



Hábitos de consumo de frutas

Resultados de un estudio sobre la complementariedad de las frutas, a la hora del postre, con lácteos, dulces y helados

■ JOSÉ MIGUEL HERRERO VELASCO

Subdirector de Industrias, Comercialización y Distribución Agroalimentaria.
Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación, está haciendo un importante esfuerzo por promover investigaciones que permitan conocer mejor los hábitos de consumo y de compra de los españoles.

En números anteriores de la revista *Distribución y Consumo* hemos dado a conocer los nuevos instrumentos creados en el MAPA para conseguir este objetivo: el Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria, y el Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario.

No obstante, el interés del Ministerio por profundizar en el conocimiento de los mercados y de los consumidores no se limita a estos dos interesantes estudios

que, junto con el Panel de Consumo Alimentario, permiten obtener resultados de forma continua en el tiempo, sino que puntualmente se diseñan investigaciones específicas.

En este artículo, vamos a comentar algunos resultados sobre el consumo de frutas que han sido obtenidos en una investigación específica que ha combinado aspectos cualitativos con aspectos cuantitativos. Con este estudio se pretendía determinar cuándo y cómo se consumen las frutas y, en especial, si son sustituidas por los lácteos, los dulces y los helados.

La fase cualitativa consistió en 4 reuniones de grupo de consumidores y compradores de frutas en Madrid, Bilbao, Barcelona y Sevilla, de distintas edades y

status socioeconómico. (Todas las palabras entrecomilladas que aparecen en el texto pertenecen a comentarios expresos hechos por los participantes en las reuniones de grupo).

La fase cuantitativa consistió en 1.200 entrevistas telefónicas a individuos con edades comprendidas entre 16 y 65 años, residentes en hogares españoles compradores y consumidores. La selección de la muestra fue aleatoria y se buscó la representatividad de la población española.

¿CUÁNDO, DÓNDE Y CON QUÉ FRECUENCIA COMEMOS?

La pauta alimenticia general engloba cinco comidas diarias –desayuno, media mañana, almuerzo, merienda y cena–, pero



esta norma no es rígida, por eso la edad y la situación laboral –empleado, ama de casa, prejubilado/a o desempleado/a– resulta fundamental.

Los horarios vienen determinados por el trabajo y los hijos, las comidas principales suelen hacerse entre las 7-9; de 13,30 a 15,30 y de 21 a 23 horas. Los jóvenes sin descendencia disponen de mayor libertad horaria.

Habitualmente ninguna de las tres comidas principales –desayuno, comida/almuerzo y cena– es eliminada, aunque algunas personas no comen nada para desayunar –más los jóvenes, cualquiera que sea su ocupación: “sólo un café bebido”, “un zumo” “rápido”–, y otras hacen comidas o cenas livianas por trabajo, dietas, etc.

El consumo a media mañana y la merienda están totalmente arraigados desde la infancia y suelen mantenerse de adultos, aunque no de esa forma tan rígida.

Quienes trabajan suelen tomar a media mañana algún tentempié que sirve como pausa laboral, “algo con los compañeros a media mañana”; pero que, a diferencia de en la infancia, sólo en pocas ocasiones se lleva de casa. En las excepciones que es así, suelen ser mujeres y el producto que acostumbran llevar es la manzana. Esto se puede explicar porque casi la totalidad de ellas lleva bolso, con lo

que puede transportar con relativa comodidad cualquier producto e incluso un cubierto para tomarlo y además –si son madres– suelen ser ellas las encargadas de prepararlo a los hijos y “normalmente una se apunta”.

Las personas que no trabajan acostumburan a realizar una ingesta de comida a media mañana, pero en estos casos existe una mayor libertad para poder hacerla en casa o fuera y a una hora u otra más cercana al “aperitivo”.

La merienda, sin embargo, no tiene ese carácter de pausa, se realiza “una vez terminada la jornada” (escolar o laboral); por eso resulta más doméstica y por esta razón menos realizada por jóvenes que trabajan y sin hijos, ya que sus vidas son más externas. Los productos utilizados en la merienda son similares a los de media mañana, si bien desaparecen los pinchos y aparecen más los dulces.

Habitualmente las comidas principales suelen realizarse en casa, aunque con algunas matizaciones:

- En contadas ocasiones el desayuno se hace fuera y menos cuando hay niños a quienes se debe preparar, controlar y esperar a que lo tomen. El café “solo” o “con leche” o “descafeinado” es el producto estrella junto al “zum” –así, en genérico– y el “zum de naranja”.

- El almuerzo es la comida que más frecuentemente se hace fuera de casa, pero siempre por motivos de trabajo, ya que en estos casos a la mayoría le gustaría comer en casa porque “los comedores de empresa después de un tiempo cansan”, “los menús son muy pesados”, “grasientos” y “nunca es como en casa”; por eso, algunos se organizan para poder comer “en casa de los padres”. Por contra, a quienes normalmente comen en casa, mayoritariamente les “gustaría salir a comer o a cenar más a menudo”, “para cambiar”, “para comer cosas que no se suelen hacer en casa”, “para que te sirvan”, “sin tener que pensar qué preparar”, “para probar cosas que no sé hacer” o “en las que se tarda demasiado tiempo”.

Esta predisposición les hace observar una conducta de cierta glotonería: “quiero probarlo todo”, “ya que estás, aprovechas”, “yo tomo todo”; pero sin renunciar al postre, si acaso a sacrificar algún plato por él: “tomo mi postre y el de los demás”, “un primero y el postre”, “un primero y un helado”, “la fruta la como todos los días en casa”.

Contravenir las pautas de alimentación habitual cuando se come fuera no es patrimonio exclusivo de quienes catalogan la situación de extraordinaria, también ocurre en cierto modo entre quienes acostumbran a almorzar fuera de casa.

¿QUÉ TOMAMOS DE POSTRE?

Entendemos por postres, a efectos de este estudio, a las frutas, los derivados lácteos, los helados y los dulces/repostería.

El postre representa el plato final del almuerzo y de la cena, posición en la que se acostumbra a tomar la fruta. Dentro de los postres cabe una gran cantidad de productos entre los que se encuentra la fruta, pero ésta también puede consumirse en otros momentos, no de postre –como en el desayuno o entre horas– e inclu-

so previamente a las comidas como preconizan algunas dietas.

La compra de postres

El 50% de los españoles se declaran compradores de postres, un 74% son mujeres, frente a un 26% de hombres. El reparto por edad muestra como aspecto más significativo que en el segmento de 16-25 años hay menos compradores habituales que en el resto.

La compra de frutas muestra valores superiores al resto de postres

El 97% de los compradores de postres compra fruta, siendo la que más se menciona de forma espontánea la manzana, seguida del plátano, la pera y la naranja. El 71% de los compradores de postres compran productos lácteos, el 18% helados y sólo el 7% dulces.

Los lácteos, helados y dulces se adquieren en menor proporción en los hábi-



tats de menos de 10.000 habitantes que en el resto de hábitats, lo que también ocurre para los helados y dulces en las clases media-baja y baja.

Los individuos entre 26 y 35 años compran lácteos en mayor proporción que los

demás grupos de edad, en tanto que los más jóvenes (16-25 años) se decantan por los helados y los dulces.

En el caso de la compra de frutas, el precio es mencionado por el 49% de los compradores como factor que se tiene en cuenta junto con la temporada.

El consumo de postres

Alrededor del 90% de los entrevistados consume postres y el 10% que no los toma es porque no les gustan, no los consideran necesarios o creen que engordan, mientras que otros no pueden tomarlos por motivos de salud.

La inmensa mayoría consume frutas (94%), y de manera uniforme en todos los segmentos estudiados (edades, tamaño del hábitat y sexo). La fruta más consumida es la manzana, seguida por el plátano, las naranjas y las peras, lo que coincide con lo reseñado en los hábitos de compra, a excepción de que en este caso las



naranjas están ligeramente por encima de las peras.

La mayor frecuencia de consumo de frutas y de postres, en general, se da en el grupo de 56-65 años y la menor en el hábitat de más de 500.000 habitantes.

Respecto al consumo de los demás postres, los más consumidos son los lácteos, seguidos por los helados y los dulces; al igual que en la compra, el consumo de fruta es en general muy superior al del resto de postres.

En cuanto a la temporada de consumo de los postres, la mayoría de los entrevistados (más del 80%) entiende que las manzanas, las peras, los plátanos y los dulces los consume todo el año; con las excepciones siguientes:

- Las naranjas, el 64% las consume todo el año y el 22% sólo en otoño-invierno.
- Los lácteos, el 60% los consume todo el año y el 31% sólo en invierno.
- Los helados, el 59% los consume solo en verano y el 38% durante todo el año.

En relación con el momento del día en el que se consumen postres, la mayoría lo hace en la comida y la cena, seguidos por el desayuno, la merienda, fuera de las comidas y a media mañana. Los mayores de 45 años toman un postre a media ma-

ñana o en la merienda en mayor proporción.

La fruta se consume, en general, en la comida y la cena como los demás postres, pero menos en el desayuno.

A diferencia de otros postres, los lácteos se toman en una alta proporción en el desayuno, mientras que los helados y los dulces se toman también en una alta proporción fuera de horas.

Los entrevistados, en su inmensa mayoría, no mezclan unos postres con otros, lo que es indicativo de la poca costumbre de tomar postres elaborados y entienden que los toman fundamentalmente en el hogar.

La frecuencia con que se toman las frutas más consumidas es altísima: alrededor del 80% toma fruta por lo menos una vez al día (el 34% lo hace más de una vez al día).

LAS FRUTAS COMO POSTRE

Los términos postre y fruta presentan una asociación espacial que viene dada por la costumbre del momento de consumo. Ninguno de estos conceptos parece dominar sobre el otro, en el sentido de que postre incluye dulces –repostería, lácteos y helados– y a todas las frutas, pero cualquier fruta puede tomarse en más momentos que el del postre –desayuno, media mañana, merienda o “por la noche viendo la tele”–.

En este estudio se han detectado algunos indicios de que inconscientemente atrae más la dualidad postre/dulce que la de postre/fruta.

El postre/fruta, a diferencia del postre/dulce/lácteos/helados, no se vincula a aspectos lúdicos ni gratificantes, sino a necesidades obligatorias. La posible explicación habría que buscarla en el aprendizaje infantil. De pequeño, el sabor dulce del postre adquiere carácter de premio, de recompensa por haber comido bien, y su valor es tal que es el único plato que sirve para sancionar: castigar sin postre.

Esta premisa la cumplirían mejor los postres/dulces que los postres/fruta, ya que las acepciones de extraordinario, de premio, de capricho, están más ligadas al postre/dulce porque cuando se hace referencia a acontecimientos especiales, se piensa en repostería y lácteos: “tartas de nata”, “helados”, “torrijas”, “sobaos”, “pasteles”, “brazos gitanos”, “tarta de galletas”, “tartas de chocolate”, “crema catalana”, “flan”, “puddings”, “arroz con leche”. Son el tipo de productos reconocidos como capricho en las compras.

El postre/fruta se empareja más a cotidianidad, obligatoriedad, rutina y necesidad, porque la fruta no se asocia a celebraciones especiales aunque “gusta verla”, “encanta ver un frutero repleto de naranjas, plátanos, manzanas...” o de frutas exóticas, “piñas, mangos que dejan el frutero espectacular”, y en ocasiones concretas sí se preparan postres que la incluyen: “manzanas al horno”, “tarta de manzanas”, “macedonia” o “peras con vino”.

En los postres citados como favoritos por los consumidores, el protagonismo lo ostentan “los dulces” y los productos lácteos –“cuajada”, “yogures”, “natillas”, “nata con nueces”, “helados”–, sobre todo entre los menores de 46 años.

Por encima de esta edad se aprecia más la fruta como postre porque están más acostumbrados –“después de comer siempre tomo una pieza de fruta”, “si no termino con fruta no he comido”–; pero en todo caso es muy habitual encontrar fruta en ellos: “fresas con nata”, “plátanos flambeados”, “fresas con nata”,

Hábitos de consumo de frutas

“cualquier cosa con chocolate”, “fresas con nata o con zumo o con plátanos”. Además los de estas edades eligen fruta como postre cuando se come fuera de casa con más, frecuencia: “una fruta del tiempo”, “melón”, “melocotón”, “naranja” o “plátano”.

CONCLUSIONES

- El 50% de los españoles son compradores de postres y cerca del 90% los consume habitualmente.
- La compra de frutas muestra valores superiores al resto de postres: el 97% de los compradores de postres compra fruta, siendo la que más se menciona de forma espontánea la manzana, seguida del plátano, la pera y la naranja.
- Los más jóvenes son los que compran lácteos en mayor proporción que los demás grupos de edad.
- Prácticamente todos los que toman postres consumen frutas (94%). La fruta más consumida es la manzana, seguida por el plátano.
- La mayor frecuencia de consumo de frutas y de postres se da en el grupo de 56-65 años.
- La menor frecuencia de consumo de frutas se da en el hábitat de más de 500.000 habitantes.
- El consumo de fruta es en general muy superior al del resto de postres. Las manzanas, las peras, los plátanos se consumen todo el año. Donde existe más estacionalidad es en las naranjas.
- La fruta se consume, en general, en la comida y la cena como los demás postres, pero menos en el desayuno.
- No se suelen mezclar unos postres con otros.
- Las frutas se toman solas, es decir no se combinan con otros postres.
- La frecuencia con que se toman las frutas es altísima: alrededor del 80% toma fruta por lo menos una vez al día (el 34% lo hace más de una vez al día).
- El postre/fruta, a diferencia del postre/dulce/lácteos/helados, no se vincula a aspectos lúdicos ni gratificantes, sino a necesidades obligatorias.
- En general, la edad también evidencia que por encima de los 45 años la elección de fruta como postre cuando se come fuera de casa es más frecuente.
- El postre/fruta se empareja más a cotidianidad, obligatoriedad, rutina y necesidad.

JOSÉ MIGUEL HERRERO VELASCO

Subdirector de Industrias, Comercialización y Distribución Agroalimentaria.
Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.
Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación
