

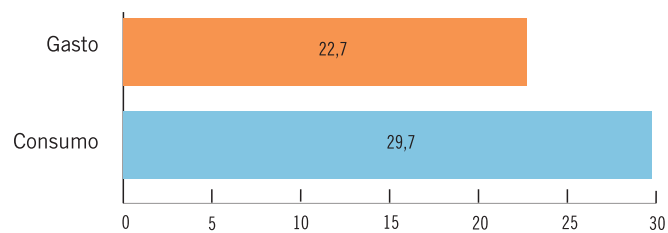
Consumo de cítricos en España

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

La producción mundial de cítricos experimentó un crecimiento considerable a partir de la segunda mitad de los años ochenta. Con niveles de producción más elevados ha sido posible incrementar la comercialización de esta familia de productos (especialmente significativa es la demanda de naranjas, seguida a distancia de mandarinas y limones). Así pues, para el año 2010, la producción mundial de naranjas está estimada en 52,2 millones de toneladas y llegarán a comercializarse a terceros países cerca de 4 millones de toneladas (se prevé un incremento del volumen de comercio por la demanda creciente de Canadá, Corea, Rusia y otros países de Oriente Medio). Las estadísticas que recopila la FAO apuntan que la principal producción de naranjas se centra en Brasil, Estados Unidos, India, México, China y España mientras que los volúmenes más elevados de limones se recogen en India, México, Argentina, Brasil, China e Irán.

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 en su compra 126 euros. Dentro de esta familia sobresalen los cítricos (naranjas, mandarinas y limones), que contabilizaron una demanda per cápita de 28,5 kilos y un gasto de 28,6 euros (un 30% y un 23% sobre el consumo y el gasto, respectivamente, del total de frutas frescas, tal y como se refleja en el gráfico 1).

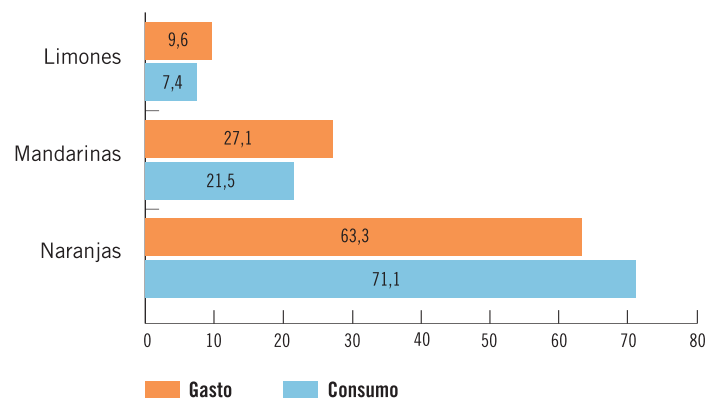
Gráfico 1
Participación de los cítricos en el consumo y gasto de frutas frescas. Porcentaje



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



Gráfico 2
Consumo y gasto por variedades de cítricos. Porcentaje



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

En el mercado nacional, las naranjas cuentan con la mayor participación relativa en la demanda del conjunto de cítricos. Cada español, durante el año 2009, consumió 20,2 kilos de naranjas, 6,1 kilos de mandarinas y 2,1 kilos de limones. En términos de gasto per cápita, las naranjas llegan a 18,1 euros, las mandarinas a 7,8 euros y los limones a 2,7 euros. El gráfico 2 desglosa estas participaciones por variedades de cítricos.



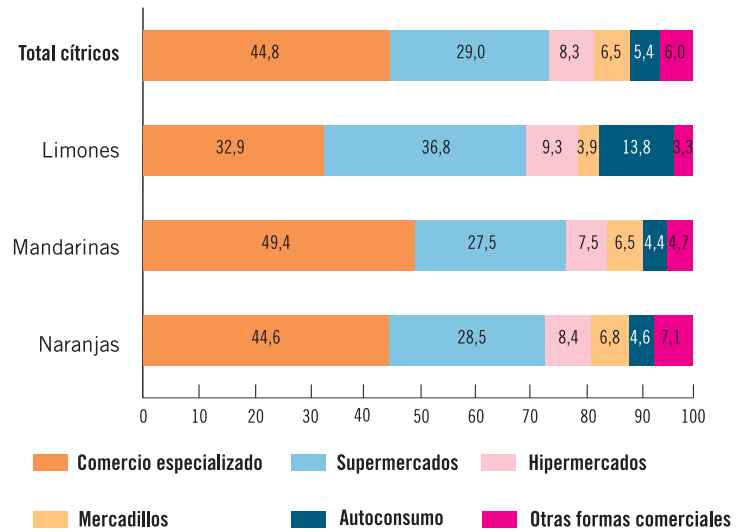
Cuadro 1
Consumo de cítricos en función de las características de los hogares

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

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



Gráfico 3
Cuotas de distribución de cítricos. Porcentaje



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

Visítenos en Fruit Attraction, Pabellón 10, Stand 10E03

unicaU

GROUP



Your unique fresh produce-partner

"Nos alineamos estratégicamente con la misión y visión de nuestro cliente, buscando el interés común por satisfacer al consumidor final. Nos basamos en la confianza mutua y el trabajo en equipo para lograr un mayor beneficio compartido"

José Martínez Portero
Presidente de UNICA GROUP

info@unicagroup.es
unicagroup.es

El consumo de cítricos cuenta con distintas particularidades en España (cuadro 1). Por ejemplo, las diferencias regionales en la demanda suponen una divergencia de 23 kilos per cápita entre los individuos con un mayor consumo (Castilla y León) y los que tienen el menor (Comunidad Valenciana). Cataluña, Aragón, Madrid, Castilla y León, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra están por encima de la media nacional en el consumo de cítricos, mientras que Baleares, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Canarias están por debajo. Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños supone un menor consumo per cápita de cítricos; por ejemplo, en los hogares sin niños se alcanzan 40 kilos por persona, mientras que en los hogares con niños de 6 a 15 años apenas se llega a los 14 kilos. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de cítricos, 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 cítricos. Con carácter general, los hogares de adultos independientes cuentan con el consumo más significativo (más de 60 kilos per cápita), mientras que sucede lo contrario en las parejas con hijos pequeños (menos de 14 kilos por persona). Aparece un consumo por encima de la media en hogares de jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados.

El municipio de residencia se convierte en otra variable importante en cuanto al consumo de cítricos, puesto que existe una diferencia de cerca de 5 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 cítricos también está condicionada por la edad del consumi-



dor, 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 casi 40 kilos en el consumo de cítricos entre una persona menor de 35 años y otra mayor de 65 años).

El consumo de cítricos 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 5% superior a la media nacional, mientras que en los hogares de renta media-baja la diferencia es negativa y se cuantifica por encima del 1%. La condición laboral del encargado de realizar las compras también resulta determinante para el consumo per cápita de cítricos; en este caso, cuando la persona no está activa existe un mayor consumo per cápita con respecto a la media (por encima en 13,5 kilos).

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 preferencia-

les con determinadas áreas y las sucesivas ampliaciones de la Unión Europea. Las mejoras logísticas también han sido fundamentales para facilitar el consumo atemporal de cítricos (mejora de transporte, comunicaciones, sistemas de información o mecanismos de conservación).

Para el caso concreto del mercado español, la comercialización de cítricos se desarrolla fundamentalmente a través del comercio especializado, que concentra una cuota cercana al 45%. Los supermercados llegan casi al 29% del total distribuido, mientras que los hipermercados se quedan en un 8,3%. A diferencia de otras familias de alimentos, en la demanda de cítricos resultan significativas las cuotas de los mercadillos (6,5%) y el autoconsumo (5,4%). No obstante, estas cuotas de venta se modifican en función de la variedad de cítricos comercializados, tal y como muestra el gráfico 3 (en el caso de los limones, por ejemplo, los supermercados llegan a una participación cercana al 37%).

Finalmente, conviene apuntar que la demanda de cítricos cuenta en España con otra vía complementaria en el canal de alimentación fuera del hogar. En este ca-

so conviene atender a los siguientes aspectos:

- ▶ Durante el año 2009, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron casi 155 millones de kilos de cítricos y gastaron más de 151 millones de euros en estos productos.
- ▶ En la restauración comercial, sobre el conjunto de frutas frescas, las naranjas y mandarinas representan un 40,1% del consumo y un 32% del gasto (84,1 millones de kilos y 75,4 millones de euros) y los limones un 17,1% del consumo y un 17,9% del gasto (35,8 millones de kilos y 42,2 millones de euros).
- ▶ En la demanda de frutas frescas de la restauración colectiva y social, las naranjas y mandarinas representan un 26,9% del consumo y un 22,8% del gasto (31,8 millones de kilos y 30,2 millones de euros) y los limones un 2,8%



del consumo y un 2,5% del gasto (3,4 millones de kilos y 3,3 millones de euros).

- ▶ En la restauración comercial, los bares y cafeterías concentran el 40,3% de la demanda de cítricos, los restaurantes independientes el 24,7%, los hoteles el 20,3%, la restauración organizada el 10,3% y el ocio nocturno el 4,4% restante.
- ▶ La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de apro-

visionamiento de cítricos (alcanza una cuota del 72,9%), seguido de los establecimientos de librería y del comercio especializado (ambos con una cuota del 7%). El cash & carry alcanza el 6,4% y el resto de canales de compra acaparan el 6,7% restante. ■



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

CUIDAMOS DE LO NUESTRO

Fundada en 1917 por Brigida Ruiz, en Rubalcaba, Liérganes. Siguió la tradición sus hijos. En 1970 se trasladan a La Cavada. Actualmente son sus nietos, quienes en una moderna fábrica artesanal y homologada, seleccionan cuidadosamente las materias primas de mejor calidad, que dan a nuestros quesos de Cantabria ese exquisito sabor y suave textura tan característicos.

En este ya casi siglo de historia, nuestros premios nos avalan, como el conseguido en el año 2003, al mejor queso de España, elaborado con leche de vaca, de pasta prensada. Además de los que le han precedido y de otros que le han seguido.

Elaboramos queso Nata de Cantabria D.O., Fresco, Ahumado, Oveja, Mezcla.

Todos ellos en diferentes formatos (3 kg, 1 kg, 0,500 kg, cuñas, lonchas, etc.)

En la actualidad nuestro objetivo es la expansión por todo el territorio na-

QUESO DE CANTABRIA

PRIMER PREMIO MEJORES QUESOS DE ESPAÑA 2003

CINCHO DE PLATA 2007

CINCHO DE BRONCE 2004

La Pasiega de Peña Pelada

HEREDEROS DE T. RUIZ. S.L.

Sierra Hermosa, 16 A • 39720 LA CAVADA (Cantabria)

Tel. 942 539 261 • Fax: 942 539 182

www.lapasiegadepenapelada.com

cional, por lo que estamos dispuestos a escuchar a todas aquellas firmas distribuidoras especializadas en distribución y que estén interesadas en acompañarnos

en éste proyecto, en el que estamos muy ilusionados, ya que la calidad de nuestros fabricados nos dan la tranquilidad y garantía del éxito.