederos y, por tanto, facilitar el acto de compra de los consumidores –por ejemplo, los supermercados han incrementado su cuota en la comercialización de hortalizas frescas del 19,47% en 1997 al 29,99% en 2004–; no obstante, solamente superan en cuota de mercado a los establecimientos tradicionales en la distribución de hortalizas de cuarta generación. Como característica propia de la comercialización de las hortalizas frescas hay que destacar la importancia del autoconsumo que está próximo al 12%, aunque en ajos (20%), coles (30%), judías verdes (15%), verduras de hoja (23%) y berenjenas (20%) se convierte en un cauce de abastecimiento realmente significativo –también debe destacarse que el 64% de las hortalizas frescas producidas mediante técnicas ecológicas se orientan hacia el autoconsumo–.

En este contexto de la distribución de hortalizas frescas conviene no olvidar el papel estratégico que viene desarrollando durante décadas la Empresa Nacional

GRÁFICO Nº 6

**CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS 2004. PORCENTAJE**



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).

Mercasa a través de sus Unidades Alimentarias, que aseguran la continuidad en el abastecimiento, la calidad y correcta manipulación de los productos así como la regulación zonal de los precios. Entre otras circunstancias, parece oportuno destacar los siguientes aspectos de la importante actuación que realiza Mercasa como eslabón mayorista en la distribución de hortalizas frescas:

- La Red de Mercas ofrece una infraestructura logística repartida por todo el territorio nacional que facilita la comercialización de hortalizas frescas y, por tanto, canaliza las actuaciones de empresas mayoristas y minoristas; además, simplifica notablemente el abastecimiento de estos productos a las instituciones y a los negocios de hostelería y restauración. Durante el año 2004, las 23 Unidades Alimentarias que estaban en funcionamiento dedicaron 544.247 m<sup>2</sup>



a la comercialización de frutas y hortalizas –un 60,5% sobre el total de la superficie de los mercados–; existen otros 6 millones de m<sup>2</sup> en aparcamientos, viales y zonas de actividades complementarias que refuerzan la actividad comercial de todas estas empresas.

- En las 23 Mercas están instaladas unas 1.200 empresas mayoristas que se dedican a la comercialización de frutas y hortalizas.
- Por Mercas, destacan nueve que tienen más de 20.000 m<sup>2</sup> dedicados exclusivamente al comercio de frutas y hortalizas: Mercamadrid (124.000 m<sup>2</sup>), Mercabarna (79.701 m<sup>2</sup>), Mercazaragoza (33.250 m<sup>2</sup>), Mercavalencia (31.272 m<sup>2</sup>), Mercasevilla (29.157 m<sup>2</sup>), Mercabilbao (27.871 m<sup>2</sup>), Mercatenerife (24.464 m<sup>2</sup>), Mercagranada (20.996 m<sup>2</sup>) y Mercasturias (20.331 m<sup>2</sup>).

CUADRO Nº 5

## COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS EN LA RED DE MERCAS

	CANTIDADES COMERCIALIZADAS (TN)			MERCAS	VOLUMEN	% VOLUMEN
	2004	2003	% 04/03		COMERCIALIZADO HORTALIZAS FRESCAS (TONELADAS)	COMERCIALIZADO TOTAL HORTALIZAS FRESCAS
ACELGAS	31.931	32.887	-2,9	MERCALGECIRAS (*)	572	0,0
AJOS	19.021	18.463	3,0	MERCALICANTE	20.111	1,3
ALCACHOFAS	29.709	28.699	3,5	MERCASTURIAS	22.465	1,5
APIOS	8.992	8.733	3,0	MERCABADAJOZ	4.927	0,3
BERENJENAS	30.162	29.655	1,7	MERCABARMA	328.281	21,6
CALABACINES	41.531	41.140	1,0	MERCABILBAO	48.284	3,2
CEBOLLAS	134.948	137.371	-1,8	MERCACÓRDOBA	27.663	1,8
COLES	48.206	46.818	3,0	MERCAGALICIA	2.220	0,1
COLIFLORES	42.430	42.321	0,3	MERCAGRANADA	50.901	3,3
CHAMPIÑONES Y SETAS	17.644	17.076	3,3	MERCAIRUÑA	14.618	1,0
ESPÁRRAGOS	9.691	10.331	-6,2	MERCAJEREZ	12.380	0,8
ESPINACAS	7.186	7.225	-0,5	MERCALASPALMAS	78.061	5,1
HABAS VERDES	7.400	4.931	50,1	MERCALEÓN	6.954	0,5
JUDÍAS VERDES	60.867	53.623	13,5	MERCAMADRID	422.504	27,8
LECHUGAS	240.817	239.895	0,4	MERCAMÁLAGA	76.316	5,0
PEPINOS	41.994	41.468	1,3	MERCAMURCIA	39.172	2,6
PIMIENTOS	134.090	127.890	4,8	MERCAPALMA	60.999	4,0
PUERROS	25.331	24.585	3,0	MERCASALAMANCA	19.983	1,3
TOMATES	381.736	374.017	2,1	MERCASANTANDER	10.861	0,7
ZANAHORIAS	65.850	66.634	-1,2	MERCASEVILLA	92.414	6,1
OTRAS HORTALIZAS	141.198	135.133	4,5	MERCATENERIFE	35.616	2,3
<b>TOTAL HORTALIZAS</b>	<b>1.520.734</b>	<b>1.488.895</b>	<b>2,1</b>	MERCAVALENCIA	82.952	5,5
				MERCAZARAGOZA	62.480	4,1
				<b>TOTAL RED MERCAS</b>	<b>1.520.734</b>	<b>100,0</b>

(\*) Mercalgeciras ha iniciado su actividad a mediados de 2004.

Fuente: Elaboración propia con datos de Mercasa (2005).

- El valor de los productos comercializados en los mercados mayoristas de las Unidades Alimentarias superó los 6.550 millones de euros en 2004. Las frutas y hortalizas han sido el grupo que ha conseguido una mayor representatividad con más del 50% –concretamente, 3.355,4 millones de euros–. Las hortalizas frescas alcanzaron los 1.224,6 millones de euros y, por tanto, suponen el 36% dentro del grupo de frutas y hortalizas –conviene apuntar, además, que la comercialización de patatas alcanzó un valor de 184,8 millones de euros–.
- En cuanto al volumen de los productos comercializados en las Unidades Alimentarias de la Red Mercasa destaca que las hortalizas frescas sobrepasan los 1,52 millones de toneladas y dentro del grupo de frutas, hortalizas y patatas representan más del 36%. Por Mercas, superan la comercialización de 50.000 toneladas de hortalizas frescas Mercabarna (328.281 toneladas), Mercagranada (50.901 toneladas), Mercalaspalmas (78.061 toneladas), Mercamadrid (422.504 toneladas), Mercamálaga (76.316 toneladas), Mercapalma (60.999 toneladas), Mercasevilla (92.414), Mercavalencia (82.952 toneladas) y Mercazaragoza (62.480).
- Por productos, en 2004 se comercializaron a través de la Red de Mercas un total de 31.931 toneladas de acelgas, 30.162 toneladas de berenjenas, 41.531 toneladas de calabacines, 134.948 toneladas de cebollas, 48.206 toneladas de coles, 42.430

CUADRO Nº 6

**CONSUMO, GASTO Y PRECIO DE HORTALIZAS FRESCAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

2004

	CONSUMO		GASTO		PRECIO	
	MAYOR	MENOR	MAYOR	MENOR	MAYOR	MENOR
TOMATES	CATALUÑA	LA RIOJA	CATALUÑA	LA RIOJA	PAÍS VASCO	ANDALUCÍA
CEBOLLAS	CATALUÑA	CASTILLA-LA MANCHA	CATALUÑA	MURCIA	PAÍS VASCO	C. VALENCIANA / MURCIA
AJOS	EXTREMADURA	PAÍS VASCO	EXTREMADURA	PAÍS VASCO	ARAGÓN	BALEARES
COLES	GALICIA	MURCIA	GALICIA	MURCIA	CANARIAS	NAVARRA
PEPINOS	CASTILLA-LA MANCHA	CANTABRIA	C. VALENCIANA	CANTABRIA	CANTABRIA	ANDALUCÍA
JUDÍAS VERDES	ARAGÓN	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ANDALUCÍA	BALEARES	EXTREMADURA
PIMIENTOS	CASTILLA Y LEÓN	LA RIOJA	BALEARES	LA RIOJA	CANARIAS	CASTILLA-LA MANCHA
CHAMPINONES Y SETAS	ARAGÓN	EXTREMADURA	ARAGÓN	GALICIA	CANARIAS	MURCIA
LECHUGAS, ESCAROLAS, ENDIVIAS	NAVARRA	CASTILLA-LA MANCHA	NAVARRA	CANTABRIA	BALEARES	ASTURIAS
ESPÁRRAGOS	CATALUÑA	CANARIAS	CASTILLA-LA MANCHA	CANARIAS	CANARIAS	CASTILLA Y LEÓN
VERDURAS DE HOJA	ARAGÓN	ASTURIAS	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	ARAGÓN
BERENJENAS	C. VALENCIANA	GALICIA	C. VALENCIANA	GALICIA	GALICIA	ANDALUCÍA
ZANAHORIAS	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	CANARIAS	EXTREMADURA	CANARIAS	LA RIOJA
CALABACINES	CANARIAS	GALICIA	CANARIAS	GALICIA	CANARIAS	MURCIA
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	CATALUÑA	EXTREMADURA	CATALUÑA	EXTREMADURA	BALEARES	MURCIA
VERDURAS Y HORT. DE IV GENERACIÓN	CANARIAS	CANTABRIA	BALEARES	EXTREMADURA	BALEARES	ANDALUCÍA
VERDURAS Y HORT. ECOLÓGICAS	CASTILLA Y LEÓN	LA RIOJA	CASTILLA Y LEÓN	LA RIOJA	LA RIOJA	ANDALUCÍA
<b>TOTAL HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>CATALUÑA</b>	<b>CANTABRIA</b>	<b>CATALUÑA</b>	<b>CANTABRIA</b>	<b>BALEARES</b>	<b>ANDALUCÍA</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).

toneladas de coliflores, 60.867 toneladas de judías verdes, 240.817 toneladas de lechugas, 41.994 toneladas de pepinos, 134.090 toneladas de pimientos, 381.736 toneladas de tomates y 65.850 toneladas de zanahorias. La participación relativa en la comercialización otorga a las patatas una representatividad del 26%, a los tomates del 19% y a las lechugas del 12%.

Por tanto, todas estas cifras resaltan la notable participación que tiene la Empresa Nacional Mercasa en la canalización de hortalizas frescas (durante el 2004 la cantidad total comercializada creció un 2,13% respecto al año 2003, pasando de 1.488.895 toneladas a 1.520.734 toneladas). El cuadro, 5 resume algunas otras cifras de la Red de Mercas en la distribución de hortalizas frescas.

En apartados anteriores de este trabajo se apuntaba que, durante el año 2004, cada consumidor español gastó 77,45

euros y consumió 56,52 kilos en hortalizas frescas. Por tanto, pagó un precio medio de 1,37 euros por cada kilo comprado. Ahora bien, las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de hortalizas frescas y, por tanto, se advierten situaciones muy dispares en cada una de las comunidades autónomas.

El cuadro nº 6 presenta las situaciones más significativas en cuanto al consumo, gasto y precios pagados en el mercado de hortalizas frescas considerando las distintas comunidades autónomas. Esto es, resume cuáles son las comunidades que efectúan un mayor y un menor consumo per cápita en hortalizas frescas y, además, señala en qué comunidad autónoma se paga el mayor y el menor precio

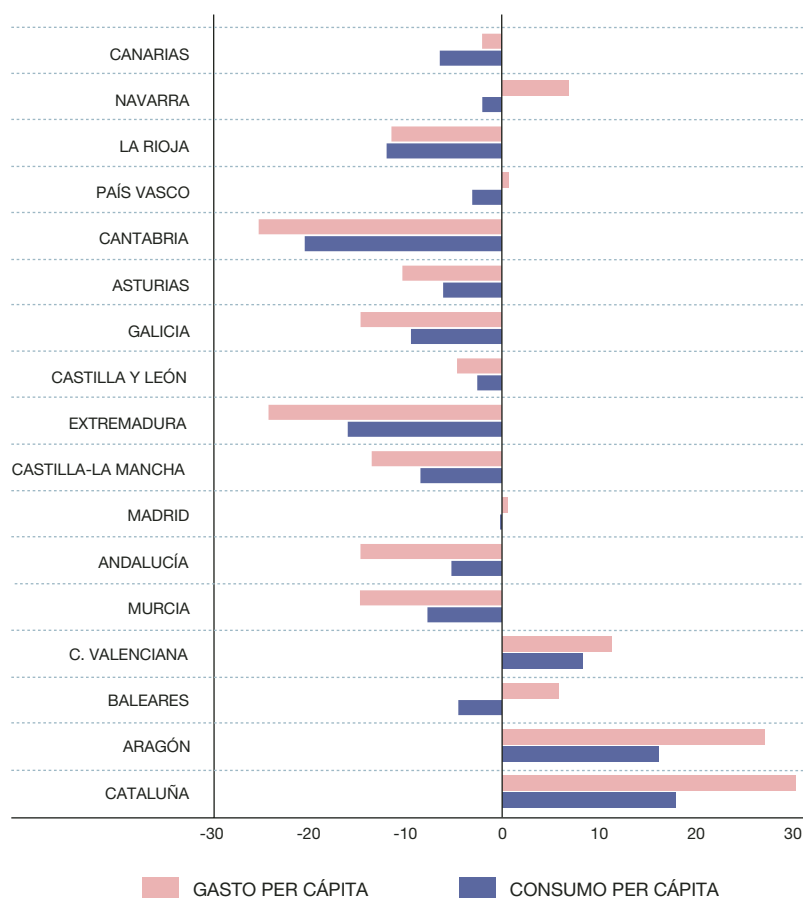
para cada uno de los productos. En consecuencia, se observa la amplia casuística por comunidades autónomas en que se desglosa consumo, gasto y precios pagados en el sector de las hortalizas frescas.

Por otra parte, el gráfico nº 7 recoge comparaciones –tanto en términos de consumo como de gasto– entre las comunidades autónomas y los niveles medios del conjunto del país. Este gráfico indica, a través de las desviaciones con respecto a la media nacional, que Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana y Madrid son las comunidades autónomas que más consumen en hortalizas frescas, mientras que Cantabria, Extremadura, La Rioja y Galicia son las que menos consumo realizan. En definitiva, se observan cuatro comunidades autónomas con una desviación positiva –por encima de la media– y trece comunidades autónomas con una desviación negativa –por debajo de la media–.



GRÁFICO Nº 7

**CONSUMO Y GASTO PER CÁPITA DE HORTALIZAS FRESCAS POR CCAA**  
**PORCENTAJE DESVIADO A LA MEDIA NACIONAL\***



\* Media nacional consumo hortalizas frescas = 56,52 kg por persona.

Media nacional gasto hortalizas frescas = 77,45 kg por persona.

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2005).

También, utilizando desviaciones sobre la media nacional, se posiciona a las comunidades autónomas en función del gasto dedicado a hortalizas frescas. En este caso, se contabilizan siete comunidades por encima de la media y diez regiones por debajo de la media –Cataluña es la que tiene una desviación positiva más elevada y Cantabria la que tiene una desviación negativa mayor–. Por último apuntar la situación de Baleares, País Vasco y Navarra que tienen un gasto per cápita por encima de la media aún contando con un consumo per cápita inferior a la media; esta circunstancia supone que el precio pagado por las hortalizas frescas en estas comunidades autónomas es más elevado. ■

**VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO**  
 Universidad Complutense de Madrid

**BIBLIOGRAFÍA**

FÁLDER, A. (2004): “Enciclopedia de los Alimentos. Hortalizas”, *Distribución y Consumo*, nº 75. Mayo / Junio.

MAPA (2005): Dossier de datos sobre la Alimentación en España. Mimeo. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.

MARTÍN, V. J. (2004): “Consumo de hortalizas y frutas frescas. Distribución territorial”, *Distribución y Consumo*, nº 75. Mayo / Junio.

MERCASA (2005): Dossier de datos sobre la Empresa Nacional Mercasa. Mimeo. Madrid. [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es).