



Consumo de frutas y hortalizas

Evolución, situación actual y perfiles de la demanda

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense de Madrid.

RESUMEN

Este artículo aborda el estudio de la demanda de frutas y hortalizas en España durante los últimos años y, además, caracteriza al consumidor para establecer las principales diferencias entre los segmentos de consumo en esta familia de productos. Se han utilizado datos secundarios, procedentes de investigaciones empíricas sobre comportamiento de gasto de los consumidores, realizadas para el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). Los resultados permiten constatar la desigual evolución en la demanda de frutas, hortalizas y patatas durante los últimos años. En frutas frescas, el segmento que muestra un mayor consumo relativo es el de adultos independientes (200,4 kilos), que casi duplica el consumo medio, seguido por los hogares unipersonales (198,1 kilos). El perfil del consumo de las hortalizas muestra una participación por encima de la media en los hogares unipersonales (115,9 kilos), los hogares con retirados (108,7 kilos) y los compradores por encima de 65 años (103,3 kilos). Por último, la demanda de patatas muestra pocas divergencias en función de los segmentos que se han considerado en este trabajo: la variable más influyente sería el tamaño del hogar (hogares unipersonales con 44,2 kilos) y la menos significativa el hábitat de residencia (áreas metropolitanas con 30,5 kilos).
PALABRAS CLAVE: frutas, hortalizas, patatas, consumo, cuota de mercado, perfil del consumo

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

El consumo de frutas 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 el mercado español, la partida de frutas frescas, a pesar del incremento de la calidad y variedad de los productos ofertados, muestra un cierto estancamiento en las cifras de consumo per cápita durante el periodo 1987-2015 (gráfico 1). Con carácter general, destaca que la evolución de la demanda ha

sido bastante pareja en las distintas variedades de frutas analizadas con descensos notables durante la década de los noventa que buscan un punto de recuperación durante los últimos años. Los niveles de consumo en 2015 son inferiores a los registrados en 1987 con las excepciones en plátanos y en total fruta (en este último caso, la evolución positiva es resultado del incremento en la variedad de frutas ofertadas durante las dos últimas décadas).

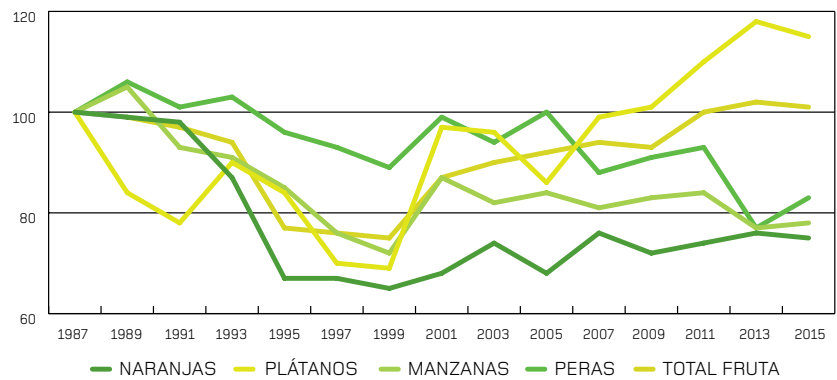
Atendiendo a los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas ha ascendido 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 4,4 euros per cápita. En el periodo 2010-2014, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (104,0 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2013 (142,7 euros por consumidor) tal y como se muestra en el gráfico 2.

En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2010-2014 ha sido diferente para cada tipo de producto (gráfico 3). Respecto a la demanda de 2010, el consumo de plátanos aumenta, las naranjas muestran estabilidad y, por el contrario, en manzanas y frutas de IV gama se produce un descenso.

En cuanto a las hortalizas frescas, ocupan un lugar significativo dentro de las demandas de los hogares españoles aunque constituyen un grupo muy heterogéneo con gran variedad de especies (frutos, flores, raíces, tubérculos, bulbos, tallos, brotes y hojas son consumidos).

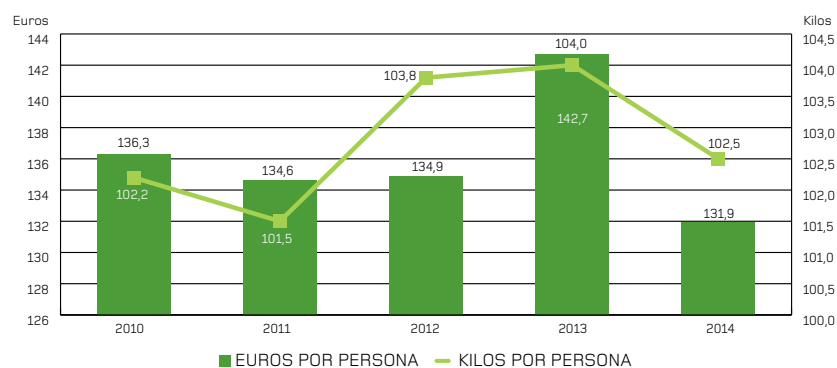
El gráfico 4 desglosa el consumo de tomates, cebollas, judías verdes, pimientos, lechugas, escarolas y endivias y patatas durante el periodo 1987-2015. Con carácter general, ha venido destacando la preferencia de los consumidores españoles por determinados productos como, por ejemplo, los tomates, las cebollas y las lechugas, escarolas y endivias. En la evolución entre 1987 y 2015, se observa una recuperación en el consumo per cápita de las hortalizas a partir del año 2001 aunque la situación es dispar: aparece una demanda creciente, después de distintas oscilaciones, en patatas, cebollas y tomates pero, por el contrario,

GRÁFICO 1

Evolución del consumo de frutas, 1987-2015 (1987=100)

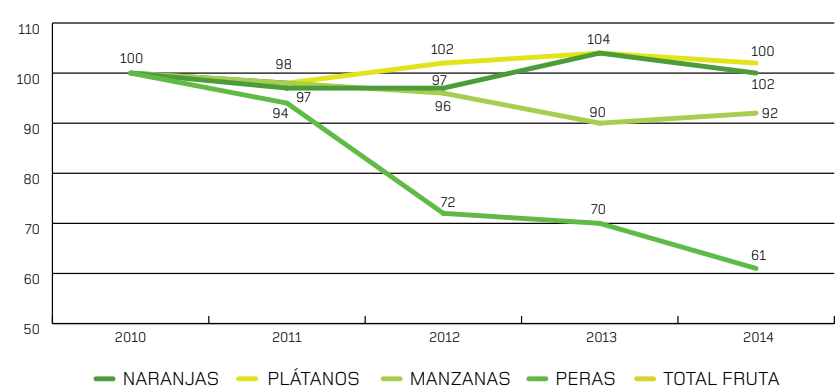
Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

GRÁFICO 2

Evolución del consumo y del gasto en frutas frescas, 2010-2014

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

GRÁFICO 3

Evolución del consumo por tipos de frutas frescas (2010=100), 2010-2014

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Producción sostenible y kiwis de excelente calidad todo el año gracias al Sistema Zespri

Uno de los principales objetivos de Zespri® es ofrecer durante todo el año kiwis de excelente calidad y con las mejores características organolépticas. Para ello, todos los agricultores y distribuidores que trabajan con la compañía en cualquier parte del mundo lo deben hacer siguiendo las pautas del Sistema Zespri, un estricto proceso de producción medioambiental integrado y de entregas exclusivo de la compañía, que garantiza la excelencia de todos y cada uno de los kiwis Zespri, tanto en su variedad Zespri Green como Zespri SunGold.



El Sistema Zespri incluye pautas para el cuidado del entorno, como parte de una filosofía sobre la sostenibilidad medioambiental, social y económica que es esencial para Zespri® como primer comercializador de kiwis a nivel mundial. La compañía cuenta con un gran legado de innovaciones de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente que se han ido implementando en todo el ciclo vital de los kiwis, con la finalidad última de combatir activamente el cambio climático.

En primer lugar, el Sistema Zespri se centra en el cultivo, ya que para garantizar la calidad de los kiwis, es fundamental cuidarlos desde su origen. Por ello, Zespri® pone especial atención en seleccionar adecuadamente la localización de las plantaciones para asegurar que los kiwis puedan crecer de forma natural y con óptimas condiciones de espacio, luz y aire. Pero eso no es todo, ya que establece también que se debe reutilizar la madera de los arbustos como abono y hacer un consumo responsable del agua, entre otros aspectos medioambientales.

En cuanto a la fase de almacenamiento, cabe destacar que antes de recolectar los kiwis Zespri®, se realizan diferentes exámenes externos para confirmar que la fruta está en su momento óptimo de

recogida. De este modo, se garantiza la máxima durabilidad durante el transporte y la mejor calidad y sabor para el consumidor final. Una vez recolectados, los kiwis Zespri pasan a almacenarse en cámaras frigoríficas respetuosas con el medio ambiente.

Asimismo, el Sistema Zespri establece pautas para el transporte de la fruta. En lo que respecta a este punto, los kiwis Zespri solo se trasladan en buques de carga refrigerados, que contaminan menos que otros medios, con el objetivo de reducir al máximo la huella de carbono. Esto se complementa con la implantación de códigos de barras EAN 128 en envases y palés, para seguir de forma exhaustiva el recorrido que realiza la fruta en todo el proceso de suministro.

En definitiva, el Sistema Zespri es una de las claves principales para la excelencia de los kiwis Zespri, ya que es el proceso que determina los pasos que deben seguir todos los agricultores que trabajan con la compañía, tanto en materia de producción como medioambiental. Esto favorece el cultivo en los dos hemisferios del planeta, siempre de forma sostenible, lo que permite ofrecer kiwis Zespri durante los 365 días del año con la misma calidad y propiedades organolépticas.



¡Te da más!

Sabor, Calidad y Vitalidad



Calidad y sostenibilidad

Cuando un kiwi Zespri® llega a sus manos ha superado el exclusivo proceso de control "Zespri® System". Este riguroso sistema se aplica en el cultivo, el almacenamiento y la distribución, incorporando siempre pautas para la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Es la garantía de la excelencia y el delicioso sabor de cada uno de nuestros kiwis.



www.zespri.es

Síguenos en

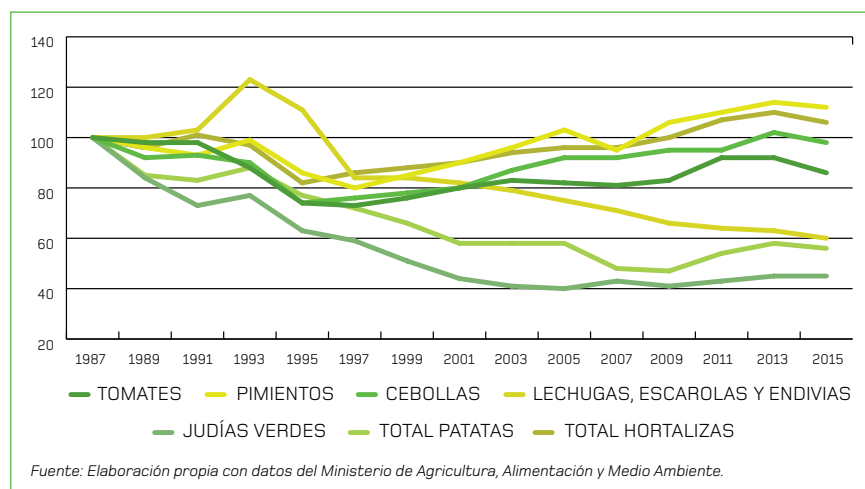


@zespri_es



facebook.com/zespri.espana

GRÁFICO 4

Evolución del consumo de frutas, 1987-2015 (1987=100)

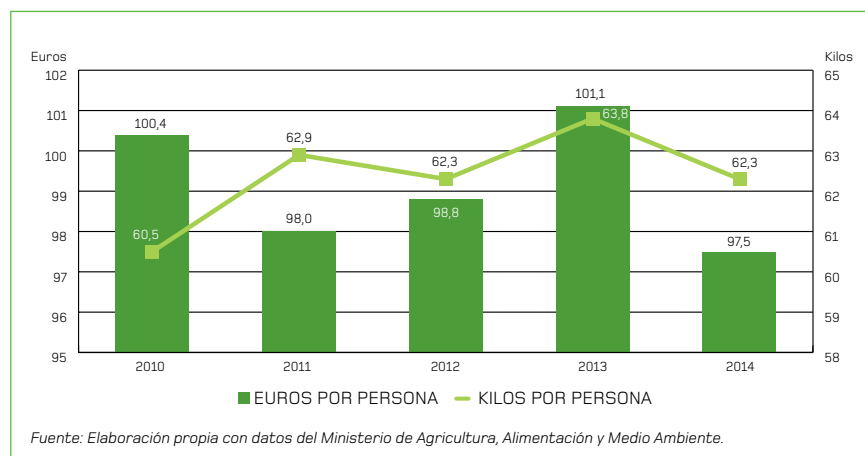
judías verdes, patatas y lechugas, esca-
rolas y endivias pierden consumo. La no-
table variedad de hortalizas que se han
ido introduciendo en el mercado español
durante los últimos años hace que, a par-
tir de 1997, se eleve significativamente
la partida de otras hortalizas.

Focalizando el análisis en los últimos
cinco años, el consumo de hortalizas fres-
cas ha ascendido 1,8 kilos por persona
aunque el gasto ha experimentado una
reducción de 2,9 euros per cápita (gráfico
5). En el periodo 2010-2014, el consumo
más elevado se produjo en el año 2013
(63,8 kilos), mientras que el mayor gasto
también tuvo lugar en el ejercicio 2013
(101,1 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la
evolución del consumo per cápita duran-
te el periodo 2010-2014 ha sido diferen-
te para cada tipo de producto (gráfico 6).
Respecto a la demanda de 2010, el
consumo de tomates y cebollas se man-
tiene estable, mientras que en lechugas,
escarolas y endivias, y en hortalizas de IV
gama se produce un descenso.

En este contexto, las patatas tienen
una importancia notable en la cesta de
la compra de los hogares españoles. Du-
rante los últimos cinco años, el consumo
por persona de patatas se ha mantenido
estable de la misma forma que ha suce-
dido con el gasto per cápita. En el perio-
do 2010-2014, el consumo más elevado
tuvo lugar en el año 2013 (30,7 kilos),
mientras que el mayor gasto se produjo
también en el ejercicio 2013 (26,3 euros
por consumidor) tal y como se refleja en
el gráfico 7. Al mismo tiempo, la evolución
del consumo per cápita durante el perio-
do 2010-2014 ha sido diferente para
cada tipo de producto; respecto a la de-
manda de 2010, el consumo de patatas
procesadas aumenta y, por el contrario,
en patatas frescas y congeladas se pro-
duce un descenso (gráfico 8).

GRÁFICO 5

Evolución del consumo y del gasto en hortalizas frescas, 2010-2014

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Según los últimos datos disponibles, los
hogares españoles consumen 4.593,4
millones de kilos de frutas frescas y gas-

Frutas TITO

CALIDAD Y SERVICIO DESDE 1955



VENTA Y DISTRIBUCIÓN



Frutas y Hortalizas

Puestos 227-229-219

Telf: 94 448 54 20

Fax: 94 448 54 24

frutastito@frutastito.com

Plátanos

Puestos 610-615-616

Telf: 94 448 54 45

Fax: 94 448 54 53

platanostito@frutastito.com

MERCABILBAO-48970 Basauri (Bizkaia)

tan 5.912,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llega a 102,5 kilos de consumo y 131,9 euros de gasto (cuadro 1).

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (27,1 kilos por persona y año), lo que representa un 26,4% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (17,1 kilos per cápita y 16,7% del consumo total) y de los plátanos (11,5 kilos per cápita y 11,2% de consumo). Por su parte, las manzanas representan consumos menores, alcanzando los 11,1 kilos por persona al año (10,8% del consumo total de frutas frescas).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 18,5%, con un total de 24,5 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 12,4% y un total de 16,4 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, que alcanzan el 10,8% del gasto total en frutas frescas (14,2 euros por persona); y los melones y sandías, con un porcentaje del 10,3% y 13,6 euros por persona al año.

La estacionalidad se ha advertido como un fenómeno muy importante en la demanda de frutas frescas. Así pues, el consumo está por encima de la media mensual en el periodo comprendido entre junio y octubre (también aparece como excepción el mes de enero). Por productos, las naranjas y mandarinas concentran su demanda especialmente en enero; agosto es el mes donde cuenta con el menor consumo. Además, melocotones (agosto), albaricoques (junio), fresas (abril), melones (agosto), sandías (julio), ciruelas (septiembre), cerezas (junio) y uvas (octubre) muestran una temporalidad muy significativa en su demanda que lleva a que en algunos meses concretos se supere holgadamente la media mensual.

Para la compra de frutas frescas, los hogares recurrieron mayoritariamente a los establecimientos especializados (38,4% de cuota de mercado). Los supermercados alcanzan en estos productos una cuota del 37,7%, mientras que el hipermercado concentra el 8,0%. Los mercadillos, por su parte, suponen el 5,6%,

GRÁFICO 6

Evolución del consumo por tipos de hortalizas frescas (2010=100), 2010-2014

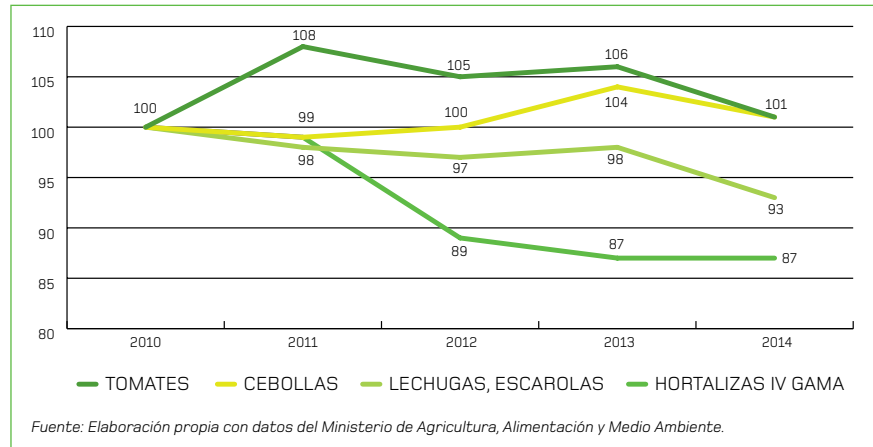


GRÁFICO 7

Evolución del consumo y del gasto en patatas, 2010-2014

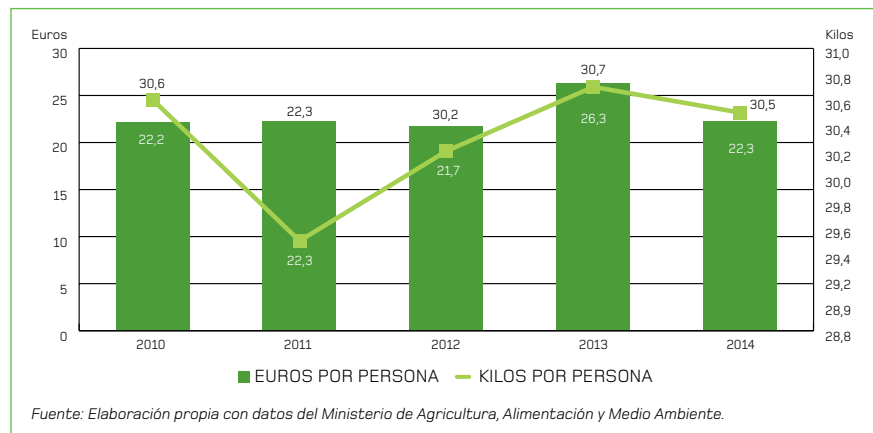
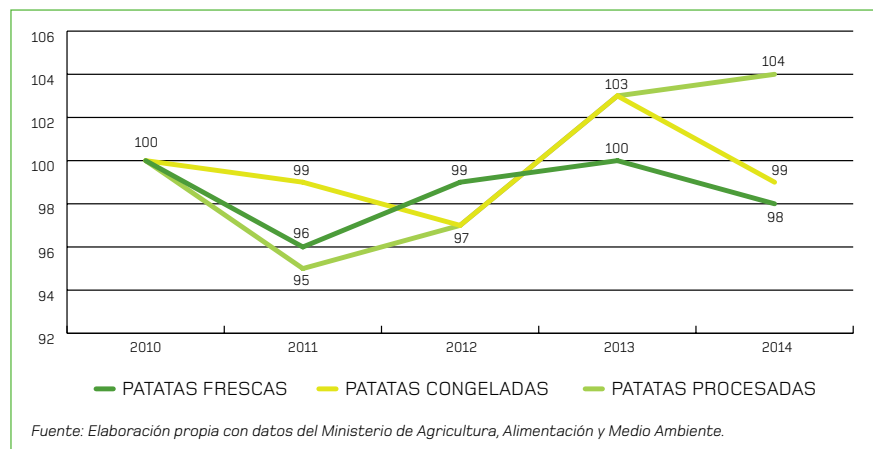


GRÁFICO 6

Evolución del consumo por tipos de hortalizas frescas (2010=100), 2010-2014





Las vemos nacer y crecer.
Y, claro, al final nos cogen cariño.

Sembrando confianza. Las vemos nacer, utilizando las mejores semillas y siguiendo prácticas de cultivo sostenible. Observamos cómo crecen, frescas, ricas en nutrientes y sanas. Las almacenamos y transportamos en unas condiciones de climatización óptimas. Muestra de ello es que contamos con sistemas internos de control APPCC de seguridad y sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2000. Y, por último, antes de entregarlas al consumidor, las vestimos con las mejores galas. En definitiva, en Ibérica de Patatas hacemos lo imposible para que sigan siendo las mejores patatas. Y es normal. Al final, también nos cogen cariño.



CUADRO 1

Consumo y gasto en frutas frescas de los hogares, 2014

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.593,4	102,5	5.912,5	131,9
NARANJAS	917,2	20,5	736,5	16,4
MANDARINAS	294,6	6,6	361,3	8,1
LIMONES	103,6	2,3	154,6	3,4
PLÁTANOS	514,3	11,5	735,4	16,4
MANZANAS	498,7	11,1	634,8	14,2
PERAS	279,2	6,2	362,3	8,1
MELOCOTONES	178,7	4,0	255,4	5,7
ALBARICOQUES	40,4	0,9	82,7	1,8
FRESAS Y FRESONES	133,1	3,0	277,5	6,2
MELÓN	387,9	8,7	340,5	7,6
SANDÍA	378,8	8,4	267,1	6,0
CIRUELAS	77,2	1,7	116,0	2,6
CEREZAS	77,3	1,7	209,7	4,7
UVAS	101,2	2,3	215,5	4,8
KIWI	138,3	3,1	349,0	7,8
AGUACATE	40,4	0,9	99,0	2,2
PIÑA	94,1	2,1	127,1	2,8
OTRAS FRUTAS FRESCAS	338,5	7,6	588,1	13,1
FRUTAS IV GAMA	81,5	1,8	119,1	2,7

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CUADRO 2

Consumo y gasto en hortalizas frescas de los hogares, 2014

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.794,6	62,3	4.370,7	97,5
TOMATES	640,9	14,3	880,2	19,6
CEBOLLAS	339,7	7,6	339,2	7,6
AJOS	42,7	1,0	149,8	3,3
COLES	82,6	1,8	82,8	1,8
PEPINOS	105,2	2,3	123,3	2,8
JUDÍAS VERDES	110,5	2,5	280,9	6,3
PIMIENTOS	229,7	5,1	357,6	8,0
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	61,0	1,4	225,5	5,0
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	200,7	4,5	400,7	8,9
ESPÁRRAGOS	33,1	0,7	64,2	1,4
VERDURAS DE HOJA	63,0	1,4	131,0	2,9
BERENJENAS	74,0	1,7	96,7	2,2
ZANAHORIAS	162,7	3,6	142,8	3,2
CALABACINES	177,1	3,9	220,2	4,9
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	471,7	10,5	875,8	19,5
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	130,1	2,9	381,1	8,5

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

mientras que el autoconsumo acapara el 5,5%. Las otras formas comerciales representan el 4,8% restante.

Respecto a las hortalizas frescas, durante el último ejercicio, los hogares españoles consumieron 2.794,6 millones de kilos y gastaron 4.370,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 62,3 kilos de consumo y 97,5 euros de gasto (cuadro 2).

El consumo más notable se asocia a los tomates (14,3 kilos por persona y año), lo que representa un 23,0% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,6 kilos per cápita y 12,2% del consumo total) y de los pimientos (5,1 kilos per cápita y 8,2% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 4,5 kilos por persona al año (7,2% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,1%, con un total de 19,6 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,1% y un total de 8,9 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,2% del gasto total en hortalizas frescas (8,0 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 7,8% y 7,6 euros por persona.

Las hortalizas frescas tienen un patrón de demanda temporal bastante similar a las frutas frescas que se traduce, por tanto, en consumo más elevado en verano (tomates y cebollas en julio; lechuga, escarola y endivia en junio; judías verdes en agosto; y, pimientos en septiembre). La demanda más reducida de estos productos se vincula al mes de diciembre (la excepción está en lechugas, escarolas y endivias que se produce durante el mes de febrero).

En cuanto al lugar de compra, los hogares recurrieron para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas tanto a los supermercados (36,5%) como a los establecimientos especializados (34,5% de cuota de mercado). Mientras, el autoconsumo concentra el 10,3%, los hipermercados suponen el 7,4% y los mercadillos acaparan el 5,2%. Las otras formas comerciales representan el 4,3% restante.

Atendiendo al consumo específico de patatas, los hogares españoles consumieron 1.365,1 millones de kilos y gastaron 999,4 millones de euros en este producto (cuadro 3). En términos per cápita, se llegó a 30,5 kilos de consumo y 22,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (22,9 kilos por persona y año), seguido de las patatas procesadas (1,3 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (1,0 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 65,0%, con un total de 14,5 euros por persona, las patatas procesadas el 30,0% con un total de 6,7 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 5,5% y 1,2 euros por persona.

En cuanto al lugar de compra, los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (44,2% de

CUADRO 3

Consumo y gasto en patatas de los hogares, 2014

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	1.365,1	30,5	999,4	22,3
PATATAS FRESCAS	1.027,5	22,9	648,7	14,5
PATATAS CONGELADAS	42,9	1,0	51,9	1,2
PATATAS PROCESADAS	58,9	1,3	298,8	6,7

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 26,4%, mientras que el hipermercado concentra el 11,1%. El autoconsumo representa un 7,3%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 3,1%. Las otras formas comerciales acaparan el 7,9% restante.

DIFERENCIAS EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

Los datos anteriores sirven para cuantificar detalladamente la demanda de frutas y hortalizas en España. No obstante, el consumo de estas familias presenta notables particularidades conforme a

Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

las características de los hogares. Entre los factores que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de frutas y hortalizas pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, la tipología de hogar o la comunidad autónoma. A continuación, se reflejan distintas comparaciones para establecer las principales divergencias con el consumo medio de frutas frescas, hortalizas frescas y patatas en función de diferentes variables.

Condición económica

Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de frutas y hortalizas mientras que los hogares de clase baja tienen la demanda más reducida de frutas, hortalizas y patatas tal y como se muestra en el cuadro 4. De forma particular sobre esta variable, pueden destacarse los siguientes aspectos:

CUADRO 4
Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la condición económica (kilos)

	CONSUMO MEDIO	CONDICIÓN ECONÓMICA			
		ALTA Y MEDIA ALTA	MEDIA	MEDIA BAJA	BAJA
TOTAL PATATAS	30,5	33,9	30,8	31,1	25,0
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	68,7	61,2	60,0	56,8
TOMATES	14,3	15,7	14,2	13,8	12,8
CEBOLLAS	7,6	8,3	7,2	7,5	7,0
PIMIENTOS	5,1	5,8	4,9	4,9	4,8
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	4,5	4,3	4,3	4,3
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	3,1	2,7	2,9	2,7
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	7,4	7,2	7,8	9,5
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	117,6	101,3	97,7	90,7
NARANJAS	20,5	24,6	20,1	18,9	18,2
PLÁTANOS	11,5	13,1	11,7	11,3	9,5
MANZANAS	11,1	12,4	10,8	10,8	10,0
PERAS	6,2	6,8	5,9	6,0	5,9
MELÓN	8,7	10,1	8,7	8,4	7,3
SANDÍA	8,4	9,1	9,0	8,3	6,9
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,7	1,7	1,8	1,8
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	8,3	8,6	8,7	9,6

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



- Los hogares de clase alta tienen una demanda superior a la media en casi todos los tipos de frutas y hortalizas destacando, por ejemplo, la demanda de tomates, cebollas, pimientos, naranjas, mandarinas, plátanos, manzanas o melones mientras que, por el contrario, su consumo es inferior únicamente en hortalizas ecológicas, frutas ecológicas y frutas de IV gama.
- Los hogares de clase media cuentan con una demanda de frutas y hortalizas ligeramente inferior al consumidor medio español (sucede lo contrario con las patatas). Destaca la menor participación en cebollas, lechugas, escarolas, endivias, naranjas, manzanas y peras. Su consumo es más elevado, por ejemplo, en patatas congeladas, plátanos y sandía.
- Los hogares de clase media baja cuentan con pocas variedades de frutas y hortalizas que tengan un consumo por encima de la media (por ejemplo, pata-



Desde hace 70 años en buenas manos. Comercializamos y distribuimos las manzanas de Alto Adige/Südtirol en todo el mundo. ¿Cuál es el secreto de nuestro éxito? ¿Es la calidad y el sabor de nuestras manzanas? ¿El clima de nuestra zona, ideal para su cultivo y producción? ¿O la diligencia de los productores de nuestras cooperativas hortofrutícolas, junto con la combinación eficaz entre tradición e innovación? Efectivamente, es todo eso. Pero de una forma especial, es la confianza de nuestros clientes, que es la que nos permite seguir construyendo nuestro éxito ¡desde hace 70 años! ¡Gracias de corazón por vuestra fidelidad!



Via Jakobi 1/A, I-39018 Terlano (Südtirol), Tel. +39 0471 256 700, Fax +39 0471 256 699, e-mail: info@vog.it, www.vog.it

CUADRO 5

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la conformación del hogar (kilos)

	CONSUMO MEDIO	PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR		
		SIN NIÑOS	NIÑOS < 6 AÑOS	NIÑOS 6 A 15 AÑOS
TOTAL PATATAS	30,5	34,3	18,8	26,1
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	76,9	30,9	40,8
TOMATES	14,3	17,5	7,0	9,6
CEBOLLAS	7,6	9,2	3,9	5,3
PIMIENTOS	5,1	6,4	2,3	3,3
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	5,7	2,0	2,7
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	3,5	1,6	1,9
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	10,5	3,2	5,5
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	127,7	49,7	64,1
NARANJAS	20,5	26,2	8,8	11,9
PLÁTANOS	11,5	13,4	7,2	8,4
MANZANAS	11,1	13,6	5,8	7,3
PERAS	6,2	7,7	3,3	3,6
MELÓN	8,7	10,9	4,0	5,3
SANDÍA	8,4	9,8	4,9	6,6
FRUTAS IV GAMA	1,8	2,2	1,2	1,1
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	11,5	4,0	5,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CUADRO 6

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la situación en el mercado laboral (kilos)

	CONSUMO MEDIO	SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	
		ACTIVA	NO ACTIVA
TOTAL PATATAS	30,5	25,1	34,9
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	49,6	73,0
TOMATES	14,3	11,5	16,6
CEBOLLAS	7,6	6,0	8,9
PIMIENTOS	5,1	4,1	6,0
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	3,3	5,4
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	2,6	3,2
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	5,9	10,3
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	79,9	121,4
NARANJAS	20,5	15,2	24,9
PLÁTANOS	11,5	9,6	13,1
MANZANAS	11,1	8,8	13,1
PERAS	6,2	4,6	7,6
MELÓN	8,7	6,8	10,2
SANDÍA	8,4	7,3	9,4
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,6	2,0
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	6,3	11,5

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



tas) y destaca su menor demanda en naranjas y mandarinas.

- En los hogares de clase baja se aprecia un menor consumo relativo en patatas frescas, congeladas y procesadas, tomates, pepinos, champiñón, calabacines, plátanos, fresas, melón y sandía. Sin embargo, se observa un consumo superior a la media en ajos, coles, espárragos, ciruelas, uvas o frutas ecológicas.

Presencia de niños en el hogar

En un primer momento, puede apuntarse que los hogares sin niños demandan más volumen de frutas y hortalizas mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años (cuadro 5). De forma particular, se observan los siguientes aspectos con respecto a esta variable:

- Los hogares sin niños tienen un consumo superior a la media en todas las variedades de frutas y hortalizas con la única particularidad de las patatas congeladas. Destaca, de manera especial, la demanda de espárragos, verduras de hoja, melocotones, albaricoques, ciruelas, cerezas, uvas y kiwis.
- Los hogares con niños no cuentan con desviaciones positivas en el consumo de casi ningún tipo de frutas y horta-

lizas (la excepción vuelve a estar en las patatas congeladas). Cuando los niños son menores de seis años, aparece una demanda menor a la media especialmente en espárragos, verduras de hoja, albaricoques, ciruelas, cerezas y uvas.

Situación en el mercado de trabajo

Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas es superior (cuadro 6); destaca que en casi todas las variedades este colectivo cuenta con una desviación positiva con respecto a la media (la única excepción aparece en las patatas procesadas). Por el contrario, cuando el encargado de comprar está trabajando, el consumo de frutas y hortalizas resulta sistemáticamente más reducido (por ejemplo, coles, verduras ecológicas, uvas o frutas ecológicas).

CUADRO 7

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la edad (kilos)

	CONSUMO MEDIO	EDAD			
		< 35 AÑOS	35 A 49 AÑOS	50 A 64 AÑOS	> 65 AÑOS
TOTAL PATATAS	30,5	19,5	25,8	33,7	42,2
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	34,0	44,4	72,2	103,3
TOMATES	14,3	7,8	10,5	16,8	22,8
CEBOLLAS	7,6	4,3	5,4	8,9	12,3
PIMIENTOS	5,1	2,7	3,6	6,2	8,4
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	2,2	2,9	5,0	8,3
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	2,0	2,2	2,9	4,8
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	2,7	5,8	9,8	15,1
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	50,6	70,1	117,5	180,9
NARANJAS	20,5	9,0	13,6	23,1	38,4
PLÁTANOS	11,5	7,1	8,8	13,1	17,4
MANZANAS	11,1	5,6	8,1	12,5	19,0
PERAS	6,2	3,1	4,0	7,0	11,7
MELÓN	8,7	4,2	5,8	10,1	15,4
SANDÍA	8,4	5,1	6,6	10,1	12,1
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,1	1,3	1,8	3,3
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	3,1	6,1	10,1	17,8

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Salanova

¡Un corte y listo!

Salanova® es una nueva gama de lechugas de fácil preparado. Mediante un único corte la lechuga se deshoja en un gran número de preciosas hojitas de igual tamaño y excelente sabor. Salanova® se presenta con raíz como "Lechugas vivas" o sin raíz como "Duo Pack".

Salanova



Visítenos del 28 al 30 de octubre
en Fruit Attraction 2015
Centro de convenciones de IFEMA (Madrid)
Pabellón 9 • STAND 9E11

CUADRO 8

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según tamaño del hogar (kilos)

	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL HOGAR				
		1 PERSONA	2 PERSONAS	3 PERSONAS	4 PERSONAS	5 Y MÁS PERSONAS
TOTAL PATATAS	30,5	44,2	34,1	29,3	24,5	23,0
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	114,8	83,6	56,1	39,5	35,5
TOMATES	14,3	25,3	19,0	13,3	9,3	7,7
CEBOLLAS	7,6	12,3	9,9	7,0	5,1	4,9
PIMIENTOS	5,1	9,4	6,9	4,7	3,2	2,9
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	9,0	6,1	3,7	2,8	2,6
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	7,7	3,5	2,2	1,8	1,6
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	11,1	10,9	8,6	5,4	5,3
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	198,1	138,8	90,7	64,0	54,0
NARANJAS	20,5	40,4	28,7	18,0	12,3	9,7
PLÁTANOS	11,5	19,9	13,5	10,8	8,3	7,7
MANZANAS	11,1	20,7	14,8	9,5	7,4	6,5
PERAS	6,2	12,6	8,4	5,4	3,9	3,3
MELÓN	8,7	14,9	12,2	7,9	5,6	4,2
SANDÍA	8,4	12,5	10,8	8,6	5,9	5,0
FRUTAS IV GAMA	1,8	4,9	2,1	1,3	1,1	1,2
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	12,9	12,1	9,2	6,0	5,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Edad

En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años (cuadro 7). De forma particular, aparecen las siguientes peculiaridades en el consumo de frutas y hortalizas en función de la edad:

- Los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas en la demanda de casi todos los tipos de frutas y hortalizas (la única excepción aparece en patatas congeladas). Las divergencias son especialmente significativas en verduras de hoja, coles, judías verdes, albaricoques, ciruelas, cerezas, uvas y frutas ecológicas.
- Los mayores de 65 años consumen una cantidad notablemente superior en este tipo de productos (un 38,6% en patatas, un 65,6% en hortalizas y un 76,5% en frutas). La demanda es inferior a la media tan solo en patatas congeladas (un -50%).

Número de miembros del hogar

Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas, hortalizas y patatas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar (cuadro 8). En este caso, se observan las siguientes peculiaridades:

- Los hogares de una persona tienen una demanda superior a la media en

casi todas las variedades de frutas y hortalizas (la excepción está en las patatas congeladas) y consumen, por ejemplo, más coles, lechugas, espárragos, verduras de IV gama, limones, peras, melocotones, albaricoques, ciruelas y kiwis.

- Los hogares de tres personas son el punto de inflexión para establecer los consumos por encima y por debajo de





Primaflor

*Sencillamente
natural*



Nuestros productos son naturalmente sencillos: lechugas, ajos, cebollas, calabazas, tomates... Pero, no por ello, nuestra tarea es simple: hacerlos crecer requiere de mucha experiencia, cuidado y mimo. En Primaflor los cultivamos en nuestros campos desde la semilla para que lleguen, sencillamente frescos, a tu mesa.

CUADRO 9

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según el hábitat de residencia (kilos)

	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL HOGAR				
		> 2.000 HABITANTES	2.000 A 10.000 HABITANTES	10.001 A 100.000 HABITANTES	100.001 A 500.000 HABITANTES	> 500.000 HABITANTES
TOTAL PATATAS	30,5	30,6	29,0	29,5	32,1	31,6
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	78,2	58,0	57,9	63,2	70,2
TOMATES	14,3	17,3	12,7	13,7	14,4	16,0
CEBOLLAS	7,6	10,1	7,5	7,0	7,7	7,9
PIMIENTOS	5,1	6,4	4,8	4,8	5,3	5,4
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	7,0	4,4	3,9	4,5	4,8
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	2,5	2,2	2,9	3,3	3,3
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	25,4	12,9	6,2	5,9	4,9
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	111,6	89,9	96,6	108,9	117,2
NARANJAS	20,5	22,9	17,8	18,8	22,1	24,1
PLÁTANOS	11,5	10,2	10,2	11,2	12,3	12,8
MANZANAS	11,1	12,5	10,1	10,4	12,1	12,1
PERAS	6,2	6,8	5,7	5,9	6,7	6,8
MELÓN	8,7	10,1	8,1	8,1	9,0	9,5
SANDÍA	8,4	10,1	7,9	8,3	8,2	9,0
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,3	1,7	2,1	1,8	1,6
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	23,2	11,7	7,6	7,2	7,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CUADRO 10

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según el hábitat de residencia (kilos)

	CONSUMO MEDIO	LUGAR DE RESIDENCIA	
		ÁREAS NO METROPOLITANAS	ÁREAS METROPOLITANAS
TOTAL PATATAS	30,5	30,5	30,5
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	60,7	66,9
TOMATES	14,3	13,9	15,3
CEBOLLAS	7,6	7,6	7,6
PIMIENTOS	5,1	5,0	5,3
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	4,5	4,5
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	2,8	3,2
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	9,7	4,4
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	99,1	111,8
NARANJAS	20,5	19,5	23,1
PLÁTANOS	11,5	11,2	12,1
MANZANAS	11,1	10,9	11,7
PERAS	6,2	6,1	6,7
MELÓN	8,7	8,4	9,4
SANDÍA	8,4	8,3	8,9
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,9	1,6
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	10,1	6,3

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

la media. En este caso, hay un consumo superior a los niveles medios, por ejemplo, en patatas procesadas, hortalizas ecológicas y sandía mientras que los niveles de divergencia negativos se asocian especialmente a coles, espárragos, cerezas, kiwis, aguacate o frutas de IV gama.

- Los hogares con cinco o más personas cuentan con desviaciones negativas en todas las frutas y hortalizas con la excepción de las patatas congeladas. Son significativamente más reducidas en pepinos, espárragos, naranjas, melocotones, albaricoques, ciruelas o cerezas.

Tamaño del municipio de residencia

Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de más de 500.000 habitantes cuentan con la mayor demanda per cápita de frutas, hortalizas y patatas mientras que los menores consumos de frutas y hortalizas tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes (cuadro 9). En referencia a esta

variable resulta posible extraer los siguientes aspectos:

- Los municipios más pequeños (con menos de 2.000 habitantes) tienen un patrón de consumo que difiere positivamente de los valores medios en frutas y hortalizas pero negativamente en patatas congeladas o procesadas. Por ejemplo, existe una demanda notablemente superior en ajos, verduras de hoja, hortalizas ecológicas, albaricoques, ciruelas o fruta ecológica mientras que se atiende a un consumo menor en espárragos, aguacate o piña.
- En los municipios medios (de 10.000 a 100.000 habitantes) la casuística sobre demanda de frutas y hortalizas es variada. Se parte de unos niveles de consumo inferiores a la media que se acentúan, por ejemplo, en los casos de ajos, coles, judías verdes, verdura de hoja, melocotones, sandía o fruta ecológica mientras que, por el



contrario, la demanda es superior a la media en espárragos, verdura de IV gama, fresas, kiwi o piña.

- Por último, en los grandes municipios (por encima del medio millón de habitantes) casi todas las frutas y hortalizas cuentan con una demanda con desviaciones positivas respecto a la media (destaca, por ejemplo, los espárragos, albaricoques o cerezas); las divergen-

cias negativas se asocian a patatas frescas, ajos, hortalizas ecológicas, frutas de IV gama y frutas ecológicas.

Por otra parte, atendiendo también al habitat de residencia (áreas metropolitanas y áreas no metropolitanas), se advierte como la demanda de patatas no cuenta con notables divergencias entre ambos escenarios (cuadro 10) mientras que las diferencias se acentúan en el



El contenido en citrulina y licopeno de la sandía, en el contexto de una dieta equilibrada y la práctica de ejercicio, contribuyen a mejorar su salud cardiovascular.



www.sandiafashion.com
www.elblogdesandiafashion.com



#lafrutademoda



La fruta de moda

fashiOn®

GRUPO
AGF

CUADRO 11

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la tipología de hogar (kilos)

	CONSUMO MEDIO	TIPO DE HOGAR						
		JOVENES INDEPENDIENTES	PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	HOGARES MONOPARENTALES	PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	ADULTOS INDEPENDIENTES	RETIRADOS
TOTAL PATATAS	30,5	31,6	25,1	18,8	26,7	38,4	40,2	43,5
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	62,3	69,4	52,9	30,9	48,0	95,4	104,3	108,7
TOMATES	14,3	15,9	13,0	7,0	10,9	21,6	24,4	23,9
CEBOLLAS	7,6	7,0	6,1	3,9	6,0	11,7	11,2	12,8
PIMIENTOS	5,1	5,7	4,3	2,3	4,0	8,0	8,5	9,0
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	4,8	3,4	2,0	3,0	7,1	6,9	8,6
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	5,1	2,7	1,6	2,2	3,6	4,9	5,4
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	7,7	5,8	3,2	5,1	15,9	6,6	15,0
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,5	108,6	78,3	49,6	75,5	151,8	200,4	190,4
NARANJAS	20,5	21,7	15,9	8,8	14,0	30,1	38,8	41,3
PLÁTANOS	11,5	13,0	9,1	7,2	9,8	15,5	19,7	17,8
MANZANAS	11,1	12,0	8,3	5,8	8,3	15,8	21,3	20,1
PERAS	6,2	5,6	4,3	3,3	4,1	9,3	11,4	12,5
MELÓN	8,7	9,0	7,0	4,0	6,0	12,7	16,8	16,0
SANDÍA	8,4	8,1	7,2	4,9	6,8	12,7	15,9	12,0
FRUTAS IV GAMA	1,8	2,2	1,3	1,2	1,2	2,1	4,3	3,7
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	8,1	5,8	4,0	6,9	15,4	10,2	18,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

caso de las frutas y hortalizas frescas (las áreas metropolitanas cuentan con un consumo per cápita más elevado).

Tipología de hogar

Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas en frutas, hortalizas y patatas con respecto al consu-

mo medio en los casos de los jóvenes independientes, adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales (cuadro 11). Otros aspectos que también se pueden destacar en cuanto a

la demanda de frutas y hortalizas en referencia a la conformación del hogar son los siguientes:

- Para los jóvenes independientes las principales desviaciones positivas en la demanda se asocian a patatas procesadas, pepinos, champiñones, fresas y aguacate mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en patatas frescas, ajos, verduras de hoja, peras o cerezas.
- Para las parejas jóvenes sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda de frutas y hortalizas se vinculan a patatas congeladas y procesadas y piña mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en judías verdes y albaricoques.
- Para las parejas con hijos pequeños sólo aparece una desviación positiva en la demanda de patatas congeladas mientras que el menor consumo respecto a la media se observa especialmente en lechuga, escarola y endivia y albaricoques.





PANTONE®
KUMATO® ORIGINAL

Y AHORA TAMBIÉN



PANTONE®
miniKUMATO®

Reconocidos por su color, únicos por su sabor.

El auténtico **Kumato Original** tiene un sabor intenso y dulce reconocido por todos. Tomates con una **gran durabilidad**, únicos por su **color, jugosidad y textura firme**. Kumato Original es una **apuesta segura por la calidad**, ya que es recolectado en su punto óptimo para que el sabor sea siempre idéntico cuando llega a la mesa.

Ahora, también puedes disfrutar de Minikumato Original.



#kumatolovers



CUADRO 12

Consumo per cápita de frutas y hortalizas por comunidades autónomas (kilos)

	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA Y LEÓN
TOTAL PATATAS	30,5	29,8	30,6	37,8	31,2	33,6	32,8	27,0
PATATAS FRESCAS	22,9	21,6	24,7	31,6	22,3	27,6	27,5	21,7
PATATAS CONGELADAS	1,0	1,1	0,7	1,1	1,0	1,3	0,6	0,5
PATATAS PROCESADAS	1,3	1,4	1,0	1,0	1,6	0,9	0,9	1,0
TOTAL HORTALIZAS	62,3	55,6	86,0	50,3	60,9	53,5	60,3	60,4
TOMATES	14,3	14,9	17,4	10,1	15,8	10,0	14,3	12,4
CEBOLLAS	7,6	6,6	10,1	8,2	7,7	7,8	7,9	7,8
AJOS	1,0	1,0	1,0	1,6	0,7	0,9	0,8	1,8
COLES	1,8	1,1	2,1	1,9	1,6	1,4	1,7	2,5
PEPINOS	2,3	2,1	3,7	1,0	2,0	1,5	1,8	2,0
JUDIAS VERDES	2,5	1,7	5,0	2,0	1,9	1,2	2,8	2,9
PIMIENTOS	5,1	4,4	5,6	4,5	5,0	4,8	6,2	6,3
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	1,4	1,1	1,9	1,3	1,9	1,0	1,1	1,3
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	4,5	3,7	7,7	5,2	3,1	2,4	5,0	4,9
ESPÁRRAGOS	0,7	0,9	1,3	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3
VERDURAS DE HOJA	1,4	0,9	4,4	1,1	0,9	0,6	0,7	1,1
BERENJENAS	1,7	1,7	2,1	0,9	2,1	0,6	1,1	1,0
ZANAHORIAS	3,6	3,1	3,3	2,9	4,2	4,7	4,5	3,8
CALABACINES	3,9	3,2	5,0	2,9	3,1	6,4	4,0	4,5
OTRAS HORTALIZAS	10,5	9,2	15,3	6,4	10,6	9,9	8,3	7,9
HORTALIZAS IV GAMA	2,9	2,7	2,6	2,2	3,5	2,5	1,9	3,2
HORTALIZAS ECOLÓGICAS	8,3	7,7	14,1	8,2	4,6	3,8	13,0	15,2
TOTAL FRUTAS	102,5	88,1	109,1	112,3	97,1	84,8	114,3	123,0
NARANJAS	20,5	17,4	19,4	22,2	13,4	17,1	25,5	29,2
MANDARINAS	6,6	5,2	8,4	6,9	4,9	4,5	8,7	7,4
LIMONES	2,3	2,0	1,8	1,8	2,5	2,3	2,5	2,5
PLÁTANOS	11,5	10,2	11,2	13,8	13,6	11,5	13,4	11,5
MANZANAS	11,1	8,7	12,6	14,8	10,1	10,1	14,5	13,8
PERAS	6,2	4,9	6,8	7,4	5,1	6,4	8,2	8,2
MELOCOTONES	4,0	3,0	6,4	3,8	3,1	1,6	3,8	4,0
ALBARICOQUES	0,9	0,6	1,5	1,0	1,1	0,5	0,9	1,0
FRESAS Y FRESÓN	3,0	2,6	3,1	4,8	2,7	1,3	3,2	3,4
MELÓN	8,7	8,1	9,1	7,1	10,5	4,8	7,1	9,6
SANDÍA	8,4	8,8	8,6	5,2	10,6	5,6	5,1	9,4
CIRUELAS	1,7	1,5	1,4	2,1	1,4	1,6	2,0	2,4
CEREZAS	1,7	1,3	2,2	2,9	1,8	0,6	2,7	2,4
UVAS	2,3	2,2	2,9	2,9	2,8	1,3	2,1	2,8
KIWI	3,1	2,3	3,6	4,1	2,8	2,4	3,7	3,6
AGUACATE	0,9	0,8	0,8	0,4	1,1	2,6	1,1	0,7
PIÑA	2,1	1,7	2,0	2,6	2,1	0,9	1,8	2,2
OTRAS FRUTAS	7,6	6,8	7,2	8,5	7,7	9,8	8,3	8,8
FRUTAS IV GAMA	1,8	1,8	1,8	1,3	1,4	2,1	1,1	2,3
FRUTAS ECOLÓGICAS	9,1	9,1	8,2	8,6	8,6	5,3	7,0	13,6

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



Consumo de frutas y hortalizas

CASTILLA-LA MANCHA	CATALUÑA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARRA	PAÍS VASCO	LA RIOJA
25,2	33,6	28,6	26,5	33,5	29,9	25,7	27,7	31,8	26,1
18,6	23,9	20,1	19,3	29,4	21,7	19,2	22,6	25,4	20,9
1,0	1,1	1,0	0,9	0,5	1,0	0,9	0,6	0,5	0,4
1,1	1,7	1,5	1,3	0,7	1,5	1,1	0,9	1,2	1,0
50,0	75,0	64,9	50,6	59,1	62,8	56,9	66,1	70,8	70,1
13,5	17,4	14,5	12,7	10,5	14,4	15,7	12,6	13,8	13,3
5,1	8,8	7,7	6,8	8,2	7,2	6,3	7,5	9,1	9,0
0,7	0,9	0,9	0,8	1,0	0,7	1,0	0,9	0,9	1,3
1,3	2,0	1,4	1,0	4,9	2,1	0,9	2,4	1,7	2,2
3,0	2,5	3,5	2,0	0,8	2,8	2,7	2,0	1,7	1,9
1,8	3,3	2,2	1,7	2,8	2,7	1,5	4,0	3,3	2,8
4,4	5,4	4,8	4,6	5,9	5,4	4,5	4,6	6,6	5,7
1,3	1,5	1,6	0,8	0,9	1,4	1,2	1,3	2,1	1,8
3,2	5,6	4,5	4,0	5,6	3,7	3,4	6,5	5,8	7,1
0,7	1,2	0,8	0,5	0,3	0,9	0,6	1,0	0,5	0,9
1,5	1,7	1,5	1,2	1,2	1,5	0,9	2,0	2,0	2,4
1,0	2,4	2,5	1,6	0,8	1,4	2,4	0,9	1,0	1,0
2,5	3,7	3,3	2,8	4,7	4,0	2,3	3,6	4,9	4,3
3,1	4,6	3,5	3,3	2,3	4,7	3,3	3,8	4,7	4,2
7,0	14,1	12,3	7,0	9,1	9,8	10,3	13,2	12,6	12,4
1,6	4,1	3,3	2,2	2,4	2,7	2,0	2,8	3,2	2,2
6,2	7,6	6,2	9,9	18,3	4,3	7,6	13,7	7,4	18,2
85,6	112,1	93,5	91,1	108,5	111,3	82,3	126,2	128,1	127,9
17,6	22,1	14,1	20,5	23,1	23,9	12,6	27,3	30,3	27,4
6,6	8,0	5,5	5,2	5,7	8,2	3,6	9,9	8,4	7,1
1,8	2,2	2,1	1,5	3,4	2,4	3,5	2,8	2,7	2,7
9,2	12,4	11,1	9,7	12,5	11,4	11,5	13,1	13,1	13,0
8,6	12,1	9,7	10,3	14,5	11,4	7,4	12,6	15,4	15,3
5,3	6,4	5,5	5,7	6,8	7,0	4,7	7,1	7,9	10,2
3,4	6,2	4,2	3,4	3,0	3,9	3,5	4,9	4,6	4,6
1,0	1,0	0,9	0,6	0,8	1,1	1,3	0,9	1,1	0,6
2,2	3,5	3,1	2,1	3,0	3,2	2,2	3,5	3,9	3,1
7,9	10,3	8,8	8,7	6,0	9,2	8,4	12,5	9,2	14,8
9,4	8,3	10,0	10,4	4,6	9,3	8,6	10,1	6,2	11,6
1,2	1,7	2,1	1,3	2,3	1,8	1,6	1,4	1,5	0,7
1,0	1,9	1,8	1,1	2,1	1,9	1,0	1,7	2,2	1,3
1,1	2,4	2,4	1,4	3,4	2,0	2,7	1,5	2,2	1,4
2,5	3,1	2,6	2,2	4,5	3,6	1,8	4,5	4,8	1,8
0,4	1,0	0,8	0,4	0,6	1,0	0,4	1,1	1,2	1,6
1,4	2,4	1,9	1,2	2,6	2,5	1,9	2,8	3,3	2,4
5,1	7,2	7,0	5,1	9,7	7,7	5,4	8,4	10,3	8,2
0,9	2,8	1,9	1,7	1,2	1,3	0,7	1,9	2,7	2,0
5,7	8,0	8,3	12,3	17,4	6,3	15,8	10,5	7,1	9,8

- Para los hogares monoparentales aparecen desviaciones positivas únicamente en la demanda de patatas congeladas mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en hortalizas de IV gama y uvas.
- Para las parejas adultas sin hijos las principales desviaciones positivas en

la demanda se asocian a ajos, verduras de hoja, hortalizas ecológicas, ciruelas, cerezas y fruta ecológica. Al mismo tiempo, sólo se advierte desviación negativa en las patatas congeladas y procesadas.

- Para los adultos independientes las principales desviaciones positivas en la demanda están en los pepinos,

calabacines, uvas, aguacate y piña mientras que sólo aparece una desviación negativa respecto a la media en patatas congeladas.

- Por último, para los retirados las principales desviaciones positivas en la demanda de frutas y hortalizas se observan en coles, espárragos, verduras de hoja, naranjas, limones, meloco-

tones, albaricoques, ciruelas o kiwis mientras que el menor consumo respecto a la media se asocia únicamente a las patatas congeladas.

Comunidad autónoma

Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias cuenta con la mayor demanda per cápita en patatas (24,2 superior), Aragón en hortalizas (37,9% superior) y País Vasco en frutas (25% superior). La casuística en este caso es bastante heterogénea al considerar las distintas variedades de frutas y hortalizas como muestra el cuadro 12 y, por tanto, bien puede ser objeto de un nuevo estudio.

NOTAS FINALES: PERFILES DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ESPAÑA

Este trabajo ha analizado de forma minuciosa el consumo de frutas y hortalizas en el mercado español. Las cifras aportadas provienen de los *Paneles Alimentarios* del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). Los principales objetivos se han ceñido a estudiar la evolución de la demanda durante los últimos años, revisar su situación respecto a la última información disponible y destacar las particularidades observadas conforme a un amplio abanico de variables económicas y sociodemográficas.

A modo de conclusiones, en los cuadros 13, 14 y 15 se ofrecen los perfiles de consumo de frutas, hortalizas y patatas en España, en kilos por persona, según las características de los hogares.

El perfil del consumo de frutas

Los datos del cuadro 13 indican que en el consumo de frutas influyen distintas características de los hogares. El segmento que muestra un mayor consumo relativo es el de *adultos independientes* (200,4 kilos), que casi duplica el consumo medio de frutas, seguido por

CUADRO 13

Perfil del consumo de frutas según las características de los hogares

Características de los consumidores	Segmentos con consumos superiores a la media (Kilos por persona)
Consumo medio POR HOGAR: 102,5 kilos por persona	
CONDICIÓN ECONÓMICA DE LOS HOGARES	CLASE ALTA Y MEDIA ALTA 117,6
CONFORMACIÓN DEL HOGAR (Presencia de niños en el hogar)	HOGARES SIN NIÑOS 127,7
TIPOLOGÍA DEL HOGAR	ADULTOS INDEPENDIENTES 200,4
SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	NO ACTIVA 121,4
TAMAÑO DEL HOGAR	1 PERSONA 198,1
EDAD	MÁS DE 65 AÑOS 180,9
HABITAT DE RESIDENCIA (Número de habitantes)	> 500.000 HAB 117,2
HABITAT DE RESIDENCIA (Tipo de áreas)	ÁREAS METROPOLITANAS 111,8
COMUNIDAD AUTÓNOMA	PAÍS VASCO 128,1

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CUADRO 14

Perfil del consumo de hortalizas según las características de los hogares

Características de los consumidores	Segmentos con consumos superiores a la media (Kilos por persona)
Consumo medio POR HOGAR: 62,3 kilos por persona	
CONDICIÓN ECONÓMICA DE LOS HOGARES	CLASE ALTA Y MEDIA ALTA 68,7
CONFORMACIÓN DEL HOGAR (Presencia de niños en el hogar)	HOGARES SIN NIÑOS 76,9
TIPOLOGÍA DEL HOGAR	RETIRADOS 108,7
SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	NO ACTIVA 73,0
TAMAÑO DEL HOGAR	1 PERSONA 114,8
EDAD	MÁS DE 65 AÑOS 103,3
HABITAT DE RESIDENCIA (Número de habitantes)	> 2.000 HAB 78,2
HABITAT DE RESIDENCIA (Tipo de áreas)	ÁREAS METROPOLITANAS 66,9
COMUNIDAD AUTÓNOMA	ARAGÓN 86,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

los *hogares unipersonales* (198,1 kilos). Otras variables como la condición económica, la situación en el mercado laboral o el habitat de residencia tienen una menor significatividad.

El perfil del consumo de hortalizas

El perfil del consumo de las hortalizas muestra una participación por encima de la media en los *hogares unipersonales* (115,9 kilos), los *hogares con re-*

tirados (108,7 kilos) y los *compradores por encima de 65 años* (103,3 kilos). En este caso, las variables menos determinantes son el habitat de residencia y la condición económica de los hogares (cuadro 14).

El perfil del consumo de patatas

El perfil del consumo de patatas muestra pocas divergencias en función de los segmentos que se han considerado

CUADRO 15

Perfil del consumo de patatas según las características de los hogares

Características de los consumidores	Segmentos con consumos superiores a la media (Kilos por persona)
Consumo medio POR HOGAR: 30,5 kilos por persona	
CONDICIÓN ECONÓMICA DE LOS HOGARES	CLASE ALTA Y MEDIA ALTA 33,9
CONFORMACIÓN DEL HOGAR (Presencia de niños en el hogar)	HOGARES SIN NIÑOS 34,3
TIPOLOGÍA DEL HOGAR	RETIRADOS 43,5
SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	NO ACTIVA 34,9
TAMAÑO DEL HOGAR	1 PERSONA 44,2
EDAD	MÁS DE 65 AÑOS 41,9
HABITAT DE RESIDENCIA (Número de habitantes)	100.001 a 500.000 HAB 32,1
HABITAT DE RESIDENCIA (Tipo de áreas)	AREAS METROPOLITANAS 30,5
COMUNIDAD AUTÓNOMA	ASTURIAS 37,8

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

en este trabajo (cuadro 15). La variable más influyente sería el tamaño del hogar (una persona con 44,2 kilos) y la menos significativa el hábitat de residencia (áreas metropolitanas con 30,5 kilos).

Referencias bibliográficas

■ MAGRAMA (2015): Informe del Consumo de Alimentación en España, Ministerio de Agricul-

tura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. Disponible en http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informeconsumoalimentacion2014_tcm7-382148.pdf, consultado el 03/10/2015

■ MAGRAMA (varios años): La Alimentación en España, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. www.magrama.es

■ MARTIN CERDEÑO, V.J. (2014): "Veinticinco años de alimentación en España. De dónde venimos y hacia dónde vamos en los hábitos de consumo de alimentos y bebidas", en MAGRAMA (2014): Alimentos de España, 25 años, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

■ MARTIN CERDEÑO, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", Distribución y Consumo, nº 100, p 208-240.

■ MERCASA (2014): Alimentación en España 2014. Producción, Industria, Distribución y Consumo, Mercasa, Madrid. Disponible en http://www.mercasa-ediciones.es/alimentacion_2014/index2.html, consultado el 03/10/2015

■ MERCASA (varios años): Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es

Uvasdoce presenta sus nuevas variedades

La entidad alicantina especializada en el cultivo de uva de mesa presentará en la séptima edición de Fruit Attraction su nuevo catálogo de variedades para el 2016. La empresa, afincada en el corazón del Valle del Vinalopó, contará en la próxima campaña con nueve nuevas variedades de uva de mesa sin semilla. Uvasdoce, en su firme apuesta por la reconversión de la zona, contará por primera vez en su historia, con una producción de uva sin semilla mayor que la de uva con semilla, la típica de la zona.

Además el próximo año también contará con su segunda producción de cerezas, que en su primer año fue todo un éxito entre sus clientes, gracias al calibre, el color y el sabor de las variedades recolectadas. Estas cerezas son las primeras de origen España que no se cultivan en invernadero que llegan al mercado.

Uvasdoce participa en la cita más importante del sector desde su primera edición, y como cada año llegará a Fruit Attraction con muchas novedades, tanto en formatos como en variedades. Tras varios años dándole mayor importancia a las líneas de Uvasdoce y Uvasdoce Premium, este año le toca todo el protagonismo a la línea de uva para Nochevieja, Uvasdoce Nochevieja, y al rediseño de la marca con la que comenzó a rodar la empresa alicantina, La Ballena.

El cuidado
más innovador,
el resultado
más natural

uvasdoce

Síguenos en:

@Uvasdoce

facebook.com/Uvasdoce

www.uvasdoce.com

Visítanos en Fruit Attraction
Pabellón 10 - Stand 10G05