

El consumidor de hortalizas en España

M.A. ALBARDIAZ SEGADOR

Profesora de economía agraria de la Universidad Pública de Navarra e-mail: mariant@upna.es



En este artículo se comenta cómo influyen en el consumo a nivel nacional algunas variables, como son nivel de renta, tamaño de la población, tamaño de la familia, actividad y edad del consumidor. Un dato importante a tener en cuenta es que el 87,7% del consumo de estos productos se hace dentro del hogar, de ahí que nos fijemos en este segmento, es decir, en el consumo doméstico

Cuadro 1:
Evolución del consumo nacional de hortalizas (kilos/persona/año)

Hortaliza	1993	1994	1995
Patatas frescas	41,03	39,71	36,22
Total hortalizas	57,21	50,98	48,64
Tomates trans.	5,32	6,3	5,29
Congelados	2,52	2,8	3,18
Conservas	3,58	3,25	2,83

Fuente: Paneles de Consumo Alimentario MAPA

Es una pregunta que nos deberíamos plantear los que de alguna forma trabajamos o nos relacionamos con el sector. Si observamos la evolución del consumo de hortalizas frescas de 1987 a 1995 a nivel nacional vemos que refleja un descenso continuo (López, Esteban, 1996). Entre 1987 y 1995, el consumo per cápita en hogares de este

grupo de alimentos ha descendido un 17%. En frutas frescas este descenso ha sido de un 23% y en patatas aún mayor, 26%. El retroceso respecto del año 1994 fue para el grupo de hortalizas en fresco de un 5%.

Como puede verse en el cuadro 1 el consumo medio de hortalizas frescas a nivel nacional se situó en 57,21

kilos por persona en 1993. En las áreas metropolitanas esta cifra se ve reducida en un 7,6%, situándose en 52,88 kilos/persona año. En 1994 esta media nacional pasó a 51 kilos por persona y año, reduciéndose en 1995 a 48,6 kilos. Dada la importancia del consumo de estos productos, ricos en fibra y en vitaminas, este descenso

realmente se contradice con los numerosos estudios sobre la importancia de la dieta en la salud, sobre los atributos positivos de la dieta mediterránea y sobre todo con aquellos que demuestran de alguna manera la inquietud, sensibilización o preocupación por parte de los consumidores ante estos temas.

Aunque del estudio por áreas geográficas se deduce una tendencia a la baja en todas las regiones, algunas zonas siguen manteniendo niveles de consumo superiores a la media nacional, estando Navarra dentro de este grupo.

En este artículo vamos a comentar cómo influyen en el consumo a nivel nacional algunas variables, como son nivel de renta, tamaño de la población, tamaño de la familia, actividad y edad del ama de casa. Un dato importante a tener en cuenta es que el 87,7% del consumo de estos productos se hace dentro del hogar, de ahí que nos fijemos en este segmento, es decir, en el consumo doméstico.

Tanto el grupo de mayor como de menor nivel de renta tienen un nivel de consumo de hortalizas frescas similar, siendo el segmento de rentas medias el que mayor nivel de consumo presentan

Como puede observarse en el cuadro 2, tanto el grupo de mayor como el de menor nivel de renta tienen un nivel de consumo de hortalizas frescas similar (55,3 kg/persona.año), siendo el segmento de rentas medias el que mayor nivel de consumo presenta. No ocurre esto con las hortalizas congeladas o en conserva; el nivel de consumo es significativamente mayor para rentas medias-altas que para el resto, pasando de 1,72 kg de congelados por persona y año en rentas bajas a 3,13 kg en medias-altas.

También es significativo observar cómo evoluciona el consumo de patatas frescas incrementando la renta. Es aquí el grupo de renta media el que mayor consumo registra, siendo el de mayor renta el de menor nivel de consumo.

En cuanto a la influencia del tamaño poblacional (cuadro 3) sobre el

**Cuadro 2:
Consumo de hortalizas (kilos/persona/año)
según nivel de renta**

Hortaliza	Nivel de renta				
	Total nacional	Bajo	Medio-bajo	Medio	Medio-alto
Patatas frescas	41,03	42,63	43,15	40,57	32,26
Total hortalizas	57,21	55,32	57,74	59,9	55,33
Tomates trans.	5,32	5,39	5,44	5,48	4,6
Congelados	2,52	1,72	2,61	3,12	3,13
Conservas	3,58	2,54	3,45	4,43	4,64

Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados por MAPA 1993

**Cuadro 3:
Consumo de hortalizas (kilos/persona/año)
según tamaño de población**

Hortaliza	Tamaño de la población				
	<2.000	2.000-10.000	10.000-100.000	100.000-500.000	>500.000
Patatas frescas	55,39	41,92	43,45	40,89	29,89
Total hortalizas	61,72	58,25	55,03	56,49	59,08
Tomates trans	4,24	5,1	5,48	5,71	5,23
Congelados	2,32	1,71	2,18	2,88	3,48
Conservas	2,88	3,07	3,08	4,22	4,41

Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados por MAPA 1993

consumo de hortalizas, se pueden observar claras diferencias, entre los niveles en las poblaciones más pequeñas (rurales) y las mayores (urbanas), tan-

to en patatas frescas como en hortalizas frescas. Todo lo contrario ocurre con las hortalizas transformadas. En poblaciones de menos de 2000 habi-

... y ¿qué consume?

Pasado, presente y futuro del consumo de hortalizas en España

Es muy importante saber cómo es el consumidor de hortalizas en España, al igual que lo es el conocer qué productos son los más requeridos por el mercado español.

Según José María Montalbán en un artículo publicado en Poniente Hortofrutícola, los españoles somos reticentes a probar nuevos productos. Esta afirmación se convierte en paradójica si tenemos en cuenta que España es el lugar donde más se experimenta con nuevas variedades; el resultado de esta evolución no se manifiesta en el consumo por parte de España, sino de países europeos. Este es el caso de productos

como la lechuga Iceberg. Existe una tendencia hacia lo conocido y lo tradicional que no permite la entrada de novedades en el mercado.

Otro de los aspectos que caracteriza a los consumidores españoles es el concepto de calidad. No nos importa tanto el aspecto del producto como su buen sabor; prima el factor paladar ante el factor vista.

Pero evidentemente, además de las preferencias particulares de los consumidores, existen unos parámetros externos que condicionan la elección de unas variedades en detrimento de otras. Uno de estos elementos es la cadena de distribución: la variedad de productos que se presentan en los supermercados, por ejemplo, es totalmente diferente a lo que puede ofertar un mercado tradicional o el pequeño establecimiento. El primero se centra en un número reducido de proveedores, por lo que también se reduce la variedad de productos. El segundo tipo de punto de venta tiende a rechazar cualquier innovación que

Cuadro 4:
Consumo de hortalizas (kg per cápita) según características del ama de casa

Hortalizas	Características del ama de casa						
	Nacional	Ama activa	Ama inactiva	Hasta 29 años	30-44 años	45-59 años	>60 años
Patatas frescas	41,03	40,25	40,94	32,51	40,1	39,38	49,21
Total hortaliza	57,21	56,13	57,07	36,32	46,8	56,32	88,65
Tomates trans.	5,32	5,03	5,37	4,95	5,32	5,1	5,69
Congelados	2,52	2,82	2,41	1,96	2,24	2,49	3,3
Conservas	3,58	4,33	3,33	3,49	3,42	3,5	3,81

Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados por MAPA 1993

Cuadro 5:
Consumo de hortalizas (kg per cápita) según tamaño de la unidad familiar

Hortalizas	Tamaño de la unidad familiar						
	Nacional	Familia 1	Familia 2	Familia 3	Familia 4	Familia 5	Familia 6
Patatas frescas	41,03	57,07	40,94	32,51	40,1	39,38	49,21
Total hortaliza	57,21	123,67	57,07	36,32	46,8	56,32	88,65
Tomates trans.	5,32	7,74	5,37	4,95	5,32	5,1	5,69
Congelados	2,52	5,89	2,41	1,96	2,24	2,49	3,3
Conservas	3,58	6,75	3,33	3,49	3,42	3,5	3,81

Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados por MAPA 1993

tantes es donde se encuentran los consumos, medios en los hogares, menores de tomates transformados y conservas.

Otra variable, que como puede verse en el cuadro 4, puede influir en el consumo de estos productos por ho-

gares, es el ama de casa, principalmente su edad y actividad. Las cifras nos parecen indicar que los hogares con amas de casa activas (que trabajan fuera del hogar) consumen menos hortalizas. Parece lógico que esto pueda ser así, cuando el ama de casa encar-

gada de la alimentación dispone de menos tiempo para la cocina (limpieza, cocción y preparación de las hortalizas). También la edad del ama de casa, en mayor medida, influye sobre el nivel de consumo. En hogares con amas de casa mayores de 60 años se consumen como media 88 kilos de hortalizas per cápita, siendo el consumo en hogares con amas de casa menores de 29 años menos de la mitad (36,32). El consumo de congelados y conservas como era de esperar es mayor en hogares con ama de casa activa.

El tamaño familiar influye, como se puede observar en el cuadro 5, disminuyendo el consumo per cápita con el tamaño de la familia. Existe una correlación negativa prácticamente con todos los grupos de hortalizas (patatas, en fresco, conservas, congeladas,...) La explicación puede estar en que cuanto mayor es la familia menor es el nivel de renta por persona y menor el consumo de estos productos por unidad de persona.

se presenta en el mercado. No faltan, sin embargo, los supermercados que cuidan al detalle la elección de los productos, considerando tanto la economía como la opinión del consumidor.

En consonancia con los parámetros considerados en este artículo, se deben tener en cuenta los cambios socio-económicos que han tenido lugar en los últimos años. El poder adquisitivo del consumidor español es más elevado, lo que le convierte en un comprador más selectivo. Asimismo, la influencia que ejercen los países extranjeros en el mercado español es mayor dada la creciente tendencia actual de visitar estos países. También influye en la elección de los productos la preocupación por la salud y la relación que esto tiene con la ingesta de ciertos alimentos. Este aspecto incrementa su valor como más joven sea el consumidor.



Para saber más...

- ¹ Esteban López «Nuevos descensos en el consumo de frutas y hortalizas». Rev. Distribución y Consumo. Jun/Jul 1996.