

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS EL INICIO DE LA CUENTA ATRAS

ESTEBAN LOPEZ
Periodista



El consumo de frutas y hortalizas en España comienza a mostrar, durante los últimos años, una moderada pero sostenida tendencia a la baja, según se desprende de los paneles de consumo alimentario que elabora, desde 1987, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Una evolución que, en todo caso, se mantiene en línea con el comportamiento general del consumo de alimentos, medido en cantidades compradas por persona y año, tal y como se constata al comprobar que entre 1992 y 1991 se registró una disminución del 2,1% en las compras totales de alimentos, y de un 0,7% si se compara 1992 con 1987, cuando

comenzaron a elaborarse los paneles del Ministerio de Agricultura.

En el caso concreto de los productos hortofrutícolas frescos —frutas, hortalizas y patatas—, el consumo anual global ha evolucionado desde 236,4 kilos por persona en 1987 a 226,7 kilos en 1991 y 221,3 kilos en 1992, incluyendo tanto el consumo doméstico como el correspondiente a hostelería, restauración y centros institucionales (hospitales, cuarteles, cárceles, etc...), lo que supone un descenso del 6,3% en seis años, que se concreta en una reducción de 15 kilos de productos en el volumen adquirido por persona y año.

Por grupos de productos, las compras totales de hortalizas frescas

durante 1992 ascendieron a 64,6 kilos por persona, frente a los 65,6 kilos de 1991, registrando un descenso del 1,5%.

Por su parte, en frutas frescas las compras totales fueron en 1992 de 102,5 kilos por persona, con una regresión aún mayor que en las hortalizas, cifrada en un 2,1% frente a los 104,7 kilos de 1991. Un resumen global que en el caso de las patatas incluye una retracción de la demanda aún mas importante, con 54,2 kilos por persona en 1992 frente a 56,4 kilos en el año anterior, lo que significa una reducción del 4%.

Pero no solo se ha producido una caída en el consumo por persona, sino que, dentro de la estructura del

gasto total alimentario, los productos hortofrutícolas ceden terreno frente a otros alimentos. En 1992, las patatas y hortalizas frescas representaron el 9,4% del gasto total alimentario –incluyendo todo tipo de consumos– perdiendo 0,5 puntos respecto al año anterior y 1 punto sobre 1987; mientras que las frutas frescas mantienen una evolución más moderada, con una participación del 10,2% sobre el gasto total y una reducción del 0,1% respecto a 1987, aunque el factor variable del precio tiene una influencia determinante en este tipo de productos.

CONSUMO DOMESTICO

A partir de las cifras totales, resulta necesario centrar y ampliar el análisis en el comportamiento del consumo doméstico de frutas y hortalizas frescas, porque aquí se concentra la mayor parte de las compras y el gasto en este segmento de productos.

Los hogares españoles compraron durante 1992 un volumen de productos hortofrutícolas de 7,5 millones de toneladas, en los que gastaron un total de 825.774 millones de pesetas. Con estas cifras, los hogares representan el 90% del consumo total de hortalizas, el 93% de las frutas y el 85% de las patatas frescas.

HORTALIZAS

Las compras de hortalizas frescas en los hogares españoles mantienen una evolución negativa cercana al 2%, con unas compras totales, en 1992, de 2,3 millones de toneladas de productos, lo que representa un consumo medio nacional por persona y año de 59 kilos. Uno de los productos que mayor descenso experimenta es el tomate, dato significativo si se tiene en cuenta que representa el 26% de las compras totales de este sector y marca, en buena medida, las tendencias de consumo de todas las hortalizas.

Con descensos más moderados que los tomates se sitúan las cebollas,

CUADRO N.º 1

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

PRODUCTOS	COMPRAS TOTALES (Toneladas)	VALOR TOTAL (Mill. Ptas.)	COMPRAS POR PERSONA (Kilos)
HORTALIZAS			
Tomates	597.296	65.484	15,3
Cebollas	283.186	20.674	7,2
Ajos	43.875	17.108	1,1
Coles	155.438	17.719	4,0
Judías Verdes	164.150	41.708	4,2
Pimientos	172.628	27.245	4,4
Champiñones	27.011	7.525	0,7
Otras setas	8.606	5.592	0,2
Lechugas	307.204	37.813	7,8
Espárragos	14.141	4.126	0,3
Otras Hortalizas	527.199	61.918	13,5
TOTAL HORT.	2.300.739	306.917	59,0
PATATAS	1.488.073	62.402	38,2
FRUTAS			
Naranjas	1.064.797	81.336	27,3
Mandarinas	209.914	26.085	5,4
Limones	113.181	10.706	2,9
Plátanos	300.139	56.970	7,7
Manzanas	481.060	70.851	12,3
Peras	303.908	41.857	7,8
Melocotones	272.488	35.878	7,0
Albaricoques	47.533	7.345	1,2
Fresa/fresón	67.103	15.156	1,7
Melones	249.575	24.178	6,4
Sandías	264.514	13.703	6,8
Ciruelas	65.197	9.115	1,6
Cerezas	56.254	13.114	1,4
Uvas	150.049	22.076	3,8
Otras frutas	148.235	28.076	3,8
TOTAL FRUTAS	3.793.956	456.455	97,3
TOTAL GENERAL	7.582.768	825.774	194,5

* Datos de 1992

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

champiñones, espárragos y otras hortalizas, mientras que, en sentido contrario, se incrementa el consumo de ajos, coles, judías verdes, pimientos y lechugas.

Si se analizan las distintas áreas geográficas, el descenso en el consumo no es general, y afecta sobre todo a las áreas de Levante, Andalucía, Centro-Sur, Norte y Noroeste; en tanto que Castilla y León, Canarias y la zona Norte de España incrementan el consumo en cantidades apreciables.

Las Comunidades Autónomas mayores consumidores de hortalizas frescas son las situadas en el noreste peninsular (La Rioja, Navarra y Cataluña) que, con 73 kilos/persona/año, superan en un 20% la media nacional, situada en 59 kilos. Más próximas a la media se sitúan la Comunidad Valenciana y Murcia con 65,6 kilos por per-

sona, siendo coincidente en ambos casos su condición de zonas de importante producción hortícola.

En el extremo opuesto se encuentra Extremadura con 40 kilos por persona y año, que coloca a esta Comunidad en el nivel de consumo más bajo de España, un 32% inferior a la media nacional; mientras que en Canarias el consumo anual por persona es de 52,6 kilos (-11% respecto a la media). De tal forma, las diferencias extremas entre áreas geográficas se mueven en una banda de 33 kilos por persona y año.

Otro aspecto de interés para analizar diferencias de comportamiento en cuanto al consumo de hortalizas frescas pasa por el tamaño de las poblaciones. En este sentido, resulta significativa la tendencia evidente durante los últimos años hacia

aumentar en los núcleos más grandes y en las áreas metropolitanas, donde, con un consumo en 1992 de 69 kilos se supera la media nacional en 10 kilos/persona/año. Asimismo, las poblaciones rurales más pequeñas se sitúan en niveles máximos de consumo de hortalizas, con 63,8 kilos por persona durante 1992.

Por el contrario, los núcleos urbanos intermedios, entre 10.000 y 500.000 habitantes, son los que menos consumen, con 55 kilos por persona, 4 kilos por debajo de la media nacional.

En cuanto a la estacionalidad del consumo, a pesar de que la oferta se mantenga estable y sin problemas a lo largo de todo el año, las compras de hortalizas siguen teniendo una clara curva creciente en los meses de verano, con un fuerte incremento respecto a la media anual entre mayo y septiembre, momento a partir del que se inicia una tendencia a la baja hasta llegar a su nivel mínimo en el mes de diciembre.

El reparto de las compras domésticas de hortalizas por tipos de establecimiento sigue manteniendo el protagonismo destacado de las tiendas tradicionales, con un 50% del total, a pesar de la progresiva pérdida de cuota de mercado arrastrada durante los últimos años, que se traslada, básicamente, a favor de los autoservicios y supermercados, con una tendencia paralela al alza que situó su cuota de mercado durante 1992 en el 25% de las ventas totales; mientras que los hipermercados apenas si han modificado, en los últimos años, su cuota con el 3,5%.

Al margen de los establecimientos convencionales, en las ventas de hortalizas para consumo doméstico continúa teniendo bastante importancia la venta en mercadillos y puestos callejeros, con el 7% del total, mientras que el autoconsumo supera el 14%, cifra que se incrementa en los meses de verano, llegando a superar la cuota del 25% en

QUADRO Nº 2

ESTABLECIMIENTOS DE COMPRA DE FRUTAS Y HORTALIZAS

(% CUOTA DE MERCADO PARA CONSUMO DOMESTICO)

PRODUCTOS	T.Tradicionales		Auto. y Super.		Hiper	
	1991	1992	1991	1992	1991	1992
Hortal. Frescas	51,0	49,4	21,7	24,0	3,03	3,50
Frutas Frescas	55,6	53,5	24,6	25,8	3,36	3,90
Patatas	39,8	41,0	23,5	25,8	4,03	5,10
PRODUCTOS	Mercad.y V.C.		Vent. Domicil.		Autoconsu.	
	1991	1992	1991	1992	1991	1992
Hortal. Frescas	7,09	7,30	0,04	0,03	14,8	14,0
Frutas Frescas	8,89	9,30	0,05	0,07	5,51	5,60
Patatas	5,45	6,41	0,11	0,23	19,6	16,0
PRODUCTOS	Econom. y Coop.		Compra Directa		Otros	
	1991	1992	1991	1992	1991	1992
Hortal. Frescas	0,59	0,40	1,19	1,00	0,48	0,25
Frutas Frescas	0,62	0,50	0,53	0,50	0,72	0,50
Patatas	0,84	0,70	4,37	3,52	2,02	1,08

agosto y septiembre, equiparando en ese momento el autoconsumo a las ventas canalizadas por autoservicios y supermercados.

FRUTAS

El consumo total de frutas frescas en 1992 fue de 102,5 kilos por persona, con un descenso del 2,1% sobre 1991 cuando el consumo se situó en 104,7 kilos por persona, manteniéndose la tendencia descendente de los últimos años, ya que en 1987 el consumo era de 108,9 kilos per cápita, 6,4 kilos más que en el último año. El 93% de las compras se realizan por los hogares –con 97,3 kilos por persona en 1992–, el 6% en hostelería y el 4% restante en establecimientos institucionales.

La proporción media varía, sin embargo, para algunas variedades de frutas, destacando el gran consumo de limón que hace la hostelería y restauración –con más del 20% del total–, lo que origina una disminución de la participación de los hogares hasta el 78%. Asimismo, otras frutas de mayor consumo en hostelería y restauración son los melones y el capítulo de “otras frutas frescas” (nísperos, frutas tropica-

CUADRO Nº 3

CONSUMO DOMESTICO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS (KILOS/PERSONA EN 1992, POR AREAS GEOGRAFICAS)

PRODUCTO	ESPAÑA	NORESTE	LEVANTE
PATATAS	38,2	32,3	31,4
HORTALIZAS	59,0	73,0	65,6
FRUTAS	97,3	105,7	99,5
TOTAL	194,5	211,0	196,4

PRODUCTO	ANDALUCIA	CENTRO-SUR	CASTILLA-LEON
PATATAS	37,2	33,0	34,1
HORTALIZAS	57,8	53,8	55,0
FRUTAS	95,3	93,6	100,3
TOTAL	190,3	180,4	189,4

PRODUCTO	NOROESTE	NORTE	CANARIAS
PATATAS	65,0	37,4	59,3
HORTALIZAS	39,9	59,3	52,6
FRUTAS	85,8	105,0	83,8
TOTAL	190,7	201,7	195,7

les, higos, etc...), representando el resto menos del 3% del consumo total. Las instituciones, por su parte,

tienen un mayor consumo de naranjas, manzanas y peras.

Los hogares españoles compraron durante 1992 un total de 97,3 de kilos de frutas frescas por persona, un 2,2% menos que en 1991, si bien el descenso no afectó a todas las frutas por igual, ya que aumentó el consumo de naranjas, peras, melocotones, ciruelas, cerezas y otras frutas frescas; mientras que bajaban las compras de mandarinas, limones, plátanos, manzanas, albaricoques, fresas, fresones, melones, sandías y uvas.

Por áreas geográficas, disminuyeron las compras de frutas frescas en Noreste, Andalucía, Centro-Sur, Castilla y León y Noroeste; mientras que se produjeron incrementos apreciables de consumo en Levante, Norte y Canarias.

Las Comunidades Autónomas donde se come más fruta son Cataluña, Aragón, Navarra y La Rioja, con 105,7 kilos por persona, más de 8



kilos por encima de la media nacional. Otras Comunidades Autónomas, como Castilla y León, Comunidad Valenciana y Murcia, mantienen un consumo superior a 100 kilos por persona; mientras que Extremadura, País Vasco, Galicia y Canarias se sitúan entre 12 y 14 kilos por debajo de la media nacional. Las diferencias interregionales son importantes ya que en algunos casos ascienden a más de 22 kilos por persona.

Como ocurría con las hortalizas, el tamaño del hábitat sigue teniendo una influencia determinante en el consumo de frutas, ya que, aunque se ha producido un descenso generalizado que afecta a casi todos los núcleos poblacionales, los únicos que mantienen un consumo superior a la media nacional son las poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, al igual que las áreas metropolitanas y las ciudades de más de 500.000 habitantes,

que durante 1992 han incrementado su consumo por persona hasta situarlo en 107,8 kilos, lo que supone 10 kilos por encima de la media nacional, siendo el único estrato poblacional que sigue aumentando su consumo en los últimos cinco años.

El mayor consumo de frutas frescas se produce en los meses que van de julio a septiembre, por la oferta de un gran volumen de frutas propias de la estación: melocotones, melones, ciruelas, uvas, etc..., alcanzándose en este período un consumo medio mensual de 9 kilos por persona. Para algunas frutas, esta fase se adelanta 1 o 2 meses, como en albaricoques, cerezas y nísperos. En abril y noviembre se alcanzan los niveles más bajos de compras, mientras que a partir de diciembre, con la fuerte presencia de naranjas, mandarinas y frutas de invierno, se recupera el consumo mensual por encima de los 8 kilos por persona.

Por variedades, la fruta de mayor consumo es la naranja, que representa el 28% de las compras totales de frutas de los hogares españoles, seguida de la manzana (12,6%), plátanos y peras (8%), melocotones, melones y sandías (7%), mientras el resto de las frutas mantiene proporciones inferiores, debido fundamentalmente a su carácter estacional.

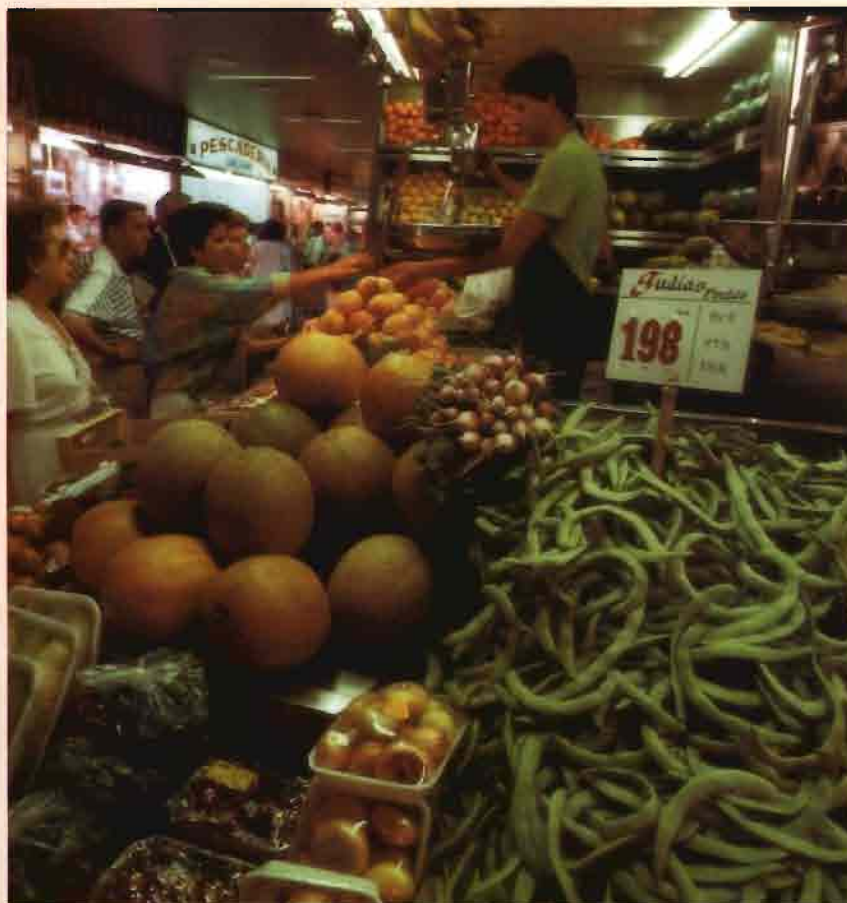
El peso de las frutas frescas en la cesta de la compra va disminuyendo progresivamente, ya que de cada 100 pesetas gastadas en artículos alimenticios sólo 8,1 van destinadas a este sector. Aún así, es el alimento de origen vegetal que mayor porcentaje registra, y solamente las carnes y los pescados superan esta cifra.

Por tipos de establecimientos, las compras de frutas frescas se siguen realizando preferentemente en las tiendas tradicionales especializadas (fruterías), donde se adquieren el 53,5% del total, si bien este tipo de establecimientos va perdiendo protagonismo en favor de los autoservicios y supermercados que, con el 25,8% de cuota de mercado, ocupan el segundo lugar en las preferencias de los consumidores. Los hipermercados alcanzan casi el 4% del total de ventas, continuando una tendencia lenta pero constante de incremento de cuota.

La venta callejera y los mercadillos mantienen un importante volumen de ventas que oscila en torno al 10%, mientras que el autoconsumo medio anual supone un 5,6% de las frutas, porcentaje que se supera proporcionalmente en los meses estivales con medias del 9%. Otras fórmulas de venta en establecimientos no convencionales apenas tienen importancia y tienen un claro carácter marginal y localizado.

PATATAS

La patata, uno de los productos tradicionales básicos en la alimentación de los españoles durante años, pierde peso paulatinamente, manteniendo una constante disminución en el consumo





en los últimos 6 años. Según se desprende del análisis de evolución del consumo, se ha pasado de unas compras anuales por persona de 61 kilos en 1987 a 56,4 en 1991 y a 54,2 kilos en 1992, lo que supone una caída superior al 11% en seis años. Las compras de patata fresca se realizan por los hogares en un 85%, en hostelería el 10% y las instituciones el 5%.

El consumo medio anual de patata en los hogares fue en 1992 de 38,2 kilos por persona, con un mayor consumo entre mayo y noviembre, coincidiendo con la época de máxima recolección, , mientras que en las áreas metropolitanas se produce como todos los años un descenso muy acusado del consumo coincidente con las vacaciones de verano.

A pesar del descenso del consumo en 1992, hay cuatro áreas geográficas que incrementan sus compras, Levante, Centro-Sur, Castilla y León y Norte; mientras que disminuyen en Noreste, Andalucía, Noroeste y Canarias. Se constata nuevamente el gran consumo por persona de patatas en Galicia (65 kilos) y Canarias (59,3 kilos), superando en 27 y 21 kilos respectivamente la media nacional, mientras que Levante y Centro-Sur registran el menor consumo, de forma que la diferencia máxima entre regiones se eleva a 34 kilos por persona al año.

Las diferencias de consumo relacionadas con el tamaño del hábitat en 1992 fueron de sólo 8 kilos, dándose las menores compras en los núcleos

rurales, con una media anual por persona de 34,7 kilos, mientras que las poblaciones entre 10.000 y 100.000 habitantes son las mayores consumidoras con 42,1 kilos por persona al año.

Las compras de patatas sólo representaron el 1,4% de media nacional sobre el gasto total en alimentación de los hogares, lo que arroja una facturación de 62.402 millones de pesetas frente a los 79.150 millones gastados en 1991, con un descenso del 21,5%. En Galicia las compras de patatas representa más del 2% y el 4% en Canarias de acuerdo al gasto efectuado en el total de alimentación.

Los hogares siguen comprando mayoritariamente las patatas frescas en las tiendas tradicionales que, con una cuota del 41%, mantienen sus niveles de ventas, al igual que los supermercados y autoservicios, que controlan una cuota de mercado del 25,8%, con un incremento del 2,3% respecto a 1991; mientras que los hipermercados aumentan su porcentaje en un 1%, hasta superar el 5% de las ventas totales.

Sorprende el alza en las ventas de patatas frescas por parte de establecimientos no convencionales como los mercadillos y la venta callejera que, con una cuota de mercado del 6,4%, superan las ventas realizadas por los hipermercados.

Destaca en este producto la importancia del autoconsumo (16%) y las compras directas al productor (3,5%), proporciones que se incrementan los meses de verano en los que la recolección es mayor, en detrimento de la tienda tradicional y autoservicios y supermercados.

A pesar de que en el último año estas fórmulas comerciales han disminuido se cuota, mantienen unos niveles de facturación que superan los 12.000 millones de pesetas, casi el 20% del valor total de consumo de patatas frescas en hogares durante 1992.

