



Demanda de frutas y hortalizas en España

Perfiles de consumo conforme a las características de los hogares

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

En este artículo se examina la evolución del consumo de frutas y hortalizas en España en los últimos años, así como las características de los consumidores que permiten aproximarnos a la determinación de los segmentos con mayor consumo. Se han utilizado datos secundarios, procedentes de investigaciones empíricas sobre comportamiento de gasto de los consumidores, realizadas para el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM). Los resultados permiten constatar la desigual evolución en la demanda de frutas, hortalizas y patatas durante los últimos años y, al mismo tiempo, establecer perfiles de consumo en las tres familias en función de variables económicas, demográficas y sociales.

PALABRAS CLAVE: frutas, hortalizas, patatas, consumo, hogares, restauración, perfil del consumo.

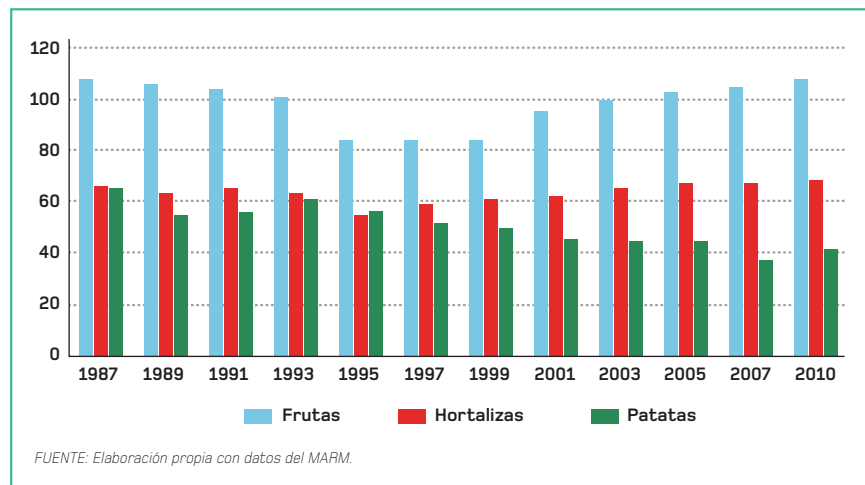
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

El consumo de frutas y hortalizas frescas se ha convertido en una seña de identidad de la dieta mediterránea aunque, al mismo tiempo, la demanda de estos productos también está extendida a un gran número de países y, en consecuencia, parece claro que se trata de un conjunto de productos básicos dentro de la alimentación humana.

La partida de frutas frescas, a pesar del incremento de la calidad y variedad de los productos ofertados, muestra en el mercado español una cierta estabilidad en cuanto a las cifras de consumo per cápita (gráfico 1). En 1987 se consumían en torno a 108 kilos de frutas por persona y, con las cifras de 2010, se estima

GRÁFICO 1

Evolución del consumo per cápita de frutas y hortalizas, 1987-2010. Kilos



que el consumo sigue rondando los 108 kilos –durante los últimos años se ha producido una recuperación en el consumo, puesto que en varios ejercicios de la década de los noventa la demanda per cápita no superó los 85 kilos–.

Por otra parte, las hortalizas frescas ocupan un lugar significativo dentro de las demandas de los hogares españoles y constituyen un grupo heterogéneo con más de 4.000 especies (frutos, flores, raíces, tubérculos, bulbos, tallos, brotes y hojas son consumidos). En 1987 se demandaban en torno a 66,5 kilos de hortalizas y 66 kilos de patatas por persona, mientras que en 2010 se estima que el consumo de hortalizas ronda los 69 kilos y la demanda de patatas llega hasta los 41,5 kilos en términos per cápita. La evolución de ambas partidas ha sido desigual (gráfico 1); mientras que las hortalizas consiguen los máximos niveles de consumo en los últimos años, las patatas han experimentado una notable minora-

CUADRO 1

Consumo y gasto en frutas y hortalizas frescas, 2010. Millones de kilos/millones de euros

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
Total frutas frescas	4.694,92	6.262,28	198,46	230,37	108,05	124,98	5.001,43	6.617,63
Naranjas y mandarinas	1.242,58	1.347,12	77,73	76,37	34,01	36,24	1.354,31	1.459,73
Manzanas	557,26	678,36	11,08	12,68	22,55	22,75	590,89	713,79
Plátanos	515,36	703,88	8,74	8,43	13,01	16,72	537,11	729,04
Limonos	99,45	148,97	33,46	44,28	2,98	3,41	135,88	196,66
Fresas y fresones	110,69	273,04	2,05	5,76	1,37	2,82	114,11	281,63
Melones y sandías	757,54	635,34	35,19	33,94	9,06	7,82	801,79	677,10
Otras frutas frescas	1.412,04	2.475,57	30,21	48,90	25,08	35,22	1.467,33	2.559,69
Total hortalizas frescas	2.781,00	4.612,22	276,41	384,45	110,40	144,41	3.167,81	5.141,08
Tomates	648,75	966,55	79,60	48,33	19,80	25,05	748,15	1.089,93
Cebollas	343,28	356,92	46,12	33,98	17,48	13,13	406,89	404,03
Judías verdes	108,56	299,03	1,74	4,14	3,30	6,09	113,59	309,25
Pimientos	216,47	371,24	27,96	48,14	8,12	11,59	252,55	430,97
Champiñones y otras setas	57,92	213,00	7,27	23,77	1,47	2,91	66,66	239,69
Lechuga, escarola y endivia	222,39	442,91	47,17	65,44	13,18	18,59	282,74	526,94
Espárragos	32,41	57,02	1,75	5,21	0,90	1,38	35,06	63,61
Otras hortalizas frescas	1.151,23	1.905,55	64,80	105,44	46,15	65,67	1.262,18	2.076,66
Total patatas	1.407,54	1.018,45	410,71	361,03	87,69	66,02	1.905,95	1.445,50
Patatas frescas	1.285,09	691,37	197,97	101,65	72,38	41,40	1.343,15	834,42
Patatas congeladas	68,97	50,49	207,31	217,36	13,05	14,76	264,68	282,61
Patatas procesadas	53,48	276,59	5,43	42,02	2,27	9,86	65,78	328,47

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

ción en su demanda (cercana al 40% respecto a los niveles de 1987).

Durante el año 2010, el consumo total de frutas frescas ascendió a 5.001,5 millones de kilos y supuso un gasto de 6.617,6 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (93,9%), mientras que la restauración comercial supone el 3,9% y la restauración social y colectiva el 2,2% restante.

En cuanto al consumo de hortalizas frescas, durante el año 2010 supuso 3.167,8 millones de kilos y 5.141,1 millones de euros de gasto. El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (87,8%).

En el caso concreto de las patatas, la demanda total se cifraba en 1.906 millones de kilos y 1.445,5 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (73,8%), mientras que la restauración comercial supone el



16^A FERIA REGIONAL DE ALIMENTACIÓN

HORARIO:
DÍA 20 DE 17 A 21H
DÍAS 21, 22 Y 23
DE 10,30 A 14H
Y DE 17 A 21H



DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CUENCA



20 - 23 OCTUBRE 2011
TARANCON (CUENCA)



PEYRO FRUIT, S.L.

Mercamadrid - Nave C, puestos 21-23-25

Ctra. Villaverde - Vallecas, km 3,800

28053 Madrid

Tels.: 917 851 702 / 917 856 395

Fax.: 917 854 995

peyrofruit@hotmail.com

CUADRO 2

Consumo y gasto en frutas de los hogares, 2010

	CONSUMO		GASTO	
	MILLONES KILOS	KILOS PER CÁPITA	MILLONES EUROS	EUROS PER CÁPITA
Total frutas frescas	4.694,92	102,20	6.262,28	136,32
Naranjas	943,47	20,54	962,19	20,95
Mandarinas	299,11	6,51	384,93	8,38
Limones	99,45	2,16	148,97	3,24
Plátanos	515,36	11,22	703,88	15,32
Manzanas	557,26	12,13	678,36	14,77
Peras	328,30	7,15	445,49	9,70
Melocotones	220,15	4,79	320,11	6,97
Albaricoques	37,51	0,82	75,20	1,64
Fresas y fresones	110,69	2,41	273,04	5,94
Melones	392,98	8,55	359,72	7,83
Sandías	364,56	7,94	275,62	6,00
Ciruelas	82,19	1,79	138,16	3,01
Cerezas	59,93	1,30	182,94	3,98
Uvas	103,33	2,25	213,60	4,65
Kiwis	155,45	3,38	336,61	7,33
Aguacates	30,40	0,66	78,88	1,72
Piñas	87,32	1,90	124,25	2,70
Otras frutas frescas	307,46	6,69	560,31	12,20
Frutas IV gama	136,19	2,96	202,70	4,41
Frutas ecológicas	376,79	8,20	522,42	11,37

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



21,5% y la restauración social y colectiva el 4,7% restante.

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LOS HOGARES

Los hogares españoles consumen cerca de 4.695 millones de kilos de frutas frescas y gastan unos 6.262 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, en el año 2010 se llegó a 102,2 kilos de consumo y 136,32 euros de gasto (cuadro 2).

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (27 kilos por persona y año) lo que representa un 26,5% del consumo total de frutas frescas), seguidos de los melones y sandías (16,5 kilos per cápita y 16,1% del consumo total) y de las manzanas (12,1 kilos per cápita y 11,9% de consumo). Por su parte, los plátanos representan consumos menores, alcanzando los 11,2 kilos por persona al año (11% del consumo total de frutas frescas).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 21,5%, con un total de 29,3 euros por persona, seguidos de los plátanos, con el 11,2% y un total de 15,3 euros por persona. A continuación se encuentran las manzanas, que alcanzan el 10,8% del gasto total en frutas frescas (14,8 euros por persona) y los melo-

CUADRO 3

Consumo y gasto en hortalizas frescas de los hogares, 2010

	CONSUMO		GASTO	
	MILLONES KILOS	KILOS PER CÁPITA	MILLONES EUROS	EUROS PER CÁPITA
Total hortalizas frescas	2.781,00	60,54	4.612,22	100,40
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
Coles	91,22	1,99	95,28	2,07
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
Champiñones y otras setas	57,92	1,26	213,00	4,64
Lechuga, escarola y endivia	222,39	4,84	442,91	9,64
Espárragos	32,41	0,71	57,02	1,24
Verduras de hoja	70,86	1,54	123,37	2,69
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
Otras hort. y verduras	435,86	9,49	873,72	19,02
Verduras y hort. IV gama	153,88	3,35	377,70	8,22
Verduras y hort. ecológicas	329,01	7,16	536,39	11,68

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



nes y sandías, con un porcentaje del 10,1% y 13,8 euros por persona al año.

En cuanto a las hortalizas frescas, los hogares españoles consumieron 2.781 millones de kilos y gastaron 4.612,2 mi-

CUADRO 4

Consumo y gasto en patatas de los hogares, 2010

	CONSUMO		GASTO	
	MILLONES KILOS	KILOS PER CÁPITA	MILLONES EUROS	EUROS PER CÁPITA
Total patatas	1.407,54	30,64	1.018,45	22,17
Patatas frescas	1.285,09	23,35	691,37	15,05
Patatas congeladas	68,97	0,96	50,49	1,10
Patatas procesadas	53,48	1,26	276,59	6,02

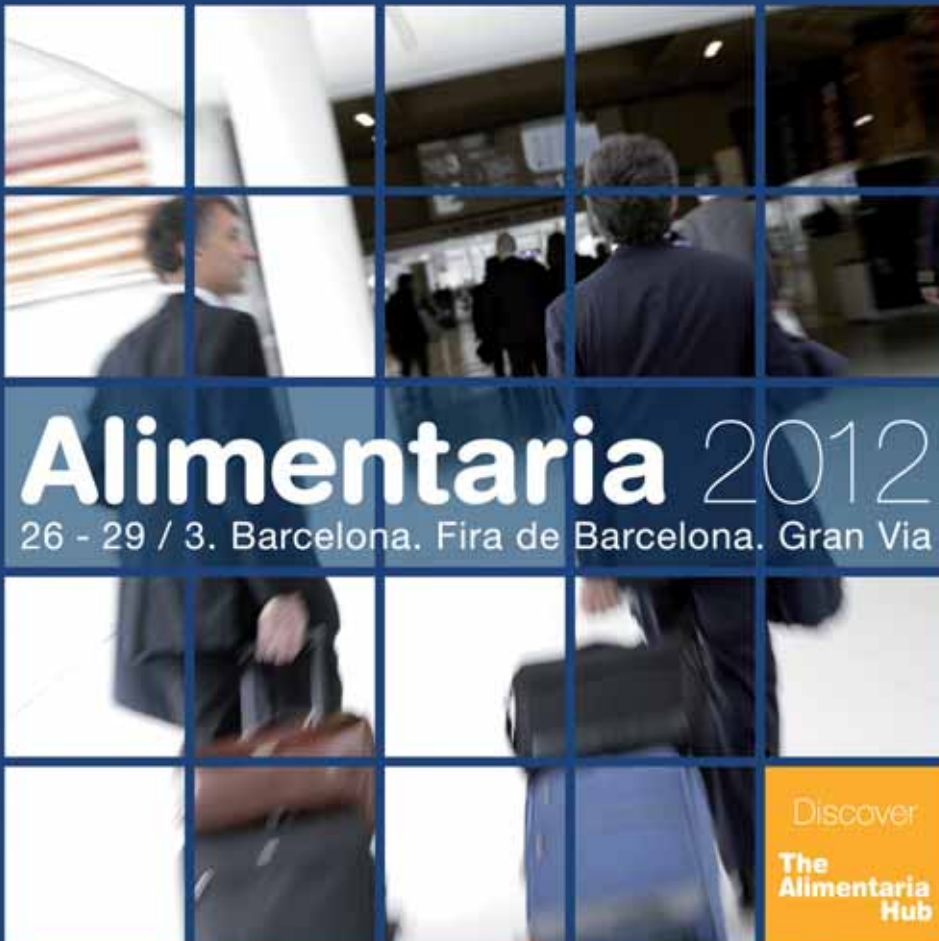
FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

lones de euros en estos productos durante el año 2010. En términos per cápita se llegó a 60,5 kilos de consumo y 100,4 euros de gasto (cuadro 3).

El consumo más notable se asocia a los tomates (14,1 kilos por persona y año), lo que representa un 23,3% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,5 kilos per cápita y 12,3% del consumo total) y de las lechugas, escarolas y endivias (4,8 kilos per cápita y 8% de consumo). Por su parte,

los pimientos representan consumos menores, alcanzando los 4,7 kilos por persona al año (7,8% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,9%, con un total de 21 euros por persona, seguidos de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,6% y un total de 9,6 euros por persona. A continuación se encuentra el pimiento, que alcanza el 8% del gasto total en hortalizas frescas (8,1 euros por persona) y las ce-



The think tank for the food and drinks industry

Alimentaria 2012
26 - 29 / 3. Barcelona. Fira de Barcelona. Gran Via

Discover
The Alimentaria Hub

www.alimentaria-bcn.com
#alimentaria2012

Alimentaria Exhibitions
FIRA DE BARCELONA & REED EXHIBITIONS JOINT VENTURE

CUADRO 5

Consumo y gasto en frutas de la restauración comercial, colectiva y social, 2010. Millones de kilos/millones de euros

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
Total frutas frescas	198,46	230,37	108,05	124,98	306,51	355,35
Fresas y fresones	2,05	5,76	1,37	2,82	3,42	8,59
Frutas con hueso	7,49	13,25	5,20	7,13	12,69	20,38
Limonos	33,46	44,28	2,98	3,41	36,44	47,69
Manzanas	11,08	12,68	22,55	22,75	33,63	35,43
Melones y sandías	35,19	33,94	9,06	7,82	44,25	41,76
Naranjas y mandarinas	77,73	76,37	34,01	36,24	111,73	112,61
Otras frutas con pepitas	8,21	11,52	10,88	13,44	19,09	24,95
Otras frutas frescas	14,50	24,13	9,01	14,65	23,51	38,78
Plátanos	8,74	8,43	13,01	16,72	21,75	25,16

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

CUADRO 6

Consumo y gasto en hortalizas frescas de la restauración comercial, colectiva y social, 2010.

Millones de kilos/millones de euros

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
Total hortalizas frescas	276,41	384,45	110,40	144,41	386,81	528,86
Cebollas	46,12	33,98	17,48	13,13	63,61	47,11
Champiñón y otras setas	7,27	23,77	1,47	2,91	8,74	26,69
Espárragos	1,75	5,21	0,90	1,38	2,65	6,59
Tomates	79,60	98,33	19,80	25,05	99,40	123,38
Judías verdes	1,74	4,14	3,30	6,09	5,03	10,22
Lechuga, escarola y endivia	47,17	65,44	13,18	18,59	60,35	84,03
Pimientos	27,96	48,14	8,12	11,59	36,08	59,73
Verduras cortadas y peladas	16,97	42,41	9,59	22,80	26,56	65,21
Otras hortalizas y verduras	47,83	63,03	36,56	42,87	84,39	105,90

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



bollas, con un porcentaje del 7,7% y 7,8 euros por persona.

Durante el año 2010, los hogares españoles consumieron 1.407,5 millones de kilos de patatas y gastaron 1.018,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 30,6 kilos de consumo y 22,2 euros de gasto (cuadro 4).

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (23,3 kilos por persona y año), seguidos de las patatas procesadas (1,3 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (0,9 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 67,9%, con un total de 15,1 euros por persona; las patatas procesadas el 27,2%, con un total de 6 eu-

CUADRO 7

Consumo y gasto en patatas de la restauración comercial, colectiva y social, 2010. Millones de kilos/millones de euros

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
Total patatas	410,71	361,03	87,69	66,02	498,41	427,05
Patatas congeladas	207,31	217,36	13,05	14,76	220,36	232,12
Patatas frescas	197,97	101,65	72,38	41,40	270,35	143,05
Patatas fritas	4,68	40,11	1,01	7,13	5,69	47,24
Pure patatas	0,75	1,91	1,26	2,73	2,01	4,64

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

ros por persona, y las patatas congeladas un porcentaje del 4,9% y 1,1 euros por persona.

En cuanto al lugar de compra, frutas y hortalizas siguen patrones con algunas diferencias, aunque otorgando un protagonismo notable tanto al comercio especializado como a los supermercados. De forma concreta se cuantifican las siguientes cuotas de distribución:

– Los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los establecimientos especializados (41,5% de cuota de mercado); los supermercados alcanzan en estos productos una cuota del 36%, mientras que el hipermercado concentra el 8,2%. Los mercadillos, por su parte, suponen el 5,1%, y el autoconsumo aca-

para el 4,9%. Las otras formas comerciales representan el 4,3% restante.

– Para realizar sus compras de hortalizas frescas los consumidores acuden principalmente a los supermercados (36,6% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 36,4%, mientras que el autocon-



CUADRO 8

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la condición económica. Kilos

	CONSUMO MEDIO	CONDICIÓN ECONÓMICA			
		ALTA Y MEDIA ALTA	MEDIA	MEDIA BAJA	BAJA
Total patatas	30,64	33,88	31,36	30,35	27,07
Total hortalizas frescas	60,54	68,04	58,21	58,16	59,24
Tomates	14,12	15,54	13,94	13,53	13,65
Cebollas	7,47	8,39	7,40	7,07	7,17
Pimientos	4,71	5,04	4,47	4,66	4,73
Lechuga, escarola y endivia	4,84	5,26	4,23	4,73	5,30
Hortalizas IV gama	3,35	3,60	2,87	3,28	3,78
Hortalizas ecológicas	7,16	7,15	6,64	7,25	7,56
Total frutas frescas	102,20	115,00	98,90	96,08	101,27
Naranjas	20,54	23,23	19,99	18,55	20,92
Plátanos	11,22	12,64	11,53	10,73	10,08
Manzanas	12,13	12,93	11,62	11,41	12,67
Peras	7,15	7,66	6,58	6,87	7,61
Melones	8,55	9,64	8,34	7,93	8,50
Sandías	7,94	8,94	7,79	7,99	7,17
Frutas IV gama	2,96	3,18	2,41	2,65	3,76
Frutas ecológicas	8,20	8,99	6,32	8,92	9,05

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



sumo concentra el 9,7%. El hipermercado, por su parte, supone el 8,2%, y los mercadillos acaparan el 5%. Las otras formas comerciales representan el 4,1% restante.

- En el caso concreto de las patatas, los hogares acuden habitualmente para realizar sus adquisiciones a los supermercados (46,7% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 23,9%, y el hipermercado concentra el 13,5%. El autoconsumo representa un 6,4%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 2,9%. Las otras formas comerciales acaparan el 6,6% restante.

CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS FUERA DEL HOGAR

Durante al año 2010, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 306,5 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 355,3 millones de euros en estos

Naturalmente... Reinventando



Manten Berasategui.



Salanova.



Visítenos en
Fruit Attraction
del 19 al 21 de Octubre • Madrid
Pabellón 9 • Stand 9F10

CUADRO 9

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la conformación del hogar. Kilos

	CONSUMO MEDIO	PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR		
		SIN NIÑOS	NIÑOS < 6 AÑOS	NIÑOS 6 A 15 AÑOS
Total patatas	30,64	36,59	21,54	26,38
Total hortalizas frescas	60,54	81,30	34,98	39,05
Tomates	14,12	18,86	8,21	9,32
Cebollas	7,47	9,72	4,64	5,21
Pimientos	4,71	6,55	2,39	2,87
Lechuga, escarola y endivia	4,84	6,72	2,32	3,10
Hortalizas IV gama	3,35	4,48	2,16	1,98
Hortalizas ecológicas	7,16	9,73	4,13	4,36
Total frutas frescas	102,20	137,47	56,90	67,66
Naranjas	20,54	28,16	10,78	13,02
Plátanos	11,22	13,87	8,01	8,43
Manzanas	12,13	16,00	7,15	8,36
Peras	7,15	9,72	4,17	4,29
Melones	8,55	11,55	4,34	6,02
Sandías	7,94	9,94	5,06	6,29
Frutas IV gama	2,96	3,84	2,04	1,90
Frutas ecológicas	8,20	11,08	4,50	5,41

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

CUADRO 10

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la situación en el mercado laboral. Kilos

	CONSUMO MEDIO	SITUACIÓN EN EL MERCADO LABORAL	
		ACTIVA	NO ACTIVA
Total patatas	30,64	26,18	34,45
Total hortalizas frescas	60,54	48,57	70,73
Tomates	14,12	11,46	16,39
Cebollas	7,47	6,02	8,71
Pimientos	4,71	3,75	5,53
Lechuga, escarola y endivia	4,84	3,69	5,82
Hortalizas IV gama	3,35	2,82	3,81
Hortalizas ecológicas	7,16	5,17	8,86
Total frutas frescas	102,20	81,59	119,77
Naranjas	20,54	15,88	24,50
Plátanos	11,22	9,63	12,58
Manzanas	12,13	9,76	14,15
Peras	7,15	5,47	8,58
Melones	8,55	6,72	10,12
Sandías	7,94	6,52	9,14
Frutas IV gama	2,96	2,39	3,45
Frutas ecológicas	8,20	6,05	10,04

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



CUADRO 11

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la edad. Kilos

	CONSUMO MEDIO	EDAD			
		< 35 AÑOS	35 A 49 AÑOS	50 A 64 AÑOS	>65 AÑOS
Total patatas	30,64	23,21	26,03	34,28	41,88
Total hortalizas frescas	60,54	36,46	42,59	73,96	100,64
Tomates	14,12	8,65	10,15	17,17	23,04
Cebollas	7,47	4,87	5,40	9,16	11,77
Pimientos	4,71	2,64	3,18	5,95	8,03
Lechuga, escarola y endivia	4,84	2,42	3,14	5,96	8,97
Hortalizas IV gama	3,35	2,38	2,38	3,71	5,65
Hortalizas ecológicas	7,16	3,60	4,74	8,71	13,19
Total frutas frescas	102,20	56,09	71,66	126,21	173,84
Naranjas	20,54	9,90	13,79	25,41	37,31
Plátanos	11,22	7,40	9,14	13,34	16,12
Manzanas	12,13	6,79	8,80	15,05	19,85
Peras	7,15	4,15	4,70	8,49	12,95
Melones	8,55	4,37	6,07	10,72	14,54
Sandías	7,94	5,40	6,10	9,81	11,50
Frutas IV gama	2,96	2,05	2,08	3,17	5,25
Frutas ecológicas	8,20	4,39	5,28	10,19	14,87

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



productos (cuadro 5). En la demanda extradoméstica de frutas frescas, las naranjas y mandarinas representan un 36,4% del consumo y un 31,7% del gasto (111,7 millones de kilos y 112,6 millones de euros), seguidas de los melones y sandías, con un 14,4% del consumo y un 11,7% del gasto (44,2 millones de kilos y 41,8 millones de euros); los limones, con un

11,9% del consumo y un 13,4% del gasto (36,4 millones de kilos y 47,7 millones de euros), y las manzanas, con un 11% del consumo y un 10% del gasto (33,6 millones de kilos y 35,4 millones de euros).

En la restauración comercial, los hoteles concentran el 34,6% de la demanda de frutas frescas, los restaurantes independientes el 29,9%, los bares y cafeterías el 26,9%, la restauración organizada el 5,9%, y el ocio nocturno el 2,7% restante. Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de frutas frescas en Cataluña, Aragón, Canarias, Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura. La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de frutas frescas (alcanza una cuota del 74,6%), seguido del cash & carry con una cuota del 7,2%, el establecimiento especializado alcanza el 6,8%, el librespervicio (hipermercado y supermercado) el 6,7% y el fabricante el 2,7%.

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 millones de euros en estos productos (cuadro 6). En la demanda extradoméstica de hortalizas frescas, los tomates representan un 25,7% del consumo y un 23,3% del gasto (99,4 millones de kilos y 123,4 millones de euros), seguidos de las cebollas, con un 16,4% del consumo y un 8,9% del gasto (63,6 millones de kilos y 47,1 millones

CUADRO 12

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según tamaño del hogar. Kilos

	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL HOGAR				
		1 PERSONA	2 PERSONAS	3 PERSONAS	4 PERSONAS	5 Y MÁS PERSONAS
Total patatas	30,64	44,11	37,16	29,67	26,07	25,83
Total hortalizas frescas	60,54	115,97	90,08	56,71	41,29	37,99
Tomates	14,12	26,48	20,41	13,58	9,92	8,82
Cebollas	7,47	13,34	10,51	6,98	5,48	5,25
Pimientos	4,71	9,22	7,27	4,39	3,09	2,82
Lechuga, escarola y endivia	4,84	9,39	7,47	4,54	2,97	3,27
Hortalizas IV gama	3,35	9,62	4,47	2,97	2,08	1,84
Hortalizas ecológicas	7,16	6,93	11,68	7,56	4,62	5,72
Total frutas frescas	102,20	206,78	149,90	91,08	72,86	62,77
Naranjas	20,54	42,87	30,79	18,06	14,34	12,05
Plátanos	11,22	19,95	14,34	10,41	8,99	8,42
Manzanas	12,13	23,74	17,23	10,90	8,72	8,30
Peras	7,15	14,41	10,47	6,59	5,07	4,13
Melones	8,55	16,16	12,78	7,36	6,41	5,33
Sandías	7,94	11,98	11,10	7,39	6,50	5,46
Frutas IV gama	2,96	8,60	3,81	2,35	1,95	2,01
Frutas ecológicas	8,20	10,67	12,09	7,84	6,20	6,39

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

de euros), las lechugas, escarolas y endivias, con un 15,6% del consumo y un 15,9% del gasto (60,3 millones de kilos y 84 millones de euros) y los pimientos, con un 9,3% del consumo y un 11,3% del gasto (36,1 millones de kilos y 59,7 millones de euros).

En la restauración comercial, los restaurantes independientes concentran el 40,8% de la demanda de hortalizas frescas, los bares y cafeterías el 24,1%, los hoteles el 23,2%, la restauración organizada el 11,6%, y el consumo nocturno el 0,3% restante. Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de hortalizas frescas en Cataluña, Aragón, Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura. La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de hortalizas frescas (alcanza una cuota del 67,9%), seguido del fabricante (con una cuota del 10,6%), los establecimientos especializados alcanzan una cuota del 7,4%, el libre-servicio (hipermercado y supermercado) el 6,1% y el cash & carry un 6%.

Durante el año 2010, los establecimientos de restauración comercial y res-



tauración colectiva y social adquirieron 498,4 millones de kilos de patatas y gastaron en torno a 427 millones de euros en este producto (cuadro 7). En la demanda extradoméstica de patatas, las patatas frescas representan un 54,2% del consumo y un 33,5% del gasto, las patatas congeladas el 44,2% del consumo y el 54,3% del gasto, las patatas fritas el

1,1% del consumo y el 11,1% del gasto y el puré de patatas el 0,5% del consumo y el 1,1% del gasto.

En la restauración comercial, la restauración organizada concentra el 35,7% de la demanda de patatas, la restauración independiente el 27,7%, los bares y cafeterías el 23%, los hoteles el 13,3% y el consumo nocturno el 0,3% restante. Por



edenia[®]

DOP Pera de Lleida

el sabor
del paraíso

Ven gratis al paraíso de la fruta...

Ven a conocer la pera más dulce en Fruit Attraction (Pabellón 7 Stand 7B02B).
Y si capturas la frase que se esconde tras nuestro código y nos la traes
al stand, puedes ganar hasta 3 fines de semana para 2 personas
en un Golf&Spa Resort en el corazón de Lleida
y muchos premios más.



Código QR para smartphone



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura, Ramaderia,
Pesca, Alimentació i Medi Natural



CUADRO 13

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según el hábitat de residencia. Kilos

	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO				
		> 2.000 HABITANTES	2.000 A 10.000 HABITANTES	10.001 A 100.000 HABITANTES	100.001 A 500.000 HABITANTES	> 500.000 HABITANTES
Total patatas	30,64	28,20	28,85	30,39	31,99	32,73
Total hortalizas frescas	60,54	71,84	52,99	57,00	61,15	70,44
Tomates	14,12	16,12	12,38	13,38	14,17	16,67
Cebollas	7,47	8,70	6,61	7,19	7,76	8,07
Pimientos	4,71	6,13	4,09	4,45	4,88	5,06
Lechuga, escarola y endivia	4,84	6,76	4,63	4,44	4,87	4,99
Hortalizas IV gama	3,35	2,83	2,70	3,40	3,77	3,66
Hortalizas ecológicas	7,16	18,99	9,04	6,35	4,45	4,71
Total frutas frescas	102,20	108,55	88,46	96,22	108,67	119,05
Naranjas	20,54	22,22	18,51	18,87	22,45	23,13
Plátanos	11,22	9,70	10,07	11,06	12,03	12,55
Manzanas	12,13	14,07	10,49	11,30	13,08	13,56
Peras	7,15	8,21	6,02	6,65	7,66	8,29
Melones	8,55	9,48	7,43	8,16	8,74	9,99
Sandías	7,94	9,96	7,56	7,79	7,56	8,22
Frutas IV gama	2,96	2,77	2,61	3,26	3,16	2,53
Frutas ecológicas	8,20	16,00	9,15	7,66	6,11	7,34

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de patatas en Cataluña, Aragón y Baleares. La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de patatas (alcanza una cuota del 54,5%), seguido del fabricante con una cuota del 37%, el cash & carry supone el 4%, seguido del comercio especializado con un 2% y del libreservicio (hipermercado y supermercado) con un 1,9%.

DIFERENCIAS EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

Los datos anteriores sirven para cuantificar detalladamente la demanda de frutas y hortalizas en España. No obstante, el consumo de estas familias presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Entre los factores que repercuten, aumentando o minorando, en el consumo de frutas y hortalizas pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación

en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, la tipología de hogar o la comunidad autónoma. A continuación se reflejan distintas comparaciones para establecer las principales divergencias con el consumo medio en función de todas estas variables.

Condición económica

Con carácter general, los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de frutas, hortalizas y patatas, mientras que los hogares de clase media baja tienen la demanda más reducida de frutas y hortalizas (en el caso de las patatas, el menor consumo se asocia a los hogares de clase baja tal y como se muestra en el cuadro 8). De forma particular sobre esta variable pueden destacarse los siguientes aspectos:

- Los hogares de clase alta tienen una demanda superior a la media en casi todos los tipos de frutas y hortalizas destacando, por ejemplo, la demanda



de espárragos, limones, fresas, kiwis, aguacate o piña, mientras que por el contrario, su consumo es inferior únicamente en hortalizas ecológicas.

- Los hogares de clase media cuentan con una demanda de frutas y hortalizas ligeramente inferior al consumidor medio español (sucede lo contra-

CUADRO 14

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según el hábitat de residencia. Kilos

	CONSUMO MEDIO	LUGAR DE RESIDENCIA	
		ÁREAS NO METROPOLITANAS	ÁREAS METROPOLITANAS
Total patatas	30,64	30,46	31,11
Total hortalizas frescas	60,54	58,59	65,50
Tomates	14,12	13,55	15,58
Cebollas	7,47	7,40	7,66
Pimientos	4,71	4,59	5,03
Lechuga, escarola y endivia	4,84	4,95	4,58
Hortalizas IV gama	3,35	3,38	3,27
Hortalizas ecológicas	7,16	8,45	3,90
Total frutas frescas	102,20	99,02	110,29
Naranjas	20,54	20,03	21,83
Plátanos	11,22	10,90	12,02
Manzanas	12,13	11,79	12,99
Peras	7,15	6,92	7,72
Melones	8,55	8,17	9,52
Sandías	7,94	8,02	7,73
Frutas IV gama	2,96	3,19	2,39
Frutas ecológicas	8,20	9,23	5,60

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



rio con las patatas). Destaca la menor participación en coles, espárragos, hortalizas de IV gama, aguacates o frutas ecológicas. Su consumo es más elevado, por ejemplo, en patatas congeladas, champiñones, berenjenas o mandarinas.

- Los hogares de clase media baja cuentan con pocas variedades de fru-

tas y hortalizas que tengan un consumo por encima de la media (por ejemplo, coles, patatas congeladas o albaricoques) y destaca su menor demanda en espárragos y frutas de IV gama.

- En los hogares de clase baja se aprecia un menor consumo relativo en patatas congeladas y procesadas, champiñones, calabacines, plátanos o fresas. Sin embargo, se observa un consumo superior a la media en coles, espárragos, verduras de hoja, uvas o frutas ecológicas.

Presencia de niños en el hogar

En un primer momento puede apuntarse que los hogares sin niños demandan más volumen de frutas y hortalizas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años (cuadro 9). De forma particular se observan los siguientes aspectos con respecto a esta variable:

- Los hogares sin niños tienen un consumo superior a la media en todas

las variedades de frutas y hortalizas, con la única particularidad de las patatas congeladas. Destaca, de manera especial, la demanda de espárragos, verduras de hoja, melocotones, albaricoques, cerezas, uvas, kiwis y aguacates.

- Los hogares con niños no cuentan con desviaciones positivas en el consumo de ningún tipo de frutas y hortalizas (la excepción vuelve a estar en las patatas congeladas). Cuando los niños son menores de seis años aparece una demanda menor a la media especialmente en coles, lechugas, espárragos, limones, melocotones, albaricoques, cerezas, ciruelas, uvas y aguacates.

Situación en el mercado de trabajo

Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas es superior (cuadro 10); destaca que en casi todas las variedades este colectivo cuenta con una desviación posi-

CUADRO 15

Consumo per cápita de frutas y hortalizas según la tipología de hogar. Kilos

	CONSUMO MEDIO	TIPO DE HOGAR						
		JÓVENES INDEPENDIENTES	PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	HOGARES MONOPARENTALES	PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	ADULTOS INDEPENDIENTES	RETIRADOS
Total patatas	30,64	30,47	28,85	21,54	29,42	38,66	39,83	44,57
Total hortalizas frescas	60,54	68,00	54,65	34,98	46,49	102,20	120,43	108,68
Tomates	14,12	16,56	12,84	8,21	10,70	22,95	26,31	25,02
Cebollas	7,47	6,96	6,89	4,64	5,73	11,93	13,23	12,70
Pimientos	4,71	5,63	4,38	2,39	3,48	8,22	9,87	8,85
Lechuga, escarola y endivia	4,84	5,09	3,93	2,32	3,69	8,35	9,58	9,54
Hortalizas IV gama	3,35	5,15	3,48	2,16	2,43	4,65	7,13	6,82
Hortalizas ecológicas	7,16	5,31	6,88	4,13	3,97	15,62	7,57	12,09
Total frutas frescas	102,20	116,48	79,16	56,91	79,42	163,18	223,91	192,51
Naranjas	20,54	24,71	14,86	10,78	16,05	32,73	45,76	41,35
Plátanos	11,22	12,45	9,34	8,01	9,68	15,25	21,12	17,75
Manzanas	12,13	13,33	8,94	7,15	9,62	19,65	25,88	21,92
Peras	7,15	6,19	5,24	4,17	5,14	11,33	13,80	14,35
Melones	8,55	9,51	6,18	4,34	6,02	14,49	17,05	16,29
Sandías	7,94	8,16	6,97	5,07	6,51	11,73	14,79	12,62
Frutas IV gama	2,96	4,68	2,31	2,04	1,95	3,64	6,55	6,37
Frutas ecológicas	8,20	8,40	6,86	4,50	4,49	14,46	12,52	15,37

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

va con respecto a la media (la excepción aparece en las patatas congeladas y procesadas). Por el contrario, cuando el encargado de comprar está trabajando, el consumo de frutas y hortalizas resulta sistemáticamente más reducido (por ejemplo, en verduras de hoja o frutas ecológicas).

Edad

En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas 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 (cuadro 11). De forma particular aparecen las siguientes peculiaridades en el consumo de frutas y hortalizas en función de la edad:

- Los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas en la demanda de casi todos los tipos de frutas y hortalizas (la única excepción aparece en patatas congeladas y procesa-



das). Las diferencias son especialmente significativas en verduras de hoja, naranjas, melocotones, albaricoques, ciruelas, cerezas y uvas.

- Los mayores de 65 años consumen una cantidad notablemente superior en este tipo de productos (un 37,6% en patatas, un 66,2% en hortalizas y un 70% en frutas). La demanda es inferior a la media tan sólo en patatas congeladas y procesadas.

Número de miembros del hogar

Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar (cuadro 12). En este caso se observan las siguientes peculiaridades:

- Los hogares de una persona tienen una demanda superior a la media en

Primaflor



Relanzamos la marca
junto a una amplia familia de productos.
¡Vegetalizate!

think natural



Piense en cítricos 100% naturales, 0% aburridos.

Piense en cítricos que sorprenden cada día y durante todo el año, por su sabor, color y aroma. Piense en una amplia oferta de variedades y calendario. En una producción que sigue sistemas respetuosos con el medio ambiente y que garantizan la seguridad alimentaria como *naturane* o la producción biológica. Es la apuesta de Anecoop en cítricos, 100% naturales, 100% innovadores. **Nuestra apuesta por la Naturaleza y la Innovación.** Nuestra forma de pensar. La única posible. La de todos. Do you think natural? Bienvenido a Anecoop.



ANECOOP

think natural

www.anecoop.com

Anecoop, S. Coop., Monforte 1 - Entlo. 46010 Valencia • España
Tel: +34 963 938 500 • Fax: +34 963 938 510 • e-mail: info@anecoop.com

casi todas las variedades de frutas y hortalizas (las excepciones están en las patatas congeladas y en las hortalizas ecológicas) y consumen, por ejemplo, más pepinos, champiñones, espárragos, naranjas, limones o aguacates.

- Los hogares de tres personas son el punto de inflexión para establecer los consumos por encima y por debajo de la media. En este caso hay un consumo superior a los niveles medios, por ejemplo, en zanahorias y hortalizas ecológicas, mientras que los niveles de divergencia negativos se asocian especialmente a coles, espárragos, berenjenas, albaricoques, kiwis o frutas de IV gama.
- Los hogares con cinco o más personas cuentan con desviaciones negativas en todas las frutas y hortalizas (son significativas en espárragos, albaricoques, ciruelas, cerezas y piña).

Tamaño del municipio de residencia

Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de más de 500.000 habitantes cuentan con la mayor demanda per cápita de frutas, hortalizas y patatas, mientras que los menores consumos de frutas y hortalizas tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes (cuadro 13). En referencia a esta variable resulta posible extraer los siguientes aspectos:

- Los municipios más pequeños (con menos de 2.000 habitantes) tienen un patrón de consumo que difiere positivamente de los valores medios en frutas y hortalizas, pero negativamente en patatas. Por ejemplo, existe una demanda notablemente superior en ajos, verduras de hoja, hortalizas ecológicas, ciruelas, cerezas o fruta ecológica, mientras que se tiende a un consumo menor en patatas congeladas, aguacates o piña.
- En los municipios medios (de 10.001 a 100.000 habitantes), la casuística sobre demanda de frutas y hortalizas



es variada. Se parte de unos niveles de consumo inferiores a la media que se acentúan, por ejemplo, en los casos de la verdura de hoja, albaricoques, cerezas o kiwis, mientras que por el contrario la demanda es superior a la media en espárragos, aguacates y frutas de IV gama.

- Por último, en los grandes municipios (por encima del medio millón de habitantes) casi todas las frutas y hortalizas cuentan con una demanda con desviaciones positivas respecto a la media (destacan, por ejemplo, los espárragos y la piña); las diferencias negativas se asocian únicamente a las hortalizas y frutas ecológicas y a las frutas de IV gama.

Por otra parte, atendiendo también al hábitat de residencia, se advierte cómo la demanda de patatas no cuenta con notables divergencias entre las áreas metropolitanas y las zonas no metropolitanas (cuadro 14), mientras que éstas se acentúan en el caso de las frutas y hortalizas (las áreas metropolitanas cuentan con un consumo per cápita más elevado).

Tipología de hogar

Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas en frutas y hortalizas con respecto al consumo medio en los ca-

sos de los jóvenes independientes, adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales (cuadro 15). Otros aspectos que también se pueden destacar en cuanto a la demanda de frutas y hortalizas en referencia a la conformación del hogar son los siguientes:

- Para los jóvenes independientes las principales desviaciones positivas en la demanda se asocian a patatas procesadas, champiñones, espárragos, fresas y kiwis, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en patatas frescas, ajos, coles, peras o albaricoques.
- Para las parejas jóvenes sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda de frutas y hortalizas se vinculan a patatas congeladas, berenjenas, aguacates y piñas mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en verduras de hoja y albaricoques.
- Para las parejas con hijos pequeños sólo aparece una desviación positiva en la demanda de patatas congeladas, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa especialmente en espárragos, cerezas y uvas.

Las manzanas Marlene y la campaña 2011-12

El Director del Consorcio VOG, Gerhard Dichgans, desvela algunas previsiones y hace un balance de la temporada pasada

A pocos días del inicio de la recogida de manzanas, Gerhard Dichgans, Director del Consorcio VOG desvela algunas previsiones acerca de la evolución de la campaña de ventas 2011/12 de la organización de Terlano (Italia), y hace un balance de la pasada temporada comercial y del primer año de vida de la nueva estrategia VOG 2010.

¿Qué se espera del inicio de la nueva campaña comercial?

Si los números presentados en Prognosfruit son correctos, la cosecha europea de manzanas debería alcanzar los 10,2 millones de toneladas, pero no hay que fiarse demasiado, porque la situación de partida es diferente respecto al otoño de 2010. En las zonas de producción de Europa del Este, así como en Alto Adige / Südtirol, se habla de una cosecha buena o incluso muy buena. En cambio, en Europa central y sudoriental algunas heladas han afectado la producción de manzanas, que será más escasa respecto a los años anteriores, así que para satisfacer la demanda doméstica estos países se verán obligados a importar manzanas del extranjero.

¿Cuáles son las razones de una recolección más abundante en 2011?

La primera causa es seguramente la floración precoz de las plantas, que este año brotaron con dos semanas de antelación gracias a una primavera suave. Además, las zonas de producción de Europa occidental no sufrieron las heladas que afectaron las áreas de manzanos de Europa central y oriental. En todo caso, la razón más importante del aumento de la cantidad de producto es el tamaño de los frutos. En 2010 las manzanas presentaban un calibre pequeño y –en lo que nos atañe– tuvimos algunas dificultades para satisfacer la demanda de nuestros clientes del área del Mediterráneo (sobre todo Italia y España) donde gustan más los frutos de mayor tamaño, con calibres de 80+. Esta temporada esperamos recoger manzanas de tamaño normal: no será el de 2009, pero tampoco los pequeños calibres de 2010.

Balance de la temporada 2010/11: ¿positivo o negativo?

La temporada pasada fue tendencialmente positiva y ha parecido incluso demasiado sencilla desde el punto de vista comercial. La razón principal está relacionada con la escasez de producto en los principales mercados europeos, imputable a una cosecha muy reducida en 2010. En efecto, en la temporada pasada la producción continental fue una de las más bajas de los últimos diez años, llegando a 9,4 millones de toneladas.

¿Cuáles son los principales desafíos de esta nueva temporada comercial?

Creo que en esta temporada comercial tendremos condiciones de mercado más normales, sobre todo gracias a una producción más regular, con calibres tendencialmente más estándar. El mercado de la exportación en la temporada pasada se caracterizó por una oferta de manzanas de tamaño pequeño. En cambio, este año se volverá a los calibres 70/80, vendidos sobre todo en bandejas y alvéolos y menos en bolsas. Según mi información esta situación debería ser común a todas las zonas de producción de Europa occidental.



Gerhard Dichgans, director del Consorcio VOG.

Por otro lado, en Alto Adige / Südtirol este año podremos satisfacer adecuadamente la demanda procedente de los países del Mediterráneo, puesto que tendremos a disposición las cantidades, los calibres y las variedades que demandan estos mercados. Gracias a ello podremos también tener precios competitivos.

Hace aproximadamente un año ustedes lanzaron su nueva estrategia comercial y organizativa VOG 2010. ¿Cuál es el balance de estos primeros 12 meses de actividad?

En estos días estamos finalizando los cálculos correspondientes a las liquidaciones, pero ya ahora es posible sacar algunas conclusiones respecto a la aplicación de la nueva estrategia VOG 2010.

Recordemos brevemente los puntos centrales de nuestra nueva estructura estratégica:

1. Agrupación de las 16 cooperativas VOG en 4 áreas, con el fin de mejorar su eficiencia y servicio;
2. Estandarización de la calidad;
3. Mejora de la planificación y de la disponibilidad de producto por medio de una programación unificada y centralizada de desacumulación y venta;
4. Creación de 5 mesas centrales de coordinación, específicas por mercado y tipo de cliente;
5. Facturación única a través del Consorcio VOG.

La oficina central de ventas con domicilio en Terlano (Italia) ha aumentado considerablemente los volúmenes de venta, también teniendo en cuenta que la exportación ha sido especialmente relevante para el producto de Alto Adige / Südtirol.

Con la implicación de todos los directores en la estructura de venta, hemos podido garantizar a nuestros clientes unos interlocutores comerciales preparados y competentes. Esto nos ha permitido superar sin obstáculos la transición del viejo al nuevo sistema.

La respuesta de nuestros clientes ha sido claramente positiva. Se puede decir por lo tanto que se ha superado el cambio y ahora tenemos que concentrarnos en la comercialización de la temporada que está a punto de empezar, teniendo en cuenta que tendencialmente parece más difícil que la anterior. ■



Royal Gala inaugura la temporada. Sólo con Marlene® disfrutarás de un espectáculo tan rico.

Directamente desde los Alpes Italianos del Südtirol, llega Royal Gala. La primera e irresistible manzana de temporada, crujiente y jugosa, con un sabor dulce y aromático. Y muy pronto llegarán las otras seis variedades Marlene®, todas con el certificado "Manzana Alto Adige IGP".

Encuadra con tu
smartphone para ver el vídeo



Mela Alto Adige IGP - Südtiroler Apfel g.g.A.

Demanda de frutas y hortalizas en España

CUADRO 16

Consumo per cápita de frutas y hortalizas por comunidades autónomas. Kilos

	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA Y LEÓN
Total patatas	30,64	31,62	31,34	35,13	33,26	33,33	34,85	24,13
Patatas frescas	23,35	23,16	24,64	29,79	24,54	27,90	29,46	19,64
Patatas congeladas	0,96	1,17	1,02	0,95	1,22	0,99	0,67	0,42
Patatas procesadas	1,26	1,46	1,14	0,88	1,50	0,89	0,94	0,81
Total hortalizas	60,54	56,68	74,45	45,76	61,66	54,99	60,92	60,37
Tomates	14,12	15,49	15,58	9,71	14,53	9,90	11,63	13,01
Cebollas	7,47	6,85	7,80	7,85	9,30	8,03	11,27	7,13
Ajos	0,95	1,07	0,92	1,07	0,79	1,03	0,94	1,44
Coles	1,99	1,22	2,18	1,82	1,82	1,67	1,95	3,06
Pepinos	2,43	2,25	3,86	0,80	1,71	1,58	1,78	2,04
Judías verdes	2,36	1,64	4,28	1,48	1,72	1,55	2,17	2,82
Pimientos	4,71	4,59	5,04	4,01	4,76	4,08	4,97	6,09
Champiñones y otras setas	1,26	1,12	1,83	0,99	1,87	0,91	1,07	1,12
Lechuga, escarola y endivia	4,84	4,14	6,70	4,79	4,04	3,66	7,97	6,02
Espárragos	0,71	0,71	0,85	0,29	0,43	0,18	0,15	0,35
Verduras de hoja	1,54	1,10	4,27	0,65	1,42	0,88	1,64	1,26
Berenjenas	1,70	2,02	1,61	0,79	1,80	0,71	1,19	0,92
Zanahorias	3,41	3,03	2,98	2,93	3,86	4,30	3,81	3,63
Calabacines	3,56	3,15	3,73	2,77	3,17	6,53	2,79	4,01
Otras hortalizas	9,49	8,29	12,81	5,81	10,43	9,98	7,61	7,48
Hortalizas IV gama	3,35	3,36	3,71	2,58	4,29	3,32	5,41	3,73
Hortalizas ecológicas	7,16	7,59	10,20	4,31	4,64	5,79	10,61	13,40
Total frutas	102,20	90,95	108,42	112,61	99,75	87,97	100,77	129,06
Naranjas	20,54	17,40	19,89	25,30	15,98	17,03	26,43	30,84
Mandarinas	6,51	5,34	8,68	7,06	4,86	3,94	7,72	8,19
Limones	2,16	1,92	1,79	2,02	2,50	2,14	2,71	2,22
Plátanos	11,22	10,05	10,40	14,00	12,54	11,86	9,47	11,40
Manzanas	12,13	9,27	13,42	16,20	12,67	10,79	13,84	15,38
Peras	7,15	6,19	6,64	8,56	6,43	7,28	7,43	9,94
Melocotones	4,79	4,06	6,80	4,51	4,15	1,72	3,61	5,07
Albaricoques	0,82	0,55	1,15	1,08	0,96	0,53	0,65	1,04
Fresas y fresones	2,41	2,08	2,49	3,61	2,28	1,06	2,78	2,78
Melones	8,55	8,59	9,99	5,97	10,40	5,22	4,61	9,98
Sandías	7,94	8,91	9,63	3,03	8,02	5,72	3,93	10,04
Ciruelas	1,79	1,67	1,73	2,25	2,01	2,05	1,93	2,69
Cerezas	1,30	1,13	1,66	2,26	0,95	0,35	1,84	1,93
Uvas	2,25	2,53	3,44	2,89	3,08	1,59	1,72	2,55
Kiwis	3,38	2,56	3,59	4,46	3,69	3,33	3,10	4,50
Aguacates	0,66	0,70	0,46	0,35	0,64	1,94	0,65	0,45
Piñas	1,90	1,26	1,58	2,06	1,82	0,66	2,08	2,29
Otras frutas	6,69	6,74	5,08	7,00	6,76	10,78	6,26	7,76
Frutas IV gama	2,96	3,00	3,15	2,82	2,67	3,00	5,06	3,85
Frutas ecológicas	8,20	9,68	10,30	6,44	9,98	6,63	5,76	14,01

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.



Demanda de frutas y hortalizas en España

CASTILLA-LA MANCHA	CATALUÑA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARRA	PAÍS VASCO	LA RIOJA
25,82	33,22	30,40	22,36	34,87	30,02	28,72	24,54	28,24	25,17
19,68	24,50	21,98	16,19	30,17	21,91	21,90	19,34	22,32	19,23
0,98	1,10	1,01	0,88	0,60	1,08	0,91	0,49	0,64	0,69
1,03	1,53	1,48	1,06	0,82	1,41	1,18	0,94	1,06	1,05
50,19	75,18	64,56	45,72	48,77	62,50	55,29	50,35	58,04	52,34
13,54	17,17	14,80	12,45	9,52	15,36	15,01	8,17	11,03	8,30
5,19	8,98	7,91	6,14	6,65	7,18	6,31	6,48	7,58	7,11
0,73	0,88	0,86	1,08	0,71	0,91	0,95	0,98	0,83	0,87
1,49	2,31	1,28	1,14	4,51	2,50	0,89	1,53	1,63	1,22
3,74	2,53	3,23	1,92	0,82	3,11	3,12	1,55	1,55	2,83
1,91	3,46	2,21	1,44	2,03	2,55	1,52	2,69	2,97	2,92
4,56	5,01	4,79	3,87	4,29	4,76	3,63	3,33	5,27	4,03
1,31	1,39	1,56	0,83	0,71	1,25	1,05	1,20	1,74	1,80
3,22	6,74	4,34	3,11	5,69	3,69	4,01	5,79	5,36	5,98
0,72	1,22	0,83	0,49	0,19	0,81	0,65	1,13	0,48	0,63
1,45	2,35	1,56	1,10	0,73	1,78	1,10	1,37	1,31	2,42
1,11	2,47	2,68	1,43	0,59	1,55	2,33	0,76	0,93	0,75
2,53	3,41	3,47	2,27	3,67	3,88	2,48	3,38	4,29	2,53
2,85	4,05	3,09	3,06	1,86	4,34	3,05	3,13	3,42	2,42
5,82	13,21	11,95	5,41	6,80	8,84	9,18	8,86	9,65	8,53
2,42	3,67	3,95	3,31	2,48	2,96	2,39	3,50	3,32	4,07
6,34	6,70	6,96	8,57	9,72	5,81	3,73	4,97	4,99	4,17
94,31	113,29	90,61	89,20	103,81	110,26	78,57	105,44	114,18	105,54
19,16	21,68	13,43	20,76	23,84	22,81	12,58	26,62	28,41	24,50
7,08	8,21	4,89	4,83	5,04	7,91	3,85	7,95	8,11	7,90
2,27	2,25	2,46	1,04	2,18	2,26	2,35	2,24	2,12	2,32
10,69	11,79	11,38	8,77	12,11	11,44	11,04	10,83	11,80	10,41
9,37	13,08	11,25	9,11	15,80	12,56	9,51	12,06	15,52	13,19
6,35	7,39	6,32	4,70	7,18	8,31	5,79	7,79	7,61	8,08
4,40	7,29	4,65	3,51	3,58	4,87	4,47	4,69	4,75	4,74
0,97	0,80	0,76	0,41	0,62	1,21	0,83	0,61	0,96	0,67
1,75	2,84	2,26	1,68	2,34	2,72	2,07	2,34	3,30	2,23
8,61	10,47	7,64	11,04	5,55	9,73	6,14	9,15	7,32	9,53
11,53	8,30	8,71	12,14	4,21	7,78	6,97	7,21	3,94	8,13
1,41	1,85	1,70	1,12	1,85	1,88	1,70	0,91	1,41	0,95
0,89	1,54	1,00	1,18	1,46	1,44	0,91	1,15	1,68	0,96
1,03	2,37	2,42	1,55	3,09	1,84	1,63	1,31	1,80	1,16
2,92	3,45	2,95	2,32	4,31	3,95	2,44	3,01	4,24	2,76
0,31	0,79	0,62	0,37	0,36	0,67	0,48	0,51	0,58	0,44
1,19	2,87	1,96	0,90	2,17	2,00	1,73	1,99	2,50	2,43
4,41	6,33	6,21	3,77	8,12	6,87	4,09	5,08	8,11	5,15
2,16	3,22	3,13	3,58	2,53	2,49	1,67	2,95	3,13	4,39
6,01	6,75	7,37	11,97	10,94	6,89	5,83	5,33	6,78	2,57



Al encuentro de Petit Forestier



¿Cuál es la trayectoria y posicionamiento actual de Petit Forestier tanto en España como en Europa?

Petit Forestier es una empresa familiar que nació en Francia en 1907. Al inicio, se dedicaba al transporte de animales vivos. A mediados del siglo XX, evolucionó hacia el oficio que hoy es nuestra especialidad, el alquiler de vehículos frigoríficos. Nuestra empresa tiene un modelo único, un servicio todo incluido realizado por nuestros propios equipos técnicos. Nuestra empresa ha ido ampliando su gama de productos, incorporando el contenedor y el mueble frigorífico, lo que nos permite ser hoy líderes europeos en el alquiler de frío. En España, empezamos desde cero a principios del año 2000. El objetivo es el mismo en todos los países donde estamos: más cercanía, más y mejor servicio, especializándose en el frío y formando continuamente a nuestro personal.

¿Con cuántas oficinas comerciales (sitios), talleres, centros industriales y plataformas cuenta tanto en España como en Europa?

Tenemos unas 170 delegaciones de alquiler repartidas entre 11 países europeos más Marruecos, 10 de ellas están en España, abriremos dos más en 2012.

¿Cuáles son las cifras de facturación en nuestro país y toda Europa en los últimos ejercicios y qué volumen de clientes manejan?

Como dije, empezamos desde cero en el año 2000, este año superaremos los 20 millones de euros de facturación en España, solo en alquiler de vehículos frigoríficos.

A nivel europeo superaremos los 450 millones de euros. Tenemos previsiones de un fuerte crecimiento (interno y externo) de aquí a los próximos años.

Dentro del alquiler de vehículos frigoríficos, ¿cuál es la gama que ofrece Petit Forestier?

Nuestra gama es la más larga y completa del mercado. Desde el pequeño vehículo ciudadano tipo FIAT Doblo hasta el semi remolque, pasando por todo tipo de 3t500 o de rígidos, todo lo que lleva una caja frigorífica y un equipo de frío lo sabemos alquilar, mantener y sustituir. Al ser también carroceros (fabricamos unas 3500 cajas cada año) ofrecemos todo tipo de acondicionamiento dentro de la caja, siempre con una calidad única, un nivel de acabo exclusivo y una solidez más que necesaria por el duro trabajo que hacen nuestros camiones. Siempre intentamos asesorar a nuestros clientes para que el vehículo sea lo más estándar posible y ofrecerles así la mejor relación calidad - precio.

¿Qué modalidades de contratos ofrece y qué incluye el "Full Service"?

Nuestros clientes nos eligen por la calidad y la fiabilidad de nuestro servicio. Nuestro sistema de alquiler incluye todo, salvo el chofer y el carburante, llamamos a nuestra oferta "Full service":

-Vehículo nuevo, rotulado, adaptado a la actividad del cliente



- Seguro equivalente a todo riesgo con franquicias
- Mantenimiento total del vehículo: chasis, caja, equipo de frío
- Reparaciones
- Lubricantes
- Neumáticos sin límite de kilómetros
- Asistencia en carretera 24 h realizado por nuestro propio equipo técnico
- Grúas (parque propio)
- Sustituciones
- Controles obligatorios (ITV, ATP etc...)
- Impuestos de circulación, ficha técnica
- Gestión administrativa: multas, partes, estadísticas...

Lo que nos diferencia de los demás es que son nuestros propios equipos los que aportan directamente estos servicios al cliente, no dependemos de terceros. Esa es una de nuestras fuerzas.

¿Qué valoración hace de lo que llevamos de año en cuanto al volumen de contratos, cuota de mercado y facturación de la empresa en España y en Europa?

Los números del primer semestre son satisfactorios porque tanto el crecimiento de nuestra facturación como nuestro resultado superan nuestros objetivos y previsiones. 2010 era el mejor año desde nuestra llegada en España, 2011 será indudablemente mejor, por lo que podremos seguir apostando sobre el reclutamiento y la formación de nuestro personal, la apertura de nuevas delegaciones con talleres integrados, la renovación constante de nuestra flota, y todo lo que nos permita mejorar cada día el servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

¿Qué próximos proyectos tiene previstos Petit Forestier en España?

Tenemos un proyecto importante que se está finalizando en Girona (delegación de alquiler, taller de reparación central, taller de montaje de cajas frigoríficas), el cual preveemos inaugurar en noviembre de este año. Además, estamos preparados para abrir una delegación en Andalucía y otra en Aragón en 2012.

Otros proyectos todavía confidenciales nos permitirán seguir con un fuerte ritmo de crecimiento en cada uno de nuestros oficios. ■



Petit Forestier,
al servicio de quien
aprecia el frío

LÍDER EUROPEO en alquiler de vehículos
frigoríficos desde corto, hasta largo plazo

31 000
vehículos
1 800 en España

170
delegaciones en 11 países
de Europa y Marruecos
10 en España



La gama más amplia del mercado

Desde 1907

 93 335 30 62

www.petitforestier.es

departamento.comercial@petitforestier.es


GROUPE
PETIT FORESTIER
LE LOUEUR DE FROID

- Para los hogares monoparentales aparecen desviaciones positivas únicamente en la demanda de patatas congeladas y procesadas y coles mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en espárragos y uvas.
- Para las parejas adultas sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda se asocian a coles, hortalizas ecológicas, albaricoques y ciruelas. Al mismo tiempo, sólo se advierte una desviación negativa en las patatas congeladas.
- Para los adultos independientes las principales desviaciones positivas en la demanda están los espárragos, berenjenas, limones, albaricoques, cerezas y piña mientras que sólo aparece una desviación negativa respecto a la media en patatas congeladas.
- Por último, para los retirados las principales desviaciones positivas en la demanda de frutas y hortalizas se observan en espárragos, albaricoques, uvas y frutas de IV gama mientras que el menor consumo respecto a la media se asocia únicamente a las patatas congeladas.



manda per cápita en patatas, Cataluña en hortalizas y Castilla y León en frutas. La casuística en este caso es bastante heterogénea al considerar las distintas variedades de frutas y hortalizas como muestra el cuadro 16 y, por tanto, bien puede ser objeto de un nuevo estudio.

**NOTAS FINALES:
PERFILES DEL CONSUMO
DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ESPAÑA**

Este trabajo ha analizado de forma minuciosa el consumo de frutas y hortalizas

en el mercado español. Las cifras aportadas provienen de los Paneles Alimentarios del MARM. Los principales objetivos se han ceñido a estudiar la evolución de la demanda durante los últimos años, revisar su situación respecto a la última información disponible (año 2010) y destacar las particularidades observadas conforme a un amplio abanico de variables económicas y sociodemográficas.

A modo de conclusiones, en los cuadros 17, 18 y 19 se ofrecen los perfiles de consumo de frutas, hortalizas y patatas en España, en kilos por persona, según las características de los hogares.

Comunidad autónoma

Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias cuenta con la mayor de-

CUADRO 17

Perfil del consumo de frutas según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (KILOS POR PERSONA)
Consumo medio POR HOGAR: 102,2 kilos por persona	
Condición económica de los hogares:	Clase alta y media alta: 115,0
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños: 137,47
Tipología del hogar	Adultos independientes: 223,9
Situación en el mercado laboral	No activa: 119,8
Tamaño del hogar	1 persona: 206,8
Edad	Más de 65 años: 173,8
Habitat de residencia (número de habitantes)	> 500.000 hab: 119,1
Habitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas metropolitanas: 110,3
Comunidad Autónoma	Castilla y León: 129,1

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

CUADRO 18

Perfil del consumo de hortalizas según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (KILOS POR PERSONA)	
Consumo medio POR HOGAR: 60,5 kilos por persona		
Condición económica de los hogares:	Clase alta y media alta:	68,0
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños:	81,3
Tipología del hogar	Adultos independientes:	120,4
Situación en el mercado laboral	No activa:	70,7
Tamaño del hogar	1 persona:	115,9
Edad	Más de 65 años:	100,6
Habitat de residencia (número de habitantes)	> 2.000 hab:	71,8
Habitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas metropolitanas:	65,5
Comunidad Autónoma	Cataluña:	75,2

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

CUADRO 19

Perfil del consumo de frutas según las características de los hogares

CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES	SEGMENTOS CON CONSUMOS SUPERIORES A LA MEDIA (KILOS POR PERSONA)	
Consumo medio POR HOGAR: 30,6 kilos por persona		
Condición económica de los hogares:	Clase alta y media alta:	33,9
Conformación del hogar (presencia de niños en el hogar)	Hogares sin niños:	36,6
Tipología del hogar	Retirados:	44,6
Situación en el mercado laboral	No activa:	34,4
Tamaño del hogar	1 persona:	44,1
Edad	Más de 65 años:	41,9
Habitat de residencia (número de habitantes)	> 500.000 hab:	32,7
Habitat de residencia (tipo de áreas)	Áreas metropolitanas:	31,1
Comunidad Autónoma	Asturias:	35,1

FUENTE: Elaboración propia con datos del MARM.

El perfil del consumo de frutas

Los datos del cuadro 17 indican que en el consumo de frutas influyen distintas características de los hogares. El segmento que muestra un mayor consumo relativo es el de adultos independientes (223,9 kilos), que casi duplica el consumo medio de frutas, seguido por los hogares unipersonales (206,8 kilos). Otras variables como la condición económica, la situación en el mercado laboral o el habitat de residencia tienen una menor significatividad.

El perfil del consumo de hortalizas

El perfil del consumo de las hortalizas muestra una participación por encima

de la media en los adultos independientes (120,4 kilos), los hogares unipersonales (115,9 kilos) y los compradores por encima de 65 años (100,6 kilos). En este caso, las variables menos determinantes son el habitat de residencia y la condición económica de los hogares (cuadro 18).

El perfil del consumo de patatas

El perfil del consumo de patatas muestra pocas divergencias en función de los segmentos que se han considerado en este trabajo (cuadro 19). La variable más influyente sería la tipología de hogar con el caso de los retirados (44,6 kilos) y la menos significativa el habitat de

residencia (áreas metropolitanas con 31,1 kilos). ■

BIBLIOGRAFÍA

- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- MARM (2011): *Consumo Alimentario en España*, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid. www.marm.es
- MARTIN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MERCASA (2010): *Alimentación en España 2010. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.