



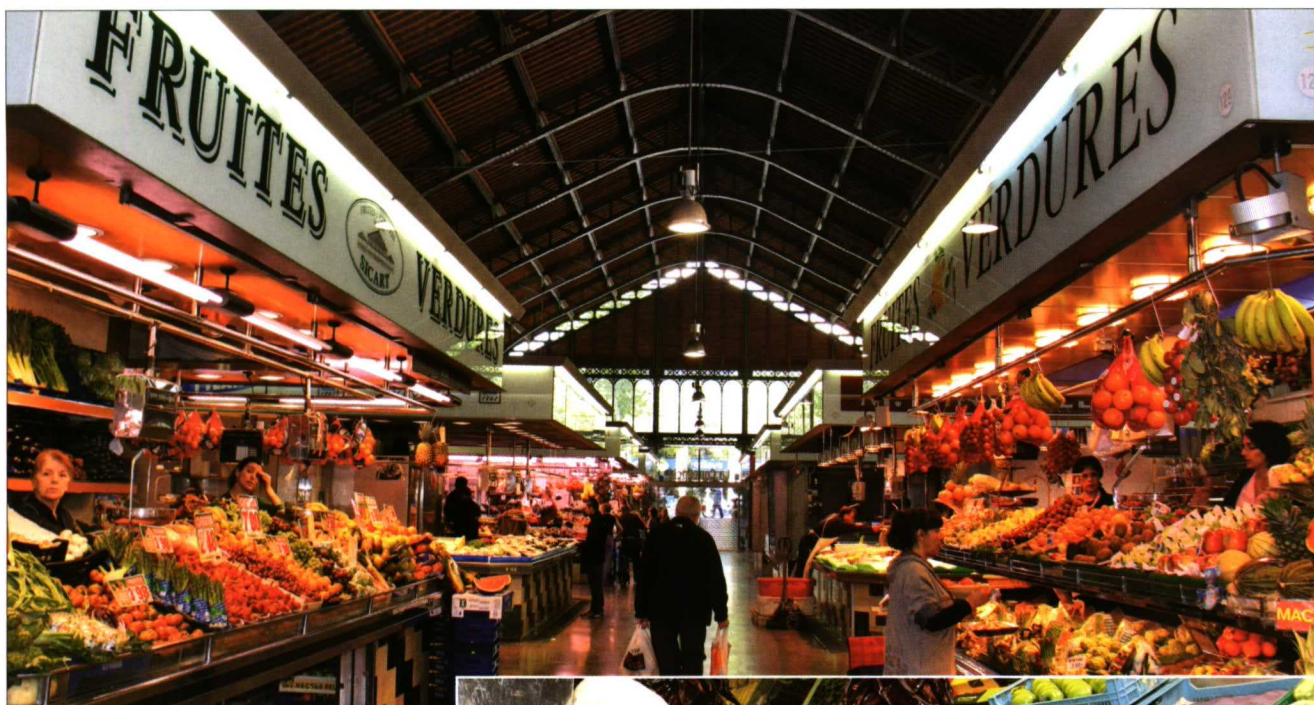
Consumo de frutas y hortalizas en España

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Universidad Complutense de Madrid

Conforme a la información aportada por el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM), a través de los *Paneles de Consumo Alimentario*, el gasto total en alimentación y bebidas ascendió en 2008 a 90.303 millones de euros. Dentro de esta cifra global, la demanda de alimentación de los consumidores españoles se orienta significativamente hacia los productos frescos. Así, por ejemplo, las patatas, frutas y hortalizas frescas suponen cerca del 14% del gasto total.

Este trabajo se centra en analizar la importancia de frutas y hortalizas en el consumo y en el gasto de los hogares. De forma concreta, durante el año 2008, cada consumidor demandó, como media, 30,5 kilos de patatas frescas, 66,3 kilos de hortalizas frescas, 101,1 kilos de frutas frescas y 17,5 kilos de frutas y hortalizas transformadas. En este contexto se revisan las tendencias del consumo dentro y fuera del hogar atendiendo a las frutas y hortalizas más significativas, las particularidades de los compradores y la participación de las distintas formas de aprovisionamiento.



CONSUMO TOTAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

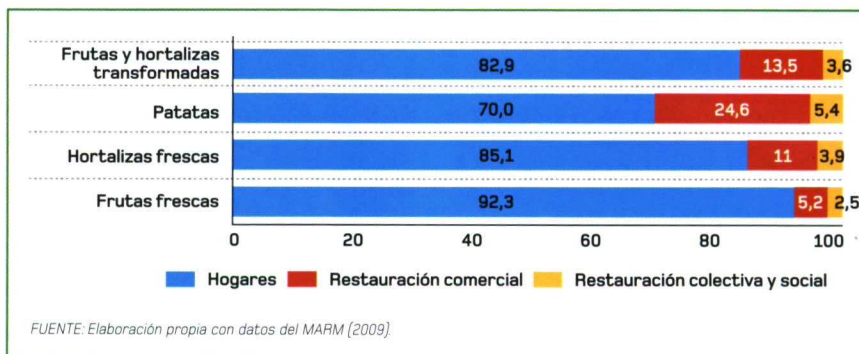
Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, se consumen mayoritariamente en el hogar. El gráfico 1 desglosa el consumo y corrobora que más del 92% de las frutas frescas se consume en el entorno doméstico, de la misma manera que sucede con las hortalizas frescas (80%), las patatas (70%) y las frutas y hortalizas transformadas (83%). Como nota particular, en el caso de las patatas casi un 25% se consume en restauración comercial.

Del cuadro 1 al cuadro 4 se resumen las principales cifras del consumo de frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas. De forma conjunta, durante el año 2008, estos productos alcanzaron un consumo de cerca de 10.020 millones de kilos (4.597 en frutas frescas, 3.015 en hortalizas frescas, 1.686 en patatas y 720 en frutas y hortalizas transformadas) y un valor de comercialización en el mercado próximo a 14.225 millones de euros (6.433 en frutas frescas, 4.795 en hortalizas frescas, 1.556 en patatas y 1.471 en frutas y hortalizas transformadas).



GRÁFICO 1

Distribución del consumo de frutas y hortalizas 2008. Porcentaje



Consumo de frutas y hortalizas en España

CUADRO 1

Consumo y gasto en frutas frescas 2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.241,39	5.999,50	237,31	292,85	118,49	140,48	4.597,19	6.432,83
Naranjas y mandarinas	1.156,95	1.235,56	93,54	92,63	31,78	32,71	1.282,27	1.360,90
Manzanas	527,60	719,13	15,78	19,29	28,34	29,98	571,72	768,40
Plátanos	454,56	696,85	14,94	16,34	16,33	22,43	485,83	735,62
Limones	89,33	154,00	62,09	62,09	3,29	4,00	154,71	220,09
Fresas y fresones	103,62	256,74	2,49	7,00	0,60	1,36	106,71	265,10
Melones y sandías	653,42	603,45	31,63	31,79	9,26	8,26	694,31	643,50
Otras frutas frescas	1.255,91	2.333,77	16,84	63,71	28,89	41,74	1.301,64	2.439,22

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)

CUADRO 2

Consumo y gasto en hortalizas frescas 2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.567,60	4.175,22	330,87	464,11	116,95	155,38	3.015,42	4.794,71
Tomates	598,96	851,78	100,99	120,30	20,69	25,52	720,64	997,60
Cebollas	318,72	306,48	55,02	38,83	20,27	15,04	394,01	360,35
Judías verdes	107,67	304,19	3,20	8,19	2,72	5,90	113,59	318,28
Pimientos	196,77	366,25	34,09	58,59	8,46	12,32	239,32	437,16
Champiñones y otras setas	47,17	182,30	8,10	28,66	1,10	2,53	56,37	213,49
Lechuga, escarola y endivia	227,14	436,68	55,71	86,29	12,53	16,80	295,38	539,77
Espárragos	28,62	51,88	2,24	7,36	0,59	1,14	31,45	60,38
Otras hortalizas frescas	1.042,55	1.675,66	71,52	115,88	50,58	76,13	1.164,65	1.867,67

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)

CUADRO 3

Consumo y gasto en patatas 2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL PATATAS	1.180,42	1.045,75	415,6	447,46	90,26	62,86	1.686,28	1.556,07
Patatas frescas	1.086,37	739,62	227,32	139,55	76,13	41,39	1.389,82	920,56
Patatas congeladas	38,23	49,32	173,83	199,19	11,85	13,8	223,91	262,31
Patatas procesadas	55,82	256,8	14,45	108,72	2,26	7,67	72,53	373,19

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)



CUADRO 4

Consumo y gasto en frutas y hortalizas transformadas 2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL FRUTAS Y HORT. TRANS.	597,45	1.238,09	97,26	191,07	25,58	41,60	720,29	1.470,76

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)

**CONSUMO EN EL HOGAR
DE FRUTAS Y HORTALIZAS**

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron 4.241,4 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 5.999,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita se llegó a 94,31 kilos de consumo y 133,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (25,7 kilos por persona y año), lo que representa un 20,6% del consumo total de frutas fres-



Los plátanos de Canarias

Los arte-sanos

CUADRO 5

Consumo y gasto en frutas frescas de los hogares 2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILL. KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILL. EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.241,39	94,31	5.999,50	133,40
Naranjas	875,67	19,47	884,31	19,66
Mandarinas	281,28	6,25	351,25	7,81
Limonos	89,33	1,99	154,00	3,42
Plátanos	454,56	10,11	696,85	15,49
Manzanas	527,60	11,73	719,13	15,99
Peras	304,84	6,78	450,38	10,01
Melocotones	210,87	4,69	328,74	7,31
Albaricoques	36,39	0,81	78,03	1,74
Fresas y fresones	103,62	2,30	256,74	5,71
Melón	350,32	7,79	348,94	7,76
Sandía	303,10	6,74	254,51	5,66
Ciruelas	73,90	1,64	129,96	2,89
Cerezas	47,28	1,05	153,66	3,42
Uvas	85,94	1,91	177,68	3,95
Kiwi	130,54	2,90	338,87	7,53
Aguacate	21,32	0,47	58,60	1,30
Piña	77,86	1,73	116,25	2,58
Otras frutas frescas	266,97	5,94	501,58	11,15
Frutas IV Gama	130,40	2,90	202,90	4,51
Frutas ecológicas	350,41	7,79	493,81	10,98

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

cas, seguido de los melones y las sandías (14,5 kilos per cápita y 15,4% del consumo total) y de las manzanas (11,7 kilos per cápita y 12,4% de consumo). Por su parte, los plátanos representan consumos menores, alcanzando los 10,1 kilos por persona al año (10,7% del consumo total de frutas frescas).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 20,6%, con un total de 27,5 euros por persona, seguido de las manzanas, con el 12% y un total de 15,99 euros por persona. A continuación se encuentran los plátanos, que alcanzan el 11,6% del gasto total en frutas frescas (15,5 euros por persona), y los melones y sandías, con un porcentaje del 10% y 13,4 euros por persona. El cuadro 5 detalla todas estas cifras.

En cuanto a las hortalizas frescas, los hogares españoles consumieron 2.567,6 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.175,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita se llegó a 57,1 kilos de consumo y 92,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (13,3 kilos por persona y año), lo que representa un 23,3% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,1 kilos per cápita y 12,4% del consumo total) y de las lechugas, escarolas y endivias (5,1 kilos per cápita y 8,8% de consumo). Por su parte, los pimientos representan consumos menores, alcanzando los 4,4 kilos por persona al año (7,7% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,4%, con un total de 18,9 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 10,4% y un total de 9,7 euros por persona. A continuación se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,8% del gasto total en hortalizas frescas (8,1 euros por persona), y las cebollas, con un porcentaje del 7,3% y 6,8 euros por persona. El cuadro 6 plantea detalladamente todas estas cifras.

Por otra parte, en 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 1.180 millones de kilos de patatas y gastaron



1.045,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 26,2 kilos de consumo y 23,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (24,2 kilos por persona y año), seguido de las patatas procesadas (1,2 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (0,8 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 70,7%, con un total de 16,5 euros por persona; las patatas procesadas el 24,6%, con un total de 5,7 euros por persona, y las patatas congeladas un porcentaje del 4,7% y 1,1 euros por persona. El cuadro 7 resume todos estos datos.

Al mismo tiempo, también conviene apuntar que durante el año 2008, los hogares españoles consumieron 597,4 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.238,1 millones de euros en estos productos. En tér-

An advertisement for R. MARTINEZ, S.A. featuring a photograph of a grocery store's produce section. The store has a sign that reads "R. MARTINEZ, S.A." in white letters on a red background. The produce is displayed in various ways, including in boxes and baskets. The advertisement includes the company logo, contact information, and several certification logos.

R. MARTINEZ, S.A.

Importación, venta y distribución

Mercabilbao 30 1-303-430
Tfno. 94 448 52 25
Fax. 94 448 52 29
r.martinez-frutas y verduras.com
www.frutas y verduras.com

Logo: AENOR Empresa Registrada ER-17692004

An advertisement for TXULA featuring a photograph of a field of strawberries. The strawberries are in the foreground, and the field extends into the background. The advertisement includes the company logo, the website address, and the text "Productos Naturales".

TXULA

www.txula.com

Productos Naturales

TXULA SOL DEL SUR BARRI

CUADRO 6

Consumo y gasto en hortalizas frescas de los hogares 2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILL. KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILL. EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.567,60	57,09	4.175,22	92,84
Tomates	598,96	13,32	851,78	18,94
Cebollas	318,72	7,09	306,48	6,81
Ajos	39,58	0,88	145,25	3,23
Coles	86,46	1,92	88,76	1,97
Pepinos	92,11	2,05	119,21	2,65
Judías verdes	107,67	2,39	304,19	6,76
Pimientos	196,77	4,38	366,25	8,14
Champiñones y otras setas	47,17	1,05	182,30	4,05
Lechuga, escarola y endivia	227,14	5,05	436,68	9,71
Espárragos	28,62	0,64	51,88	1,15
Verduras de hoja	68,15	1,52	119,45	2,66
Berenjenas	68,01	1,51	102,46	2,28
Zanahorias	150,00	3,34	139,46	3,10
Calabacines	140,84	3,13	207,70	4,62
Otras hortalizas y verduras	397,38	8,84	753,37	16,75
Verduras y hortalizas IV Gama	144,37	3,21	343,41	7,64
Verduras y hortalizas ecológicas	320,72	7,13	513,40	11,42

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).



CUADRO 7

Consumo y gasto en patatas de los hogares 2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILL. KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILL. EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL PATATAS	1.180,42	26,25	1.045,75	23,25
Patatas frescas	1.086,37	24,16	739,62	16,45
Patatas congeladas	38,23	0,85	49,32	1,10
Patatas procesadas	55,82	1,24	256,80	5,71

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

minos per cápita se llegó a 13,3 kilos de consumo y 27,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (10,1 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,2 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, con un consumo per cápita de 4,8 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 76,8% del gasto, con un total de 21,1 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas

congeladas alcanzan un porcentaje del 23,2% y un total de 6,4 euros por persona al año. Por su parte, las conservas de tomate representan el 9,4% del gasto, y un total de 5,3 euros por persona al año. El cuadro 8 resume estas cifras.

En cuanto al lugar de compra, en 2008, los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas y hortalizas frescas a los establecimientos especializados (44% y 38% de cuota de mercado, respectivamente). En el caso de las patatas y de las frutas y hortalizas transformadas, las cuotas de

distribución más significativas se asocian a los supermercados (40% y 64%, respectivamente). El gráfico 2 detalla las cuotas de mercado de los distintos formatos comerciales para cada tipo de producto.

El consumo de frutas y hortalizas está condicionado por las características de los hogares. En este sentido, el cuadro 9 presenta algunos de los factores más significativos que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de estas familias de productos: el nivel socioeconómico, la presencia de niños en la familia, la edad o situación laboral de la persona encargada de realizar las compras, el número de personas que componen el hogar, la tipología del hogar y el tamaño de la población de residencia son algunas de las variables analizadas.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 355,8



millones de kilos de frutas frescas y gastaron 433,3 millones de euros en estos productos (cuadro 10). En la demanda extradoméstica de frutas frescas, las naranjas y mandarinas representan un 35,2% del consumo y un 28,9% del gasto (125,3 millones de kilos y 125,3 millones de euros), seguido de los limones, con un 13% del consumo y un 15,2% del gasto (46,1 millones de kilos y 66,1 millones de euros); las manzanas, con un 12,4% del consumo y un 11,4% del gasto (44,1 millones de kilos y 49,28 millones de euros), y los melones y sandías, con un 11,5% del consumo y un 9,2% del gasto (40,9 millones de kilos y 40,04 millones de euros).

Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 447,8 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 619,5 millones de euros en estos productos (cuadro 11).

En la restauración comercial, los tomates representan un 30,5% del consumo y un 25,9% del gasto (casi 101 millones de kilos y 120,30 millones de euros), segui-

CUADRO 8

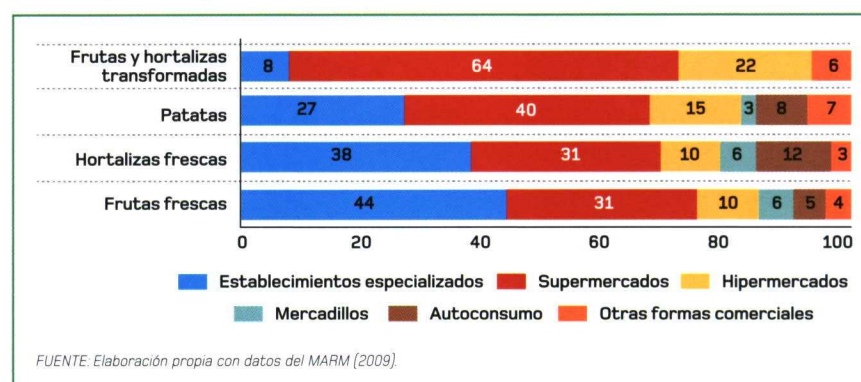
Consumo y gasto en frutas y hortalizas transformadas de los hogares 2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILL. KILOS)	PER CÁPITA (KILOS)	TOTAL (MILL. EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL FRUTAS Y HORT. TRANS.	597,45	13,28	1.238,09	27,53
Frutas y hortalizas en conserva	452,65	10,06	950,98	21,14
Guisantes	9,79	0,22	19,36	0,43
Judías verdes	12,03	0,27	15,94	0,35
Pimientos	15,72	0,35	64,16	1,43
Espárragos	26,47	0,59	145,39	3,23
Alcachofas	10,00	0,22	38,67	0,86
Champiñones y setas	19,17	0,43	54,65	1,22
Maíz dulce	21,14	0,47	63,82	1,42
Menestra	5,36	0,12	8,89	0,20
Tomates	215,40	4,79	237,58	5,28
Tomate frito	140,56	3,13	173,01	3,85
Tomate natural	74,84	1,66	64,57	1,44
Tomate natural entero	12,38	0,28	10,67	0,24
Tomate natural triturado	62,46	1,39	53,90	1,20
Otras verduras y hort. cong.	23,59	0,52	62,51	1,39
Fruta en conserva	93,96	2,09	240,01	5,34
Mermeladas, confituras	29,54	0,66	99,92	2,22
Fruta almíbar	54,95	1,22	108,65	2,42
Fruta escarchada	0,84	0,02	4,16	0,09
Resto fruta conserva	8,63	0,19	27,27	0,61
Frutas y hortalizas congeladas	144,80	3,22	287,11	6,38
Verduras y hortalizas congeladas	144,62	3,22	286,17	6,36
Espinacas	16,88	0,38	28,42	0,63
Guisantes	25,09	0,56	43,67	0,97
Judía verde	34,85	0,77	49,34	1,10
Coliflor	4,21	0,09	8,47	0,19
Pimientos	0,29	0,01	0,65	0,01
Brócoli	3,28	0,07	6,43	0,14
Menestra	17,20	0,38	34,60	0,77
Otras verduras y hort. cong.	42,81	0,95	114,59	2,55
Frutas congeladas	0,18	0,00	0,94	0,02

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)

GRÁFICO 2

Cuota de mercado en la distribución de frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009)

CUADRO 9

Consumo de frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas

	FRUTAS FRESCAS	HORTALIZAS FRESCAS
CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
PRESENCIA DE NIÑOS	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares sin niños consumen más cantidad de hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
SITUACIÓN LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior. 	<ul style="list-style-type: none"> Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de hortalizas frescas es superior.
EDAD DEL COMPRADOR	<ul style="list-style-type: none"> En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas 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. 	<ul style="list-style-type: none"> En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas 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.
NÚMERO DE MIEMBROS DEL HOGAR	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de hortalizas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
LUGAR DE RESIDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.
TIPOLOGÍA DE HOGAR	<ul style="list-style-type: none"> Se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares con adultos independientes, parejas adultas sin hijos y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, parejas jóvenes sin hijos y entre los hogares monoparentales. 	<ul style="list-style-type: none"> Se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares de adultos independientes, parejas adultas sin hijos, retirados y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, parejas jóvenes sin hijos y entre los hogares monoparentales.
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE RESIDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Castilla y León y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia y Andalucía. 	<ul style="list-style-type: none"> Aragón y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura y La Rioja.

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

dos de las lechugas, escarolas y endivias, con un 16,8% del consumo y un 18,6% del gasto (55,7 millones de kilos y 86,29 millones de euros); las cebollas, con un 16,6% del consumo y un 8,4% del gasto (55 millones de kilos y 38,83 millones de euros), y los pimientos, con un

10,3% del consumo y un 12,6% del gasto (casi 34,1 millones de kilos y 58,59 millones de euros).

En la restauración colectiva y social, los tomates representan un 17,7% del consumo y un 16,4% del gasto (20,7 millones de kilos y 25,52 millones de euros),

seguidos de las cebollas, con un 17,3% del consumo y un 9,7% del gasto (casi 20,3 millones de kilos y 15,04 millones de euros); las lechugas, escarolas y endivias, con un 10,7% del consumo y un 10,8% del gasto (12,5 millones de kilos y 16,8 millones de euros), y los pimientos,

PATATAS	FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS
<ul style="list-style-type: none"> Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
<ul style="list-style-type: none"> Los hogares sin niños consumen más cantidad de patatas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
<ul style="list-style-type: none"> Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de patatas es superior. 	<ul style="list-style-type: none"> Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es superior.
<ul style="list-style-type: none"> En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de patatas 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. 	<ul style="list-style-type: none"> En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas 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.
<ul style="list-style-type: none"> Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de patatas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cuatro miembros. 	<ul style="list-style-type: none"> Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.
<ul style="list-style-type: none"> Los consumidores que residen en municipios con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
<ul style="list-style-type: none"> Se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, retirados y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, parejas jóvenes sin hijos y jóvenes independientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares adultos y jóvenes independientes, retirados, parejas jóvenes sin hijos y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y en los hogares monoparentales.
<ul style="list-style-type: none"> Cantabria y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja y Navarra. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantabria y Madrid cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja y Galicia.

das el 3,3% del consumo y el 22,9% del gasto.

Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 122,8 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron cerca de 232,7 millones de euros en este producto (cuadro 13):

- En la restauración comercial, los espárragos representan un 11,2% del consumo y un 23,4% del gasto, las frutas en conserva y almíbar el 19,9% del consumo y el 19,7% del gasto, otras hortalizas transformadas el 44,9% del consumo y el 47,5% del gasto, y el tomate triturado el 24% del consumo y el 9,4% del gasto.
- En la restauración colectiva y social, los espárragos representan un 6,2% del consumo y un 12,6% del gasto, las frutas en conserva y almíbar el 28,8% del consumo y el 34,8% del gasto, otras hortalizas transformadas el 34,5% del consumo y el 40,1% del gasto, y el tomate triturado el 30,5% del consumo y el 12,5% del gasto.

El gráfico 3 detalla la participación que tienen los distintos negocios de restauración comercial en la demanda de frutas frescas, hortalizas frescas y frutas y hortalizas transformadas:

- Los hoteles concentran el 35% de la demanda de frutas frescas, los bares y cafeterías el 30%, los restaurantes independientes el 26% y la restauración organizada el 9%.
- Los restaurantes independientes concentran el 36% de la demanda de hortalizas frescas, los hoteles el 26%, los bares y cafeterías el 23%, y la restauración organizada el 15% restante.
- Los restaurantes independientes concentran el 29% de la demanda de patatas, la restauración organizada el 28%, los bares y cafeterías el 26%, y los hoteles el 17%.
- Los restaurantes independientes concentran el 36% de la demanda de

con un 7,2% del consumo y un 7,9% del gasto (casi 8,5 millones de kilos y 12,32 millones de euros).


Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 505,9 millones de kilos de patatas y gas-

taron cerca de 510,3 millones de euros en este producto (cuadro 12). En la demanda extracomunitaria de patatas, las patatas frescas representan un 60% del consumo y un 35,4% del gasto, las patatas congeladas el 36,7% del consumo y el 41,7% del gasto, y las patatas procesa-

CUADRO 10

Consumo y gasto en frutas frescas de la restauración comercial, colectiva y social 2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	237,31	292,85	118,49	140,48	355,80	433,33
Fresas y fresones	2,49	7,00	0,60	1,36	3,09	8,36
Frutas con hueso	8,41	16,75	6,93	9,63	15,34	26,38
Limonas	42,82	62,09	3,29	4,00	46,12	66,09
Manzanas	15,78	19,29	28,34	29,98	44,12	49,28
Melones y sandías	31,63	31,79	9,26	8,26	40,89	40,04
Naranjas y mandarinas	93,54	92,63	31,78	32,71	125,31	125,34
Otras frutas con pepitas	9,31	14,73	13,72	17,68	23,03	32,40
Otras frutas frescas	18,39	32,23	8,24	14,44	26,63	46,67
Plátanos	14,94	16,34	16,33	22,43	31,27	38,78



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

CUADRO 11

Consumo y gasto en hortalizas frescas de la restauración comercial, colectiva y social 2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	330,87	464,11	116,95	155,38	447,82	619,49
Cebollas	55,02	38,83	20,27	15,04	75,29	53,88
Champiñón y otras setas	8,10	28,66	1,10	2,53	9,20	31,19
Espárragos	2,24	7,36	0,59	1,14	2,83	8,50
Tomates	100,99	120,30	20,69	25,52	121,68	145,82
Judías verdes	3,20	8,19	2,72	5,90	5,92	14,09
Lechuga, escarola y endivia	55,71	86,29	12,53	16,80	68,25	103,09
Pimientos	34,09	58,59	8,46	12,32	42,55	70,91
Verduras cortadas y peladas	17,11	45,05	10,84	26,98	27,95	72,03
Otras hortalizas y verduras	54,41	70,83	39,74	49,15	94,16	119,99



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

CUADRO 12

Consumo y gasto en patatas de la restauración comercial, colectiva y social 2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL PATATAS	415,60	447,46	90,26	62,86	505,86	510,33
Patatas frescas	227,32	139,55	76,13	41,39	303,45	180,94
Patatas congeladas	173,83	199,19	11,85	13,80	185,69	213,00
Patatas procesadas	14,45	108,72	2,26	7,67	16,72	116,39



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

frutas y hortalizas transformadas, los hoteles el 33%, los bares y cafeterías el 26%, y la restauración organizada el 5% restante.

Finalmente, el gráfico 4 detalla la parti-

cipación de los canales de abastecimiento de la restauración comercial en frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas:

– El mayorista se configura como la

principal fuente de aprovisionamiento de frutas frescas (alcanza una cuota del 74%), seguido del establecimiento especializado, con una cuota del 8%. El cash & carry alcanza

5 razones para promocionar 5 raciones



Porque **COLABORAR**
es mas útil que criticar



Porque con tu voz podemos
gritar **MÁS FUERTE**



Porque sí se puede hacer algo
por la **SALUD** de nuestros **NIÑOS**



Porque te distinguirán por tu
compromiso con **EL SECTOR**



Porque hablar no es suficiente:
hay que **ACTUAR**

APUESTA POR "5 AL DÍA"
www.5aldia.org / 902 365 12 5

CUADRO 13

Consumo y gasto en frutas y hortalizas transformadas de la restauración comercial, colectiva y social 2008

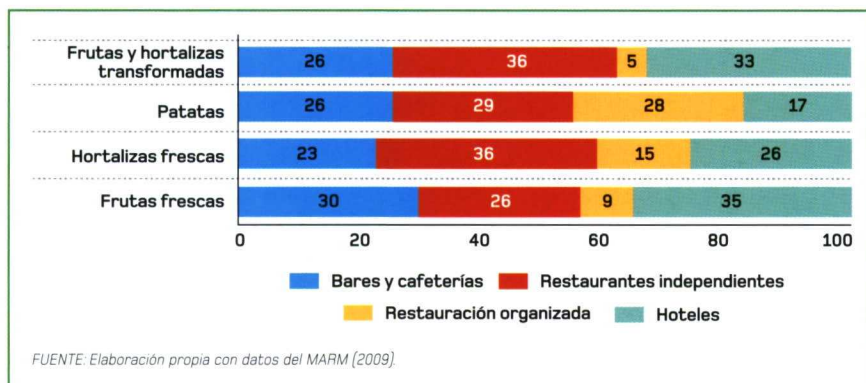
	RESTAURACIÓN COMERCIAL		REST. COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)	CONSUMO (MILL. KILOS)	GASTO (MILL. EUROS)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	97,26	191,07	25,58	41,60	122,84	232,67
Espárragos	10,89	44,71	1,58	5,25	12,47	49,96
Frutas conserva y almíbar	19,41	37,71	7,37	14,47	26,79	52,18
Mermelada y confitura	4,67	16,25	3,52	9,50	8,19	25,76
Otras hortalizas transformadas	43,69	90,82	8,82	16,68	52,51	107,50
Tomate triturado	23,27	17,82	7,81	5,21	31,07	23,02



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

GRÁFICO 3

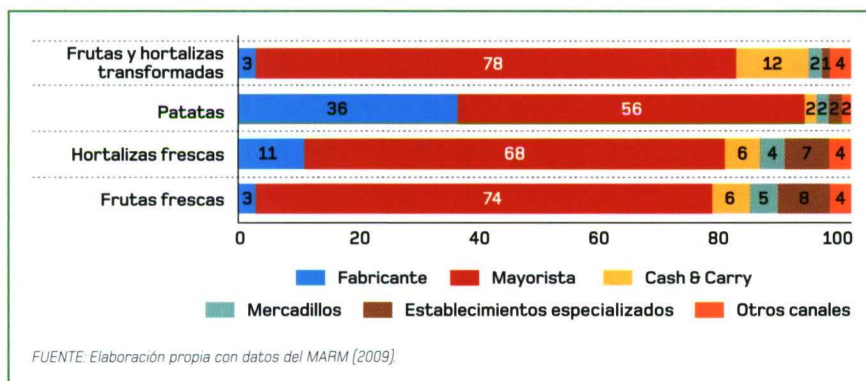
Participación de la restauración comercial en la demanda de frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas 2008. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

GRÁFICO 4

Aprovisionamiento de la restauración comercial en frutas frescas, hortalizas frescas, patatas y frutas y hortalizas transformadas 2008. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM (2009).

una cuota del 6%, el libre servicio (hipermercado y supermercado) el 5%, y el fabricante el 3%. El resto de canales de compra acaparan el 4% restante.

– Para el aprovisionamiento de hortalizas

frescas, el mayorista alcanza una cuota del 68%, seguido del fabricante, con una cuota del 11%. El establecimiento especializado alcanza una cuota del 7%, el cash & carry un 6% y el libreservicio (hipermercado y

supermercado) el 4%. El resto de canales de compra acapara el 4% restante.

- El mayorista también es la principal fuente de aprovisionamiento de patatas (alcanza una cuota del 56%), seguido del fabricante, con una cuota del 36%. El cash & carry, el libre-servicio (hipermercado y supermercado), el establecimiento especializado y las otras formas comerciales alcanzan un 2% para cada uno de los casos.
- Para el aprovisionamiento de frutas y hortalizas transformadas, el mayorista alcanza una cuota del 78%, seguido del cash & carry con una cuota del 12%. El fabricante supone el 3% y el libreservicio (hipermercado y supermercado) acapara el 2%. El establecimiento especializado alcanza un 1% y las otras formas comerciales representan el 4% restante. ■

BIBLIOGRAFÍA

- MARM (2009): *Panel de Consumo Alimentario*, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, www.marm.es.
- MARM (varios años): *Panel de Consumo Alimentario*, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, www.marm.es.
- MARTÍN, V. J. (2008): "Paneles de Alimentación del Ministerio de Agricultura. 1987-2007, dos décadas de estudio del consumo alimentario", *Distribución y Consumo*, nº 100, págs. 208-239, Mercasa, Madrid.
- MERCASA (varios años): *Alimentación en España*, E. N. Mercasa, www.mercasa.es.