

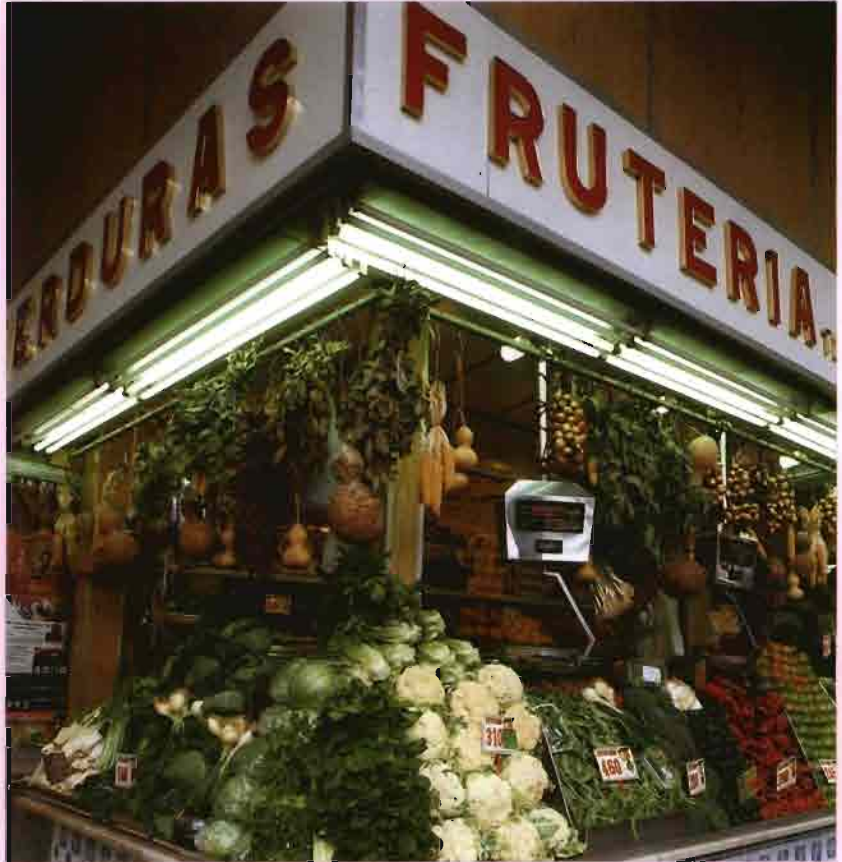
SE DISPARA LA ALARMA EN UNO DE LOS PILARES BASICOS DE LA DIETA MEDITERRANEA FUERTE DESCENSO EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

El consumo de frutas y hortalizas frescas en España durante 1994 registró un fuerte descenso y reforzó, de tal forma, la tendencia a la baja iniciada ya en años anteriores, hasta el punto de encender la alarma en torno a la pérdida de peso relativo de uno de los grupos de productos más característicos de la dieta mediterránea.

Por grupos de productos, en frutas frescas el descenso global de las compras en volumen fue de un 11% respecto a 1993, mientras que las hortalizas y patatas frescas tuvieron un comportamiento más moderado, con descensos de hasta un 7,7%. Unos resultados claramente negativos que sólo se ven compensados en parte por la tendencia contraria de las frutas y hortalizas transformadas, cuyas compras crecieron un 8% en 1994.

Los resultados de 1994 reflejan, además, las consecuencias de la reducción de la oferta que se registró en ese año, tanto por el efecto de la sequía sobre las producciones como por el fuerte tirón de la demanda exterior. Ambos factores provocaron un sensible incremento de precios que actuó como elemento de retracción para el consumo. Aunque, además, hay que comenzar a valorar también las consecuencias estructurales de cambios coyunturales como el registrado en 1994, porque factores como los precios o la mayor comodidad están desviando parte del consumo tradicional de frutas a la hora del postre hacia derivados lácteos.

Unas tendencias de consumo en el sector hortofrutícola que tienen su mejor reflejo en el comportamiento del consumo doméstico, ya que es el segmento donde se concentra la mayor parte de las compras y el gasto en este grupo de productos. Los hogares españoles compraron



durante 1994 un volumen de productos hortofrutícolas de 7,3 millones de toneladas, lo que representó un gasto total de 940.821 millones de pesetas.

La comparación de estos datos con los del año anterior refleja un descenso del consumo total superior a medio millón de toneladas, aunque el gasto total se incrementa en casi 30.000 millones de pesetas por el espectacular aumento de los precios apuntado anteriormente.

Con estas cifras, la importancia de los hogares en el conjunto del consumo global de productos hortofrutícolas frescos resulta determinante, ya que el 93% de las frutas frescas, el 89% de las hortalizas frescas y el 77% de las patatas fres-

cas corresponden a consumo doméstico, y el resto a otros segmentos.

FRUTAS

Los hogares españoles compraron durante 1994 un total de 85 kilos de frutas frescas por persona, un 7% menos que en 1993, si bien el descenso no afectó a todas las frutas por igual, ya que aumentó significativamente el consumo de melones (+8%) y ligeramente en mandarinas, peras y albaricoques; se mantuvo el consumo de plátanos, mientras que bajaron los consumos de naranjas, limones, manzanas, melocotones, fresas, sandías, ciruelas, cerezas, uvas y otras frutas.

Frutas y Hortalizas

CUADRO Nº 1

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ESPAÑA. HOGARES.

	1993		1994		1993	1994	VOLUMEN % 1994/93 (1993=100)
	VOLUMEN TOTAL HOGARES MILL. KGS.	VOLUMEN PER CAPITA MILL. KGS.	VOLUMEN TOTAL HOGARES MILL. KGS.	VOLUMEN PER CAPITA MILL. KGS.	VALOR TOTAL MILL. PTAS.	VALOR TOTAL MILL. PTAS.	
PATATAS FRESCAS	1.607,209	41,03	1.555,548	39,71	68.086	90.828	97
TOMATES	572,767	14,62	503,054	12,84	68.701	62.766	88
CEBOLLAS	276,993	7,07	242,956	6,20	23.844	23.431	88
AJOS	54,137	1,38	55,684	1,42	19.787	18.246	103
COLES	94,789	2,42	75,210	1,92	10.969	8.579	79
JUDIAS VERDES	170,651	4,36	157,772	4,03	47.788	45.477	92
PIMIENTOS	178,684	4,56	164,421	4,20	28.708	30.145	92
CHAMPIÑONES	32,340	0,83	31,097	0,79	9.411	9.078	96
OTRAS SETAS	12,872	0,33	13,421	0,34	6.122	6.061	104
LECHUGAS/ESC./ENDIV.	361,560	9,23	336,454	8,59	48.473	47.079	93
ESPARRAGOS	17,750	0,45	14,266	0,36	6.056	5.053	80
OTRAS HORTALIZAS	468,557	11,96	402,673	10,28	63.058	55.072	86
TOTAL HORT. FRESCAS	2.241,100	57,21	1.997,019	50,98	338.812	310.993	89
NARANJAS	831,386	21,22	753,667	19,24	62.663	66.930	91
MANDARINAS	229,758	5,87	231,115	5,90	25.289	27.953	101
LIMONES	121,165	3,09	104,840	2,68	12.164	13.671	87
PLATANOS	355,565	9,08	354,725	9,06	61.754	61.646	100
MANZANAS	509,663	13,01	491,077	12,54	47.399	57.599	96
PERAS	304,898	7,78	306,879	7,83	36.136	40.270	101
MELOCOTONES	238,679	6,09	192,431	4,91	31.467	29.200	81
ALBARICOQUES	45,706	1,17	46,163	1,18	6.876	7.740	101
FRESAS/FRESONES	70,301	1,79	61,755	1,58	16.608	15.643	88
MELONES	238,678	6,09	258,313	6,59	20.758	26.218	108
SANDIAS	240,397	6,14	185,441	4,73	12.264	14.340	77
CIRUELAS	62,407	1,59	46,907	1,20	8.897	8.119	75
CEREZAS	52,374	1,34	42,938	1,10	13.402	12.456	82
UVAS	137,562	3,51	87,406	2,23	21.304	16.102	64
OTRAS FRUTAS	164,003	4,19	170,084	3,40	27.499	32.184	81
TOTAL FRUTAS FRESCAS	3.602,540	91,96	3.333,741	85,10	402.065	430.078	93
TOTAL FRUTAS Y HORT. TRANSFORMADAS	447,326	11,42	483,922	12,35	91.870	108.921	108

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Por áreas geográficas el descenso en la compra de frutas frescas se generalizó en todas las comunidades autónomas, con la única excepción de Castilla y León donde se incrementó su consumo hasta superar los 102,3 kilos por persona al año, que coloca a esta zona geográfica como la de mayor consumo de España, superando en 17 kilos la media nacional.

Otras comunidades, como La Rioja, Navarra y Cataluña, y zonas geográficas del Centro-Sur mantienen un consumo superior a los 85 kilos por persona; mientras que Levante, Andalucía, Galicia y el Norte se sitúan por debajo de la media nacional, y Canarias registra el menor índice de consumo con 66 kilos por persona, una diferencia de 19 kilos respecto a la media nacio-

nal y de 36 kilos respecto a Castilla y León, la comunidad con el consumo más elevado.

El tamaño del hábitat sigue teniendo una influencia considerable en el consumo de frutas y a pesar de que se ha producido un descenso generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, los únicos que mantienen un consumo superior a la media nacional son las



Las apariencias engañan.

Los hay más bonitos.
Pero no son tan buenos.

Los hay mucho
más grandes...

pero no son tan sanos.

Los hay con mucho color...

pero con muchísimo
menos sabor.

Porque las apariencias
engañan,
déjate llevar
por el sabor.

Plátanos de Canarias.

Lo importante es
el sabor.



El sabor no.

Frutas y Hortalizas

CUADRO Nº 2

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ESPAÑA. HOGARES. CANTIDAD COMPRADA POR PERSONA EN 1994 (KILOS)

	TOTAL NACIONAL	AREAS METROPOLIT.	NORESTE	LEVANTE	ANDALUCIA	CENTRO- SUR	CASTILLA Y LEON	NOROESTE	NORTE	CANARIAS
PATATAS FRESCAS	39,70	24,95	31,37	29,51	48,27	30,26	37,77	68,30	37,58	57,46
TOMATES	12,84	11,67	13,52	14,96	15,55	14,19	11,77	6,80	9,53	8,19
CEBOLLAS	6,20	5,12	7,03	6,90	5,99	5,03	6,00	6,10	6,27	6,83
AJOS	1,42	0,97	1,22	1,42	1,85	1,22	1,44	1,36	1,41	1,63
COLES	1,92	1,85	2,50	1,49	1,29	1,79	2,85	2,04	1,97	1,89
JUDIAS VERDES	4,03	4,36	5,26	3,92	2,83	4,23	4,63	3,48	4,42	2,12
PIMIENTOS	4,20	3,51	3,96	4,00	4,99	4,63	4,92	3,09	3,99	2,44
CHAMPIÑONES	0,79	0,76	0,95	1,02	0,76	0,76	0,92	0,32	1,00	0,17
OTRAS SETAS	0,34	0,38	0,48	0,30	0,25	0,46	0,36	0,11	0,37	0,14
LECHUG./ESC./ENDIV.	8,59	7,10	10,39	8,26	7,60	6,41	10,75	8,19	13,22	3,48
ESPARRAGOS	0,36	0,41	0,34	0,35	0,46	0,52	0,19	0,10	0,47	0,11
OTRAS HORTALIZAS	10,28	10,35	13,33	12,43	7,74	10,11	9,63	6,41	10,64	10,05
T. HORTAL.FRESCAS	50,97	46,49	58,96	55,05	49,31	49,34	53,46	37,97	53,31	37,04
NARANJAS	19,23	18,13	19,60	14,70	19,12	19,29	23,95	18,64	22,86	17,75
MANDARINAS	5,90	6,35	7,16	4,97	5,04	6,69	7,26	5,06	6,11	2,10
LIMONES	2,67	2,44	2,79	3,05	3,27	2,42	2,26	2,12	2,31	2,35
PLATANOS	9,05	7,10	8,76	9,05	10,61	7,85	9,35	9,34	7,54	11,39
MANZANAS	12,53	11,29	12,32	11,59	9,78	11,58	15,79	17,97	14,84	10,11
PERAS	7,83	6,99	6,97	8,33	7,44	8,73	11,50	6,64	6,98	6,92
MELOCOTONES	4,91	4,68	6,59	5,53	3,97	4,77	5,11	3,97	5,08	1,23
ALBARICOQUES	1,18	1,39	1,46	1,31	0,50	1,50	1,67	0,89	1,22	0,66
FRESAS/FRESONES	1,58	1,79	1,90	1,46	1,19	1,60	1,78	1,71	1,94	0,57
MELONES	6,59	6,66	7,84	6,02	7,52	8,87	8,49	1,77	3,79	1,94
SANDIAS	4,73	4,24	5,08	5,52	6,81	5,98	4,54	1,17	1,33	1,84
CIRUELAS	1,20	1,02	1,08	1,64	1,08	0,97	1,24	1,56	1,00	1,50
CEREZAS	1,10	1,12	1,56	1,07	0,80	0,95	1,05	1,22	1,36	0,11
UVAS	2,23	1,82	2,60	2,56	1,98	1,61	3,12	2,58	1,97	1,74
KIWI	0,94	0,76	0,95	1,00	0,58	0,73	0,91	1,78	1,20	0,72
OTRAS FRUTAS	3,40	3,07	2,93	3,22	3,14	2,99	4,23	3,90	4,25	5,10
T. FRUTAS FRESCAS	85,09	78,84	89,58	81,01	82,85	86,53	102,24	80,33	83,77	66,04
T. FRU/HORT.TRANSF.	12,35	12,26	12,43	12,52	11,71	13,86	13,29	9,03	14,67	8,77

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, con 94,7 kilos, lo que supone 10 kilos más que la media nacional. Por variedades, la fruta de mayor consumo continúa siendo la naranja, con 19,2 kilos por persona, seguida de la manzana (12,5 kilos), plátano (9 kilos), pera (7,8 kilos) y melón, con 6,6 kilos por persona al año.

El peso de las frutas frescas en la cesta de la compra sigue disminuyendo progresivamente, ya que de cada 100 pesetas gastadas en artículos alimentarios sólo 7 se destinan a este sector. A pesar de todo, sigue siendo el alimento de origen vegetal que mayor porcentaje registra y sólo es superado por las carnes y pescados.

Por tipos de establecimientos, las compras de frutas frescas se siguen realizando preferentemente en las tiendas tradicionales especializadas (fruterías), donde se adquiere el 39% del total, si bien este tipo de establecimientos va perdiendo cuota de mercado de forma alarmante —en 1993 tenían un porcentaje del 43% y en 1989 llegaban hasta

N A R A N J A S
 S A N D I A S
 M A N D A R I N A S
 M E L O N E S



Frutas Ibañez



PILLIN



Almacén: J. Ferrándis, 56. Tel. 964 / 62 03 25. Fax. 964 / 62 12 87. 12549 BETXI (Castellón)

VENTAS:

MERCABARNA Pab. A. Ptos: 1007-1008-1009. Tel. 93 / 335 42 40. Fax. 93 / 335 20 41. 08040 BARCELONA
MERCAMADRID Nave F. Ptos: 19-21. Tel. 91 / 785 84 00. Fax. 91 / 785 84 01. 28018 MADRID
MERCAZARAGOZA Puestos 103-105-107-109. Tel. 976 / 47 31 17. Fax. 976 / 47 25 92. ZARAGOZA

Colaboradores:

GOZALBO. Mercagirona. Parades, 13-14-15. Tel. 972 / 24 07 11 GIRONA
VALLAFRUIT, S.A. Mercado Central. Puestos 39-40. Tel. 29 75 29 / 29 25 82. 47012 VALLADOLID
BERNESGA FRUITS, S.L. Mercaleón. Puestos 35-38. Tel. 987 / 21 67 43. Fax 987 / 21 66 18. 24195 LEON

CIF B-24293425

CUADRO Nº 3

**LUGAR DE COMPRA DE FRUTAS Y HORTALIZAS. HOGARES. CUOTAS DE MERCADO. 1994.
% SOBRE TOTAL VENTAS EN VOLUMEN.**

	TIENDA TRADICIONAL	SUPERMERCADO	HIPERMERCADO	MERCADILLO	AUTO ABASTECIMIENTO	OTROS (1)
PATATAS FRESCAS	33	26	10	7	12	13
HORTALIZAS FRESCAS	38	26	7	14	8	6
FRUTAS FRESCAS	39	29	9	15	2	6
FRUTAS Y HORT. TRANSF.	16	51	27	0	0	5

(1) INCLUYE VENTA EN ECONOMATOS Y A DOMICILIO, Y COMPRA DIRECTA A LOS PRODUCTORES.

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

el 57%— en favor de los supermercados y autoservicios, que tienen una cuota del 29%, y los hipermercados, que concentran el 9% de las compras. A destacar el continuo incremento de la venta de frutas frescas en mercadillos ambulantes, con un 15% del total y una subida respecto al año 1993 de 6 puntos porcentuales, lo que demuestra claramente el desvío de un importante segmento de compradores hacia estas fórmulas no convencionales de venta donde la oferta de precios más bajos en detrimento de la calidad de los productos representan un aliciente añadido para el consumidor, lo que explica su creciente desarrollo en los últimos años.

HORTALIZAS

Las compras de hortalizas frescas en los hogares españoles, que mantenían una evolución negativa del consumo en los últimos años en torno al 2% anual, cayó en picado durante 1994 hasta alcanzar un descenso del 11% en relación a 1993. Las compras totales durante el pasado año no llegaron a los 2 millones de toneladas, lo que representa un consumo medio nacional por persona y año de casi 51 kilos, mientras que en 1993 el consumo fue de 57,2 kilos por persona.

Tan sólo incrementaron su consumo en 1994 los ajos y las setas, mientras que coles, tomates, cebollas, lechugas, judías verdes,

pimientos y espárragos experimentaron descensos que oscilan entre el 4% y el 20%.

Analizando las distintas áreas geográficas el descenso en el consumo es generalizado en todas ellas, si bien algunas comunidades autónomas mantienen niveles de consumo superiores a la media nacional, como La Rioja, Navarra y Cataluña, con 59 kilos por persona, mientras que Galicia y Canarias, con 37 kilos por persona, registran los menores índices de consumo.

Otro aspecto de interés para analizar las diferencias de comportamiento en el consumo de hortalizas frescas pasa por el tamaño de las poblaciones. Como sucede con las frutas frescas, son las poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes las que experimentan mayores niveles de consumo y donde su disminución es más suave, situándose en 58,2 kilos por persona. Su carácter netamente rural, su proximidad a las zonas de producción y la tradición gastronómica son factores que explican el mantenimiento del consumo en estos núcleos poblacionales pequeños. Por contra, los núcleos intermedios de población entre 100.000 y 500.000 habitantes son los que tienen un menor consumo. También el estatus socio-económico guarda relación con el mayor o menor consumo de hortalizas frescas, siendo la población económicamente más débil la que mayor consumo realiza con

53,2 kilos por persona al año, 2 kilos por encima de la media nacional.

En el reparto de las compras domésticas de hortalizas frescas por tipos de establecimiento siguen manteniendo una cierta preponderancia las tiendas tradicionales, con un 38% del total, pero marcando una tendencia negativa decreciente ya que en 1993 la cuota de mercado era del 42% y en 1989 del 53%. La pérdida de cuota de las tiendas tradicionales no es asimilada por los supermercados e hipermercados que mantienen o reducen levemente su cuota, con el 26% y el 7%, respectivamente. El incremento más espectacular se produce en la venta ambulante y en los mercadillos callejeros, que concentran el 14% de las ventas, lo que representa una subida de cinco puntos porcentuales respecto a 1993 y duplica los niveles que registraba en 1989, cuando su cuota de mercado era del 7%. El factor menor precio al igual que sucede con las frutas frescas es decisivo en el éxito de ventas de este tipo de establecimientos.

PATATAS

La patata pierde peso de forma permanente en la dieta alimentaria de los españoles, hasta el punto de haber perdido ya su consideración como producto básico en la alimentación. Si tomamos como referencia el consumo de patatas frescas, que en 1987 era de 60 kilos por persona

al año frente a los 39,7 kilos por persona en 1994, el descenso porcentual se sitúa en un 34% y en 20 kilos menos por persona y año.

A pesar del descenso del consumo de patatas frescas en los hogares españoles durante 1994, hay tres áreas geográficas que mantienen o incrementan su consumo respecto a 1993 y se sitúan con porcentajes muy superiores a la media nacional, como es el caso de Andalucía, con 48,2 kilos por persona; Galicia, con 68,3 kilos; y Canarias, con 57,4 kilos por persona. En sentido opuesto las áreas metropolitanas, con 25 kilos por persona, y la Comunidad Valenciana, con 29,5 kilos, registran los menores consumos, dándose diferencias interregionales superiores a 40 kilos por persona y año.

Las diferencias de consumo relacionadas con el tamaño del hábitat arrojan también resultados contundentes ya que se aprecian los mayo-

res consumos en poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, con medias anuales de 53,2 kilos por persona, que van decreciendo según aumenta el núcleo de población hasta llegar a mínimos de consumo que ofrecen las ciudades de más de 500.000 habitantes que apenas sobrepasan los 29 kilos por persona.

El mismo fenómeno se reproduce en relación con el nivel socio-económico de los consumidores. Las clases bajas tienen el mayor consumo de patatas frescas con 44,7 kilos por persona, mientras que los mayores niveles de renta se corresponden con el menor consumo de este producto llegando a 32,4 kilos por persona, una diferencia que supera los 12 kilos por persona al año.

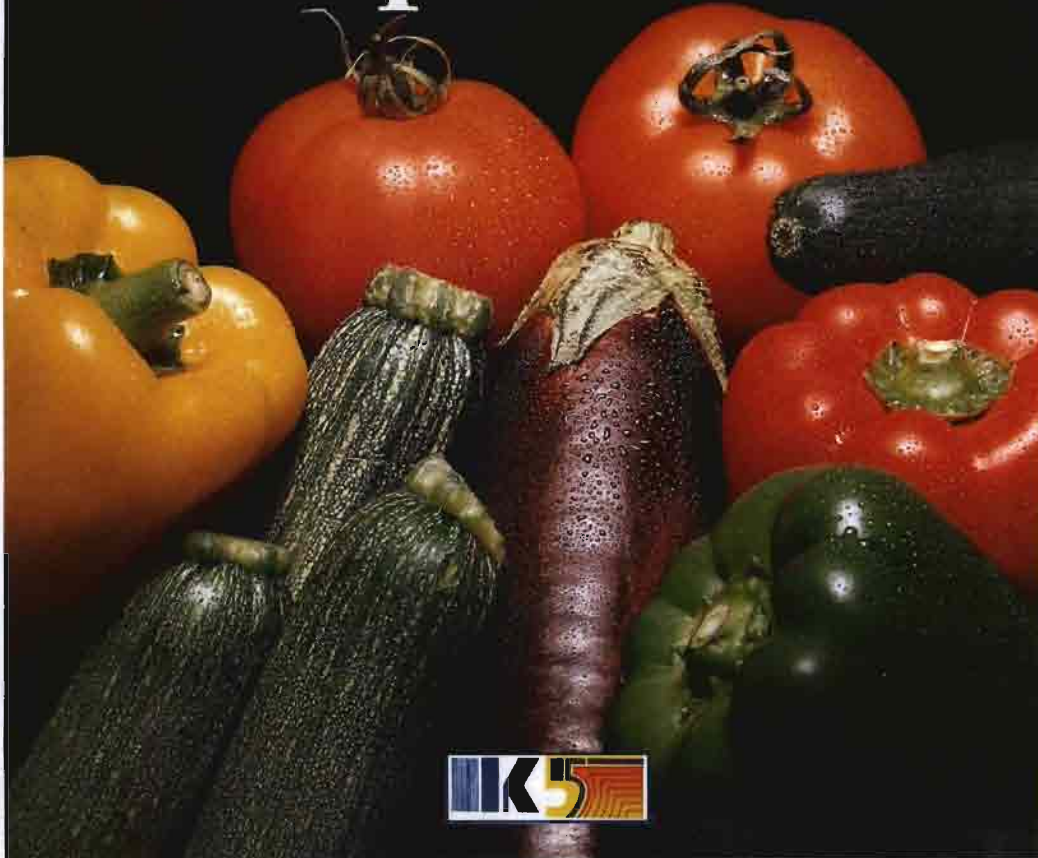
Las compras de patatas en el hogar representaron en 1994 un valor global de 90.828 millones de pesetas y, pese a su descenso en el

consumo, se produjo un importante incremento respecto a 1993, cuando el gasto total del valor de la compra de patatas frescas fue de 68.086 millones. Este espectacular aumento está originando exclusivamente en los mayores precios pagados por los consumidores en la adquisición del producto.

Los hogares siguen comprando patatas frescas en las tiendas tradicionales, con una cuota de mercado del 33%, si bien supermercados e hipermercados superan conjuntamente las ventas de las fruterías, con una cuota del 26% y 10%, respectivamente.

Como vienen sucediendo en general en el sector hortofrutícola, los mercadillos callejeros y la venta ambulante siguen incrementando su cuota de mercado en la venta de patatas frescas, que alcanzó el 7% del total en 1994, mientras que en 1993 el porcentaje era del 5,4%.

Siempre Habrá Clases.



Seleccionando sólo primera calidad. Así de sencillo, y así de complicado lo hacemos en CEHORPA, porque no resulta fácil escoger lo mejor entre toda la producción hortofrutícola del Poniente almeriense. Y sin embargo, lo hemos conseguido año tras año. Partida tras partida. Apostando sólo por aquellos productos que reúnen las mejores condiciones de explotación y venta. Sólo los mejores. Los elegidos.



CEHORPA, S.A.

CENTRAL HORTOFRUTICOLA DEL PONIENTE ALMERIENSE

Cira. N. 340, Km. 415 • Venta Cartabona

Telf. (950) 58 14 46 (8 líneas)

04700 EL EJIDO (Almería)

Fax Export. (950) 58 00 09

Fax Alhónd. (950) 58 00 10



Frutas y Hortalizas

Siguen teniendo una gran importancia en este producto fórmulas no convencionales de mercado, como el autoconsumo (12%) y la compra directa al productor (5%).

MAS TRANSFORMADAS

Por último conviene destacar el permanente y continuo incremento entre los consumidores españoles de frutas y hortalizas transformadas, que permiten compensar en parte las pérdidas de consumo del sector hortofrutícola en fresco.

En 1994 los hogares españoles consumieron 12,3 kilos por persona al año, incrementando en un 8% los 11,4 kilos por persona que consumieron durante 1993. El volumen total de productos fue de 483.922 toneladas, con un valor de 108.921 millones de pesetas. A pesar de que su peso en la estructura del gasto alimentario sigue siendo poco signifi-

cativo, con el 1,6% del total, conviene destacar que supera el peso específico de los gastos alimentarios en patatas frescas, ya que durante 1994 el gasto destinado a este segmento superó en 18.000 millones de pesetas al destinado a la compra de patatas frescas.

Por áreas geográficas, las regiones del Norte de España son las mayores consumidoras, con 14,6 kilos por persona, seguidas del Centro-Sur, con 13,8 kilos; y Castilla y León, con 13,2 kilos. Por el contrario, las zonas de menor consumo son Galicia, con 9 kilos por persona; y Canarias, con 8,7 kilos.

El tamaño del hábitat influye en los consumos de conservas hortofrutícolas de forma inversa a los productos en fresco. Los mayores consumos se dan en las poblaciones de más de medio millón de habitantes, con casi 14 kilos por persona, y va decreciendo según el tamaño de la

ciudad, hasta llegar a los núcleos de menos de 2.000 habitantes donde el consumo es de casi 11 kilos por persona. El estatus socio-económico tiene el mismo comportamiento, ya que las clases bajas registran un consumo inferior a 11,6 kilos mientras que las clases medias tienen el mayor consumo con casi 13,5 kilos por persona.

El lugar de compra de las frutas y hortalizas transformadas lo acaparan mayoritariamente los supermercados, con una cuota del 51%, y los hipermercados, con el 27%, destacando estos últimos con un crecimiento continuo, ya que en 1989 su cuota era tan sólo del 12%; por su parte, las tiendas tradicionales, con el 16% del total en 1994, siguen perdiendo cuota de mercado de forma lenta pero constante pues en 1989 controlaban casi el 26% de este mercado. □

Informe elaborado por ESTEBAN LOPEZ.

La Fruta Dulce
de Lleida:

**servicio
y calidad.**



peras
manzanas
melocotones
nectarinas
cerezas
ciruelas
membrillos
...



ACTEL S.C.C.L.
DIVISIÓN FRUTA:
• COMERCIAL: Tel: 70 08 00 - Fax: 70 08 10
ADM. COMERCIAL: Tel: 70 08 01 - Fax: 70 08 11
Oficinas: Ctra. Vall d'Aran Km. 3 - 25196 LLEIDA - Spain
TELEX: 53499 ACTL