

Consumo de hortalizas en España (I)

Frutos, tubérculos, raíces y bulbos

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Las estadísticas que recopila la FAO establecen una prelación de los países conforme a su importancia en la producción de hortalizas frescas. Los cinco principales productores son China, India, Estados Unidos, Turquía y Egipto; no obstante, la supremacía de China es notable puesto que su producción resulta, por ejemplo, cinco veces superior a la obtenida por India. Los últimos datos disponibles, relativos al año 2010, sitúan a Turquía como el principal productor de hortalizas en el área europea, seguido de Italia y España (en el caso concreto de las patatas destaca la aportación de Alemania, Ucrania, Polonia, Francia y Países Bajos dentro de los diez principales productores mundiales).

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos y, por tanto, las hortalizas 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 87,7% y un 89,7%, respectivamente). Así pues, durante el año 2010, en los hogares españoles se consumieron, por cada miembro, 60,5 kilos de hortalizas frescas y 23,3 kilos de patatas frescas, mientras que se emplearon 100,4 euros en hortalizas frescas y 15,1 euros en patatas frescas. Las hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos cuentan con un protagonismo notable en estas cifras de consumo y gasto y, por tanto, se analizan específicamente en este número de la revista *Distribución y Consumo*.

La enorme variedad existente en la familia de las hortalizas supone que la demanda se fragmente y que los distintos productos cuenten con una participación



Mercado de La Paz. Madrid.

diferente tanto en términos de consumo como de gasto, tal y como reflejan el cuadro 1 y el gráfico 1 basados en datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM).

El consumo de hortalizas cuenta con distintas particularidades en España (cuadro 2). Por ejemplo, las diferencias regionales en la demanda suponen una divergencia de cerca de 29,5 kilos per cápita entre los individuos con un mayor consumo (Cataluña) y los que tienen el menor (Extremadura). Cataluña, Aragón, Baleares, Comunidad Valenciana, Madrid y Cantabria están por encima de la media nacional en el consumo de hortalizas, mientras que Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura, Castilla y León, Galicia, Asturias, País Vasco, La Rioja, Navarra y Canarias están por debajo.

El municipio de residencia se convierte

en otra variable importante en cuanto al consumo de hortalizas, puesto que existe una diferencia de casi 19 kilos entre la cantidad demandada por un individuo que vive en un municipio con menos de 2.000 habitantes y otro que reside en una ciudad de 2.000 a 10.000 habitantes. La demanda de hortalizas 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 64 kilos en el consumo de hortalizas entre una persona menor de 35 años y otra mayor de 65 años).

El consumo de hortalizas 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

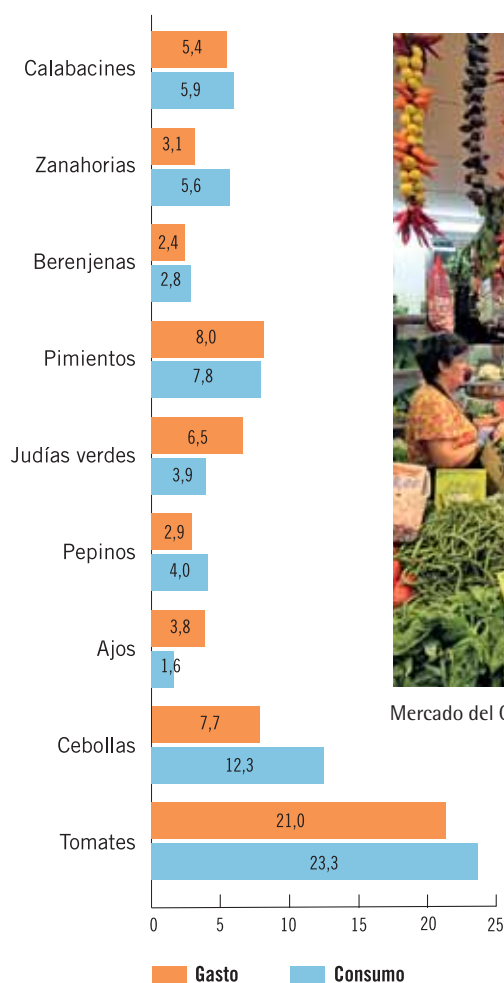
Cuadro 1
Consumo y gasto en hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos 2010

| | CONSUMO | | GASTO | |
|-----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|
| | Millones kilos | Kilos per cápita | Millones euros | Euros per cápita |
| Tomates | 648,75 | 14,12 | 966,55 | 21,04 |
| Cebollas | 343,28 | 7,47 | 356,92 | 7,77 |
| Ajos | 43,42 | 0,95 | 173,93 | 3,79 |
| Pepinos | 111,53 | 2,43 | 135,40 | 2,95 |
| Judías verdes | 108,56 | 2,36 | 299,03 | 6,51 |
| Pimientos | 216,47 | 4,71 | 371,24 | 8,08 |
| Berenjenas | 78,31 | 1,70 | 111,76 | 2,43 |
| Zanahorias | 156,68 | 3,41 | 144,97 | 3,16 |
| Calabacines | 163,35 | 3,56 | 247,12 | 5,38 |
| Patatas frescas | 1.072,80 | 23,35 | 691,37 | 15,05 |



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).

Gráfico 1
Participación de las hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos en el consumo y gasto total de hortalizas. Porcentaje



Mercado del Olivar. Palma de Mallorca.

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).

12,4% superior a la media nacional, mientras que en los hogares de renta media baja la diferencia es negativa y se cuantifica en un 3,9%. La condición laboral del encargado de realizar las compras también resulta determinante para el consumo per cápita de hortalizas; en este caso, cuando la persona no está activa existe un mayor consumo per cápita con respecto a la media (por encima de 10 kilos).

Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños supone un menor consumo per cápita de hortalizas; por ejemplo, en los hogares sin niños se alcanzan 81 kilos por persona, mientras que en los hogares con niños de 6 a 15 años apenas se llega a los 39 kilos. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de hortalizas, 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 hortalizas. Con carácter general, los hogares de adultos independientes cuentan con el consumo más significativo, mientras que sucede lo contrario en las parejas con hijos pequeños. Aparece un consumo por encima de la media en hogares de jóvenes indepen-

Cuadro 2

Consumo de hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos 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 | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | Media | Berenjenas, patatas | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, zanahorias, calabacines |
| | Media baja | Pepinos | Tomates, cebollas, ajos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | Baja | Ajos, judías verdes, pimientos | Tomates, cebollas, pepinos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| COMPOSICIÓN DEL HOGAR | Sin niños | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | Niños < 6 años | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | Niños 6-15 años | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| SITUACIÓN MERCADO LABORAL | Activa | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | No activa | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| EDAD | < 35 años | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | 35-49 años | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | 50-64 años | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | > 65 años | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| TAMAÑO DEL HOGAR | 1 persona | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |



unica

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

Cuadro 2 (continuación)

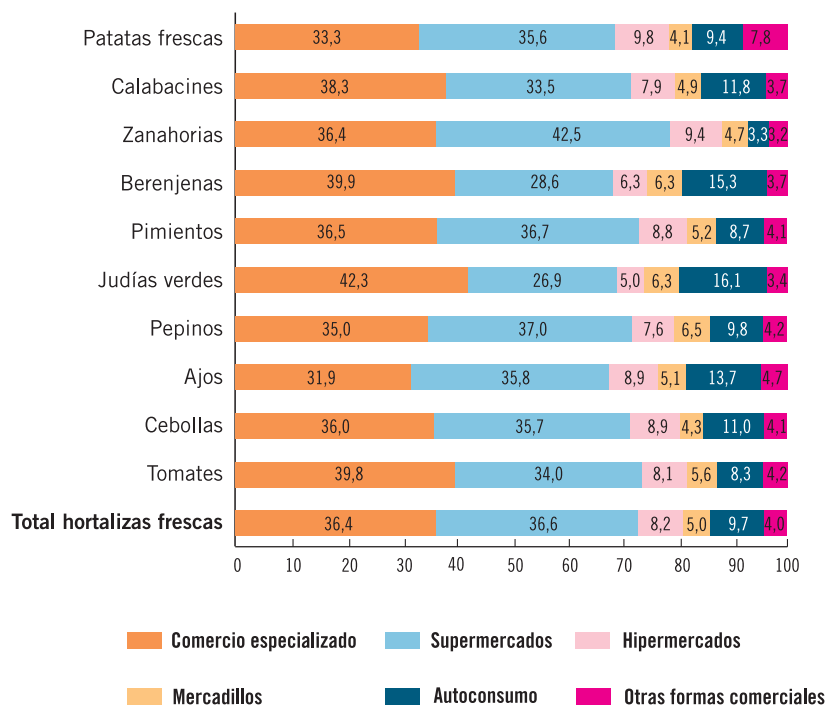
Consumo de hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos en función de las características de los hogares

| | | CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA | CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA |
|-------------------------|------------------------------------|--|--|
| TAMAÑO DEL HOGAR | 2 personas | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | 3 personas | Calabacines | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, patatas |
| | 4 personas | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | 5 y más personas | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | TAMAÑO MUNICIPIO RESIDENCIA | < 2.000 habitantes | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines |
| | 2.000-10.000 habitantes | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | 10.001-100.000 habitantes | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | 100.001-500.000 habitantes | Tomates, cebollas, ajos, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | Pepinos, judías verdes |
| | > 500.000 habitantes | Tomates, cebollas, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | Ajos |
| TIPOLOGÍA HOGAR | Jóvenes independientes | Tomates, pepinos, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines | Cebollas, ajos, judías verdes, patatas |
| | Parejas jóvenes sin hijos | Pepinos, berenjenas | Tomates, cebollas, ajos, judías verdes, pimientos, zanahorias, calabacines, patatas |
| | Parejas con hijos pequeños | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | Parejas con hijos mayores | Tomates, cebollas, judías verdes, patatas | Ajos, pepinos, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines |
| | Hogares monoparentales | — | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas |
| | Parejas adultas sin hijos | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | Adultos independientes | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |
| | Retirados | Tomates, cebollas, ajos, pepinos, judías verdes, pimientos, berenjenas, zanahorias, calabacines, patatas | — |

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).



Gráfico 2
Cuotas de distribución de las hortalizas de fruto, tubérculos, raíces y bulbos.
Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).

dientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados.

Para el caso concreto del mercado español, la comercialización de hortalizas frescas se desarrolla fundamentalmente a través de los supermercados y del comercio especializado que concentran unas cuotas superiores al 36%. Los hipermercados llegan al 8,2% del total distribuido. A diferencia de otras familias de alimentos, en la demanda de hortalizas frescas resultan significativas las cuotas de los mercadillos (5%) y el autoconsumo (9,7%). No obstante, estas cuotas de venta se modifican en función de la amplia variedad de hortalizas comercializadas, tal y como muestra el gráfico 2.

Finalmente, conviene apuntar que la demanda de hortalizas frescas cuenta en España con otra vía complementaria en el canal de alimentación fuera del hogar. En este caso hay que atender a los siguientes aspectos:

- Durante el año 2010, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 386,8 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 528,9 y 143 millones de euros en estos productos (destaca, entre las hortalizas de fruto, la participación del tomate y del pimiento).
- En la demanda extradoméstica de hortalizas frescas, las cebollas representan un 16,4% del consumo y un 8,9% del gasto (63,6 millones de kilos y 47,1 millones de euros); los tomates cuentan con un 25,7% del consumo y un 23,3% del gasto (99,4 millones de kilos y 123,4 millones de euros), y los pimientos llegan al 9,3% del consumo y al 11,3% del gasto (36,1 millones de kilos y 59,7 millones de euros).
- En la restauración comercial, los hoteles concentran el 23,2% de la deman-

da de hortalizas frescas, los bares y cafeterías el 24,1%, la restauración organizada el 11,6%, y el ocio nocturno el 0,3% restante. Los restaurantes independientes cuentan con la mayor participación alcanzando el 40,8% restante.

- La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de hortalizas frescas (alcanza una cuota del 67,9%), seguido del sector primario con un 10,6%, de los establecimientos de librerías (hipermercados y supermercados) con un 6,1% y del cash & carry con un 6%. El comercio especializado acapara un 7,4% de cuota, mientras que los otros canales de compra suponen el 2% restante. ■

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