

Consumo de frutas en España

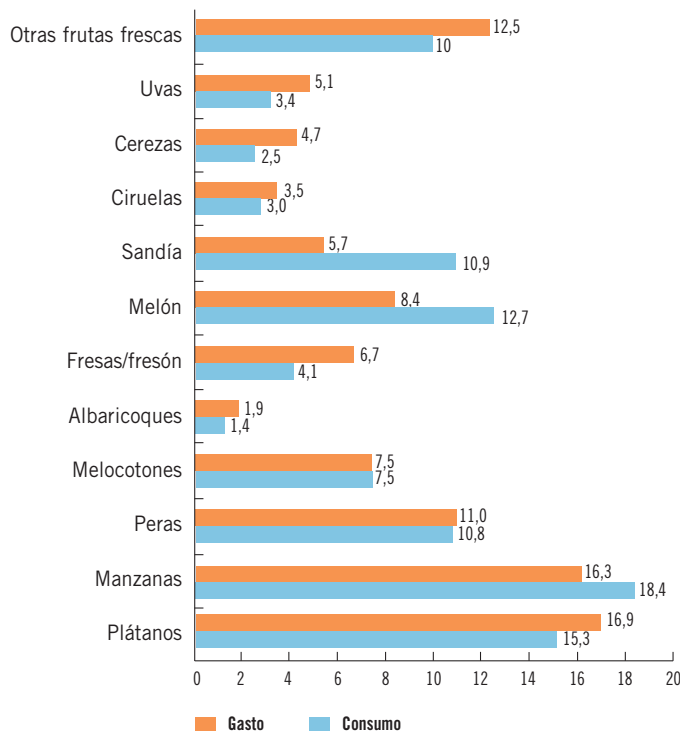
VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Las estadísticas que recopila la FAO establecen una prelación de los países conforme a su importancia en la producción de frutas frescas. Los cinco principales productores son India, Vietnam, China, Irán e Indonesia; no obstante, la supremacía de India es notable puesto que su producción resulta, por ejemplo, cinco veces superior a la obtenida por Indonesia. Los últimos datos disponibles, relativos al año 2009, sitúan a Turquía como el principal productor de fruta en el área europea seguida de Italia y España; las cifras de Polonia, Portugal y Rumanía son sensiblemente más reducidas, aunque destacan entre el grupo de países de la UE-27.

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos y, por tanto, las frutas se configuran como una de las partidas más importantes en su dieta. El consumo y el gasto se concentran básicamente en los hogares (sobre la demanda global suponen un 93% y un 94%, respectivamente). Así pues, durante el año 2009, en los hogares españoles se consumieron, por cada miembro, 95,7 kilos de frutas frescas y se emplearon 126 euros. Los cítricos y las frutas tropicales cuentan con un protagonismo notable en estas cifras de consumo y gasto y, por tanto, se analizarán de forma específica en esta misma sección de próximos números de *Distribución y Consumo*.

La enorme variedad existente en la familia de frutas supone que la demanda se fragmente y que las distintas frutas cuenten con una participación diferente tanto en términos de consumo como de gasto, tal y como refleja el gráfico 1 basado en datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM).

Gráfico 1
Consumo y gasto por variedades de frutas. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Durante los últimos años se ha generalizado el mensaje sobre la bondad de las frutas frescas en el equilibrio de la dieta apoyándose en sus cualidades nutritivas. El objetivo fundamental ha sido frenar drásticamente la tendencia descendente en el consumo de frutas frescas y, al mismo tiempo, aumentar la demanda per cápita de este tipo de productos en familias jóvenes, niños y adolescentes.

El consumo de frutas cuenta con distintas particularidades en España (cuadro 1). Por ejemplo, las diferencias regionales en la demanda suponen una diver-

gencia de más de 29 kilos per cápita entre los individuos con un mayor consumo (Castilla y León) y los que tienen el menor (Extremadura). Cataluña, Aragón, Madrid, Castilla y León, Asturias, La Rioja y Canarias están por encima de la media nacional en el consumo de frutas, mientras que Baleares, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, Cantabria, País Vasco y Navarra están por debajo. El municipio de residencia se convierte en otra variable importante en cuanto al consumo de frutas, puesto que existe

una diferencia de más de 16 kilos entre la cantidad demandada por un individuo que vive en un municipio con menos de 10.000 habitantes y otro que reside en una ciudad de más de 500.000 habitantes. La demanda de frutas también está condicionada por la edad del consumidor de tal manera que los más jóvenes cuentan con un consumo inferior a la media y los mayores están por encima (a modo de ejemplo, puede plantearse que

existe una diferencia de más de 74 kilos en el consumo de frutas entre una persona menor de 35 años y otra mayor de 65 años).

El consumo de frutas decrece en los hogares que cuentan con menor nivel de ingresos; esto es, en los hogares de renta alta y media alta existe un consumo un 11,7% superior a la media nacional mientras que en los hogares de renta baja la diferencia es negativa y se cuantifica

en un 2%. La condición laboral del encargado de realizar las compras también resulta determinante para el consumo per cápita de frutas; en este caso, cuando la persona no está activa existe un mayor consumo per cápita con respecto a la media (por encima en 12,5 kilos).

Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños supone un menor consumo per cápita de frutas; por ejemplo, en los hogares sin niños se alcanzan

Cuadro 1
Consumo de frutas en función de las características de los hogares

		CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA	CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA
CLASE SOCIAL	Alta y media alta	Albaricoques	–
	Media	Plátanos	Albaricoques
	Media baja	Melón	Uvas
	Baja	Uvas	Plátanos
COMPOSICIÓN DEL HOGAR	Sin niños	Ciruelas	–
	Niños < 6 años	–	Cerezas
	Niños 6-15 años	–	Uvas
SITUACIÓN MERCADO LABORAL	Activa	–	Ciruelas
	No activa	Albaricoques	–
EDAD	< 35 años	–	Peras
	35-49 años	–	Uvas
	50-64 años	Albaricoques	–
	> 65 años	Ciruelas	–
TAMAÑO DEL HOGAR	1 persona	Cerezas	–
	2 personas	Ciruelas	–
	3 personas	–	Ciruelas
	4 personas	–	Melocotones
	5 y más personas	–	Ciruelas
TAMAÑO MUNICIPIO RESIDENCIA	< 2.000 habitantes	Sandía	Plátanos
	2.000-10.000 habitantes	–	Cerezas
	10.001-100.000 habitantes	Otras frutas	Albaricoques
	100.001-500.000 habitantes	Cerezas	Sandías
	> 500.000 habitantes	Cerezas	–
TIPOLOGÍA HOGAR	Jóvenes independientes	Melón	Melocotones
	Parejas jóvenes sin hijos	–	Albaricoques
	Parejas con hijos pequeños	–	Ciruelas
	Hogares monoparentales	–	Ciruelas
	Parejas adultas sin hijos	Uvas	–
	Adultos independientes	Cerezas	–
	Retirados	Uvas	–

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

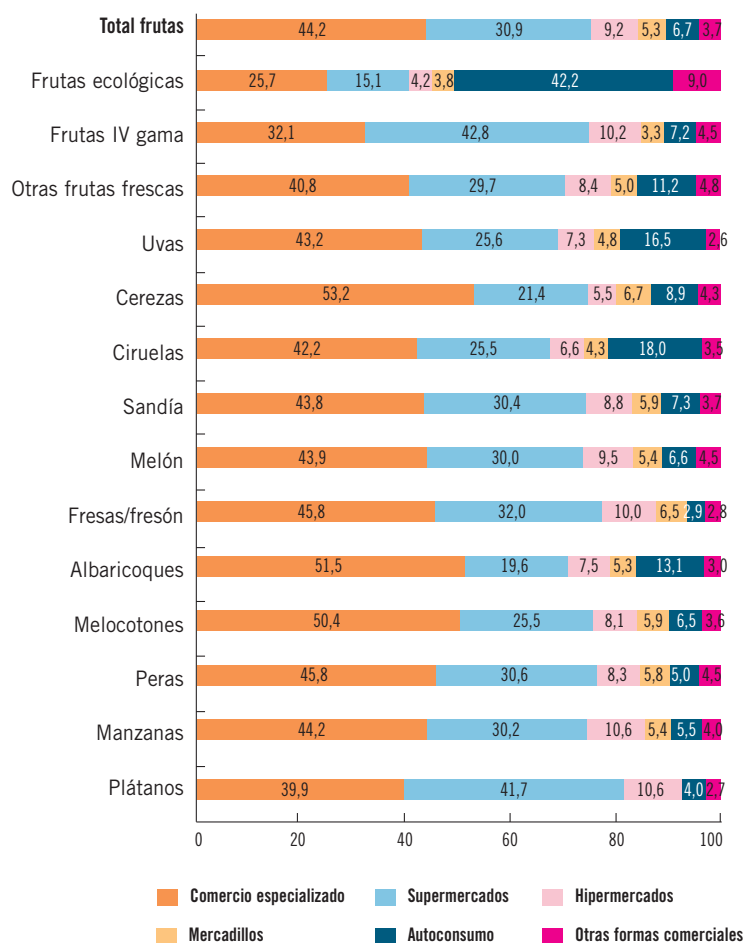
85 kilos por persona, mientras que en los hogares con niños de 6 a 15 años apenas se llega a los 40 kilos. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de frutas suponiendo un consumo per cápita mayor en los hogares unipersonales (a partir de 3 personas empieza a contarse con una desviación negativa con respecto a la media).

En función de la conformación de los hogares, se atiende a una amplia casuística en la demanda de frutas. Con carácter general, los hogares de adultos independientes cuentan con el consumo más significativo, mientras que sucede lo contrario en las parejas sin hijos o con hijos pequeños. Aparece un consumo por encima de la media en hogares de jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados.

Durante los últimos años el comercio internacional de frutas frescas ha venido consolidándose debido a la apertura progresiva de los mercados a través de los acuerdos de las organizaciones comunes de mercados, de los avances preferenciales con determinados áreas y las sucesivas ampliaciones de la Unión Europea. Las mejoras logísticas también han sido fundamentales para facilitar el consumo atemporal de frutas frescas, (mejora de transporte, comunicaciones, sistemas de información o mecanismos de conservación).

Europa importa más de la mitad del volumen de fruta mundial debido al incremento del consumo interno, al estancamiento de su producción y al atractivo de los precios internacionales. El continente asiático es el principal proveedor internacional de frutas frescas con una clara tendencia hacia el crecimiento liderada por países como China, Indonesia o Irán (recientemente, la comparación entre las cifras de importaciones y exportaciones de fruta plantea un cierto equilibrio en algunas zonas asiáticas que puede traducirse en la idea de que este continente será capaz de consumir todo lo que produce). América es el segundo productor de fruta del mundo y, al mismo tiempo,

Gráfico 2
Cuotas de distribución de frutas (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

se configura como el mayor exportador (esta idea refleja el bajo consumo interno de este continente, que implica que países como, por ejemplo, Ecuador exporten más del 70% de su producción).

Comercialización

Para el caso concreto del mercado español, la comercialización de frutas se desarrolla fundamentalmente a través del comercio especializado, que concentra una cuota superior al 44%. Los supermercados llegan casi al 31% del total distribuido, mientras que los hipermercados

se quedan en un 9,2%. A diferencia de otras familias de alimentos, en la demanda de frutas frescas resultan significativas las cuotas de los mercadillos (5,3%) y el autoconsumo (6,7%). No obstante, estas cuotas de venta se modifican en función de la amplia variedad de frutas comercializadas, tal y como muestra el gráfico 2.

Consumo extradoméstico

Finalmente, conviene apuntar que la demanda de frutas frescas cuenta en España con otra vía complementaria en el ca-



Ibérica
de Patatas



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.



nal de alimentación fuera del hogar. En este caso, conviene atender a los siguientes aspectos:

- ▶ Durante el año 2009, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 327,7 millones de kilos de frutas frescas y gastaron casi 367,9 millones de euros en estos productos (excluyendo los cítricos, estas cifras se reducen a 172,7 y 216,9, respectivamente).
- ▶ En la demanda extradoméstica de frutas frescas, los melones y sandías representan un 24,4% del consumo y un 18,6% del gasto (42,2 millones de kilos y 40,3 millones de euros); las manzanas cuentan con un 22,6% del consumo y un 19,4% del gasto (39 millones de kilos y 42,2 millones de euros) y los plátanos llegan al 15,7% del consumo y al 15,5% del gasto (27 millones de kilos y 33,6 millones de euros).



- ▶ En la restauración comercial, los hoteles concentran el 32,7% de la demanda de frutas frescas, los bares y cafeterías el 28,1%, los restaurantes independientes el 27,8%, la restauración organizada el 8,9%, y el ocio nocturno el 2,5% restante.
- ▶ La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de frutas frescas (alcanza una cuota del 76,6%), seguido del cash & carry, con una cuota del 6,1%. El libreservicio (hipermercado y supermercado) alcanza el 5,9% y el establecimiento especializado el 5,7%. El resto de canales de compra acaparan el 5,7% restante. ■



(Para ampliar esta información: Alimentación en España en www.mercasa.es).

GIMECHAMP S.C.V.
 MERCAVALENCIA. Puestos 1-3
 Camí d'Encorts, 231
 46013 VALENCIA
 Tel.: 963 677 254
 Fax: 963 673 430
 E-mail: alfonso.gimechaz@gimechamp.com
www.gimechamp.es