

#alimentosdespaña

# INFORME DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2020



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

# INFORME DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2020

#alimentosdespaña



Madrid, 2021



**Aviso legal:** Los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización.



MINISTERIO DE AGRICULTURA,  
PESCA Y ALIMENTACION

Edita:

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Secretaría General Técnica

Centro de Publicaciones

NIPO: 003191619

Distribución y venta:

Paseo de la Infanta Isabel, 1

28014 Madrid

Tlf.: 91 347 55 41 / Fax: 91 347 57 22

Tienda virtual: [www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)

e-mail: [centropublicaciones@mapa.es](mailto:centropublicaciones@mapa.es)

Catálogo de Publicaciones de la AGE: <http://publicacionesoficiales.boe>

## 4.9. FRUTAS FRESCAS

### Resultados totales del consumo de frutas frescas

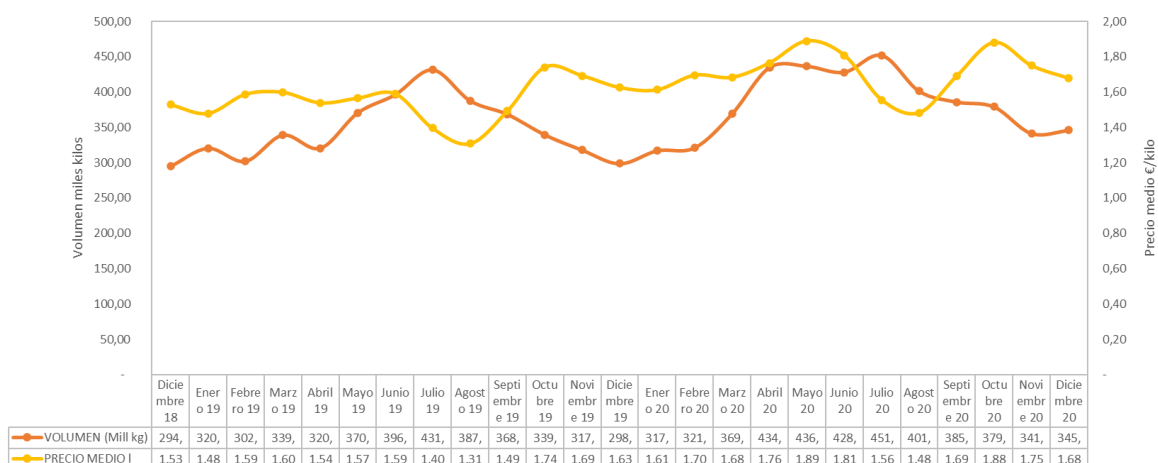
A cierre de año 2020 los hogares españoles adquieren un 10,0 % más de volumen de fruta fresca que a cierre de año 2019. En valor la categoría crece de forma más destacada (21,8 %) debido al impacto que tiene el aumento del precio medio durante el año 2020. Tal como decíamos el precio medio de fruta fresca cierra en 1,71€/kilo, y ello supone un incremento del 10,7 % con respecto al año anterior.

Los hogares destinan el 9,93 % del presupuesto medio para la compra de productos de alimentación y bebidas a la compra de esta categoría, lo que supone un gasto per cápita de 170,47 € por persona, una cantidad un 21,5 % superior a la invertida en el ejercicio previo, el equivalente a gastar 30,15 € más por persona y año.

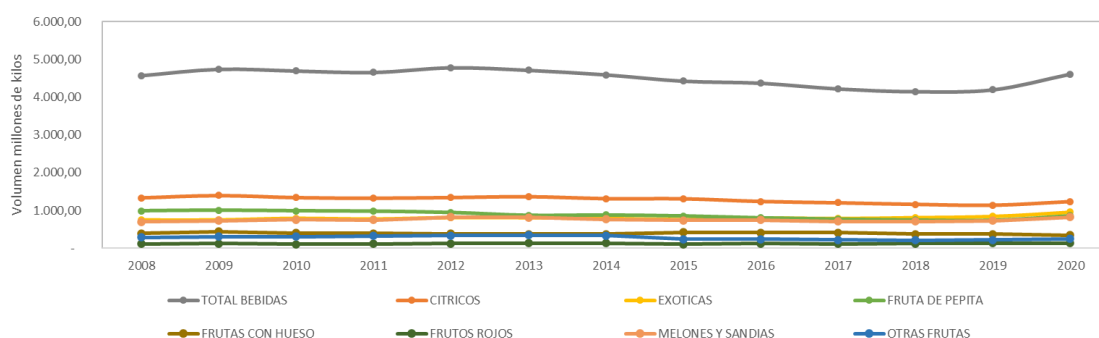
El consumo medio realizado por persona y año de fruta fresca cierra en 2020 en 99,74 kilogramos. Supone un consumo de 8,83 kg más por persona y año, siendo su variación del 9,7 %.

	Consumo doméstico de T.FRUTAS FRESCAS	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	4.611.193,72	10,0 %
Valor (miles €)	7.881.496,84	21,8 %
Consumo x cápita (kg)	99,74	9,7 %
Gasto x cápita (€)	170,47	21,5 %
Parte de mercado volumen (%)	14,46	-0,16
Parte de mercado valor (%)	9,93	0,62
Precio medio (€/kg)	1,71	10,7 %

**Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)**



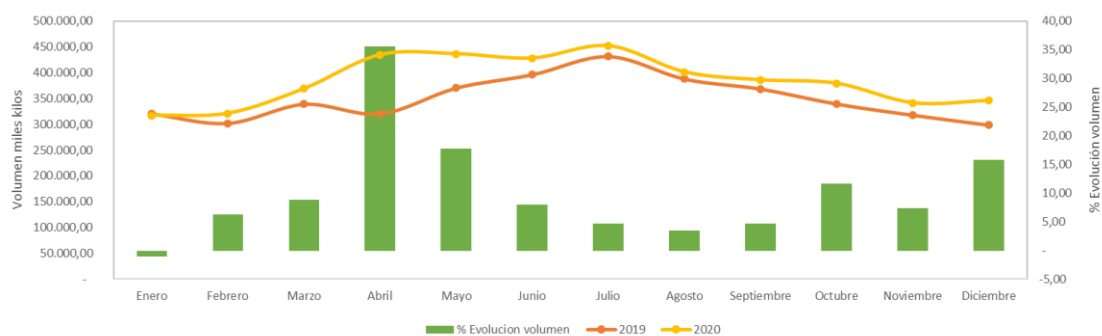
**Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo**



Salvando la excepcionalidad del año 2020, donde tal como hemos observado la demanda de fruta fresca es creciente, desde el año 2008 la tendencia para la categoría de frutas en España era decreciente para muchos de los agrupados de frutas tal y como puede observarse en el gráfico superior. Ahora bien, si medimos el impacto a medio plazo (desde el año 2013), este mercado tiene una contracción del 2,2 % del volumen de compras respecto al dato del año 2013 y con respecto al dato del ejercicio 2020.

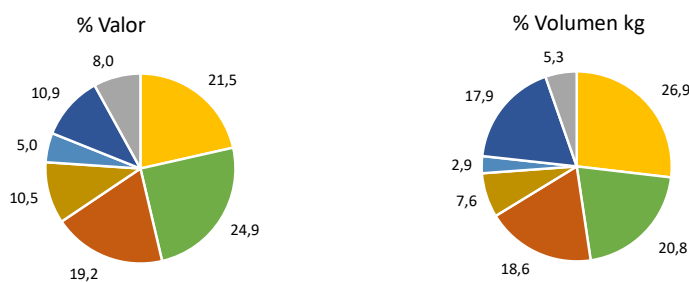
Los agrupados o segmentos de frutas que más cayeron desde el año 2013, es decir que superan el 2,2 % que es lo cayó la categoría en términos generales son; cítricos, la fruta con hueso y los frutos rojos. Hay otros segmentos que se posicionan en positivo, destacamos algunos con síntomas de crecimiento como son las frutas exóticas y melones y sandías.

**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de fruta se mantiene en positivo durante todos los meses del año 2020 salvando el mes de enero cuyo retroceso es del 1,1 %. El mayor crecimiento para la categoría se produce en los meses de abril y mayo, alcanzando su variación más alta con respecto al año anterior en el mes de abril con un incremento en compra del 35,6 % de los kilos.

**Importancia de los tipos de fruta fresca**



% Evolución 2020 vs 2019	Valor	Volumen
<b>T.FRUTAS FRESCAS</b>	21,8 %	10,0 %
<b>CITRICOS</b>	30,5 %	8,7 %
<b>EXOTICAS</b>	19,2 %	14,0 %
<b>FRUTA DE PEPITA</b>	26,0 %	15,5 %
<b>FRUTAS CON HUESO</b>	11,1 %	-7,4 %
<b>FRUTOS ROJOS</b>	7,0 %	-1,8 %
<b>MELONES Y SANDIAS</b>	24,7 %	12,8 %
<b>OTRAS FRUTAS</b>	20,1 %	10,7 %

Si tenemos en cuenta cuales son los tipos de frutas por los diferentes agrupados y su distribución en volumen y valor, el segmento de fruta fresca a cierre de año 2020 queda de la siguiente manera.

Los cítricos (naranja, limones, mandarinas y pomelo) son los tipos de fruta fresca que más se compran, actualmente superan un cuarto del volumen del mercado (26,9 %) siendo responsable de 1 de cada 4 € de la categoría. Aunque su evolución es positiva para ambos indicadores, el volumen no supera el crecimiento promedio del mercado (8,7 % vs 10,0 %).

## FRUTAS FRESCAS

El segundo tipo de fruta con mayor adquisición de volumen son frutas exóticas (plátanos, kiwi, aguacate, piña y chirimoya) con el 20,8 % de los kilos y el 24,9 % de la facturación. Este sector hortofrutícola es de los que más aportan al crecimiento de la categoría, con variaciones positivas tanto en volumen como en valor (14,0 % y 19,2 % respectivamente).

En tercer lugar, las frutas de pepita (uvas, manzanas y peras) con un 18,6 % de la proporción del volumen y una cuota en valor del 19,2 %. Este tipo de frutas rompe su inercia de decrecimiento y gana relevancia dentro de los hogares españoles a cierre de año 2020, con un destacado incremento en valor del 26,0 %, más moderado, pero aun así por encima de la categoría, por parte del volumen (15,5 %).

Dentro del segmento de fruta fresca pierden intensidad de consumo aquellos tipos de frutas como son los frutos rojos y las frutas con hueso.

### Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca

	Consumo per cápita (kg)	
	2019	2020
<b>TOTAL BEBIDAS</b>	<b>90,91</b>	<b>99,74</b>
CITRICOS	24,71	26,79
EXOTICAS	18,24	20,73
FRUTA DE PEPITA	16,12	18,57
FRUTAS CON HUESO	8,19	7,56
FRUTOS ROJOS	2,95	2,89
MELONES Y SANDIAS	15,89	17,88
OTRAS FRUTAS	4,82	5,32

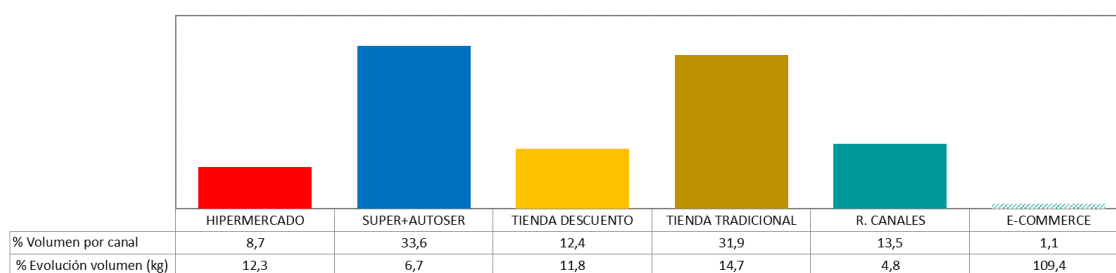
El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2020 se sitúa en 99,74 kilogramos por persona, una cantidad superior a la consumida durante el ejercicio anterior (9,7 %) el equivalente a consumir 8,83 kg más por persona y periodo de estudio.

Todos los tipos de fruta fresca a excepción de los frutos rojos aumentan en términos de consumo per cápita. Hay que destacar que el primer tipo de fruta consumida se corresponde con cítricos cuya ingesta cierra con 26,79 kg por persona y año.

Por su parte el crecimiento más destacado para la categoría que estamos analizando se produce en frutas exóticas, frutas de pepita, así como en melones y sandías, pues la evolución del consumo per cápita con respecto al año inmediatamente anterior supera el crecimiento del promedio del mercado (9,7 %).

## Canales

### % Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)

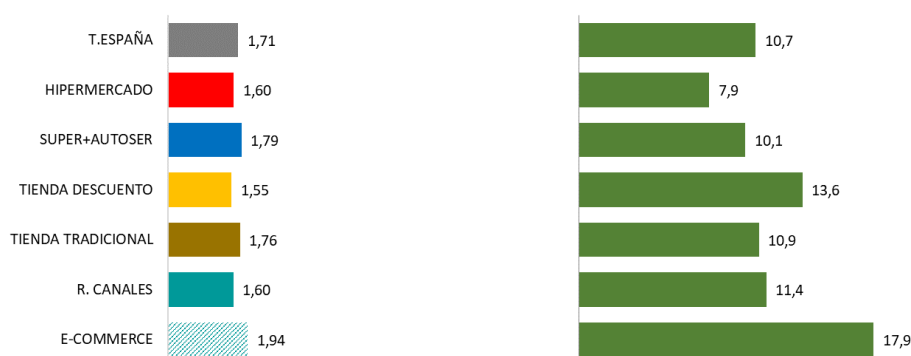


El canal supermercado y autoservicio es la plataforma de distribución preferidas para la compra de estos productos de alimentación fresca a cierre de 2020. Su cuota de participación es del 33,6 % del total de los kilos, sin embargo, pese a crecer, lo hace a un ritmo menor que el resto de los canales. La tienda tradicional por su parte, también tienen una participación significativa con el 31,9 % del volumen de la categoría, este canal es quien muestra el mayor crecimiento del mercado (salvando el e-commerce). Es decir, el canal cercanía gana relevancia durante el año 2020.

El hipermercado y las tiendas descuento, se mantienen en la senda del crecimiento y consiguen cuotas de participación de la categoría nada despreciables (8,7 % en el caso del hipermercado y 12,4 % en el caso de la tienda descuento).

El resto de los canales consigue mantener una cuota importante del 13,5 % sin embargo, muestra la menor variación de la categoría (4,8 %), debido a que lugares como mercadillos y mercados y plazas, se han visto más afectados por la crisis socio sanitaria vivida en el año 2020. El canal Online, es quien registra el crecimiento más destacado del mercado, si bien su participación dentro de la categoría se reduce a un 1,1 % sobre el volumen total.

### Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



El precio medio de fruta fresca cierra en 1,71 €/kilo. Durante el año 2020 el precio medio de fruta fresca se incrementa un 10,7 %.

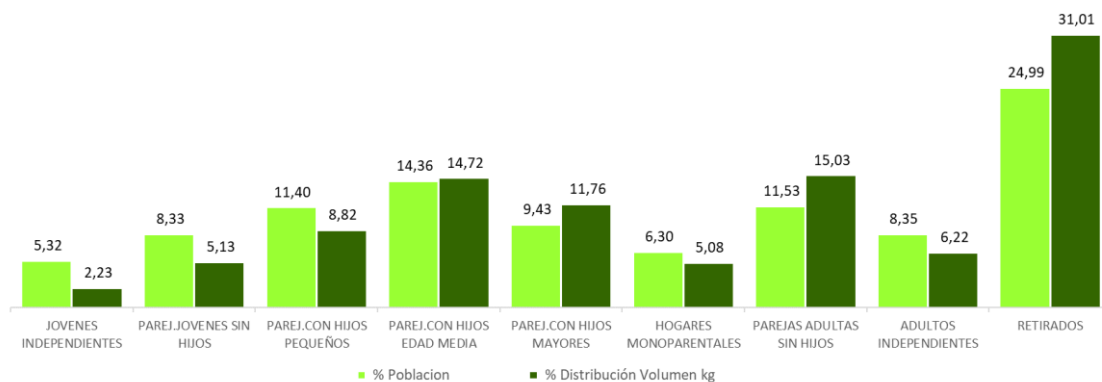
Este incremento del precio medio se extiende a todas las plataformas de distribución siendo especialmente destacado para la tienda descuento con una variación del 13,6 %. A pesar de



dicho incremento, este canal se mantiene como el canal con el precio medio más competitivo del mercado (1,55 €/kilo vs 1,71 €/kilo). Por su parte el comercio electrónico, es quien cierra el año 2020 con el precio medio menos competitivo, su diferencia con respecto al promedio nacional es de un 13,7 % superior, además es el canal que mayor variación y aumento realiza en el precio medio realiza durante el año (17,9 %).

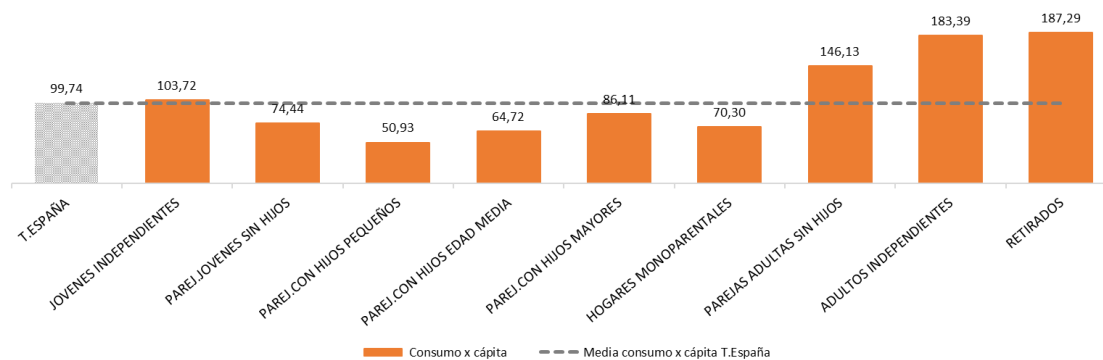
## Demográficos

### % Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2020)



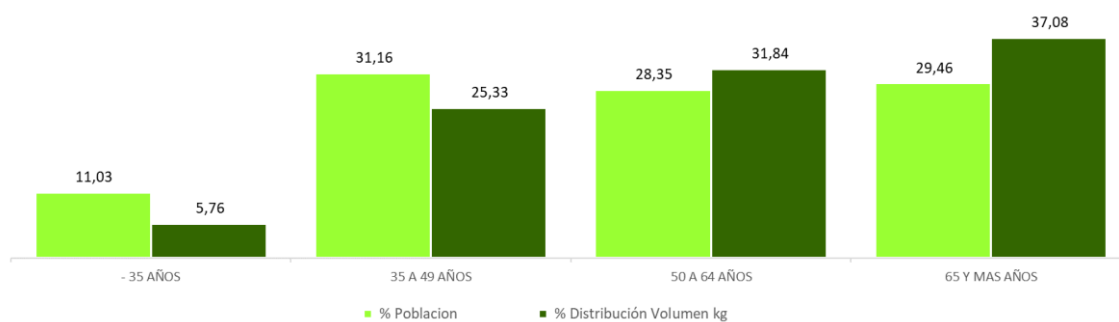
El perfil de hogar consumidor de fruta fresca se corresponde con parejas adultas sin hijos, retirados, y parejas con hijos ya sean mayores o medianos, debido a que su proporción en volumen supera la distribución de población de los ciclos de vida anteriormente mencionados.

### Consumo per cápita por ciclo de vida (2020)



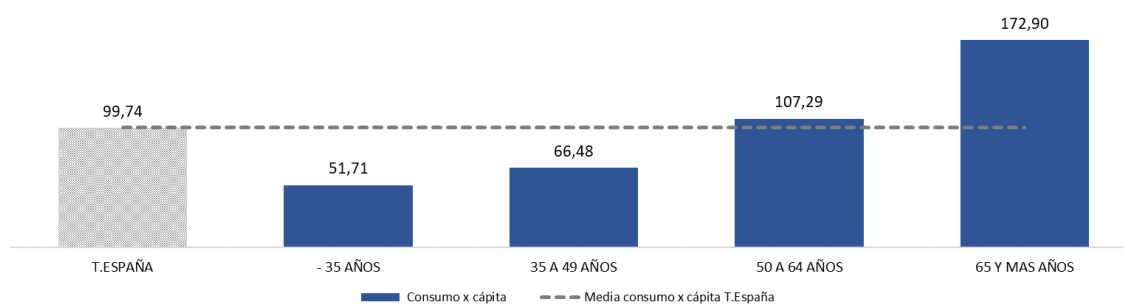
El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2020 se sitúa en 99,74 kilogramos por persona. Esta cantidad la superan hogares formados por jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. Son los retirados aquellos que realizan la mayor ingesta per cápita de la categoría con 187,29 kilogramos/persona/año, lo que representa un consumo de 87,55 kilos más ingeridos por persona y año. En el lado opuesto se sitúan parejas con hijos pequeños ya que su consumo per cápita a cierre de año 2020 se establece en 50,93 kg/persona/año una cantidad un 41,2 % inferior a la media nacional.

**% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2020)**



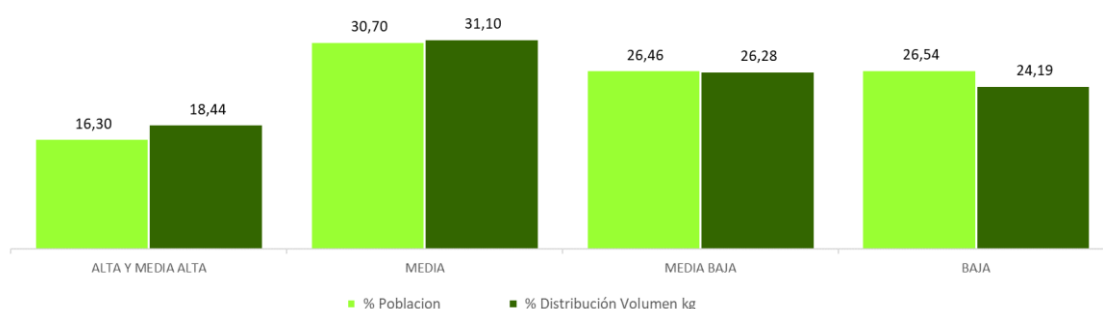
Hogares cuyo responsable de compra tiene una edad mayor de 50 años son los intensivos en la compra de fruta fresca. En ambos cortes, su distribución del volumen supera el porcentaje de población que representan.

**Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2020)**



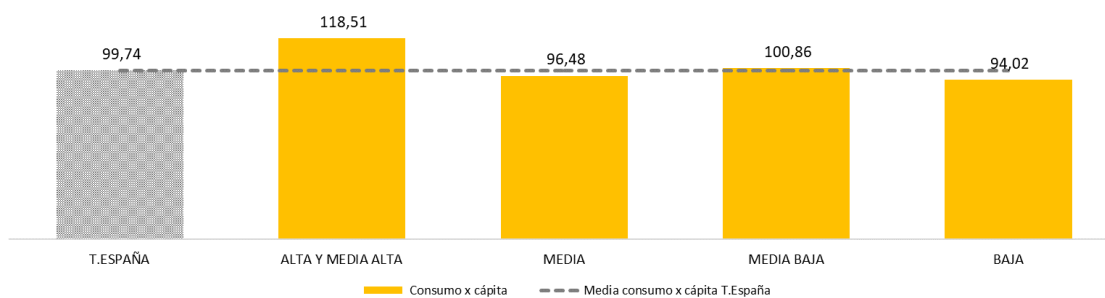
Son los individuos mayores de 50 años quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría; especialmente destacado en el caso de mayores de 65 años, con una ingesta media de 172,90 kilogramos por persona y año, suponen 73,16 kilos más por persona y año.

**% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2020)**



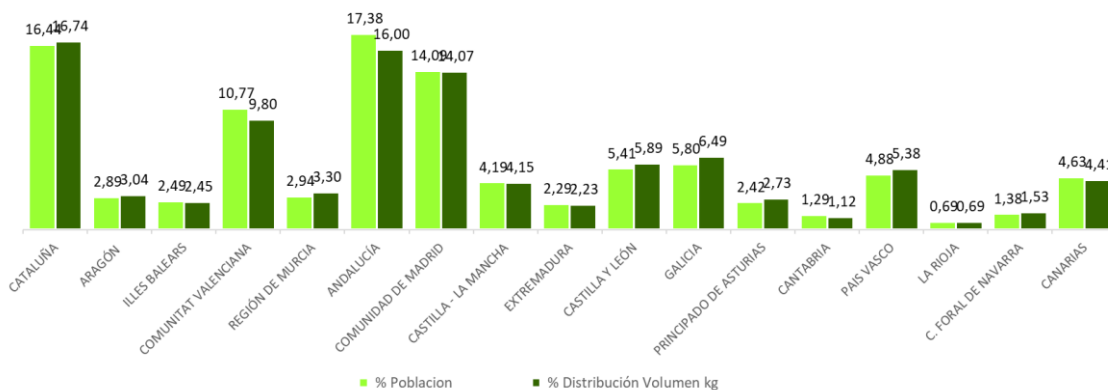
Los hogares de clase alta y media alta, así como media, son algo más intensivos en la compra de fruta fresca, aunque tal y como vemos, todos los segmentos por clase socioeconómica mantienen una proporción muy pareja entre el porcentaje de compras y su peso poblacional.

### Consumo per cápita por clase socioeconómica (2020)



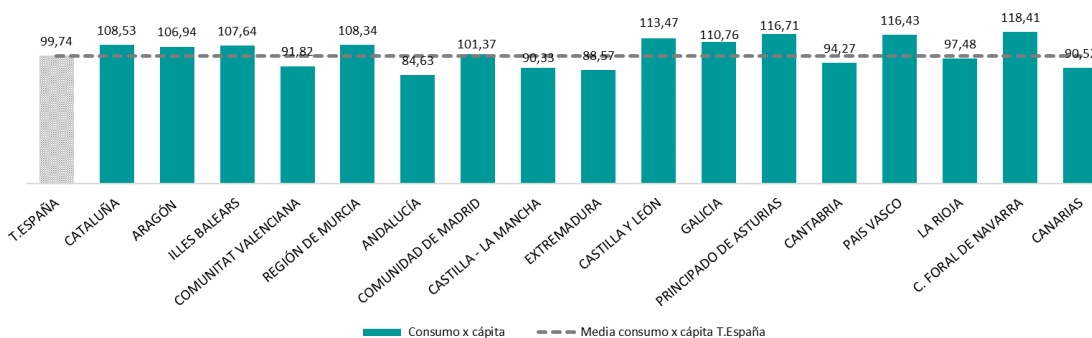
Los mayores consumidores fruta fresca son los individuos de clase alta y media alta, así como los de clase media baja, debido a que su ingesta supera la media que queda establecida en 99,74 kilogramos por persona. Es especialmente destacada para el caso de la clase alta y media alta, con un consumo per cápita un 15,6 % por encima del promedio.

### % Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2020)



El Principado de Asturias, Galicia, La Región de Murcia y Navarra entre otros son las CCAA que se perfilan como las más intensivas en la compra de fruta fresca, por el contrario, se sitúan como las menos intensivas Cantabria, la Comunitat Valenciana y Andalucía entre otras.

### Consumo per cápita por comunidad autónoma (2020)



Tal como puede verse en el gráfico hay muchas comunidades autónomas que mantienen el consumo per cápita superior a la media que es de 99,74 kilogramos por persona y año, entre

## FRUTAS FRESCAS

---

ellas se encuentran (todas con un consumo que supera los 105 kilos por persona); Cataluña, Aragón, Illes Balears, Región de Murcia, Castilla y León o País Vasco entre otras.

De entre todas ellas son los individuos navarros quienes mayor consumo por persona y año hacen de fruta, exactamente un 78,1 % superior a la media. Del lado contrario encontramos a los individuos residentes en Andalucía con una ingesta de 84,63 kilos por año y persona.

## 4.9.1. NARANJAS

### Resultados totales

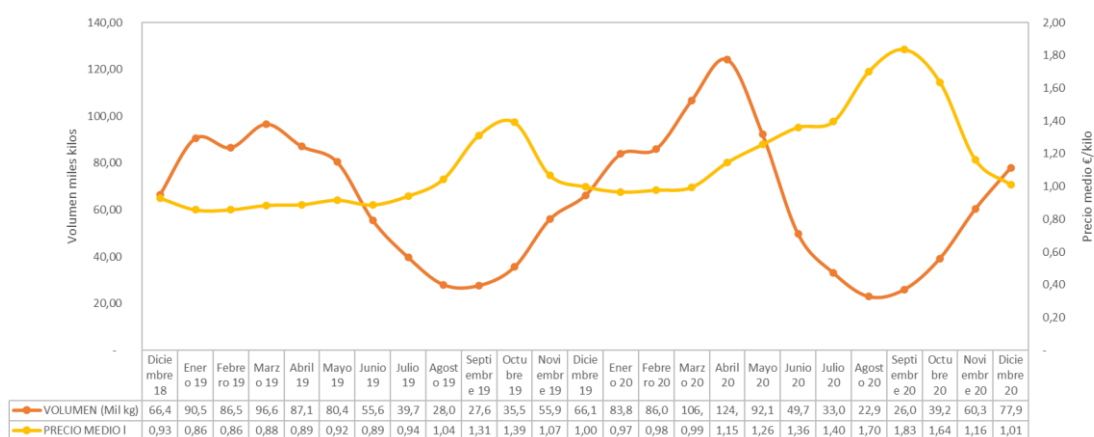
La compra de naranjas crece un 7,0 % con respecto al año 2019. En términos de facturación, el aumento es mucho mayor (31,7 %), como consecuencia del fuerte aumento que se produce en el precio medio del 23,1 %, cerrando en 1,18 €/kilos, lejos de los 0,95€/kilo de hace tan solo doce meses.

Los hogares destinan a la compra de estos productos frescos el 1,19 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 20,40 € invertidos por persona y año; es una cantidad que aumenta de forma muy significativa, alcanzado el 31,4 % de variación, el equivalente a invertir 4,88 € más a cierre de periodo.

El consumo per cápita de naranjas fue de 17,35 kilos por persona y año, aumenta en un 6,7 % al consumo del 2019.

	Consumo doméstico de Naranjas	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	802.282,74	7,0 %
Valor (miles €)	943.044,65	31,7 %
Consumo x cápita (kg)	17,35	6,7 %
Gasto x cápita (€)	20,40	31,4 %
Parte de mercado volumen (%)	2,52	-0,10
Parte de mercado valor (%)	1,19	0,16
Precio medio (€/kg)	1,18	23,1 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



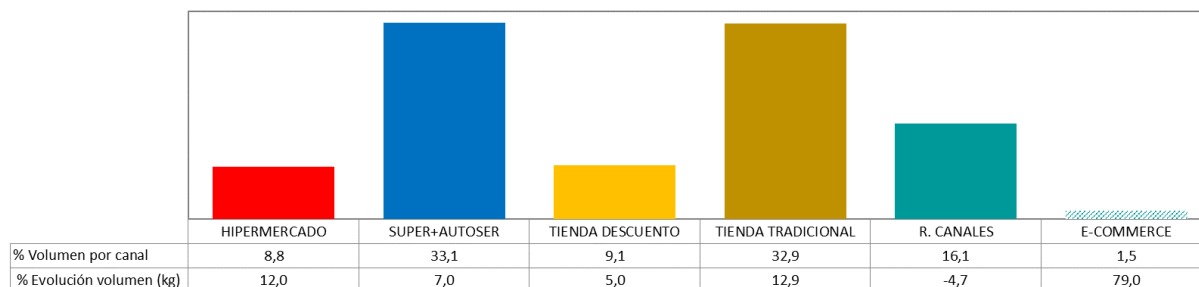
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de naranjas por parte de los hogares españoles no tiene un crecimiento lineal ni estable a lo largo del año 2020. El mayor aumento se produce en el mes de abril (42,6 % de variación con respecto abril 2019), si bien tal como puede apreciarse en el gráfico, los meses más calurosos donde la compra de naranja se reduce debido a su estacionalidad, pierde volumen con respecto a los mismos meses del año 2019.

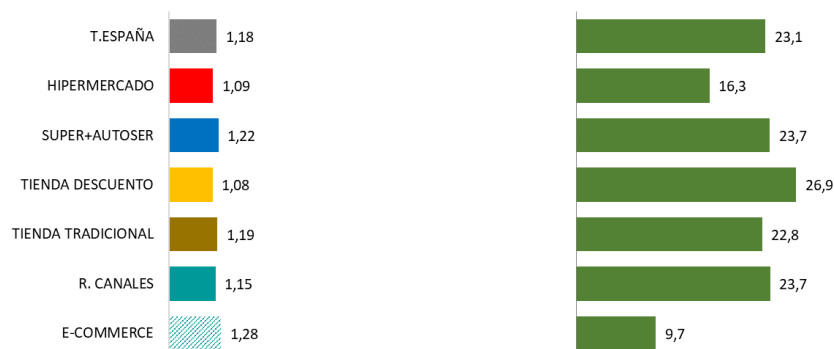
**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)**



Los supermercados y autoservicios, así como las tiendas tradicionales, acaparan más del 60 % del volumen que se adquiere de naranjas, siendo un 33,1 % y un 32,9 % respectivamente. Ambos canales ganan volumen con respecto al año anterior, especialmente destacado para el caso del canal cercanía (tienda tradicional). Hay que mencionar el incremento en volumen del canal hipermercado (12,0 %), si bien este canal, tan solo representa el 8,8 % del total de los kilos del mercado. El resto de los canales, son los únicos que pierden volumen con respecto al año 2019, por su parte, el mayor crecimiento del mercado se produce dentro del canal e-commerce (79,0 %), si bien su proporción de las compras sobre el total alcanza tan solo el 1,5 %.

### Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



El precio medio total España para naranjas fue de 1,18 €/kilo, tal como hemos comentado crece de manera muy significativa con respecto al año 2019 (23,1 %). Este incremento se traslada a todas las plataformas de distribución. Supera el crecimiento del promedio del mercado canales como supermercado y autoservicio, tienda descuento y resto de canales. El precio medio más competitivo de la categoría se registra en la tienda descuento, mientras que, del lado contrario, es decir con el precio medio menos accesible se sitúa el canal e-commerce (9,2 % superior al precio medio nacional).

### Demográficos

Hogares compuestos por retirados, parejas adultas sin hijos a parejas con hijos mayores perfil intensivo de la categoría. Se corresponde con hogares cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años y son generalmente de clase socioeconómica alta y media alta o media, pues en todos los casos que hemos expuesto el peso en compras supera el peso poblacional.

Son los individuos retirados aquellos que mayor consumo per cápita realizan de naranjas a cierre de 2020, con una ingesta que duplica la media nacional (17,35 kg/año). Por su parte, este umbral del consumo también se supera por parejas adultas sin hijos, y adultos independientes.

Las comunidades autónomas más intensivas en la compra de naranja son; Navarra, Asturias, Cantabria y País Vasco entre otras. Del lado opuesto hay que destacar la Comunitat Valenciana, pues su distribución del volumen no supera el peso que representan en población (10,8 % vs 7,4 %). Son además los individuos valencianos quienes realizan la menor ingesta de este cítrico con una cantidad de 12,0 kilos por persona y año, el equivalente a consumir 5,34 kilos menos por persona y año que la media nacional.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	17,4
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,2	20,4
MEDIA	30,7	31,1	16,8
MEDIA BAJA	26,5	25,6	17,1
BAJA	26,5	25,1	17,0
- 35 AÑOS	11,0	5,0	7,8
35 A 49 AÑOS	31,2	22,8	10,4
50 A 64 AÑOS	28,3	31,4	18,4
65 Y MAS AÑOS	29,5	40,9	33,1
CATALUÑA	16,4	16,4	18,5
ARAGÓN	2,9	2,8	17,2
ILLES BALEARS	2,5	2,0	15,5
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	7,4	12,0
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,7	21,0
ANDALUCÍA	17,4	15,2	13,9
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	14,5	18,2
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,4	16,8
EXTREMADURA	2,3	2,2	15,1
CASTILLA Y LEÓN	5,4	6,9	23,1
GALICIA	5,8	7,1	21,1
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,1	23,4
CANTABRIA	1,3	1,6	23,4
PAIS VASCO	4,9	5,9	22,3
LA RIOJA	0,7	0,7	16,5
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,8	24,4
CANARIAS	4,6	4,3	15,4
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,1	17,2
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	4,7	12,0
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	7,4	7,4
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	13,3	10,1
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	11,3	14,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,1	12,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	14,9	25,2
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,5	33,3
RETIRADOS	25,0	34,7	36,5



## 4.9.2. MANDARINAS

### Resultados totales

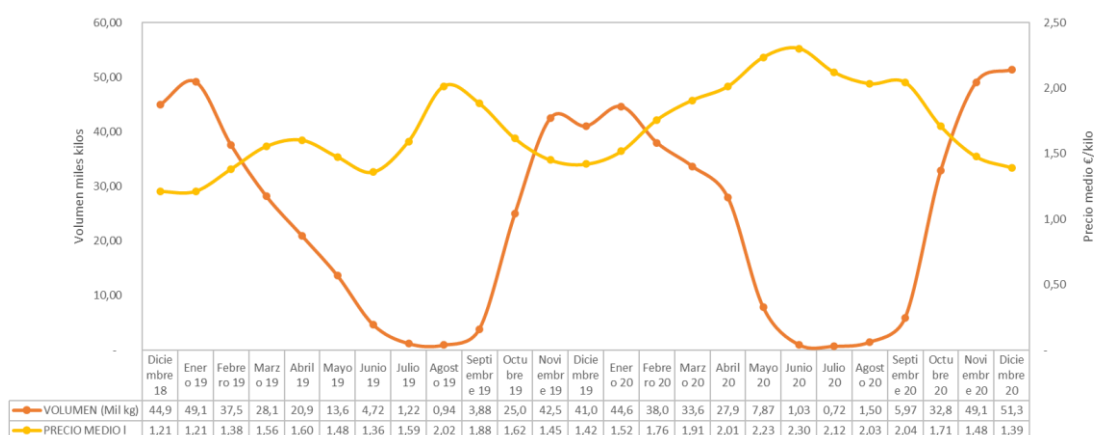
La compra de mandarinas es mayor a cierre de 2020 en un 9,6 %. En valor, la categoría crece de forma notable con una variación del 27,1 % con respecto al año 2019. Este fenómeno se produce a colación del aumento del precio medio de este producto durante el año. El precio medio crece un 15,9 %, cerrando en 1,67 €/kilo, una diferencia de 0,23 € por kilo pagado con respecto a 2019.

Los hogares destinan a la compra de mandarinas el 0,62 % del presupuesto medio asignado para comprar alimentos y bebidas. Esto implica un gasto per cápita de 10,64 €, una cantidad que se incrementa con respecto al año anterior en un 26,8 %.

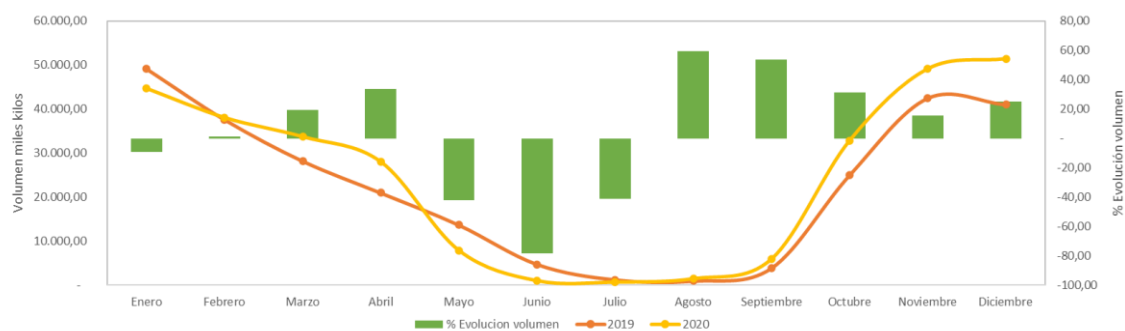
El consumo per cápita fue de 6,38 kilogramos, un 9,4 % superior al año anterior, el equivalente a incrementar el consumo por persona en 0,55 kilogramos por persona.

	Consumo doméstico de Mandarinas	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	294.755,11	9,6 %
Valor (miles €)	492.082,78	27,1 %
Consumo x cápita (kg)	6,38	9,4 %
Gasto x cápita (€)	10,64	26,8 %
Parte de mercado volumen (%)	0,92	-0,01
Parte de mercado valor (%)	0,62	0,06
Precio medio (€/kg)	1,67	15,9 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



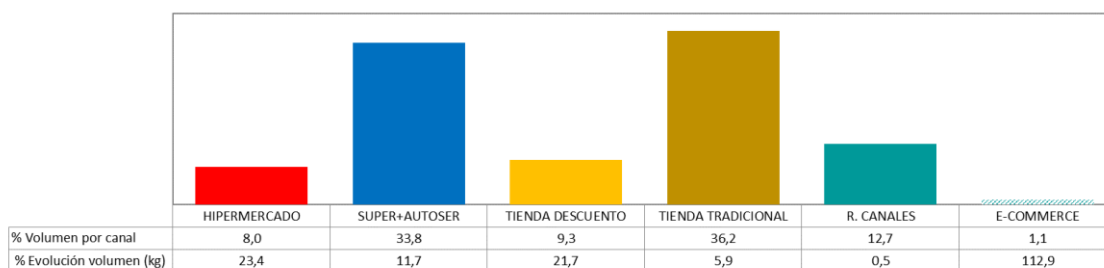
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



Pese a cerrar el año 2020, con un incremento, la evolución no es favorable a lo largo de los meses. El mayor incremento con respecto al mismo periodo del mes anterior se produce en agosto (59,6 %), pese a ser un mes donde la compra de este producto fresco es menor.

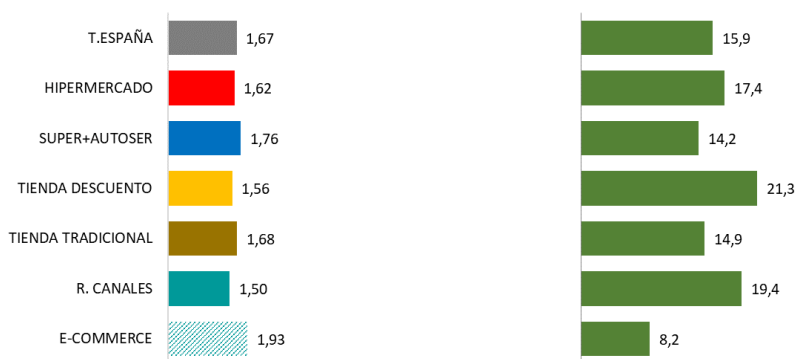
**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)**



El canal preferido por los hogares españoles, para la compra de este producto es el pequeño comercio o comercio de cercanía, como son las tiendas tradicionales. Su cuota en volumen alcanza el 36,2 % y aunque mejoran con respecto al año 2019, su evolución no alcanza el crecimiento promedio del mercado. Supermercados y autoservicios acaparan el 33,8 % de las compras, aumentando con respecto al 2019 un 11,7 %. La evolución es más favorable para canales como hipermercado, tiendas descuento, y el comercio online, con un aumento del 112,9 % con respecto a 2019.

**Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)**



El precio medio de las mandarinas cerró en 1,67 €/kilo con una variación positiva del 15,9 % durante el año. La expansión del precio medio es transversal a todos los canales de distribución, especialmente destacada en el caso de tienda descuento (21,3 %) y resto de canales (19,4 %). Es precisamente en el resto de los canales donde se aprecia el precio medio más competitivo del mercado con una diferencia con respecto al total de 0,17 € menos pagado por kilo.

### Demográficos

Parejas con hijos mayores o de mediana edad, parejas adultas sin hijos o retirados perfil intensivo de la categoría cuyo responsable de compra supera los 50 años se corresponde con un hogar de clase media y alta y media alta. Son los individuos retirados quienes mayor consumo realizan de mandarinas con una ingesta que supera la media del mercado en un 84,0 %. Por su parte, la ingesta media nacional es superada también por hogares formados por parejas adultas sin hijos y adultos independientes.

Las CCAA con un perfil intensivo en compra de mandarinas son Navarra, La Rioja, País Vasco y Aragón entre otras. Las que menos son Illes Balears, Comunitat Valenciana, Andalucía y Canarias.

Los individuos navarros, son quienes realizan la mayor ingesta de mandarinas a cierre de año 2020, con una ingesta que supera la media en un 38,7 %, el equivalente a 2,46 kg más persona. Por su parte, los individuos con el consumo per cápita más alejado del promedio son los residentes en Extremadura.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	6,4
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,5	8,0
MEDIA	30,7	31,8	6,3
MEDIA BAJA	26,5	25,9	6,3
BAJA	26,5	22,8	5,7
- 35 AÑOS	11,0	6,1	3,5
35 A 49 AÑOS	31,2	25,5	4,3
50 A 64 AÑOS	28,3	31,6	6,8
65 Y MAS AÑOS	29,5	36,8	11,0
CATALUÑA	16,4	18,6	7,7
ARAGÓN	2,9	3,7	8,4
ILLES BALEARS	2,5	2,0	5,5
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	7,9	4,7
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,3	6,8
ANDALUCÍA	17,4	14,7	5,0
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	15,3	7,0
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,8	6,7
EXTREMADURA	2,3	1,8	4,6
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,5	6,8
GALICIA	5,8	6,3	6,9
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,9	8,0
CANTABRIA	1,3	1,2	6,4
PAIS VASCO	4,9	5,7	7,8
LA RIOJA	0,7	0,9	7,8
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,8	8,8
CANARIAS	4,6	3,8	5,0
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,0	6,0
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,1	4,7
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,1	3,4
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,2	4,3
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	12,4	5,8
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,1	4,5
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	14,9	9,2
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,8	11,0
RETIRADOS	25,0	30,4	11,7

### 4.9.3. MELOCOTON

#### Resultados totales

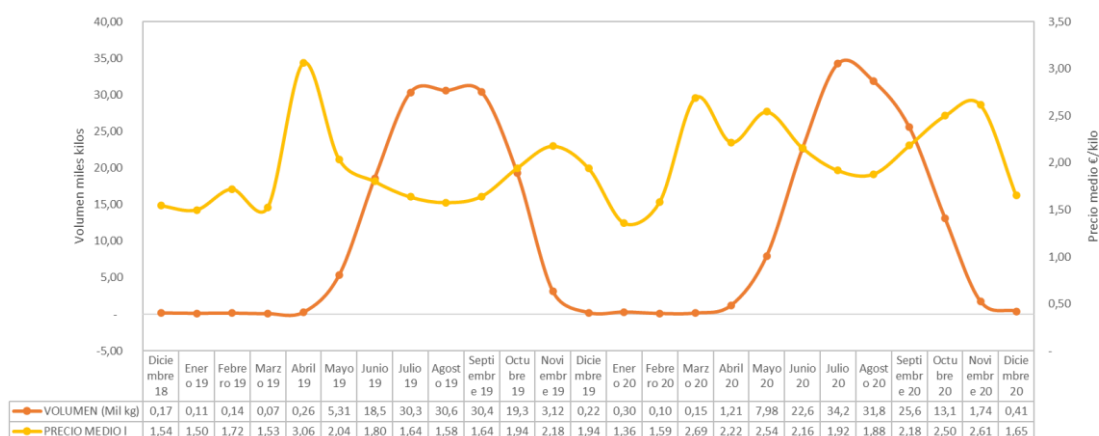
La compra de melocotón se mantiene con signos de crecimiento (0,7 %), si bien en comparación con lo que crece el segmento de fruta fresca (10,0 %) podemos decir que pierde relevancia dentro del mercado. Los hogares españoles gastaron un 22,7 % más en la compra de esta fruta con hueso, debido al impacto que tiene el incremento del precio medio del 21,9 %, cerrando en 2,10 €/kilo, el equivalente a pagar 0,38 € más por kilo que hace un año.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,37 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 6,32 € invertidos por persona y año; cantidad que a lo largo del año de análisis se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2019 en un 22,4 %.

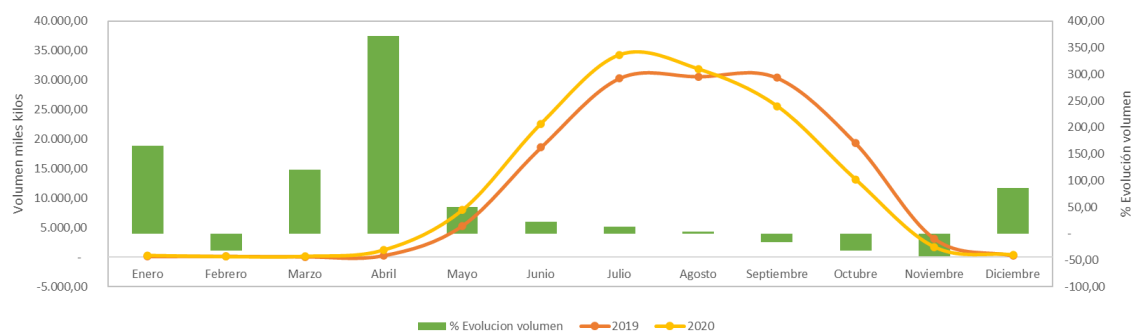
El consumo per cápita de melocotón fue de 3,02 kilos por persona y año, cantidad relativamente estable a la consumida en el año 2019 (0,4 %).

	Consumo doméstico de Melocotones	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	139.401,41	0,7 %
Valor (miles €)	292.299,87	22,7 %
Consumo x cápita (kg)	3,02	0,4 %
Gasto x cápita (€)	6,32	22,4 %
Parte de mercado volumen (%)	0,44	-0,05
Parte de mercado valor (%)	0,37	0,03
Precio medio (€/kg)	2,10	21,9 %

#### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



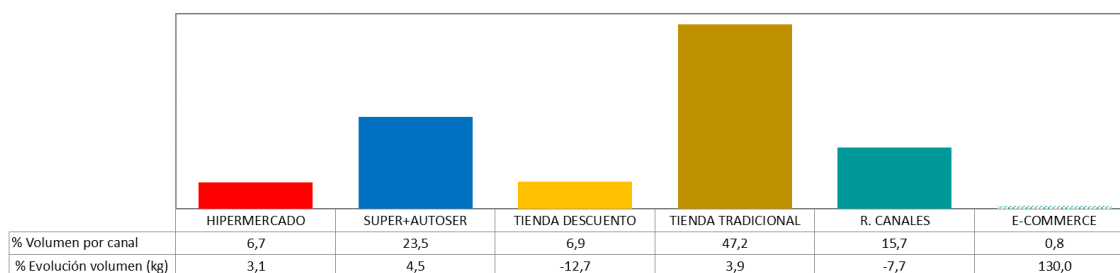
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La compra de melocotón se mantiene en positivo en casi la totalidad de los meses de 2020. Tal como se aprecia, es una fruta muy estacional, con su compra muy concentrada en los meses más calurosos del año. El mayor impacto en compra se produce durante el mes de abril, con una variación que triplica el mes de abril de 2019, si bien, tal como puede verse, no es la época de consumo de este producto, pues el mes tan solo representa el 1,0 % del volumen total del producto.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)



La tienda tradicional acapara el 47,2 % del volumen de melocotones. La compra en estas tiendas se intensifica en este año y obtiene un crecimiento del 3,9 %. Por su parte, el supermercado también es un canal relevante para este producto con un 23,5 % del volumen y evolución del 4,5 % con respecto al año anterior. El resto canales, así como la tienda descuento son canales que pierden intensidad de consumo a cierre de periodo.

**Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)**



Se incrementa el precio medio de melocotón un 21,9 % con respecto a 2019, cerrando en un precio medio de 2,10 €/kilo. Este aumento en el precio medio es transversal a todos los canales, especialmente destacado en el caso de la tienda descuento, con un aumento del 46,7 % (vimos, anteriormente como este canal, perdía intensidad de compra). El canal que tiene el precio medio más competitivo de la categoría es resto canales (1,83 €/kilo), mientras que es el canal e-commerce quien registra el precio medio menos competitivo del producto, llegando a pagar un 16,5 % más en este canal que en el promedio del mercado.

**Demográficos**

Las comunidades autónomas que se perfilan como intensivas en la compra de esta fruta con hueso son; Cataluña, Aragón Comunitat Valenciana, País Vasco y La Rioja, debido a que la proporción que realizan en volumen supera el porcentaje de peso que mantienen en población. Del lado opuesto hay que destacar los dos archipiélagos. Se corresponde además que sean los individuos residentes en Canarias y Baleares, quienes menor consumo per cápita realicen de la categoría. Son los individuos aragoneses quien a cierre de año 2020, mantiene el consumo per cápita más alto de melocotón, con una ingesta de 4,6 kilogramos por persona y año. Por ciclo de vida hay que destacar con consumos superiores a la media a retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos

Por edad, el mayor consumo se encuentra entre los hogares cuyo responsable de compra tiene más de 50 años, especialmente ente los mayores de 65 años, con un consumo per cápita que duplica la media nacional.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	3,0
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,3	3,8
MEDIA	30,7	28,1	2,6
MEDIA BAJA	26,5	27,8	3,2
BAJA	26,5	24,8	2,9
- 35 AÑOS	11,0	4,3	1,2
35 A 49 AÑOS	31,2	21,1	1,7
50 A 64 AÑOS	28,3	32,0	3,3
65 Y MAS AÑOS	29,5	42,6	6,0
CATALUÑA	16,4	22,2	4,4
ARAGÓN	2,9	4,3	4,6
ILLES BALEARS	2,5	1,6	2,1
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	11,9	3,4
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,8	2,8
ANDALUCÍA	17,4	14,3	2,3
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,9	3,0
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,3	2,8
EXTREMADURA	2,3	2,0	2,4
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,2	3,1
GALICIA	5,8	4,7	2,4
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,5	3,2
CANTABRIA	1,3	0,9	2,4
PAIS VASCO	4,9	5,5	3,6
LA RIOJA	0,7	0,8	3,6
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,5	3,4
CANARIAS	4,6	1,6	1,0
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	1,6	2,3
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	4,2	1,9
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	6,9	1,2
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	12,1	1,6
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	12,4	2,7
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	4,8	2,0
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	16,3	4,8
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,9	5,2
RETIRADOS	25,0	35,7	6,5



## 4.9.4. MANZANA

### Resultados totales

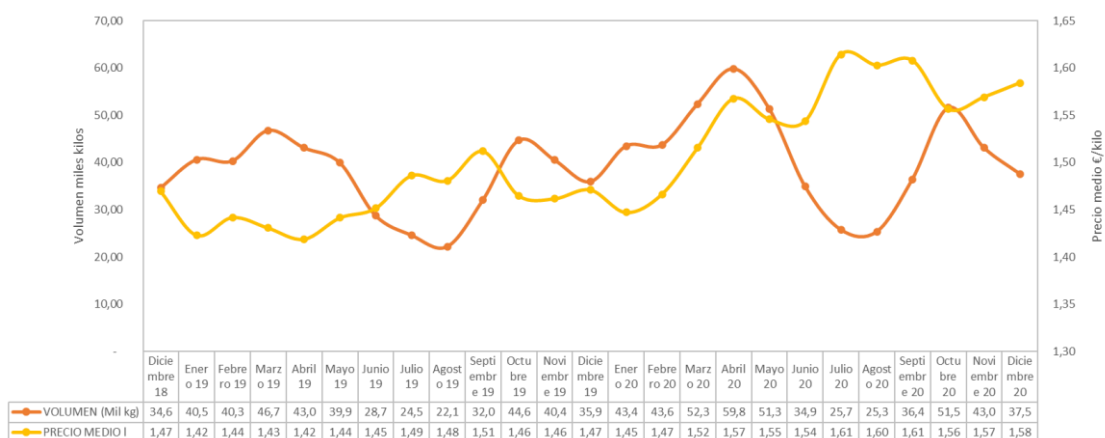
La manzana gana relevancia en los hogares españoles a cierre de año 2020 con un incremento en volumen del 15,1 %. Los hogares gastaron un 22,4 % en la compra de esta fruta fresca con respecto a hace un año, debido al incremento del precio medio del 6,4 %, lo cual implica que el precio medio cierre en 1,55 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de esta fruta fresca el 0,98 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 16,90 € invertidos por persona y año; cantidad superior en un 22,1 % respecto al gasto del año 2019.

El consumo per cápita de melocotones fue de 10,93 kilos por persona y año, superior al año anterior (14,8 %).

	Consumo doméstico de Manzanas	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	505.281,62	15,1 %
Valor (miles €)	781.390,41	22,4 %
Consumo x cápita (kg)	10,93	14,8 %
Gasto x cápita (€)	16,90	22,1 %
Parte de mercado volumen (%)	1,59	0,05
Parte de mercado valor (%)	0,98	0,07
Precio medio (€/kg)	1,55	6,4 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



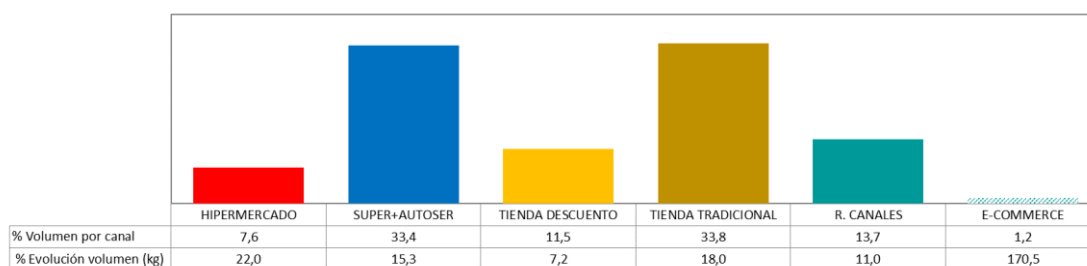
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de manzanas durante el año 2020 se mantiene en positivo durante todos los meses, especialmente destacada la evolución durante el mes de abril, mayo y junio, meses donde la proporción de compras es mayor.

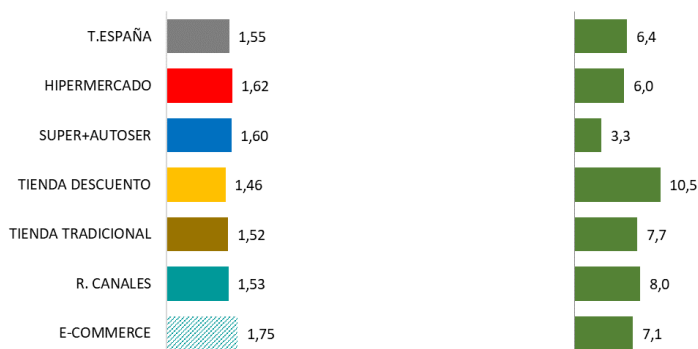
**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)**



La tienda tradicional es el canal favorito para la compra de esta fruta, mantiene una proporción sobre el total del 33,8 %, con síntomas de crecimiento con respecto al año anterior en un 18,0 %. Buena evolución presenta también los canales dinámicos, con crecimiento por encima del 15,0 % para supermercado y autoservicio, así como para el hipermercado. El e-commerce es el canal que registra el mayor incremento con respecto al año anterior, si bien su participación dentro del mercado alcanza el 1,2 %.

**Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)**



El precio medio de manzanas cerró en 1,55 €/kilo, supone un aumento del 6,4 % con respecto al año 2019. Este aumento es secundado por todos los canales, especialmente por la tienda descuento, cuyo incremento en precio supera el promedio nacional (10,5 %), sin embargo y a pesar de esta variación en el precio, sigue siendo el canal con el precio más económico (1,46 €/kilo vs 1,55 €/kilo de media nacional). El precio menos asequible se registra dentro del comercio electrónico, implica pagar un 13,3 % más por kilo de producto.

### Demográficos

Se corresponde con hogares intensivos en la compra de manzanas aquellos cuyo responsable de las compras superan los 50 años, de clase media y alta y media alta. Son hogares formados por parejas con hijos de edad media y mayores, así como parejas adultas sin hijos o retirados. De hecho, son estos últimos quienes mayor consumo per cápita realizan de manzanas, con una ingesta que supera en un 93,5 % la cantidad media española, es decir los 10,9 kilos por persona y año.

Los habitantes de la Comunidad Foral de Navarra son los que mayor consumo per cápita tienen de manzanas con 16,1 kilos, y también es la comunidad autónoma que proporcionalmente adquieren un volumen mayor a su peso, en este aspecto también destacan como intensivas en compra Cataluña, Aragón, Galicia, Asturias y País Vasco entre otras.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	10,9
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	17,4	12,3
MEDIA	30,7	31,1	10,6
MEDIA BAJA	26,5	26,0	10,9
BAJA	26,5	25,5	10,9
- 35 AÑOS	11,0	5,9	5,9
35 A 49 AÑOS	31,2	26,1	7,5
50 A 64 AÑOS	28,3	30,2	11,2
65 Y MAS AÑOS	29,5	37,8	19,3
CATALUÑA	16,4	17,1	12,2
ARAGÓN	2,9	3,2	12,2
ILLES BALEARS	2,5	2,5	12,3
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	9,6	9,8
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,7	9,8
ANDALUCÍA	17,4	14,6	8,5
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,3	10,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,4	8,2
EXTREMADURA	2,3	2,1	9,3
CASTILLA Y LEÓN	5,4	6,6	14,0
GALICIA	5,8	7,3	13,6
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,1	14,5
CANTABRIA	1,3	1,3	12,0
PAIS VASCO	4,9	6,1	14,5
LA RIOJA	0,7	0,8	12,3
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,9	16,1
CANARIAS	4,6	4,4	9,8
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,3	11,8
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,1	8,1
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,7	6,1
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	14,9	7,2
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	11,0	8,8
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,0	7,5
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	14,1	15,1
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,9	19,1
RETIRADOS	25,0	32,0	21,2

## 4.9.5. PERA

### Resultados totales

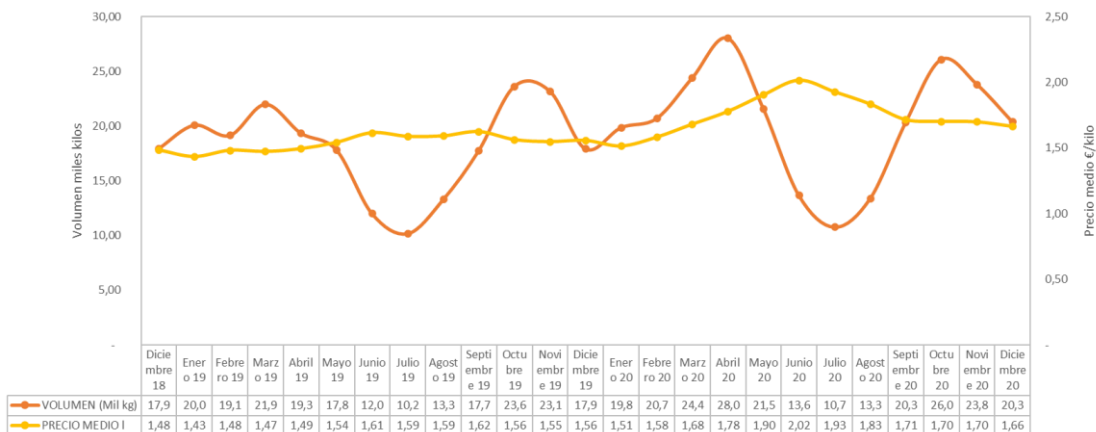
La compra de peras por parte de los hogares españoles crece a cierre de año 2020 un 12,3 %. En valor la categoría crece de forma más señalada (26,8 %) como consecuencia directa del incremento de precio de este producto (12,9 %) lo que le lleva a cerrar en 1,73 €/kilo, el equivalente a 0,20 € más pagados por kilo en 2020 que respecto a 2019.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,53 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 9,11 € invertidos por persona y año; cantidad que a lo largo de 2020 se ha visto superada con respecto a lo invertido en 2019 en un 26,5 %.

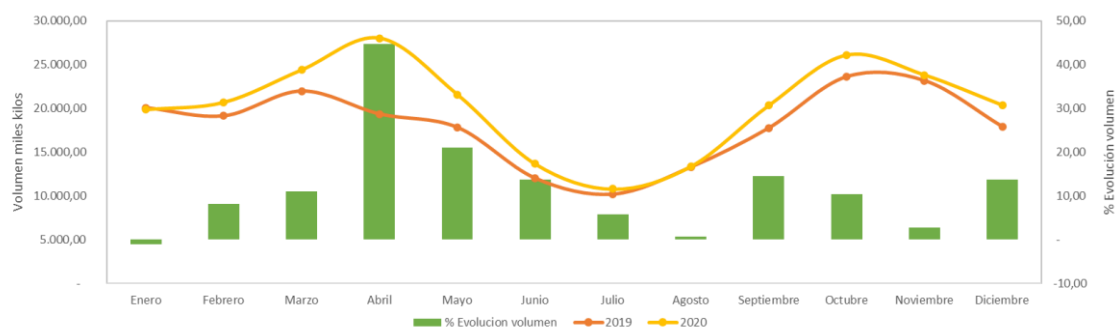
El consumo per cápita de peras fue de 5,26 kilos por persona y año, supone un aumento de consumo de 12,0 % con respecto al año anterior, equivale a consumir 0,56 kilogramos más de pera por persona.

	Consumo doméstico de Peras	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	243.024,72	12,3 %
Valor (miles €)	421.061,02	26,8 %
Consumo x cápita (kg)	5,26	12,0 %
Gasto x cápita (€)	9,11	26,5 %
Parte de mercado volumen (%)	0,76	0,01
Parte de mercado valor (%)	0,53	0,05
Precio medio (€/kg)	1,73	12,9 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



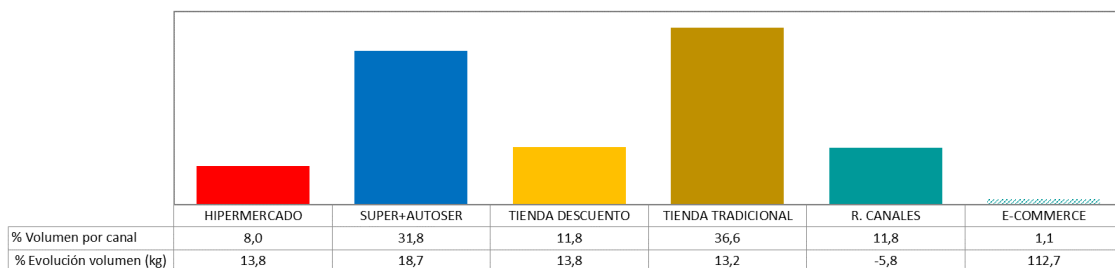
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



Se intensifica durante el año 2020 la compra de peras en todos los meses salvo enero (1,1%). El crecimiento más destacado se produce durante el mes de abril (44,7%). El consumo de peras pese a realizarse durante todo el año, tiene un componente estacional siendo más bajo durante los meses de verano, sin embargo, durante el año 2020 incluso en estos meses la compra de peras fue mayor que la registrada en 2019.

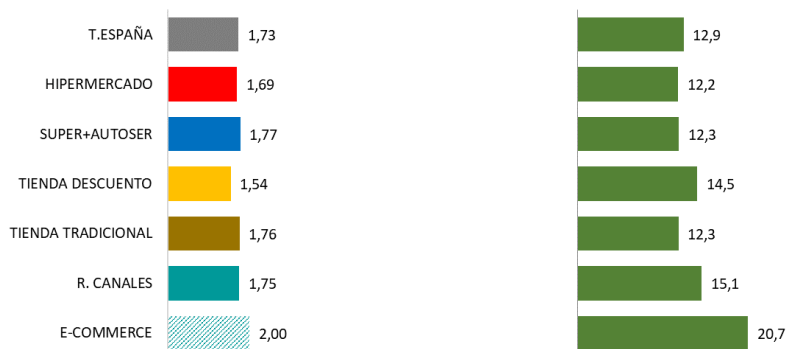
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)



La tienda tradicional es el canal favorito para la compra de peras, con el 36,6 % del volumen y una tendencia creciente a cierre de 2020 del 13,2 %. El supermercado y autoservicio también mantiene una proporción de compras muy significativa (31,8 %), se corresponde además con el canal que mantiene el mayor crecimiento, salvando el canal e-commerce que consigue duplicar su volumen con respecto al año anterior.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



El kilo de peras cierra en los 1,73 €/kilo, un precio un 12,9 % superior al año 2019. Incremento que se traslada a todos los canales. E-commerce canal con el precio medio más alto y con la mayor variación de precio. Es la tienda descuento el canal que mantiene el precio más económico, supone pagar un 10,9 % menos por kilo.

### Demográficos

El perfil de hogar consumidor de peras se corresponde con hogares formados por retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores. Son hogares donde el responsable de las compras supera los 50 años, y se corresponde con hogares de clase media y alta y media alta. Los individuos que superan los 65 años son quienes realizan la mayor ingesta per cápita de peras, con una cantidad de 9,7 kilos por persona y año.

Se consolidan como CCAA intensivas en la compra de peras, Canarias, Castilla y León, Galicia y País Vasco entre otras. Por su parte, con una proporción de consumo menor a su peso demográfico se sitúan Cantabria y Andalucía. Son los individuos de Castilla y León quienes tienen el consumo per cápita más alto del mercado con 6,8 kilogramos por persona. Por encima del promedio nacional (5,3 kilogramos por persona y año) se sitúan también los individuos de Cataluña, Canarias y Galicia entre otros.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	5,3
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	17,9	6,1
MEDIA	30,7	31,1	5,1
MEDIA BAJA	26,5	25,4	5,1
BAJA	26,5	25,6	5,2
- 35 AÑOS	11,0	5,5	2,6
35 A 49 AÑOS	31,2	24,3	3,4
50 A 64 AÑOS	28,3	30,9	5,5
65 Y MAS AÑOS	29,5	39,4	9,7
CATALUÑA	16,4	16,6	5,7
ARAGÓN	2,9	2,9	5,4
ILLES BALEARS	2,5	2,3	5,3
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	9,7	4,8
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,8	4,8
ANDALUCÍA	17,4	14,8	4,1
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	14,1	5,4
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,0	4,6
EXTREMADURA	2,3	2,4	4,9
CASTILLA Y LEÓN	5,4	6,7	6,8
GALICIA	5,8	6,7	6,0
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,6	5,9
CANTABRIA	1,3	1,0	4,4
PAIS VASCO	4,9	5,7	6,5
LA RIOJA	0,7	0,7	5,1
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,3	5,4
CANARIAS	4,6	5,6	6,1
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,1	5,2
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	4,7	3,6
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,3	2,8
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	13,7	3,2
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	11,0	4,3
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	4,4	3,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,9	8,1
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,6	8,7
RETIRADOS	25,0	33,3	10,6



## 4.9.6. MELON Y SANDIA

### Resultados totales

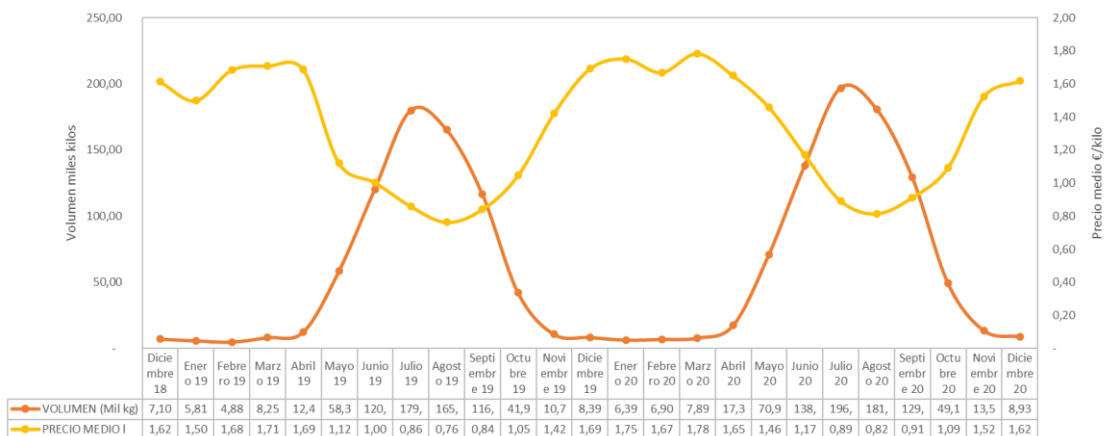
A cierre de año 2020 la compra de melón y sandía por parte de los hogares españoles crece un 12,8 %. En valor, la categoría más destacada alcanzando una facturación adicional del 24,7 % con respecto al año 2019. Esta diferencia entre el incremento en valor y en volumen viene determinado por el impacto que tiene el precio medio de estas frutas, pues durante el año 2020 el precio medio registra un incremento del 10,6 % lo cual lleva a cerrar la categoría en un precio medio de 1,04 €/kilo.

Los hogares españoles destinaron a la compra de estas frutas frescas el 1,09 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas en el hogar, se corresponde a realizar un gasto per cápita de 18,62 € por persona y año con un incremento del 24,4 % del gasto durante el año.

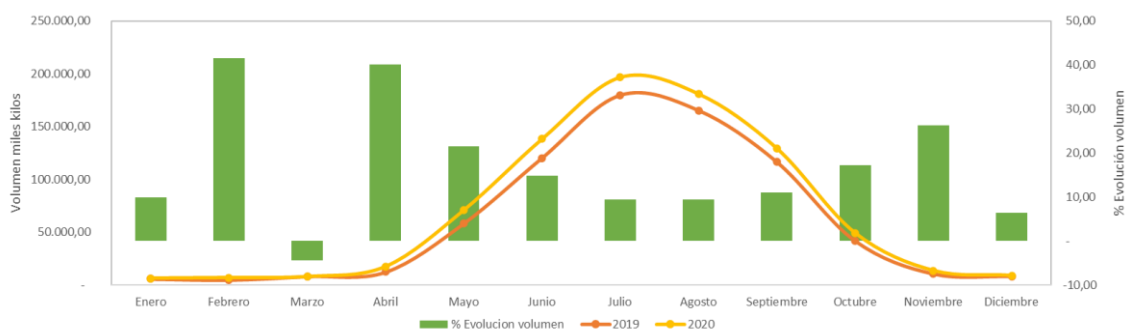
El consumo per cápita de melón y sandía es de 17,88 kg por persona y periodo de estudio cantidad que se incrementa con respecto al año inmediatamente anterior en una proporción del 12,5 %.

	Consumo doméstico de Melon Y Sandia	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	826.665,53	12,8 %
Valor (miles €)	861.072,97	24,7 %
Consumo x cápita (kg)	17,88	12,5 %
Gasto x cápita (€)	18,62	24,4 %
Parte de mercado volumen (%)	2,59	0,04
Parte de mercado valor (%)	1,09	0,09
Precio medio (€/kg)	1,04	10,6 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



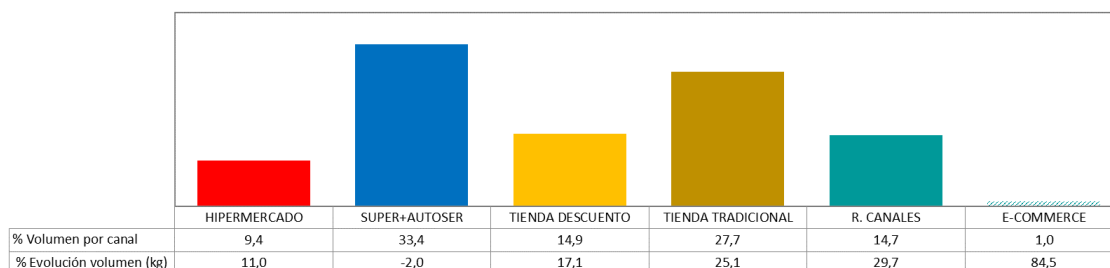
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de esta categoría es estacional, tal como se ve, su proporción en volumen es mayor en los meses veraniegos, meses en los que se incrementa la compra de ambos productos. Si bien, el mayor incremento se produce en el mes de febrero con un aumento en la demanda del 41,5 %, en abril y noviembre, la variación es también muy significativa, pero tal como se aprecia la proporción de compras en dichos meses es minoritaria.

**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)**



El canal que cuenta con la mayor proporción de compras es el supermercado y autoservicio (33,4 %), a cierre de año 2020. Este canal es el único que pierde intensidad de compra con un descenso del 2,0 % del volumen registrado en el año 2019. La tienda tradicional concentra el 27,7 % del volumen del mercado, sus compras se intensifican a cierre de periodo con un crecimiento del 25,1 %. Evolución muy favorable para tienda descuento (17,3 %) y resto de canales (29,7 %).

### Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



El precio medio total en España para melón y sandía fue de 1,04 €/kilo con un encarecimiento del 10,6 % respecto al ejercicio anterior, el equivalente a pagar 0,10 € más por kilo. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento de precio medio, especialmente destacado en el caso del comercio electrónico (31,3 %), canal que además registra el precio medio más alto (20,8 % sobre la media nacional).

### Demográficos

El perfil de hogar consumidor de melón y sandía se corresponde con hogares formados por parejas con hijos medianos o mayores, parejas adultas sin hijos o retirados. La edad del responsable de las compras es superior a los 50 años, y se corresponde con una tipología de hogar de clase media-baja o bien alta y media alta.

El consumo per cápita de estos dos tipos de fruta cierra 2020 con una ingesta de 17,9 kilos/persona/año, en el caso del ciclo de vida. Esta cantidad se ve fuertemente superada en el caso de hogares formados por parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. De hecho, estos dos últimos mantienen un consumo per cápita que supera los 31 kilos al año. Las CCAA más intensivas en la compra de melón y sandía son; Extremadura, Castilla La Mancha, Aragón o Illes Balears entre otros. Las comunidades menos intensivas en compra son Cantabria, Navarra, Asturias o Galicia. Los individuos residentes en Castilla y León son quienes realizaron la mayor ingesta de estas frutas a cierre de año, con un consumo superior en 16,6 % al realizado por la media de España.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	17,9
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,1	20,8
MEDIA	30,7	30,7	17,1
MEDIA BAJA	26,5	26,7	18,4
BAJA	26,5	24,5	17,1
- 35 AÑOS	11,0	5,4	8,8
35 A 49 AÑOS	31,2	25,5	12,0
50 A 64 AÑOS	28,3	33,2	20,1
65 Y MAS AÑOS	29,5	35,9	30,0
CATALUÑA	16,4	16,7	19,4
ARAGÓN	2,9	3,3	20,5
ILLES BALEARS	2,5	2,8	22,4
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	11,5	19,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,2	18,8
ANDALUCÍA	17,4	19,3	18,3
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,5	17,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	5,1	20,1
EXTREMADURA	2,3	2,9	20,3
CASTILLA Y LEÓN	5,4	6,0	20,8
GALICIA	5,8	4,6	14,0
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,8	14,1
CANTABRIA	1,3	0,7	10,4
PAIS VASCO	4,9	3,8	14,6
LA RIOJA	0,7	0,6	14,9
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,2	17,2
CANARIAS	4,6	3,0	11,1
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,1	17,4
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,0	13,1
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	8,5	8,8
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,7	12,4
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	12,7	16,7
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	4,9	12,1
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,9	27,7
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,9	31,3
RETIRADOS	25,0	29,3	31,7

## 4.9.7. PLÁTANO

### Resultados totales

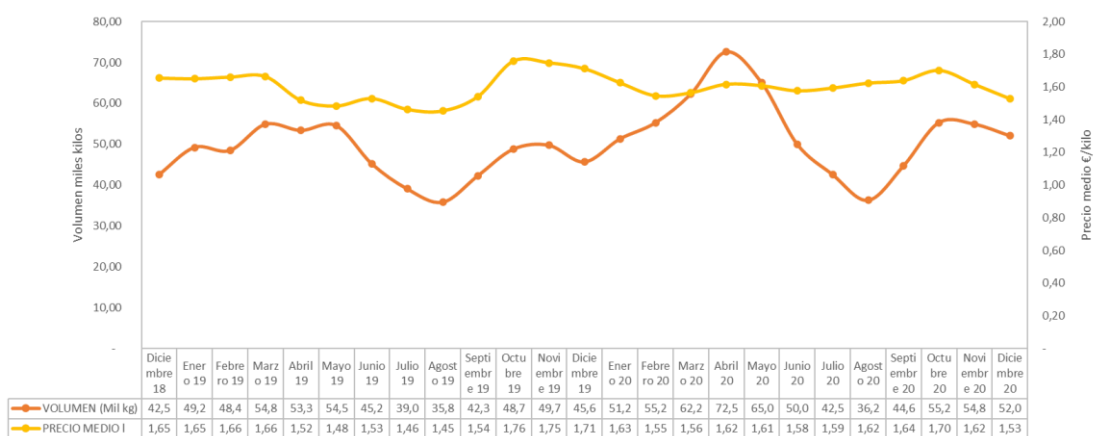
El mercado de plátano cierra el año 2020 con un incremento en volumen y valor del 13,2 % respectivamente. El precio medio de plátano se ha mantenido relativamente estable durante el año 2020, cerrando en 1,60 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de esta fruta fresca el 1,30 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 22,25 € invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2020 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2019 en un 12,9 %.

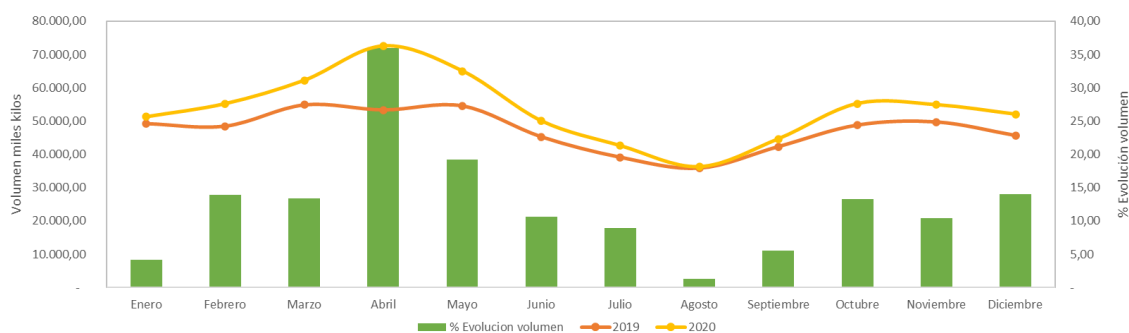
El consumo per cápita de plátanos fue de 13,89 kilos por persona y año aumentando un 13,0 % al consumo realizado durante el año anterior.

	Consumo doméstico de Platanos	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	642.017,47	13,2 %
Valor (miles €)	1.028.778,63	13,2 %
Consumo x cápita (kg)	13,89	13,0 %
Gasto x cápita (€)	22,25	12,9 %
Parte de mercado volumen (%)	2,01	0,04
Parte de mercado valor (%)	1,30	-0,01
Precio medio (€/kg)	1,60	-0,1 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



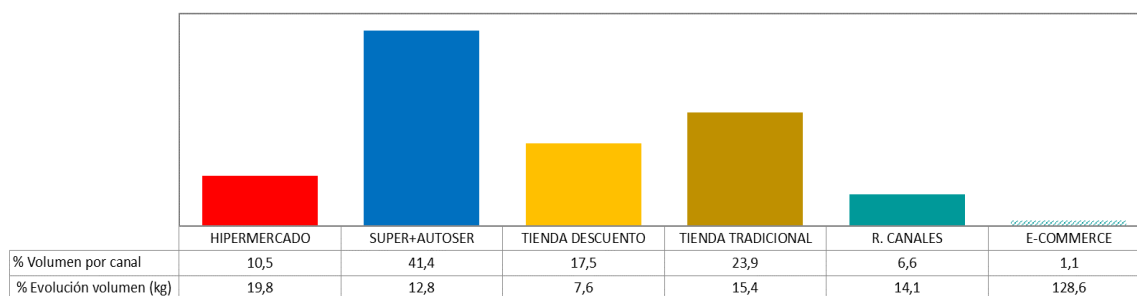
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



El plátano es una de frutas menos estacionales que existen. Su compra a lo largo del año 2020 ha sido superior en todos los meses con respecto a 2019. El crecimiento más destacado se produce durante abril 2020, con un incremento con respecto al mes de abril de 2019 del 36,0 %.

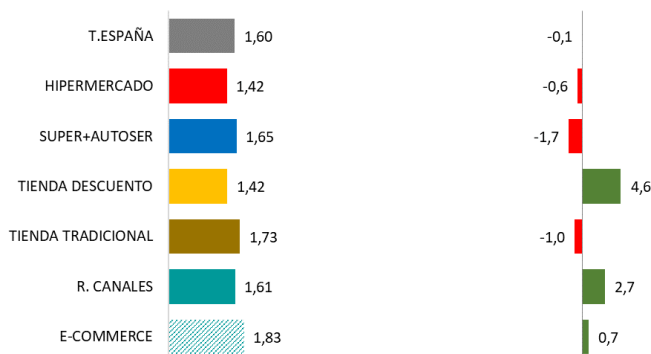
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)



El canal que cuenta con la mayor proporción del mercado es el supermercado y autoservicio (41,4 %), además gana el 12,8 % del volumen con respecto al año 2019. La tienda tradicional es el segundo canal por orden de importancia y su incremento es del 15,4 %. Nuevamente y tal como es tónica para la categoría, el canal e-commerce es quien registra la mayor variación (128,6 %) si bien su peso dentro del mercado es del 1,1 %.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



Tal como comentamos con anterioridad, el precio medio de plátano en España se mantiene estable durante 2020, cerrando en 1,60 €/kilo. Sin embargo, esta estabilidad del mercado, no se produce por canales, pues por ejemplo se incrementa el precio medio un 4,6 % en la tienda descuento, cerrando con un precio medio de 1,42 €/kilo, aun así, por debajo del precio medio del mercado. Por su parte, se evidencia una contracción de precio en el canal hipermercado, así como en supermercados y autoservicios (0,6 5 y 1,7 % respectivamente).

### Demográficos

Las comunidades autónomas más intensivas en la compra de plátano son Galicia, Canarias, Asturias y Baleares entre otras, debido a que la proporción de compras es superior al peso que mantienen estas CCAA en población. De hecho, los individuos que residen en Asturias quienes a cierre de año 2020 mantienen la mayor ingesta de plátano, con una cantidad de 18,26 kilos por persona y año. Al contrario, encontramos a individuos con residencia en Andalucía como aquellos que realizan la menor ingesta per cápita (11,75 kg por persona y año).

El perfil intensivo por ciclo de vida se corresponde con tipología de hogar formada por parejas con niños medianos y mayores, así como por parejas adultas sin hijos o retirados. Adultos independientes quienes realizan la mayor ingesta de plátano a cierre de año 2020, con un promedio de 22,7 kilogramos por persona y año.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	13,9
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,5	16,6
MEDIA	30,7	31,7	13,7
MEDIA BAJA	26,5	26,3	14,1
BAJA	26,5	23,5	12,7
- 35 AÑOS	11,0	7,0	8,8
35 A 49 AÑOS	31,2	29,4	10,8
50 A 64 AÑOS	28,3	32,6	15,3
65 Y MAS AÑOS	29,5	31,0	20,1
CATALUÑA	16,4	15,7	14,1
ARAGÓN	2,9	2,7	13,3
ILLES BALEARS	2,5	2,8	17,2
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,9	14,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,0	13,8
ANDALUCÍA	17,4	16,0	11,7
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,5	13,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,0	12,1
EXTREMADURA	2,3	2,2	12,3
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,2	13,9
GALICIA	5,8	6,8	16,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,1	18,3
CANTABRIA	1,3	1,1	12,9
PAIS VASCO	4,9	5,2	15,7
LA RIOJA	0,7	0,7	13,1
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,4	15,3
CANARIAS	4,6	5,7	16,4
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,4	15,8
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,5	11,1
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	11,2	9,0
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	17,0	10,4
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	12,5	12,8
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,8	11,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	14,1	19,1
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,5	22,7
RETIRADOS	25,0	25,8	21,7



## 4.9.8. FRESAS Y FRESONES

### Resultados totales

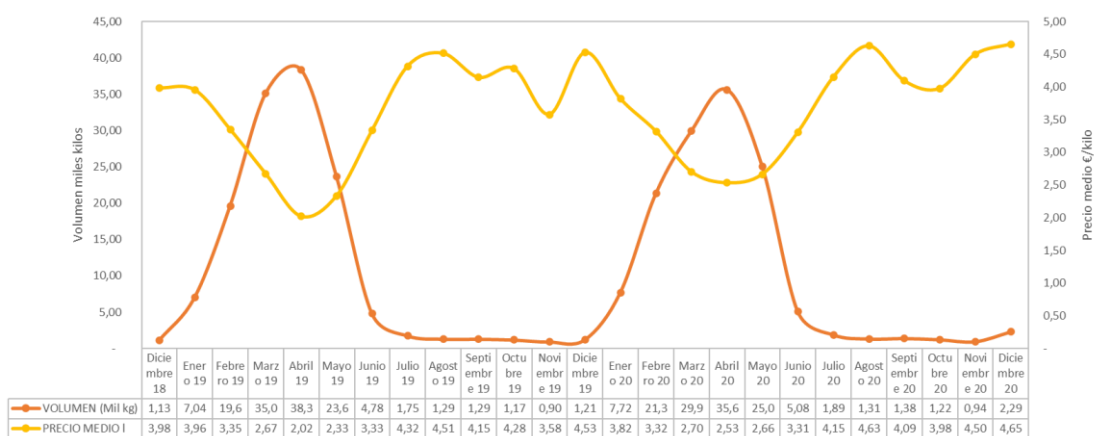
La compra de fresas y fresones por parte de los hogares españoles se reduce un 1,8 % con respecto al año 2019. En términos de valor el aumento es significativo alcanzando el 7,0 %, debido al impacto que tiene en este indicador la variación del precio medio (8,9 %), que cierra en 2,95 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de fresas/fresones el 0,50 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita que alcanza los 8,52 € invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2020 se ha incrementado con respecto a lo invertido en el ejercicio anterior en un 6,7 %.

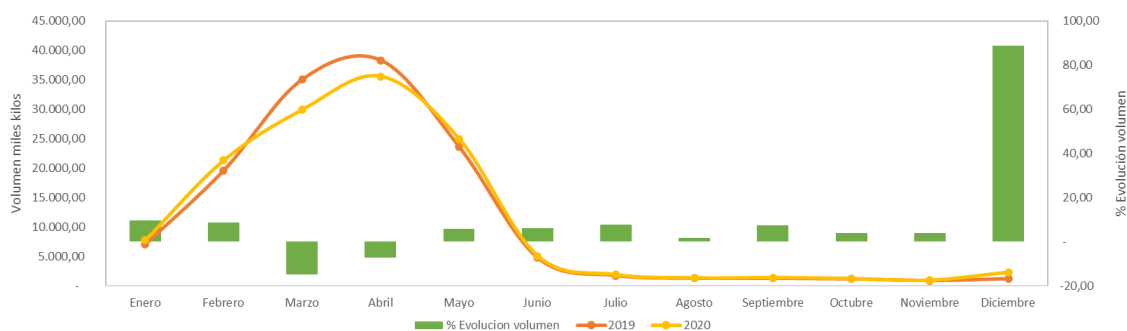
El consumo per cápita de fresas y fresones fue de 2,89 kilos por persona y año, cantidad ligeramente inferior a la consumida en el año 2019 (2,0 %), el equivalente a reducir la ingesta en 0,06 kilogramos por persona y año.

	Consumo doméstico de Fresas/Freson	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	133.704,40	-1,8 %
Valor (miles €)	394.084,91	7,0 %
Consumo x cápita (kg)	2,89	-2,0 %
Gasto x cápita (€)	8,52	6,7 %
Parte de mercado volumen (%)	0,42	-0,06
Parte de mercado valor (%)	0,50	-0,03
Precio medio (€/kg)	2,95	8,9 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



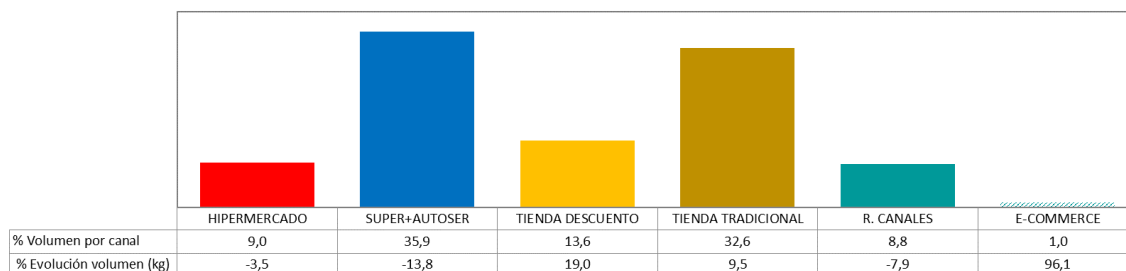
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La mayor parte del consumo de fresa/fresón se produce en los meses de febrero a mayo, meses en los que la compra se mantuvo por debajo del año anterior con variaciones negativas del 14,7 % en marzo o del 7,1 % en abril. Diciembre de 2020 es el mes en el que se produce el mayor incremento en volumen (88,8 %) si bien, la cuota que tiene este mes en volumen sobre el total año es del 1,7 %.

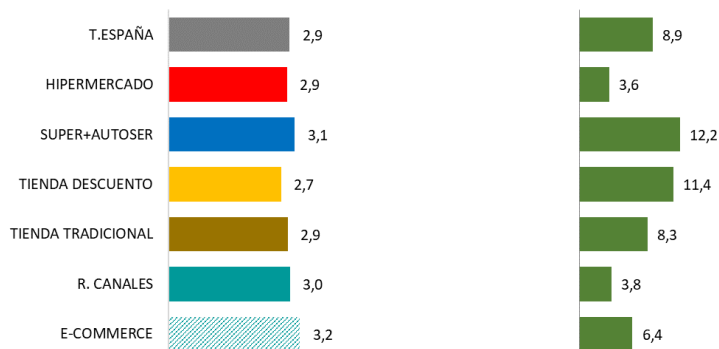
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)



Evolución dispar dentro de los canales de distribución. Decece la compra dentro del supermercado y autoservicio (13,8 %) si bien, sigue siendo el canal que concentra mayor porcentaje de volumen de la categoría (35,9 %). La tienda tradicional también mantiene una proporción alta de las compras (32,6 %) y /0su evolución es favorable a cierre de año (9,5 %). Aumentan las compras de fresa/fresón dentro de la tienda descuento, mientras que decece para el hipermercado, de hecho, este canal tiene una proporción del volumen que no alcanza el 10 %.

## Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



El precio medio de fresas y fresones en España aumentó un 8,9 % situándose en 2,9 €/kilo. Este crecimiento se ve impulsado por un encarecimiento de estos productos en todos los canales de distribución. Destacan los supermercados y autoservicios que, con el segundo precio más alto (3,1 € por kilo) es la plataforma que más lo ha encarecido. Por otro lado, el precio más asequible se encuentra en la tienda descuento que ofrece el kilo por 2,7 €, un 6,8 % más barato que la media.

## Demográficos

Las CCAA más intensivas en la compra de fresa/fresón son, País Vasco, El Principado de Asturias y La Comunidad Foral de Navarra entre otras. Canarias, La Rioja así como Castilla La Mancha son las comunidades autónomas que tienen un perfil no intensivo en compra pues su proporción en kilos es menor que su peso poblacional. Son los individuos asturianos quienes mayor consumo per cápita hacen de la categoría, con una ingesta que supera el promedio en un 34,6 %.

El perfil intensivo en la compra de fresa/fresón se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos medianos y mayores, parejas adultas sin hijos, retirados o adultos independientes. De hecho, son estos últimos quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría (5,3 kilogramos por persona y año) lejos del promedio que cierra en 2,89 kilogramos por persona y año. Son hogares intensivos en la compra aquellos que superan la franja de 50 de edad y de clase socioeconómica alta y media alta, así como media.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	2,9
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,9	3,7
MEDIA	30,7	31,9	2,9
MEDIA BAJA	26,5	25,0	2,8
BAJA	26,5	23,2	2,6
- 35 AÑOS	11,0	7,3	1,9
35 A 49 AÑOS	31,2	29,7	2,3
50 A 64 AÑOS	28,3	32,0	3,1
65 Y MAS AÑOS	29,5	31,0	4,2
CATALUÑA	16,4	17,0	3,2
ARAGÓN	2,9	3,3	3,3
ILLES BALEARS	2,5	2,2	2,9
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,1	2,7
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,7	2,6
ANDALUCÍA	17,4	16,0	2,5
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	15,1	3,2
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,6	2,3
EXTREMADURA	2,3	2,1	2,4
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,3	3,0
GALICIA	5,8	6,5	3,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,1	3,9
CANTABRIA	1,3	1,4	3,5
PAIS VASCO	4,9	6,3	4,0
LA RIOJA	0,7	0,6	2,5
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,7	3,9
CANARIAS	4,6	2,7	1,6
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,6	3,5
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,7	2,4
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	11,2	1,9
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	17,3	2,2
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	11,7	2,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,7	2,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	13,7	3,9
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,2	5,3
RETIRADOS	25,0	25,7	4,5

## 4.9.9. FRUTAS IV GAMA

### Resultados totales

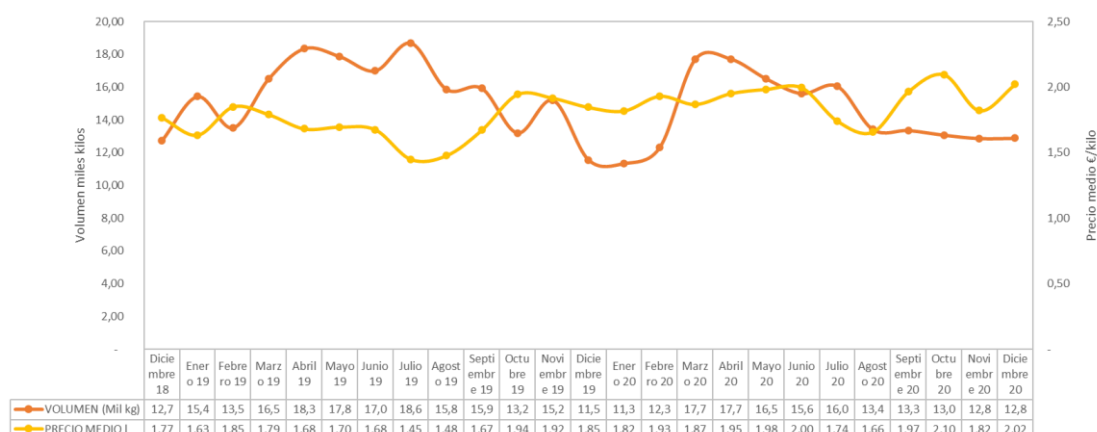
El año 2020 no ha sido positivo para la compra de frutas de IV gama, ya que con respecto al año 2019 pierden intensidad de consumo con un descenso en volumen del 8,6 %. Es la caída más grande dentro del segmento de frutas, tal como hemos visto a lo largo del capítulo destinado a estos productos. Por su parte, el valor del mercado cierra en positivo con una variación del 2,0 %, como consecuencia del incremento en el precio medio del mercado del 11,7 %, lo cual le lleva a cerrar en 1,90 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,41 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 7,12 € invertidos por persona y año; cantidad que aumenta un 1,8 % respecto al dato de 2019.

El consumo per cápita de frutas IV gama fue de 3,74 kilos por persona y año, se contrae un 8,8 % con respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de Frutas IV Gama	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	172.825,27	-8,6 %
Valor (miles €)	329.195,53	2,0 %
Consumo x cápita (kg)	3,74	-8,8 %
Gasto x cápita (€)	7,12	1,8 %
Parte de mercado volumen (%)	0,54	-0,12
Parte de mercado valor (%)	0,41	-0,05
Precio medio (€/kg)	1,90	11,7 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



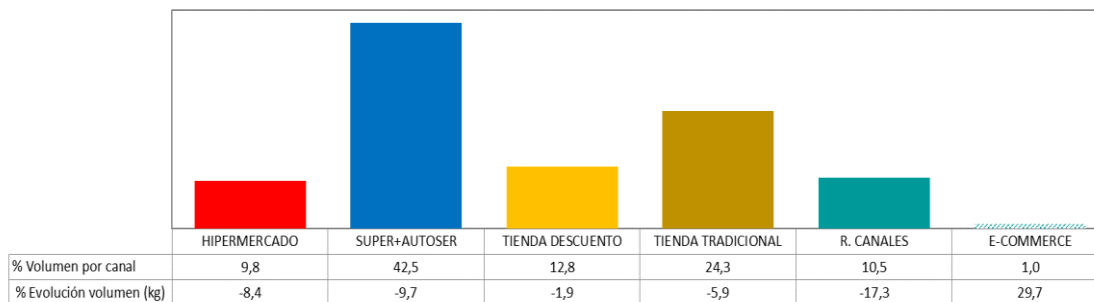
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La compra de estos productos pierde relevancia a lo largo de los meses, tan solo aumenta con respecto al mismo periodo del año anterior en los meses de marzo y diciembre.

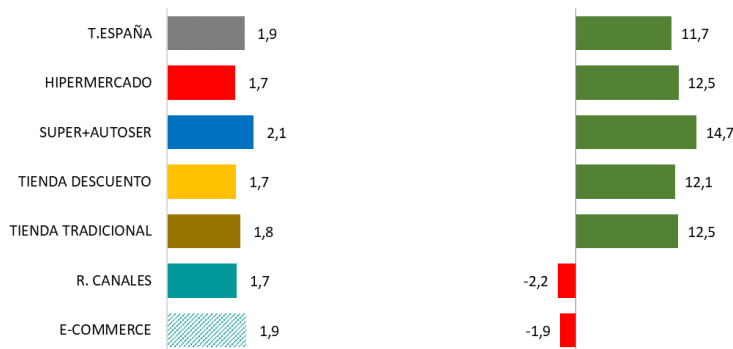
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs 2019)



El supermercado y autoservicio es el canal favorito para la compra de este producto fresco, su proporción de compras alcanza el 42,5 %, si bien cae de forma destacada a cierre de año (9,7 %). El único canal que presenta incremento en la compra de este producto es el canal online (29,7 %), pero su cuota en volumen sobre el total es menor y alcanza el 1,0 % del volumen total. La tienda tradicional pierde relevancia, con una caída del 5,9 % pese a mantener una proporción alta de las compras (24,3 %).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs 2019)



## FRUTAS FRESCAS

---

El precio medio total en España cierra en 1,90 €/kilo con un incremento de precios del 11,7 % respecto al año anterior. Todos los canales dinámicos incrementan el precio medio de la fruta IV gama, excepto en el caso de resto canales y e-commerce que lo reducen. El precio menos competitivo lo registra el supermercado y autoservicio 2,1 €/kilo, el equivalente a tener que pagar un 11,6 % más por kilo. Por su parte, el precio medio más competitivo se registra en hipermercado, tienda descuento y resto canales (1,7 €/kilo).

### Demográficos

El perfil de hogar intensivo en compra de estas frutas se corresponde con parejas con hijos de edad media o mayores, parejas adultas sin hijos y retirados, son hogares donde el responsable de las compras supera los 50 años, destaca que son los hogares de clase socioeconómica media o alta y medio alta.

El consumo per cápita de estas frutas ha sido de 2,9 kilos por persona y año, se sitúan por encima de la media los hogares formados por jóvenes o adultos independientes, parejas adultas sin hijos y retirados.

En relación con las CCAA, destacamos intensivas en compra debido a que su porcentaje de compras supera el peso poblacional algunas como Cataluña, Aragón, Madrid, Galicia, País Vasco y Asturias entre otras. El consumo per cápita de este producto cierra en 2,9 kilogramos por persona y año, esta cantidad es superada por los individuos de Cataluña, Aragón, Madrid, Castilla y León, Galicia, País Vasco o Asturias entre otros.

## FRUTAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	2,9
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,9	3,7
MEDIA	30,7	31,9	2,9
MEDIA BAJA	26,5	25,0	2,8
BAJA	26,5	23,2	2,6
- 35 AÑOS	11,0	7,3	1,9
35 A 49 AÑOS	31,2	29,7	2,3
50 A 64 AÑOS	28,3	32,0	3,1
65 Y MAS AÑOS	29,5	31,0	4,2
CATALUÑA	16,4	17,0	3,2
ARAGÓN	2,9	3,3	3,3
ILLES BALEARS	2,5	2,2	2,9
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,1	2,7
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,7	2,6
ANDALUCÍA	17,4	16,0	2,5
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	15,1	3,2
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,6	2,3
EXTREMADURA	2,3	2,1	2,4
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,3	3,0
GALICIA	5,8	6,5	3,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,1	3,9
CANTABRIA	1,3	1,4	3,5
PAIS VASCO	4,9	6,3	4,0
LA RIOJA	0,7	0,6	2,5
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,7	3,9
CANARIAS	4,6	2,7	1,6
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,6	3,5
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,7	2,4
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	11,2	1,9
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	17,3	2,2
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	11,7	2,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,7	2,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	13,7	3,9
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,2	5,3
RETIRADOS	25,0	25,7	4,5



## 4.10. FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Esta categoría recoge los siguientes productos, frutas y hortalizas en conservas como por ejemplo judías verdes, guisantes, pimientos, espárragos, alcachofas, champiñones y setas, maíz dulce, menestras, tomates, tomate frito natural, y en conserva ya sea entero o triturado. Frutas en conserva, como melocotón, fruta escarchada, mermeladas, confituras, y el resto de las frutas y hortalizas en conservas no descritas anteriormente.

### Resultados totales

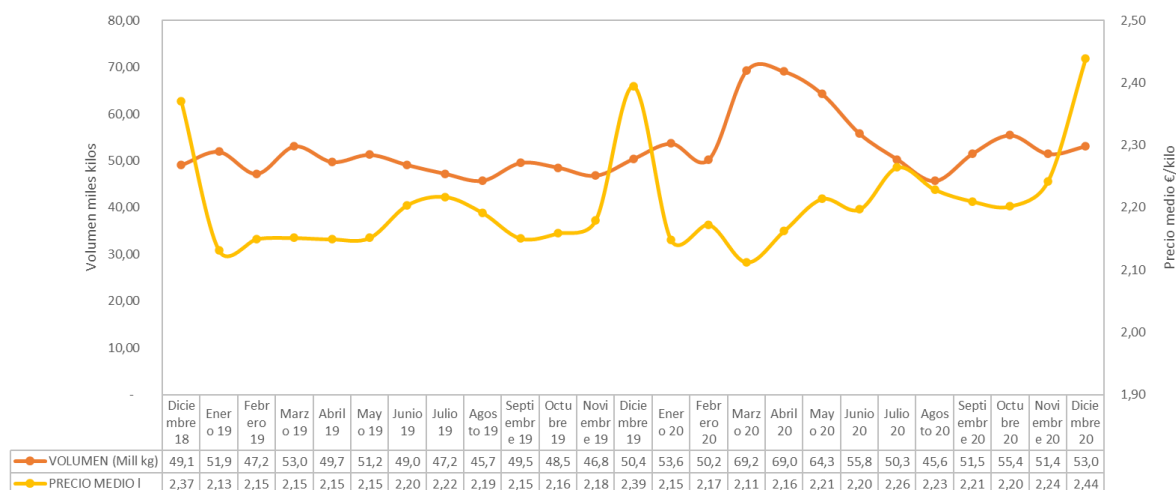
La compra de este tipo de productos crece a cierre de año 2020 un 13,4 % en volumen. En valor la categoría también se mantiene en positivo con un incremento en facturación del 14,8 %. El precio medio que cierra en 2,21 €/kilo, supone una ligera variación del 1,2 % respecto al año anterior.

Los hogares destinaron a la compra de frutas y hortalizas transformadas el 1,87 % del presupuesto destinado a la compra de alimentación y bebidas a la compra de esta categoría de alimentación. Esto implica un gasto medio de 32,05 € por persona y año, siendo una cantidad un 14,5 % superior a la invertida en el año 2019.

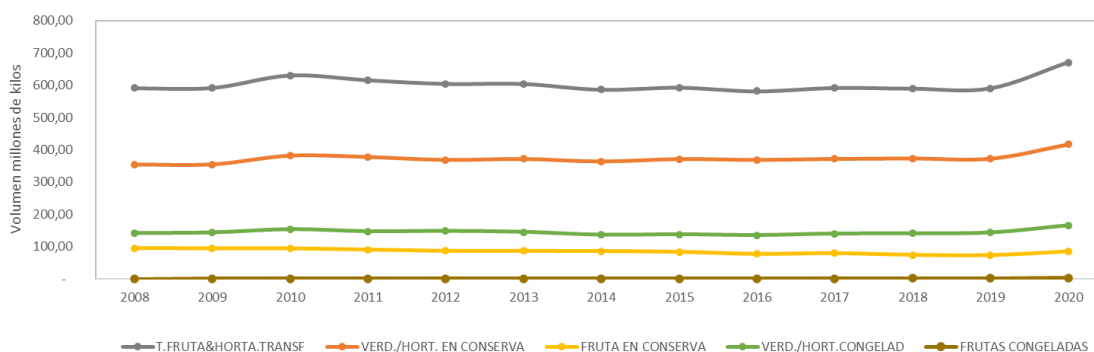
Por su parte, el consumo per cápita se incrementa un 13,2 %, siendo la cantidad actual consumida por persona y año de 14,49 kilogramos.

	Consumo doméstico de T.Fruta&Horta.Transf	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	669.924,65	13,4 %
Valor (miles €)	1.481.731,65	14,8 %
Consumo x cápita (kg)	14,49	13,2 %
Gasto x cápita (€)	32,05	14,5 %
Parte de mercado volumen (%)	2,10	0,02
Parte de mercado valor (%)	1,87	0,01
Precio medio (€/kg)	2,21	1,2 %

Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)

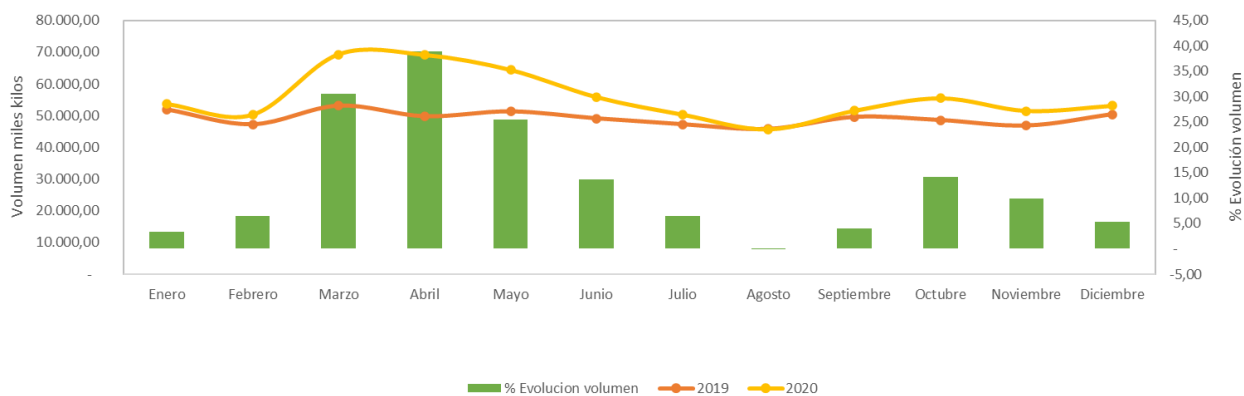


Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Si analizamos la tendencia a largo plazo de esta categoría, se aprecia un incremento en consumo con respecto al año 2008 del 13,3 %. Las verduras y hortalizas en conserva crecen a lo largo de los años, una tendencia que no se mantiene para la fruta en conserva, que cada vez más pierde presencia en los hogares españoles (10,7 %). Las verduras y hortalizas congeladas, así como las frutas congeladas se mantienen en continuo crecimiento.

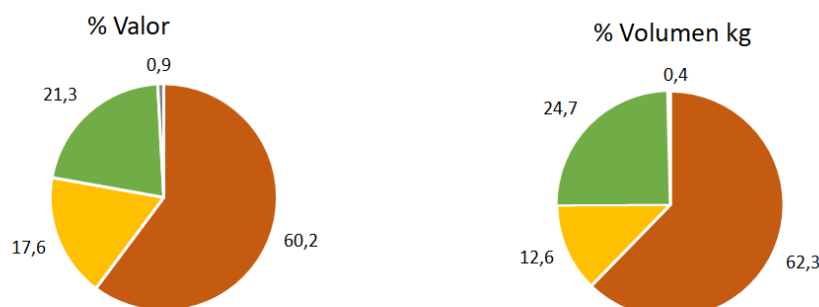
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



## FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

La evolución de la categoría durante los meses del año 2020 es favorable en casi la totalidad de los meses. Es una categoría que no presenta un consumo estacional aparentemente, si bien, se producen los mayores incrementos con respecto a 2019 en los meses de abril, marzo y mayo.

### Importancia de los tipos de frutas y hortalizas transformadas



% Evolución 2020 vs 2019	Valor	Volumen
<b>T.FRUTA&amp;HORTA.TRANSF</b>	14,8 %	13,4 %
<b>VERD./HORT. EN CONSERVA</b>	13,3 %	12,1 %
<b>FRUTA EN CONSERVA</b>	17,3 %	15,8 %
<b>VERD./HORT.CONGELAD</b>	16,7 %	15,6 %
<b>FRUTAS CONGELADAS</b>	26,4 %	19,5 %

Si analizamos como es la segmentación de la categoría a cierre de año 2020, las verduras y hortalizas en conserva son el primer tipo de producto con mayor proporción de volumen dentro de esta categoría con el 62,3 % del volumen de la categoría, su proporción en valor es del 60,2 %. De hecho, durante el periodo de análisis, su evolución es favorable con un incremento tanto en volumen como en valor que supera el doble dígito. Con el 24,7 % del volumen y el 21,3 % del valor el segundo tipo con mayor consumo son las verduras y hortalizas congeladas, de hecho, su incremento supera el promedio del mercado para ambos indicadores (16,7 % en volumen y 15,6 % en valor).

### Consumo per cápita de los tipos de frutas y hortalizas transformadas

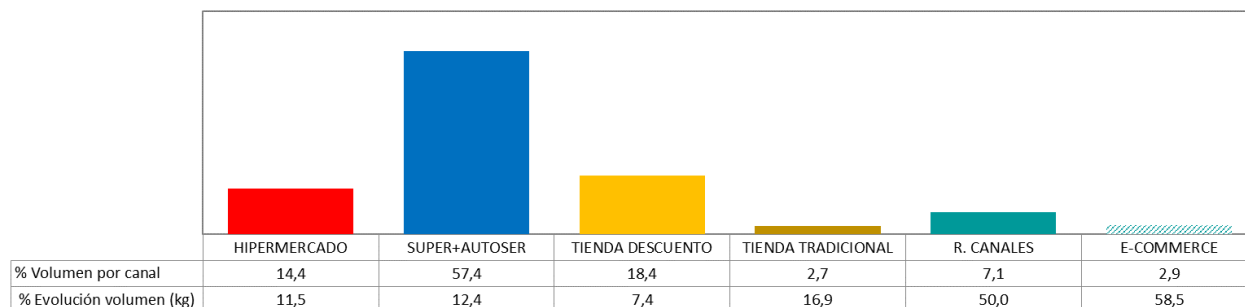
	Consumo per cápita (kg)	
	2019	2020
<b>T.FRUTA&amp;HORTA.TRANSF</b>	<b>12,80</b>	<b>14,49</b>
VERD./HORT. EN CONSERVA	8,07	9,03
FRUTA EN CONSERVA	1,58	1,83
VERD./HORT.CONGELAD	3,10	3,58
FRUTAS CONGELADAS	0,05	0,06

## FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

El consumo per cápita de la categoría, que se situó en los 14,49 €/kilo, supone un incremento del 13,2 % con respecto al año anterior. Se intensifica el consumo per cápita en todos los tipos que componen el mercado, especialmente relevante en el caso de la fruta en conserva y la verdura y hortaliza congelada con incrementos que superan el 15,0 % de variación con respecto al año anterior.

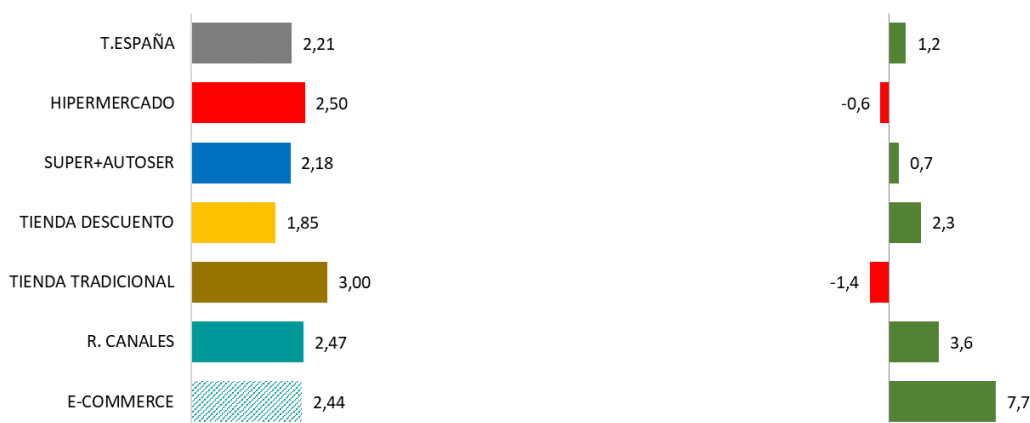
### Canales

#### % Distribución y % evolución en volumen por canales



El canal favorito para la compra de este producto es el supermercado y autoservicio con una extensión del 57,4 % del volumen y evolución favorable (12,4 %). El segundo canal por orden de importancia es la tienda descuento, concentra el 18,4 % del volumen y también gana relevancia con respecto a 2019 (7,4 %). La evolución más favorable se registra en el canal e-commerce con un aumento de las compras del 58,5 %, pese a representar únicamente el 2,9 % del volumen del mercado.

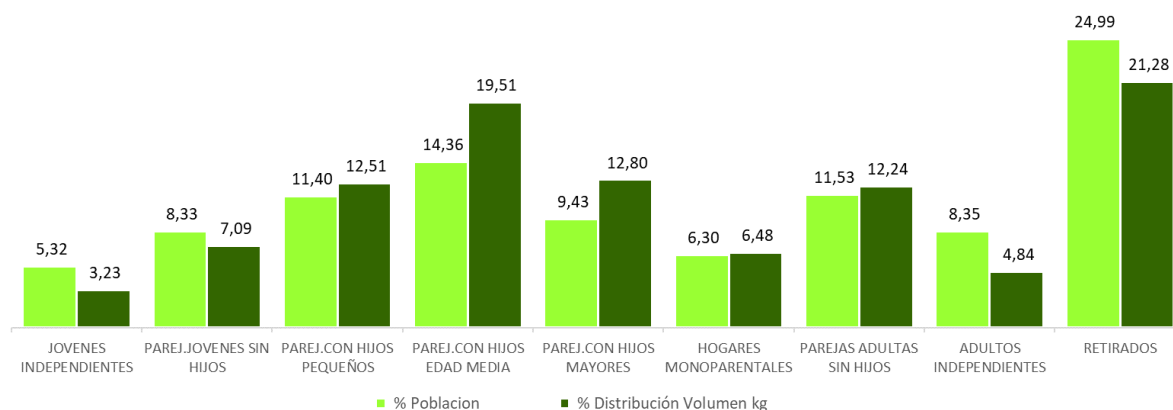
#### Precio medio (€/kg) por canales



El precio medio para este tipo de productos cerró en los 2,21 €/kilo con una variación del 1,2 % respecto el año 2019. Este incremento no se produce en la totalidad de canales analizados, ya que se contrae el precio medio en el hipermercado (0,6 %) y en la tienda tradicional (1,4 %). Este canal es además el que cuenta con el precio medio menos competitivo de la categoría, supone pagar un 35,6 % más por kilo.

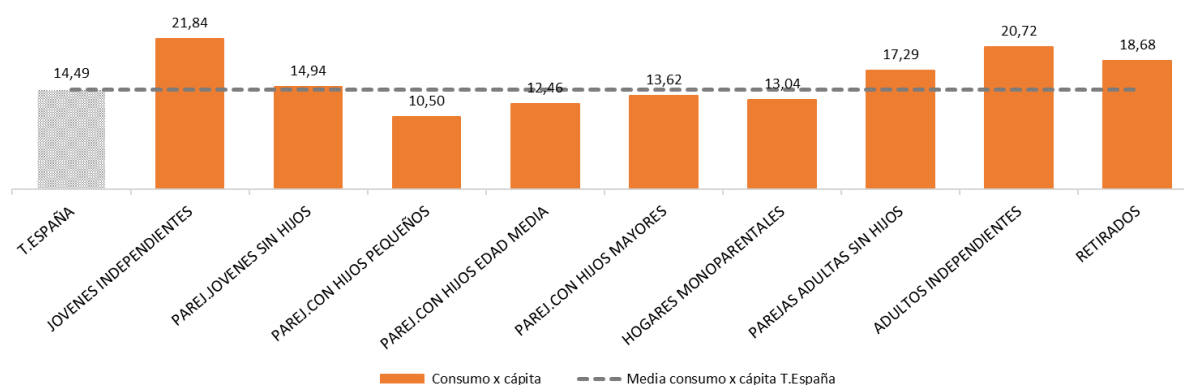
## Demográficos

### % Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2020)



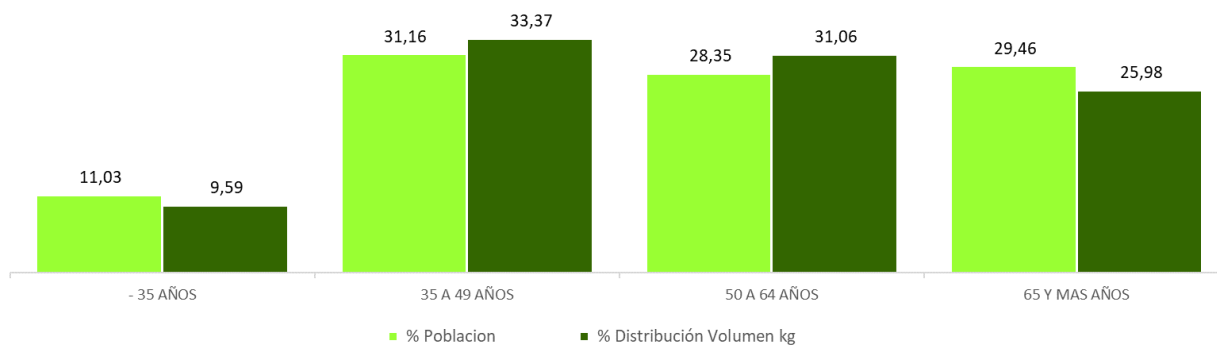
El perfil de hogar consumidor por ciclo de vida se corresponde con un hogar donde hay presencia de niños, especialmente si son medianos y mayores. También en aquellos formados por parejas adultas sin hijos, debido a que, en todos los casos, la proporción de compras supera el peso que representan en población.

### Consumo per cápita por ciclo de vida (2020)



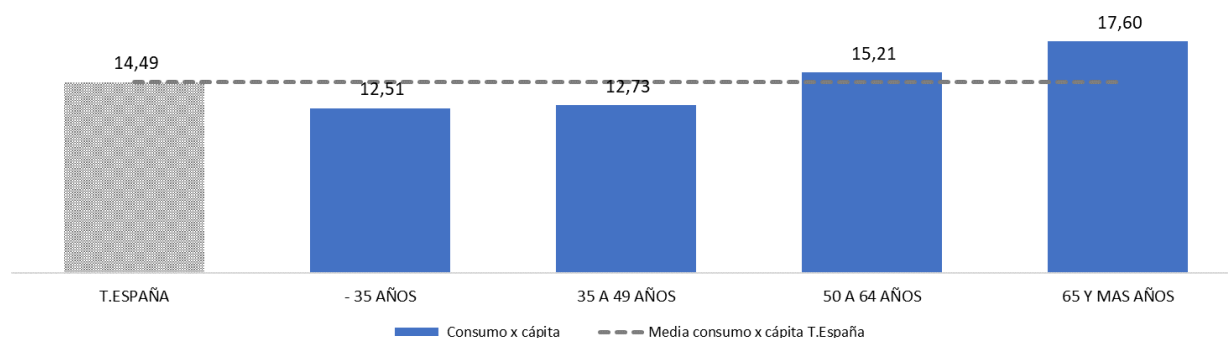
Son los jóvenes independientes quienes mantiene la mayor proporción de consumo per cápita de la categoría con una ingesta de 21,84 kilogramos por persona y año, el equivalente a consumir un 50,7 % más de cantidad que el promedio nacional que se sitúa en los 14,49 kilos/persona/año. Esta cifra es también superada por parejas jóvenes sin hijos, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. En el lado opuesto, encontramos parejas con hijos pequeños, que quedan lejos del promedio del mercado con una ingesta de 10,50 kilos por persona y año.

**% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2020)**



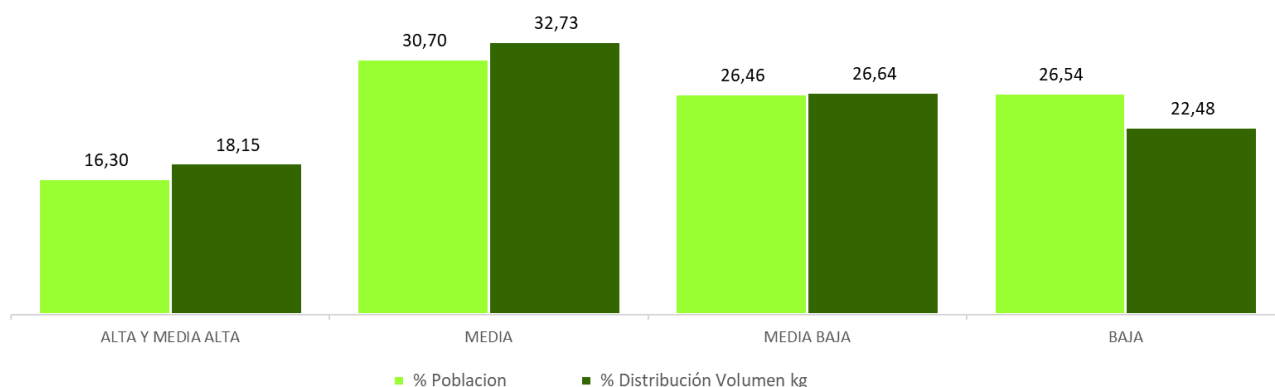
El hogar intensivo por edad del responsable de las compras, en la compra de este producto se corresponde con un hogar entre 35 y 64 años.

**Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2020)**



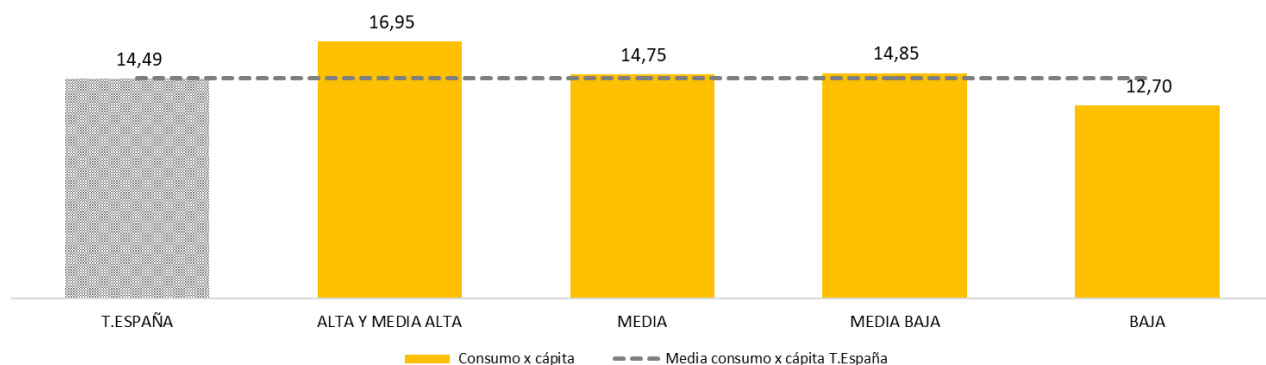
Sin embargo, son los mayores de 50 años aquellos que realizan un consumo per cápita más alto de la categoría. En ambos cortes superan los 15 kilos ingeridos por persona y año.

**% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2020)**



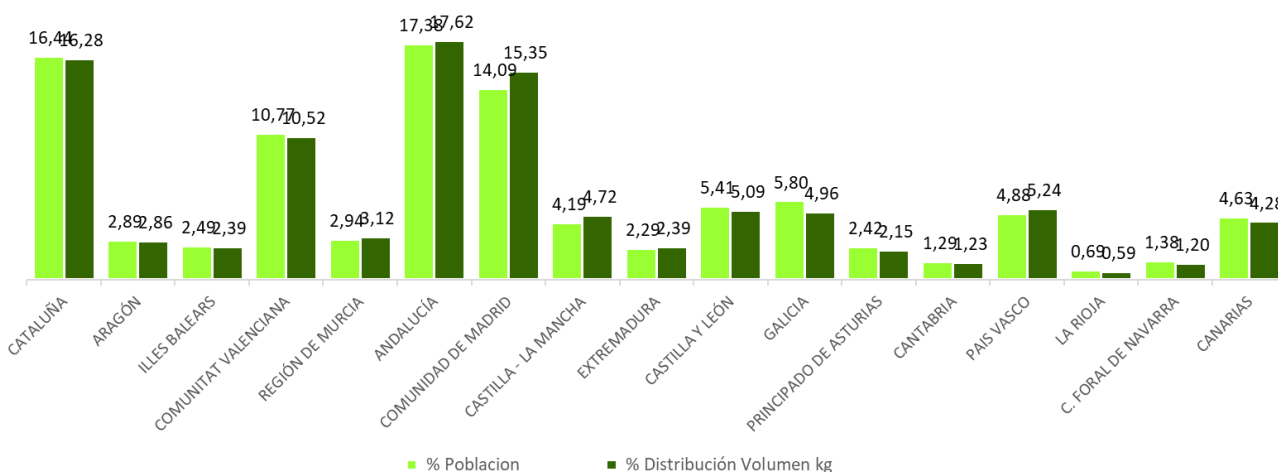
El hogar consumidor de frutas y hortalizas transformadas se corresponde con hogares de clase media y alta y media alta o media. Ambos superan en más de un 5 % la cantidad comprada con respecto al peso que representan en población.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2020)



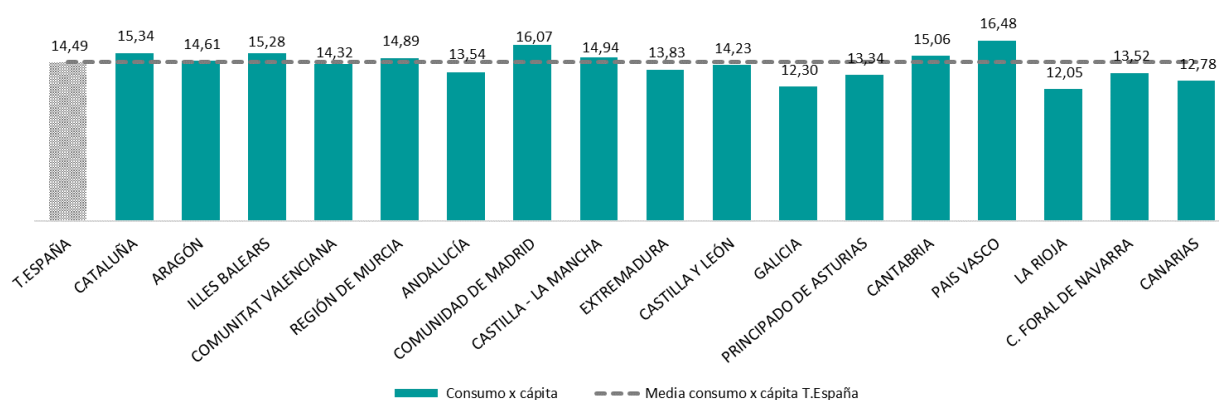
Es la clase alta y media alta la que mayor ingesta per cápita realizan de la categoría, en concreto son 16,95 kilos por persona y año, una cantidad superior en 2,46 kilogramos el promedio del mercado.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2020)



Las comunidades autónomas con un consumo intensivo de frutas y hortalizas transformadas son Castilla La Mancha, La Comunidad de Madrid y País Vasco entre otras. Del lado contrario hay que mencionar La Rioja y Galicia, pues no compran la cantidad que al menos deberían consumir en relación con el peso que representan demográficamente.

### Consumo per cápita por comunidades autónomas (2020)



El mayor consumo per cápita se realiza en las siguientes comunidades autónomas, Cataluña, Baleares, Murcia, País Vasco, Castilla la Mancha o la Comunidad de Madrid, todas con ellas con un consumo superior a la media (14,49 kilos por persona y año). Los individuos residentes en La Rioja son por el contrario quienes realizan la menor ingesta per cápita (12,05 kilogramos por persona y año).



## 4.11. FRUTOS SECOS

### Resultados totales

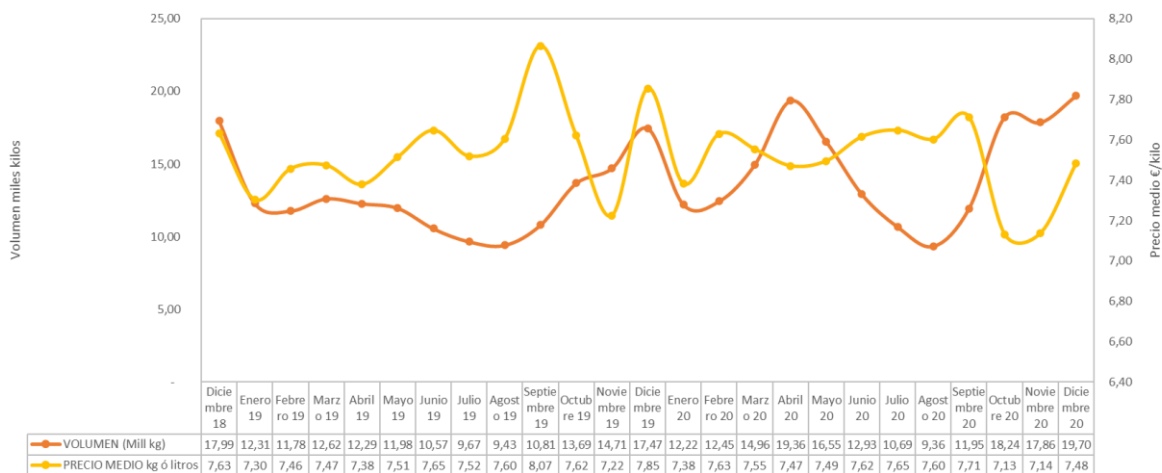
La compra de frutos secos crece a cierre de año 2020 un 19,6 %. Este incremento supera el crecimiento promedio del total de los alimentos (11,2 %), por lo que estos productos ganan relevancia dentro del hogar. En valor, la categoría se amplía con respecto a 2019 en una proporción del 18,2 %. El precio medio de estos productos cierra en 7,46 €/kilo, implica una variación con respecto al año anterior del 1,2 % en negativo.

Los frutos secos representa un 1,66 % del gasto realizado en alimentación y bebidas para el hogar. Sin embargo, en volumen su cuota de participación se corresponde con el 0,55 % del volumen total adquirido a total año.

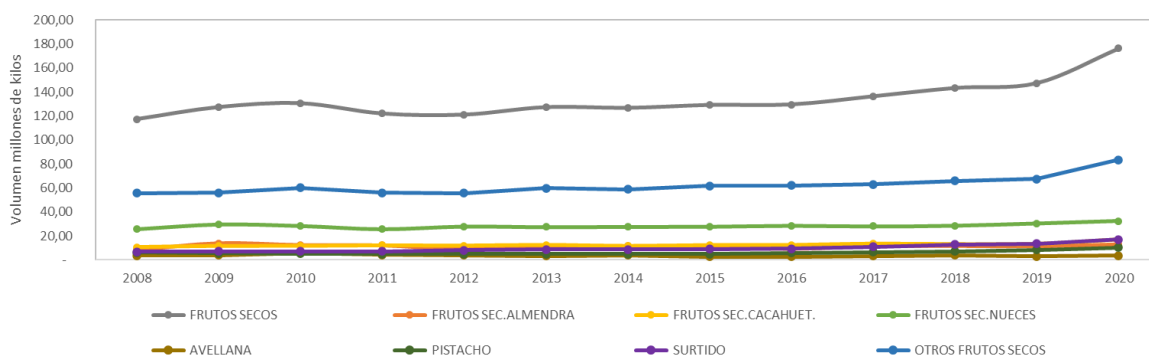
El consumo per cápita de frutos secos a cierre de año 2020 se stúa en 3,81 kilogramos/persona/año, el equivalente a consumir un 19,4 % más de productos, el equivalente a consumir 0,62 kilogramos más por persona y año. Por su parte el gasto per cápita aumenta un 17,9 %, lo cual implica que en promedio cada individuo se gasta en la compra de la categoría 28,45 €, el equivalente a gastar una cantidad de 4,32 € más por individuo.

	Consumo doméstico de FRUTOS SECOS	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	176.265,36	19,6 %
Valor (miles €)	1.315.348,77	18,2 %
Consumo x cápita (kg)	3,81	19,4 %
Gasto x cápita (€)	28,45	17,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,55	0,08
Parte de mercado valor (%)	1,66	0,04
Precio medio (€/kg)	7,46	-1,2 %

### Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



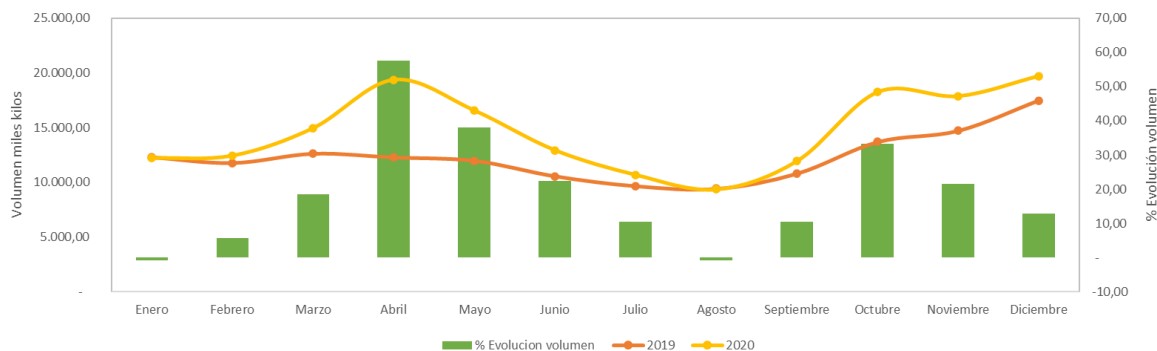
**Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos de frutos secos**



La tendencia en consumo a largo plazo (2008) se intensifica por parte de los hogares con un incremento del 50,4 %, gran parte debido a la excepcionalidad del año 2020.

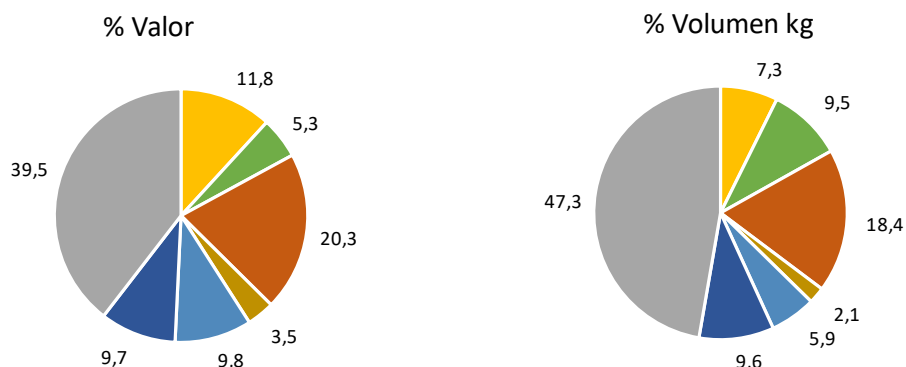
Por tener una referencia más a medio plazo (2013) el crecimiento de la categoría también supera el doble dígito y alcanza el 38,6 %.

**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de frutos secos se mantiene en positivo en gran parte de los meses del año 2020. La compra de la categoría durante el año 2019 se mantuvo constante a lo largo de los meses, mientras que, durante el año 2020, se observa una mayor compra durante abril, mayo y octubre, de hecho, el punto mayor de variación con respecto al mismo mes del año anterior se produce en abril, con un incremento del 57,6 % en volumen.

## Importancia de los tipos de frutos secos



% Evolución 2020 vs 2019	Valor	Volumen
<b>FRUTOS SECOS</b>	18,2 %	19,6 %
<b>FRUTOS SEC.ALMENDRA</b>	6,9 %	13,9 %
<b>FRUTOS SEC.CACAHUET.</b>	24,6 %	26,8 %
<b>FRUTOS SEC.NUECES</b>	10,7 %	6,6 %
<b>AVELLANA</b>	16,4 %	21,3 %
<b>PISTACHO</b>	27,8 %	21,7 %
<b>SURTIDO</b>	21,7 %	24,4 %
<b>OTROS FRUTOS SECOS</b>	22,5 %	23,8 %

Si analizamos la proporción que mantiene cada uno de los productos a cierre de año 2020 la distribución quedaría de la siguiente manera. La nuez es el tipo de fruto seco con mayor importancia dentro del hogar, su cuota en volumen alcanza el 18,4 % mientras que en valor su correspondencia es del 20,3 %. Su evolución es favorable tanto en volumen como en valor (6,6 % y 10,7 % respectivamente), si bien, no crece al mismo ritmo que lo hace la categoría de referencia. La almendra, mantiene la misma inercia, crece tanto en volumen como en valor, sin embargo, lo hace a un ritmo menor que el mercado, siendo su cuota de participación del 7,3 % en volumen y del 11,8 % en valor. Hay que destacar que el resto de los tipos de frutos secos, como cacahuetes, avellana, pistacho el surtido y el resto de las variedades mantienen una proporción menor tanto en volumen como en valor (excepto otros frutos secos), ganan relevancia dentro de los hogares, debido a que su variación en volumen crece por encima de la categoría (19,6 %).

## Consumo per cápita de los tipos de frutos secos

Durante el año 2020 el consumo per cápita por individuo de frutos secos fue de 3,81 kilogramos, se incrementa en relación con el año anterior un 19,4 %, el equivalente a realizar una ingesta de 0,62 kilogramos más por persona y año. El consumo per cápita aumenta en todos los tipos de frutos secos analizados, siendo especialmente destacado para el caso de cacahuete, con una

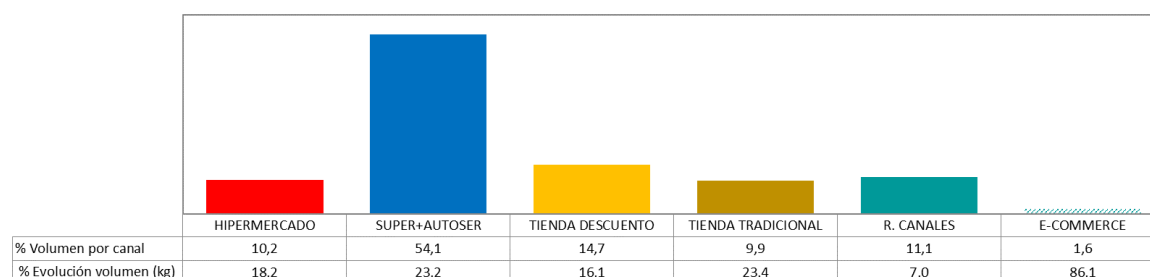
## FRUTOS SECOS

variación del 26,5 % con respecto a 2019. Sin embargo, son los otros frutos secos, aquellos que mantienen una mayor proporción de ingestas durante el año, cerrando en 1,80 kg/persona/año.

	Consumo per cápita (kg)	
	2019	2020
<b>TOTAL BEBIDAS</b>	<b>3,19</b>	<b>3,81</b>
FRUTOS SEC.ALMENDRA	0,25	0,28
FRUTOS SEC.CACAHUET.	0,29	0,36
FRUTOS SEC.NUECES	0,66	0,70
AVELLANA	0,07	0,08
PISTACHO	0,18	0,22
SURTIDO	0,29	0,36
OTROS FRUTOS SECOS	1,46	1,80

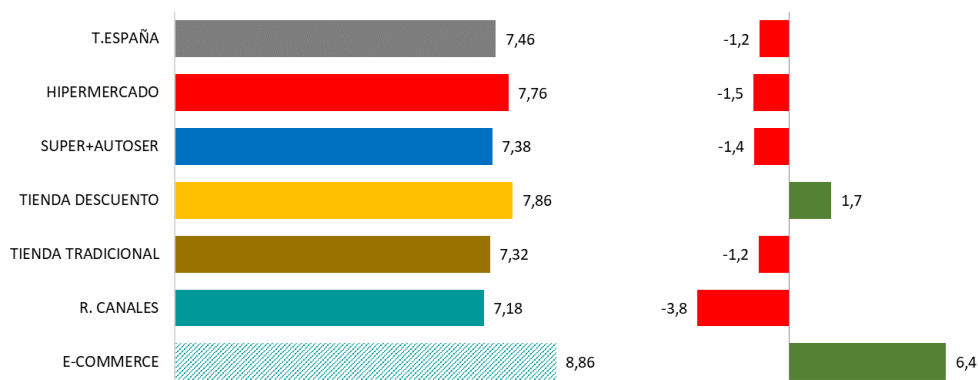
## Canales

### % Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



Aumenta la proporción de volumen de compra dentro del canal supermercado y autoservicio un 23,2 %, se mantiene como el canal con mayor proporción de compras, pues concentra el 54,1 % de las mismas. El resto de los canales dinámicos como son hipermercado y tienda descuento, evolucionan de forma favorable, sin alcanzar el crecimiento promedio. Un crecimiento que se supera por parte de la tienda tradicional y el canal e-commerce (23,4 % y 86,1 % respectivamente).

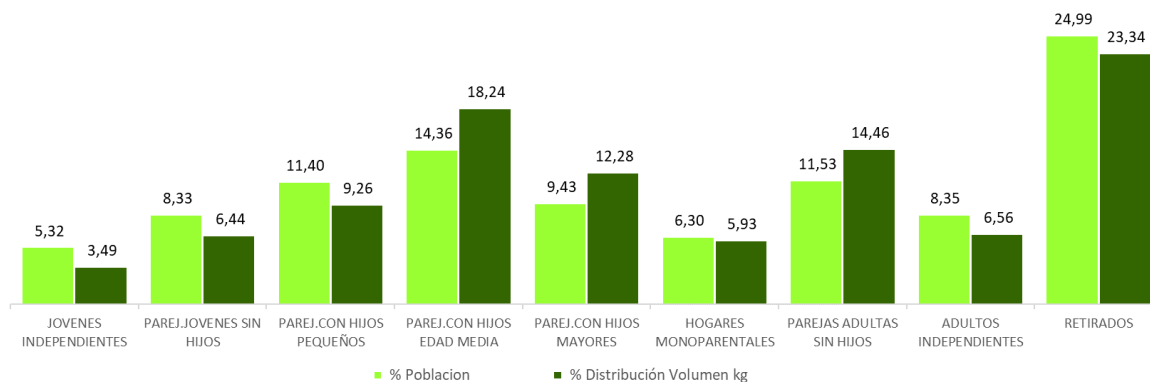
**Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs. 2019)**



El precio medio de frutos secos cierra en el año 2020 en los 7,46 €/kilo, contrayéndose un 1,2 % con respecto al año anterior. Esta contracción no se traslada a todos los tipos de canales abierto, ya que el precio medio crece en la tienda descuento y en el canal e-commerce. En este último, es donde encontramos el precio medio menos accesible del mercado (8,86 €/kilo), supone pagar 1,40 € más por kilo de producto que en la media.

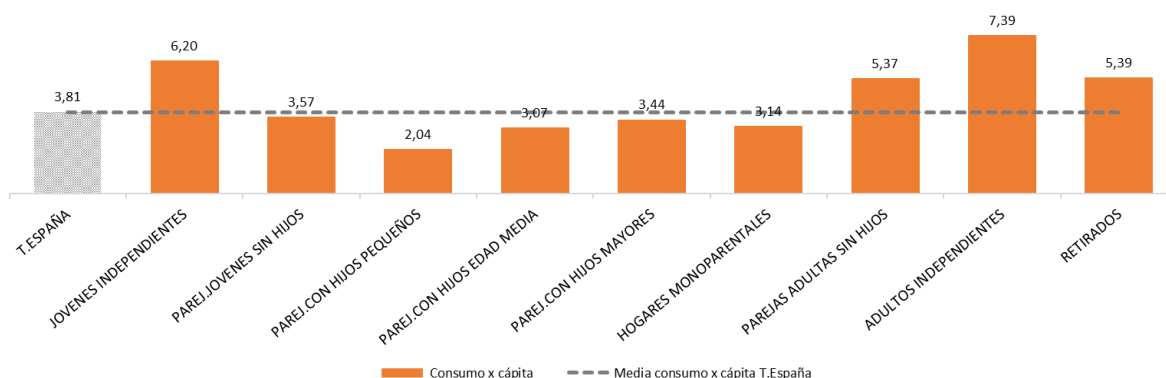
**Demográficos**

**% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2020)**



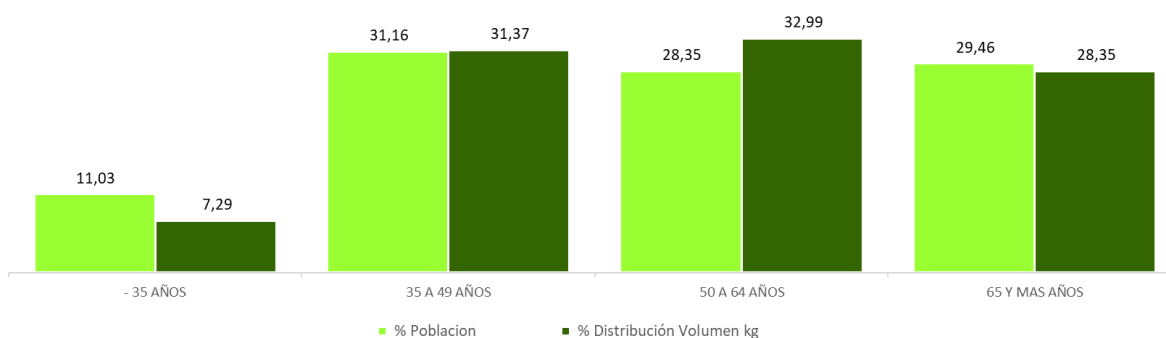
Se corresponde con un perfil intensivo de la categoría de frutos secos hogares formados por parejas con hijos ya sean de edad mediana o mayores, así como parejas adultas sin hijos. Debido a que su proporción en la compra de frutos secos es mayor al peso que cabría esperar en relación con su cuota demográfica.

### Consumo per cápita por ciclo de vida (2020)



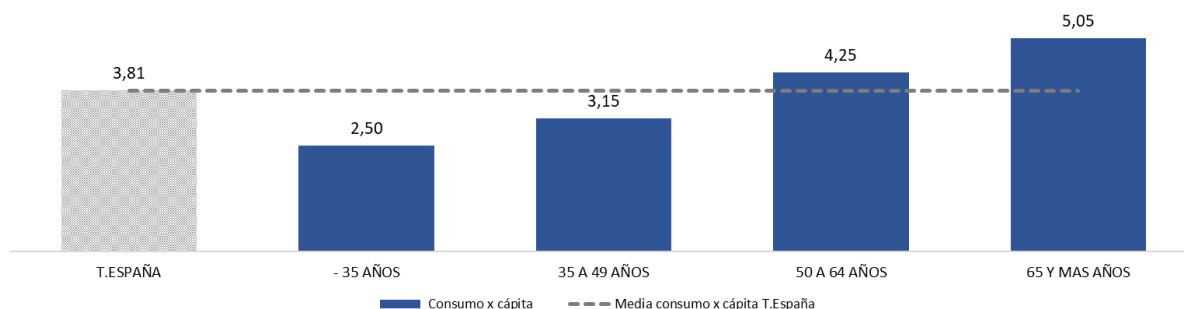
El consumo per cápita de frutos secos cierra el año 2020 en 3,81 kg/persona/año, cantidad que superan los individuos de los siguientes ciclos de vida, jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, retirados y adultos independientes. De hecho, estos últimos tal como vimos en el gráfico anterior eran intensivos en la compra. Por su parte, hogares con hijos medianos y mayores que eran intensivos en compra, no lo son en términos de consumo per cápita, debido a que hay mayor número de personas en el hogar.

### % Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2020)



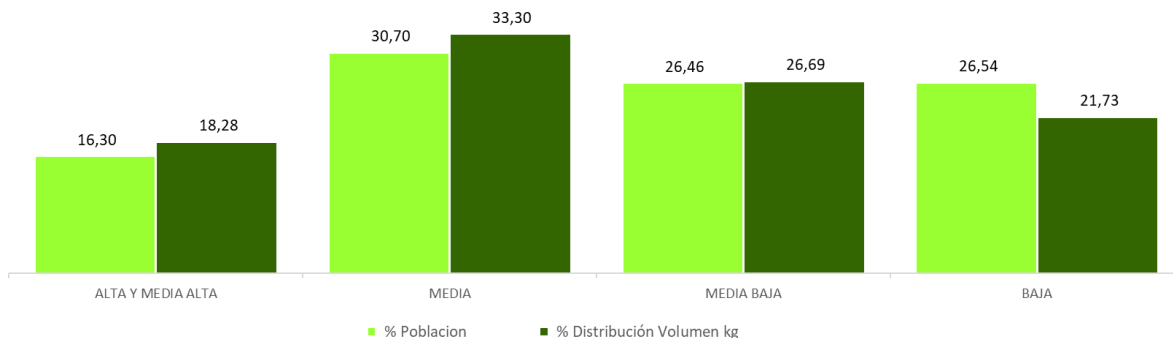
El perfil consumidor del mercado si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras se sitúa entre los 50-64 años, debido a que su proporción de compras alcanza el 33,0 % cuando su peso en población representa el 28,4 %.

### Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2020)



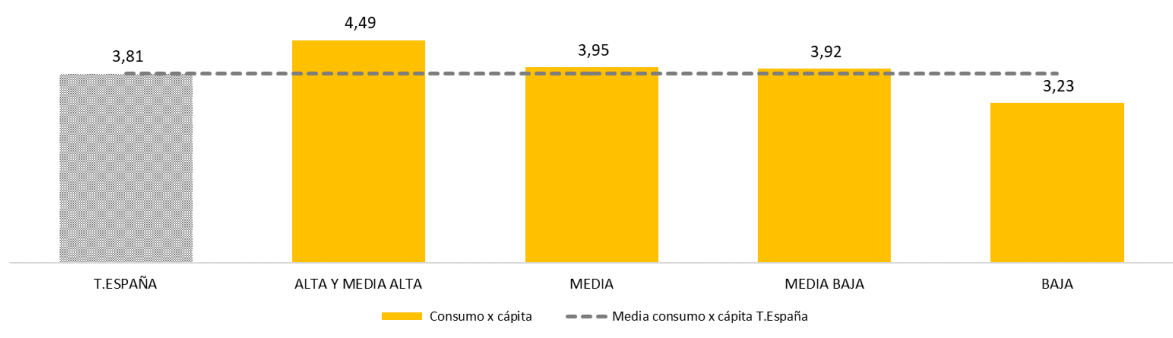
En el caso del consumo per cápita por la edad del responsable de las compras, es el colectivo mayor de 65 años, quien realiza la mayor ingesta por persona y periodo de estudio, de hecho, consumen un 32,5 % más de cantidad que el promedio nacional. Algo que se aprecia también en el colectivo de 50-64 años, en este caso su ingesta supera el promedio en un 11,5 %.

**% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2020)**



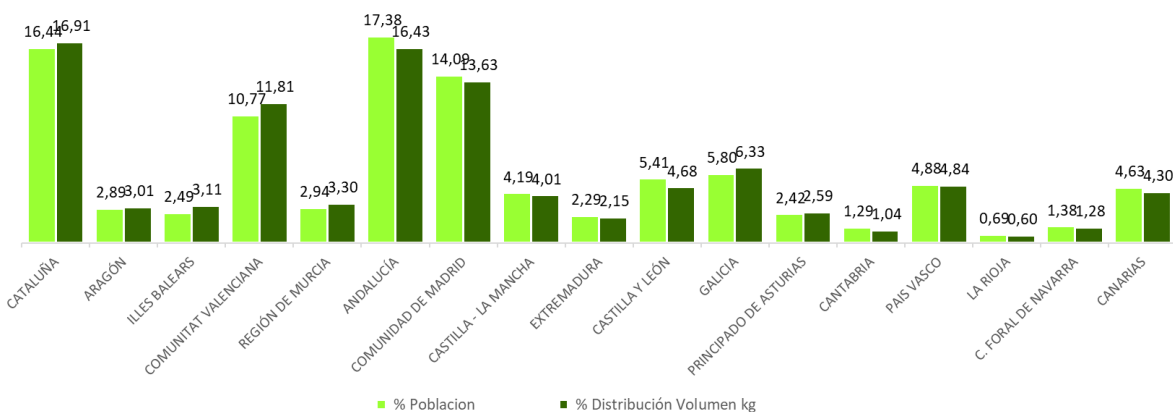
Hogares de clase media y alta-media alta, perfil intensivo en la compra de frutos secos a cierre de año 2020.

**Consumo per cápita por clase socioeconómica (2020)**



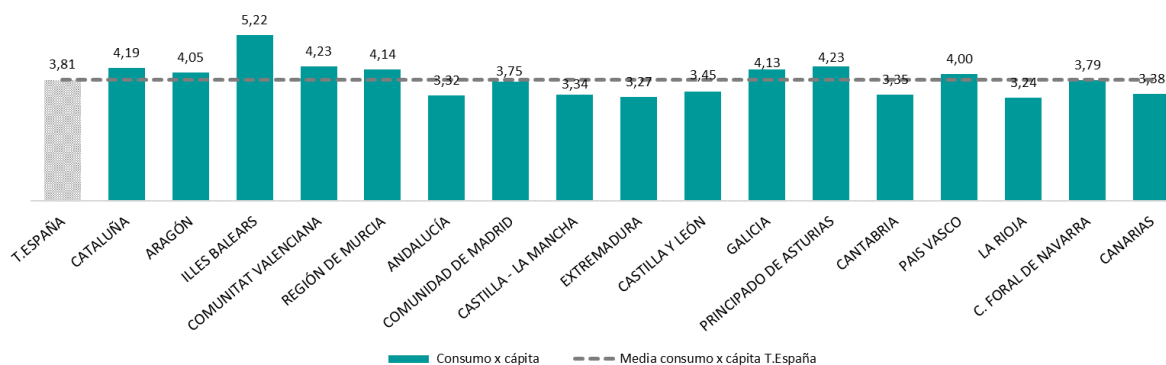
El consumo per cápita cierra en 3,81 kilogramos por persona y año. Son los individuos de clase socioeconómica baja, los únicos que mantienen un consumo per cápita inferior al promedio.

**% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2020)**



Cantabria, La Rioja y Castilla y León son CCAA que tienen una distribución del volumen menos representativa, si lo comparamos con lo que cabría esperar que consumieran según su distribución de la población. Al contrario, y como tal intensivas en la compra del producto hay que destacar la vertiente mediterránea como son Baleares, Valencia y la Región de Murcia.

### Consumo per cápita por comunidades autónomas (2020)



Los ciudadanos que residen en las islas baleares son quienes realizan el mayor consumo per cápita de frutos secos con una ingesta media por habitante de 5,22 kilogramos, que supone un consumo superior al promedio de 1,41 kilogramos más por persona. Por encima del promedio nacional, hay que destacar individuos residentes en; Cataluña, Aragón, Murcia, y Asturias entre otros. Al contrario, mención para los individuos riojanos, que son quienes menor consumo realizan de la categoría (3,24 kilogramos por persona y año).



## 4.11.1. NUECES

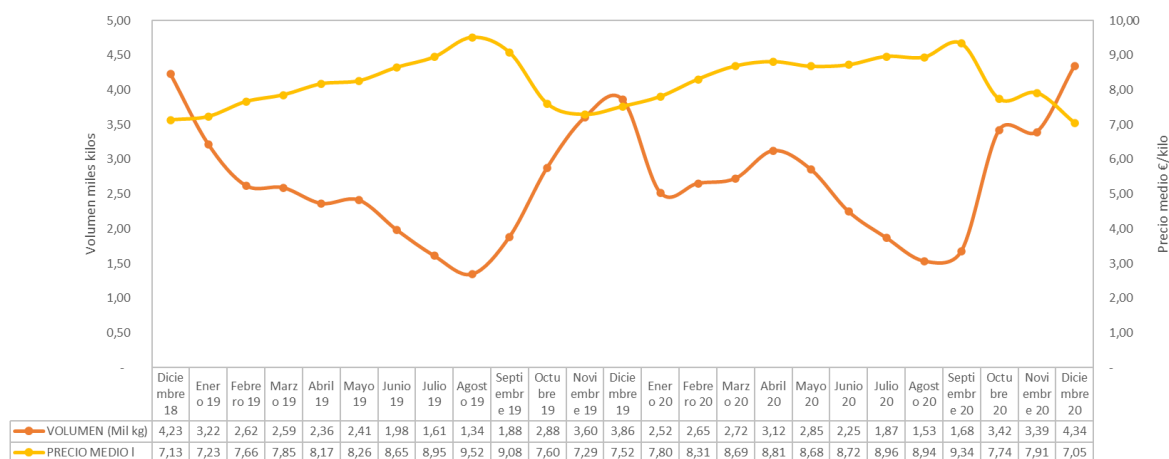
### Resultados totales

Las nueces son el primer fruto seco por orden de consumo en los hogares españoles; representan el 18,4 % sobre el volumen total de frutos secos, y el 20,3 % sobre el valor total de la categoría. Durante el año 2020 este tipo de fruto seco gana relevancia dentro de los hogares españoles con un incremento del 6,6 % del volumen, si bien, no mantiene el ritmo de crecimiento del mercado. Los hogares gastaron un 10,7 % más en la compra de estos productos que durante el mismo periodo del año anterior. El precio medio cierra en 8,26 €/kilo, supone pagar un 3,9 % más que hace un año.

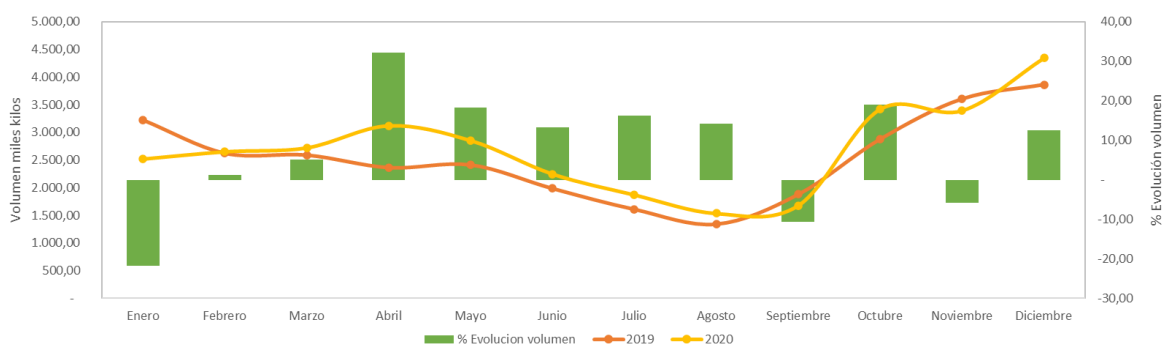
El consumo per cápita de nueces se sitúa en los 0,70 kilogramos por persona y año, esta cantidad es mayor que la ingerida durante el año 2019, es decir, aumenta un 6,3 % con respecto al año inmediatamente anterior. También se incrementa la inversión media realizada por persona y año en este tipo de fruto seco. De media cada individuo gasto un 10,4 % más en nueces, llegando a alcanzar la cifra de 5,78 € por persona y año.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Nueces	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	32.361,04	6,6 %
Valor (miles €)	267.350,76	10,7 %
Consumo x cápita (kg)	0,70	6,3 %
Gasto x cápita (€)	5,78	10,4 %
Parte de mercado volumen (%)	0,10	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,34	-0,01
Precio medio (€/kg)	8,26	3,9 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



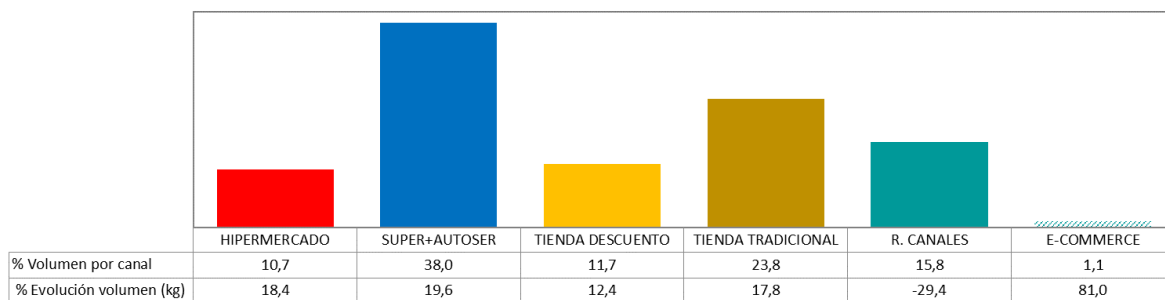
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



La compra de nueces durante el año 2020 no ha sido siempre positiva. El mes de enero cerró con un decrecimiento del 21,7 %, evolución negativa también durante el mes de septiembre y noviembre. Este fruto seco ganó relevancia especialmente en el segundo trimestre del año, periodo coincidente con el confinamiento más severo, registrando el mayor incremento durante abril (32,2 %).

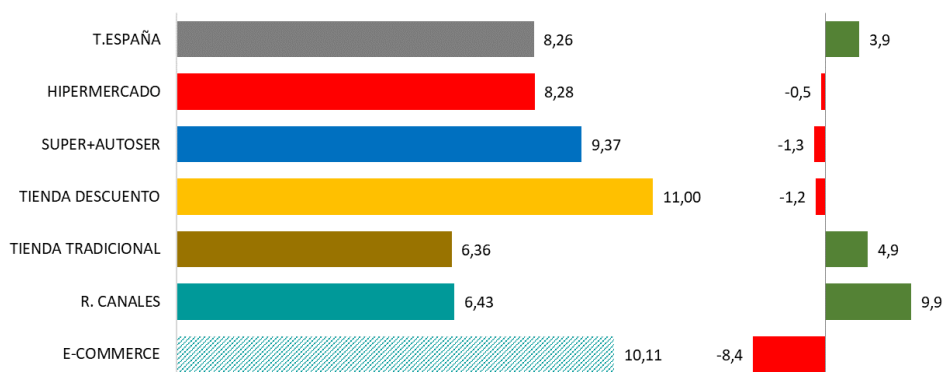
**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)**



El 60,4 % del volumen de la categoría se adquiere en canales dinámicos (hipermercado, supermercado y autoservicios y tienda de descuento). Dentro de estos, es el supermercado y autoservicio el canal que tiene mayor proporción de volumen (38,0 %) siendo además su evolución la más destacada de los tres (19,6 %). Por su parte, la tienda tradicional también guarda relevancia para este producto, con una participación del mercado del 23,8 % y evolución favorable del 17,8 %.

### Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio de nuez cierra en 8,26 €/kilo, supone un aumento del 3,9 % sobre el precio del año 2019. No todos los canales, mantienen el precio alcista de la media del mercado, ya que el canal dinámico realiza un esfuerzo en precio, es decir lo reduce, mientras que se incrementa por parte de la tienda tradicional, así como por parte del resto de canales (salvando el e-commerce, cuya contracción de precio es la más relevante).

### Demográficos

El perfil de hogar consumidor intensivo de nueces se corresponde con un hogar de clase socioeconómica alta y media alta cuyo responsable de compra supera los 50 años. Por ciclo de vida se corresponde con hogares formados por parejas adultas sin hijos, retirados o parejas con hijos mayores.

En relación con el consumo per cápita son los retirados quienes mayor proporción de consumo per cápita tienen de nueces, llegan incluso a duplicar la media del mercado (1,48 kilogramos por persona y año), cuando la media ha cerrado en 0,70 kg/persona/año. Por encima de esta cantidad también se sitúan parejas adultas sin hijos, o jóvenes y adultos independientes.

Si tenemos en cuenta los datos por comunidades autónomas y la diferencia entre la distribución del volumen de nueces y la distribución de los hogares, las CCAA más intensivas en la compra son El Principado de Asturias, País Vasco, Navarra, Illes Balears o Galicia. Del lado contrario hay que destacar La Rioja y Canarias.

Los habitantes asturianos son quienes mayor ingesta de nueces hicieron a cierre de año 2020, con un consumo per cápita de 1,2 kilogramos por persona y año. También superan el promedio nacional habitantes residentes en País Vasco e Illes Balears, con un consumo de 0,9 kilogramos por persona y año. Son los individuos habitantes en Canarias quienes por el contrario realizan la ingesta más baja de nuez, con una cantidad de 0,4 kg/persona/año.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	0,7
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,4	0,8
MEDIA	30,7	28,7	0,6
MEDIA BAJA	26,5	26,1	0,7
BAJA	26,5	26,9	0,7
- 35 AÑOS	11,0	5,1	0,3
35 A 49 AÑOS	31,2	21,5	0,4
50 A 64 AÑOS	28,3	32,3	0,8
65 Y MAS AÑOS	29,5	41,1	1,3
CATALUÑA	16,4	17,8	0,8
ARAGÓN	2,9	2,8	0,7
ILLES BALEARS	2,5	2,8	0,9
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	11,5	0,8
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,9	0,7
ANDALUCÍA	17,4	13,1	0,5
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	15,0	0,8
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,1	0,6
EXTREMADURA	2,3	2,4	0,7
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,3	0,7
GALICIA	5,8	6,7	0,8
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,9	1,2
CANTABRIA	1,3	1,0	0,6
PAIS VASCO	4,9	5,8	0,9
LA RIOJA	0,7	0,3	0,3
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,5	0,8
CANARIAS	4,6	3,0	0,4
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,5	0,8
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,2	0,5
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	6,4	0,3
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	11,7	0,4
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	11,1	0,6
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	3,9	0,4
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	16,6	1,1
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	7,7	1,6
RETIRADOS	25,0	35,0	1,5

## 4.11.2. ALMENDRAS

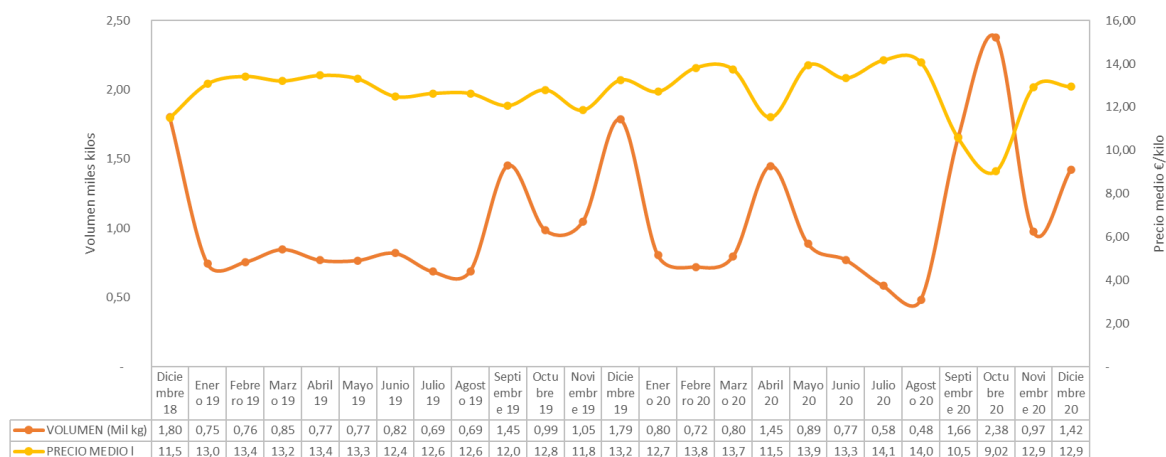
### Resultados totales

El año 2020 cierra en positivo para las almendras. En volumen su aumento con respecto al año anterior es del 13,9 %. En valor este tipo de fruto seco ha evolucionado de forma positiva, de hecho, crece en términos de facturación, ganando un 6,9 % con respecto al año anterior. Esta diferencia entre el crecimiento en volumen y valor se produce por la relación que tiene el precio medio. Precio medio que se reduce con respecto al año 2019 en un 6,2 %, lo que le lleva a cerrar en 12,03 €/kilo, supone pagar hoy 0,79 € menos por kilo de producto que hace un año.

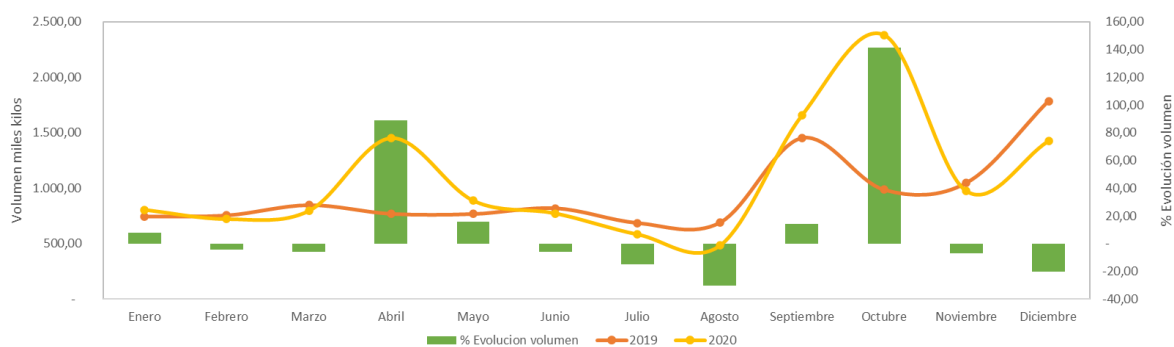
El consumo per cápita de almendra se sitúa en 0,28 kilogramos por persona y año, supone un aumento del 13,6 %. Por su parte, el gasto medio realizado por persona y año en almendras se sitúa en 3,36 € y varía con respecto al periodo de análisis anterior en una proporción del 6,6 %.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Almendra	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	12.930,35	13,9 %
Valor (miles €)	155.504,39	6,9 %
Consumo x cápita (kg)	0,28	13,6 %
Gasto x cápita (€)	3,36	6,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,04	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,20	-0,01
Precio medio (€/kg)	12,03	-6,2 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



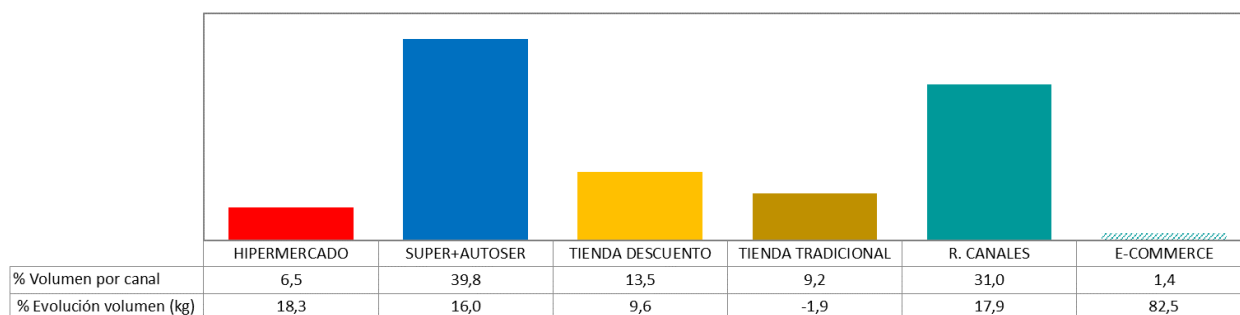
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



Tal como puede apreciarse en el gráfico, hay dos impactos muy visibles en la compra de almendra por parte de los hogares. Por un lado, el mayor crecimiento se registra en octubre (141,5 %), siendo también muy destacado el aumento durante el mes de abril con una variación del volumen del 88,7 %. Durante el mes de diciembre, se muestra un decrecimiento del 20,3 %, algo que hay que destacar ya que es un mes con una importante concentración de compras.

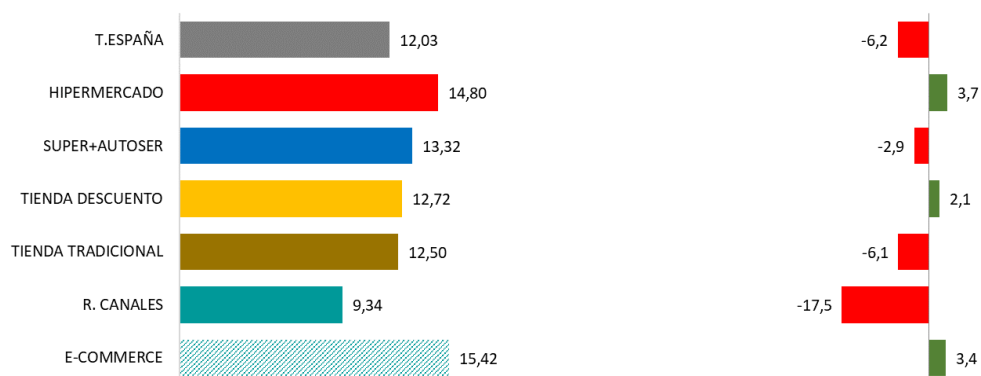
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



El canal que cuenta con mayor proporción de volumen a cierre de 2020 es el supermercado y autoservicio. Mantiene el 40,0 % (39,8 %) de las compras de la categoría y crece con respecto al año 2019 un 16,0 %. El resto de los canales es el segundo tipo de canal con mayor porcentaje de compras de almendra (31,0 %), habiendo mejorado su dato con respecto al año anterior en un 17,9 %. El canal e-commerce es, sin embargo, el canal que presenta el mayor incremento con respecto al cierre de 2019, si bien su proporción en volumen con respecto al total de la categoría es del 1,4 %.

### Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio almendras cerró en 12,03 €/kg, con un decrecimiento del 6,2 % respecto al año anterior. No todos los canales de compra mantienen la inercia del mercado. El canal hipermercado, así como el canal e-commerce son canales que incrementan el precio medio de la categoría (en contra de la tendencia de reducción de este) y además se sitúan como canales con el precio medio más alto de la categoría, lejos en ambos sentidos de los 12,03 €/kilo del promedio nacional. Es por su parte, el resto canales quien mantiene el precio medio más competitivo de la categoría, cerrando en 9,34 €/kilo, una cantidad menor en un 22,4 %, lo cual implica pagar 2,69 € menos por kilo de producto.

### Demográficos

El perfil intensivo consumidor de almendras se corresponde con un hogar de clase socioeconómica media y alta media-alta, así como media baja cuyo responsable de compra se mantiene en la franja de 35-64 años.

Son hogares formados por parejas adultas sin hijos o con ellos medianos y mayores debido a que la proporción de compras que mantienen en el año 2020 es mayor que el peso que representan demográficamente hablando. Por su parte, los mayores consumidores per cápita de la categoría son las parejas adultas sin hijos, con una ingesta de 0,66 kilogramos por persona y año, siendo muy superior a la media que se sitúa en 0,28 kg/persona/año.

Aragón, Murcia y Galicia destacan como comunidades autónomas intensivas en la compra de Almendras. Del lado contrario La Rioja y Cantabria.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	0,3
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	17,4	0,3
MEDIA	30,7	36,4	0,3
MEDIA BAJA	26,5	29,7	0,3
BAJA	26,5	16,4	0,2
- 35 AÑOS	11,0	5,3	0,1
35 A 49 AÑOS	31,2	35,1	0,3
50 A 64 AÑOS	28,3	32,6	0,3
65 Y MAS AÑOS	29,5	27,0	0,4
CATALUÑA	16,4	17,4	0,3
ARAGÓN	2,9	8,3	0,8
ILLES BALEARS	2,5	2,6	0,3
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	9,9	0,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	7,3	0,7
ANDALUCÍA	17,4	12,3	0,2
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	11,0	0,2
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	5,5	0,3
EXTREMADURA	2,3	2,9	0,3
CASTILLA Y LEÓN	5,4	2,5	0,1
GALICIA	5,8	8,6	0,4
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,4	0,2
CANTABRIA	1,3	0,5	0,1
PAIS VASCO	4,9	3,7	0,2
LA RIOJA	0,7	0,1	0,0
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	0,5	0,1
CANARIAS	4,6	5,6	0,3
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,4	0,3
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,0	0,2
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,0	0,1
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	16,7	0,2
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	10,4	0,2
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	4,9	0,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	24,3	0,7
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,8	0,6
RETIRADOS	25,0	20,5	0,3



## 4.12. HORTALIZAS FRESCAS

En esta categoría se incluyen los siguientes productos o tipos de verduras: raíces, bulbos y tubérculos, hojas, tallos tiernos y vainas, frutos y flores, setas y otras hortalizas.

Las hortalizas denominadas raíces, bulbos y tubérculos incluyen las cebollas, zanahorias y ajos. Las hojas, tallos tiernos y vainas son las judías verdes, espárragos, verduras de hoja, lechuga, escarolas y endivias. Los denominados frutos y flores son los tomates, pepinos, berenjenas, calabacín, pimientos, coles, brócoli. Las setas incluyen los champiñones y setas. Y el resto de las verduras y hortalizas no detalladas anteriormente se encuentran en las otras hortalizas.

### Resultados totales

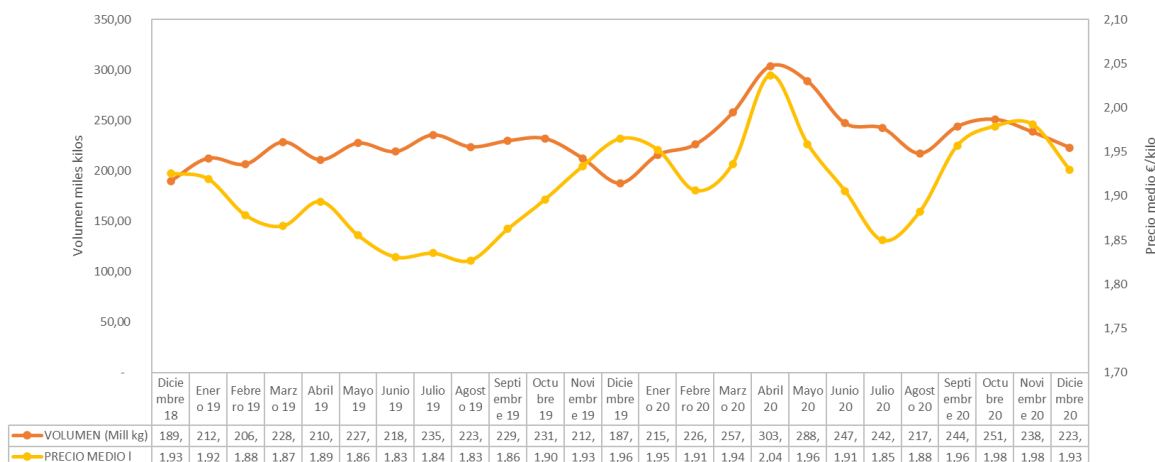
Durante 2020 la compra de hortalizas frescas ha crecido un 12,5 % en los hogares españoles. Estos productos han aumentado su valor en un 16,4 %, potenciado por un incremento en el precio medio del 3,4 % que lo sitúa en 1,94 € a cierre de año.

El consumo y gasto per cápita han aumentado un 12,3 % y 16,1 % respectivamente. En promedio un ciudadano español consumió 63,93 kilos y gastó 124,19 € al año en hortalizas frescas durante el periodo estudiado.

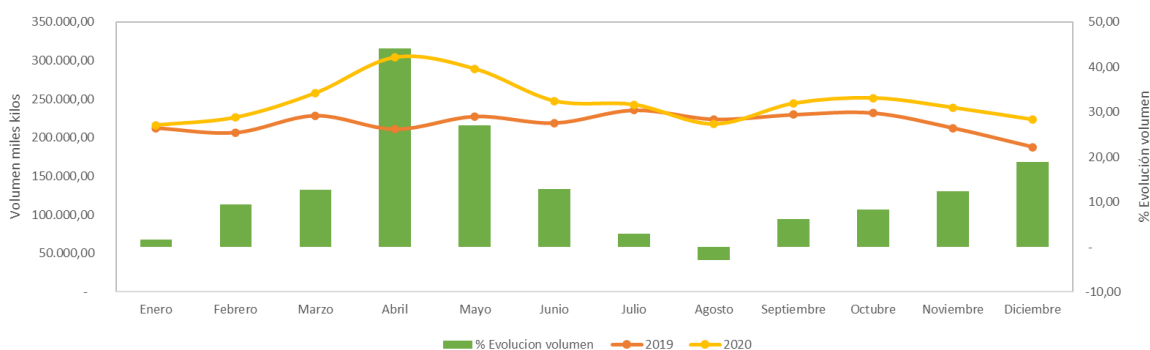
En promedio, los hogares españoles dedican a la compra de hortalizas frescas un 7,24 % de su presupuesto y un 9,27 % del volumen destinado a bebidas y alimentos.

	Consumo doméstico de T.HORTALIZAS FRESCAS	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	2.955.843,24	12,5 %
Valor (miles €)	5.741.878,58	16,4 %
Consumo x cápita (kg)	63,93	12,3 %
Gasto x cápita (€)	124,19	16,1 %
Parte de mercado volumen (%)	9,27	0,11
Parte de mercado valor (%)	7,24	0,14
Precio medio (€/kg)	1,94	3,4 %

**Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)**



**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



El mercado de hortalizas frescas ha crecido a lo largo de 2020 alcanzando su pico en abril cuando se intensificó la compra en un 44,04 % con respecto al año anterior. Esta tendencia positiva se refleja a lo largo de los meses si bien siguiendo una trayectoria más estable y moderada que en los primeros meses del estado de alarma. Sólo el mes agosto refleja un retroceso del 2,91 % con respecto a 2019.

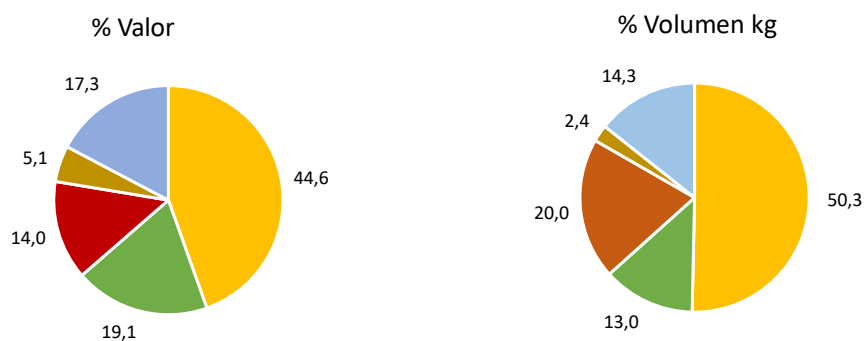
**Importancia de los tipos de hortalizas**

La segmentación del mercado de hortalizas frescas indica que el 50 % del volumen y el 44,5 % del valor lo concentran variedades de frutos y flores donde se incluyen tomates, pepinos, berenjenas, calabacines, pimientos, coles y brócoli. Además, vemos una tendencia positiva con respecto al año anterior, situándose por encima de la media del mercado con un aumento de su facturación del 19,7 % y un 13,6 % en volumen.

Las variedades de raíces, bulbos y tubérculos (cebollas, zanahorias y ajos) son el segundo grupo con más presente en los hogares españoles (20 %) por lo que representan 1 de cada 5 kg comprados en la categoría. Su cuota de mercado en valor es algo menor, contabilizando un 14 % de la facturación. Asimismo, las hojas, tallos tiernos y vainas acumulan el 19,1 % del gasto de los hogares, siendo el segundo grupo con la mayor cuota de mercado en valor, a pesar de solo representar el 13 % de los kilogramos comprados entre las hortalizas frescas.

## HORTALIZAS FRESCAS

Finalmente, las setas se mantienen como el grupo con menor representación dentro de la categoría tanto en volumen como en valor, 2,4 % y 5,1 % respectivamente. No obstante, son el conjunto que más ha aumentado su facturación (20 %) y volumen (16,3 %) con respecto al año anterior.



% Evolución 2020 vs 2019	Valor	Volumen
<b>T.HORTALIZAS FRESCAS</b>	16,4 %	12,5 %
<b>FRUTOS Y FLORES</b>	19,7 %	13,6 %
<b>HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS</b>	11,9 %	9,3 %
<b>RAICES, BULBOS, TUBERCULOS</b>	15,5 %	14,2 %
<b>SETAS</b>	20,0 %	16,3 %
<b>OTRAS HORTALIZAS</b>	12,9 %	9,3 %

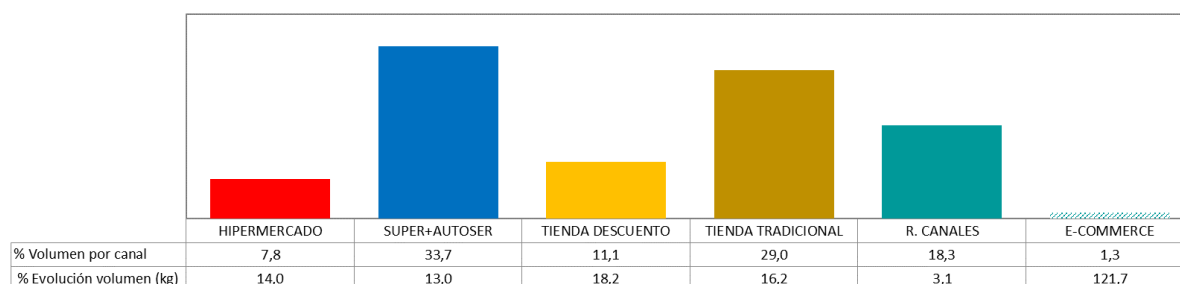
## Consumo per cápita de los tipos de hortalizas

	Consumo per cápita (kg)	
	2019	2020
<b>T.HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>56,94</b>	<b>63,93</b>
FRUTOS Y FLORES	28,41	32,18
HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS	7,63	8,32
RAICES, BULBOS, TUBERCULOS	11,20	12,76
SETAS	1,31	1,52
OTRAS HORTALIZAS	8,40	9,16

Durante 2020 el consumo per cápita de hortalizas frescas ha sido de 63,93 kilos por persona, 7 kilos más que el año anterior. El consumo medio por persona ha aumentado entre todas las variedades. El segmento “frutos y flores” que representa el 50 % del consumo per cápita de las verduras frescas, ha crecido con respecto al ejercicio anterior un 13,3 % o lo que es igual, aproximadamente 4 kilogramos por persona al año. Es notable también el aumento en la ingesta de raíces, bulbos y tubérculos (13,9 %), así como el de las setas (16 %), que crecen por encima del total (12,3 %).

## Canales

### % Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



Con respecto a los canales de distribución observamos una intensificación de la compra en todos los canales. Los supermercados y autoservicio que son responsables de la venta de 1 de cada 3 kilos de hortalizas frescas. La tienda tradicional se posiciona como el segundo canal de distribución preferido por los hogares españoles acumulando el 29 % del volumen de ventas y teniendo un crecimiento 3 puntos por encima del supermercado y autoservicio (16,2 %). En cuanto a la evolución respecto al ejercicio anterior destacan las plataformas online que, a pesar de ser tener la menor cuota de mercado con un 1,3 % del volumen, han crecido un 121,7 % con respecto a 2019.

### Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



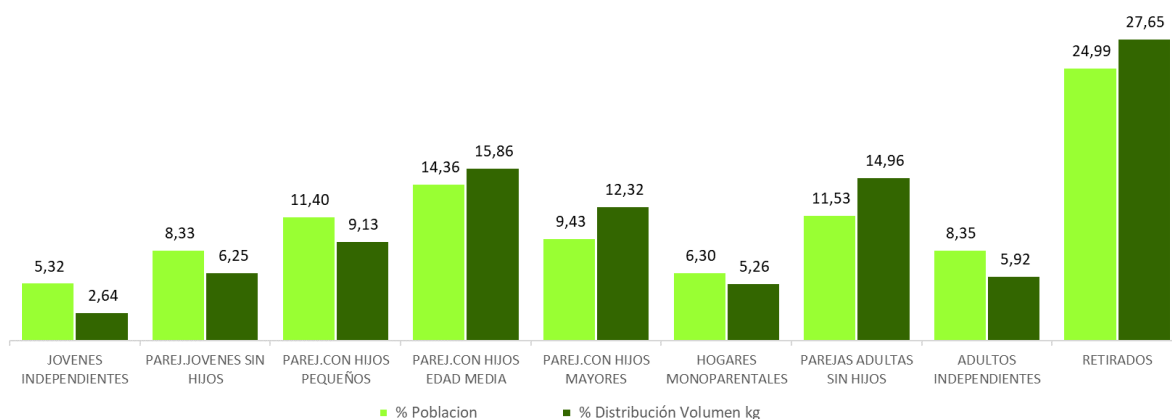
El precio medio de hortalizas y verduras frescas a cierre de año ha sido de 1,94 € por kilo, un 3,4 % superior al año 2019. Todas las plataformas de distribución han experimentado un crecimiento, pero cabe destacar el canal e-commerce que, además de situar su precio 15 puntos por encima de la media a 2,23 € por kilo, ha sido el segundo canal después de resto de canales que más ha encarecido su precio medio (5,5 % y 7,4 % respectivamente).

La tienda tradicional, la tienda de descuento y el resto de los canales ofrecen sus productos a precios por debajo de la media. La tienda tradicional se posiciona como el canal más asequible con un precio medio de 1,79 €/kg, es decir un 7,6 % por debajo de la media.

Finalmente, los canales con el incremento respecto al año anterior más bajo, el hipermercado (0,3 %) y los supermercados y autoservicio (1,3 %) se mantienen como las plataformas, después del e-commerce, con el precio medio más alto, con un 2,03 € y 2,12 € respectivamente.

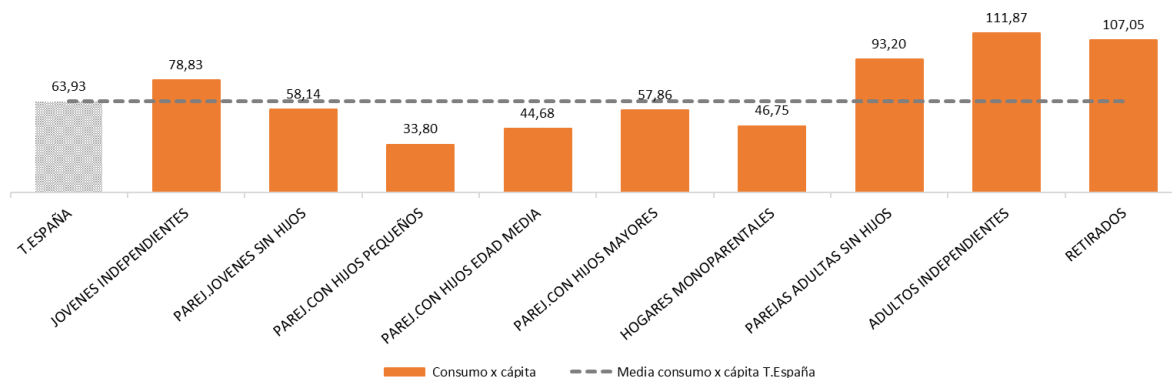
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por perfil sociodemográfico (2020)



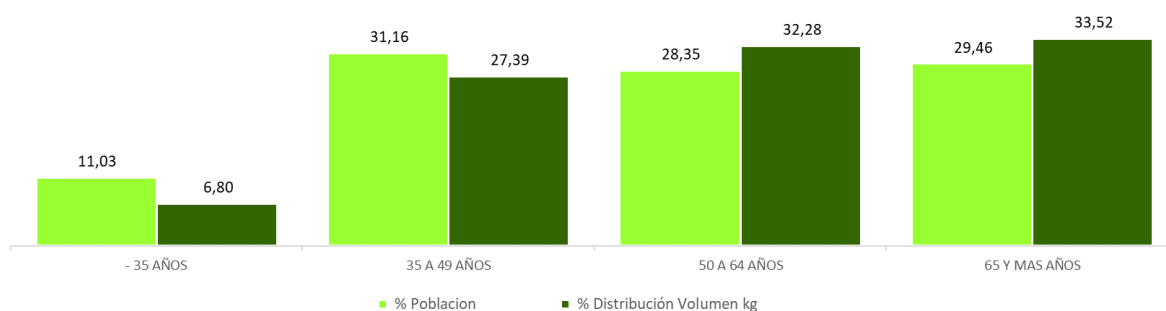
Los hogares con hijos mayores y las parejas adultas sin hijos son los más intensivos con respecto a su reparto poblacional, así como los retirados y las parejas con hijos medianos. Mientras que los jóvenes y los adultos independientes son los menos intensivos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2020)



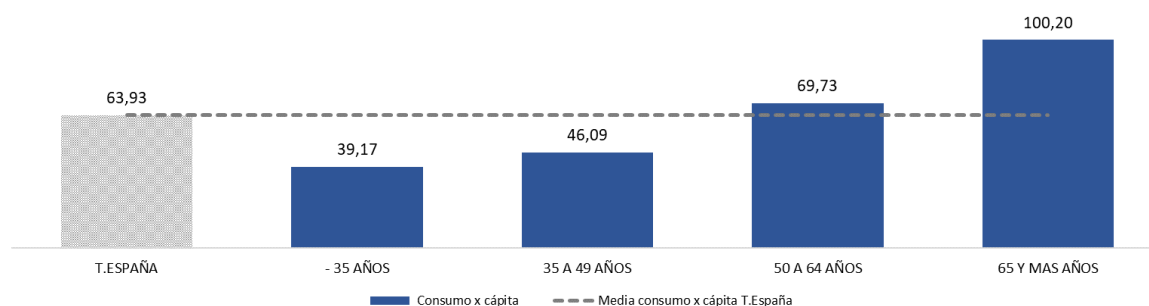
Los jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes o retirados tienen un consumo per cápita superior a la media (63,93 kilos por persona). No obstante, como hemos señalado previamente, son los retirados y las parejas adultas sin hijos los únicos que también son compradores intensivos, mientras que los hogares de parejas adultas sin hijos y los jóvenes independientes se encuentran entre los menos intensivos, debido al número de personas que habitan dentro del hogar.

**% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2020)**



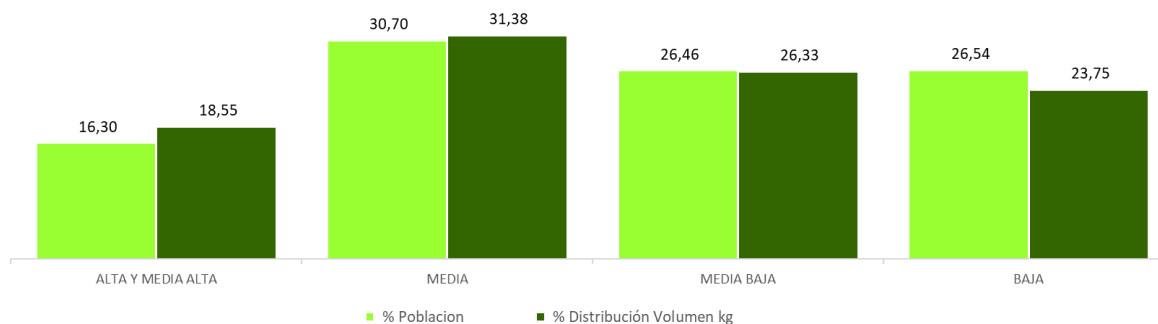
El perfil del consumidor de hortalizas frescas se encuentra entre los hogares mayores de 50 años. Estos hogares representan al 57,81 % de la población y son responsables de la compra del 65,81 % de los kilos de la categoría.

**Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2020)**



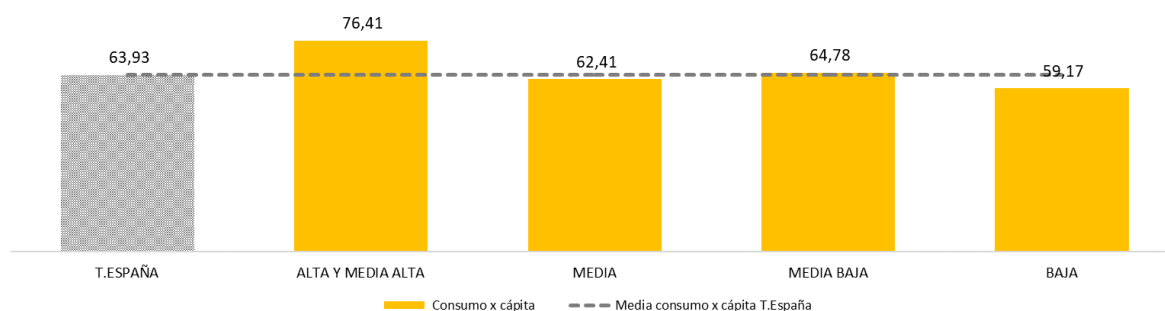
Además de ser el grupo más intensivo en cuanto a su compra, los mayores de 50 tienen una ingesta per cápita superior a la media. Dentro de este grupo destacan los mayores de 65 que consumen 36,3 kilos por persona al año más que la media y 30,46 kg más que los que tienen entre 50 y 64 años.

**% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2020)**



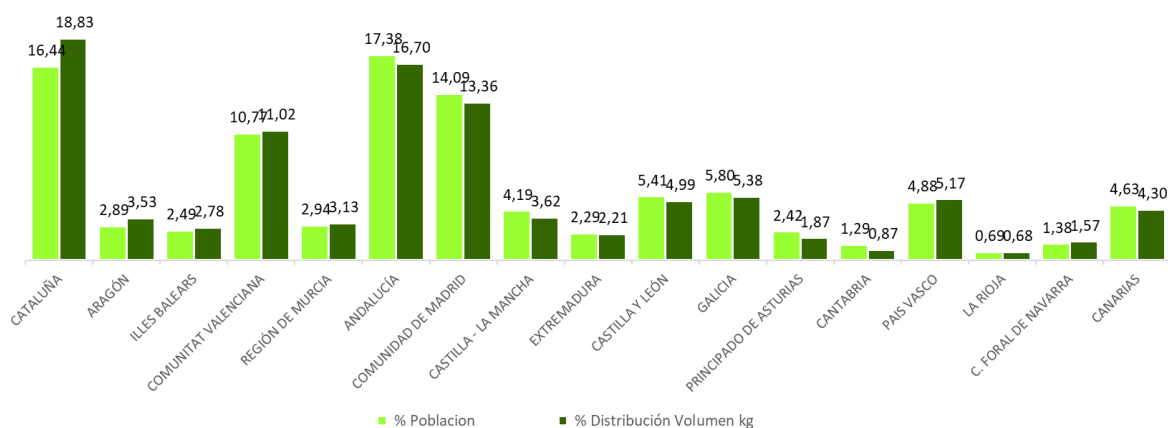
No se observan grandes diferencias en la compra de hortalizas frescas a través de los distintos estratos socioeconómicos. Sin embargo, sí cabe señalar que la clientela de clase alta y media alta es un 13,8 % más intensiva mientras que los hogares de clase baja compran un 10,5 % menos de lo que les correspondería en base a su peso poblacional.

### Consumo per cápita por clase socioeconómica (2020)



Los hogares de clase alta y media alta consumen 76,41 kg per cápita al año, un 19,5 % más que la media. Por otro lado, el consumo por persona de la clase baja es 4,76 kilos menor a la media, y 17,24 kg menor a la clase social alta y media alta.

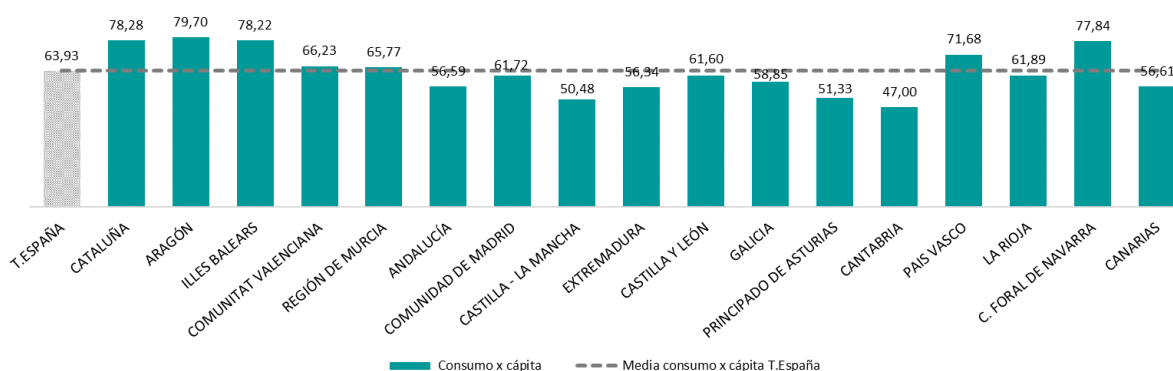
### % Población y % distribución del volumen por comunidades (2020)



La distribución del volumen de compra por comunidad autónoma es bastante estable y proporcional. Entre las CCAA intensivas, aquellas cuyo volumen de compra de estos productos supera su peso en población, están la Comunidad Foral de Navarra, las Islas Baleares y la Región de Murcia, así como Aragón y Cataluña que destacan por ser las más intensivas con un 22 % y 14 % más de cantidad comprada respecto a su peso demográfico.

En el otro extremo destaca el Principado de Asturias, cuya cuota en volumen es un 32,46 % por debajo de su peso poblacional, acompañado por Cantabria y Castilla – La Mancha.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2020)



Las CCAA con un consumo per cápita por encima de la media española (63,93 kg por persona al año), son Cataluña, Aragón, Islas Baleares, País Vasco y la Comunidad Foral de Navarra. En el otro lado de la balanza destacan Cantabria, Castilla- La Mancha, el Principado de Asturias, Canarias, Andalucía y Canarias, con un consumo per cápita inferior a la media española.



## 4.12.1. TOMATE

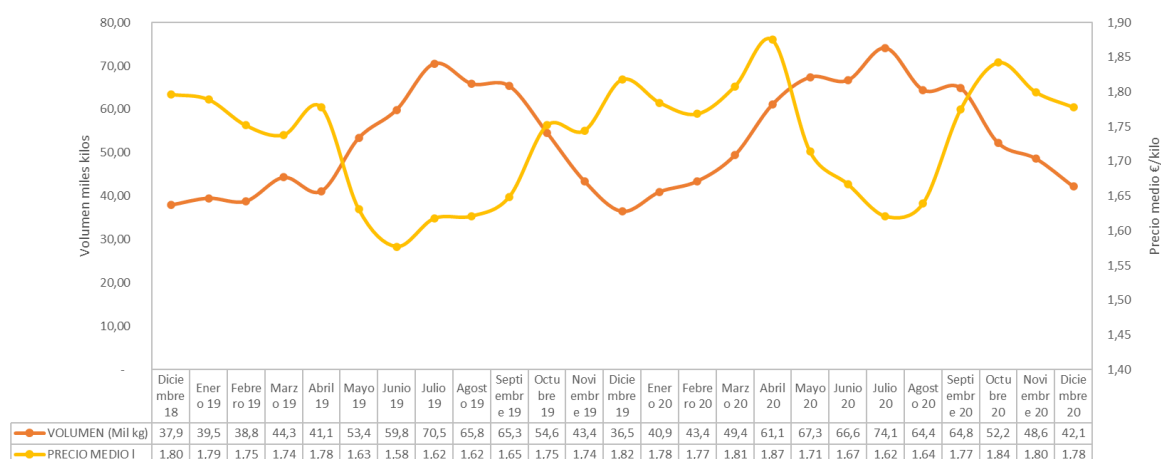
### Resultados totales

En consonancia con los resultados de la categoría, durante 2020 los tomates han ganado presencia en los hogares españoles aumentando su volumen en un 10,1 % y su facturación en un 13,8 %. Además, el tomate se ha encarecido un 3,4 % situándose en 1,75 € por kilo, lo que explica la diferencia entre la evolución del mercado en valor y en volumen.

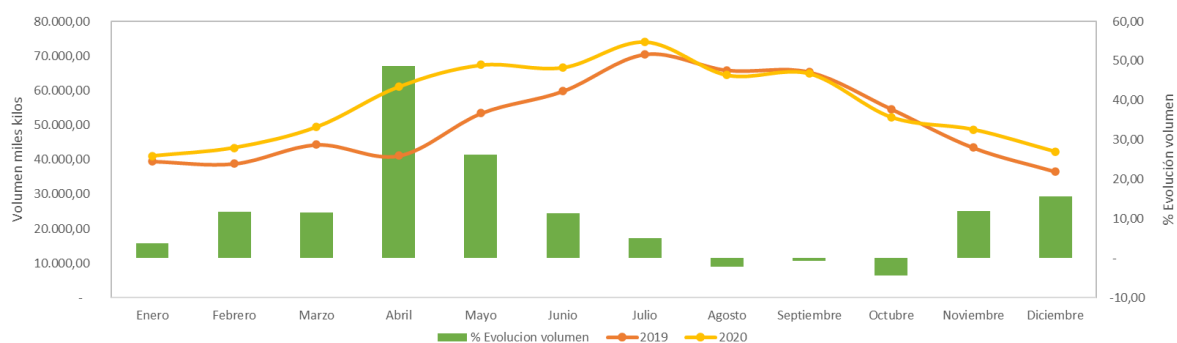
El gasto que realiza cada individuo de manera anual es de 25,53 € lo que supone un consumo de 14,61 kilos/persona, y un incremento sobre el 2019 del 13,6 % y del 9,9 % respectivamente.

	Consumo doméstico de Tomates	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	675.558,90	10,1 %
Valor (miles €)	1.180.326,58	13,8 %
Consumo x cápita (kg)	14,61	9,9 %
Gasto x cápita (€)	25,53	13,6 %
Parte de mercado volumen (%)	2,12	-0,02
Parte de mercado valor (%)	1,49	0,00
Precio medio (€/kg)	1,75	3,4 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



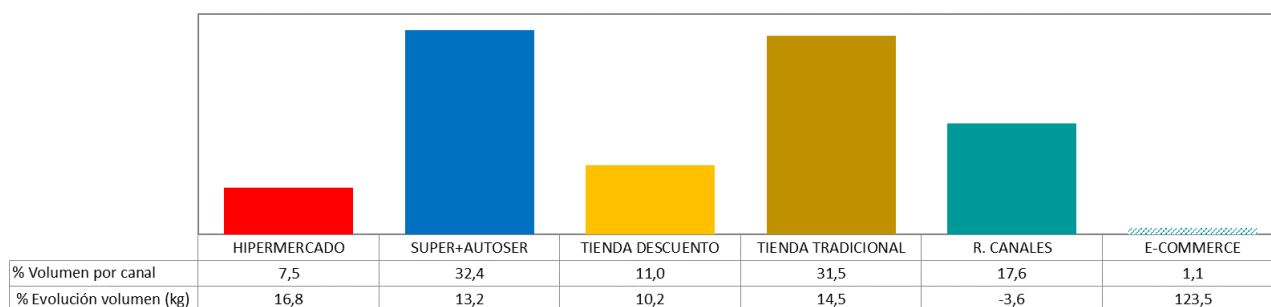
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



Si estudiamos la evolución de la compra de tomates durante la pandemia vemos una tendencia estable y positiva durante la mayor parte del año a excepción del mes de octubre cuando cae un 4,38 % con respecto al año anterior, también se aprecia un ligero descenso en agosto y septiembre. El mayor incremento respecto al año anterior tiene lugar durante el mes de abril cuando la compra de tomates superó en un 48,65 % al volumen adquirido durante el mismo mes en 2019.

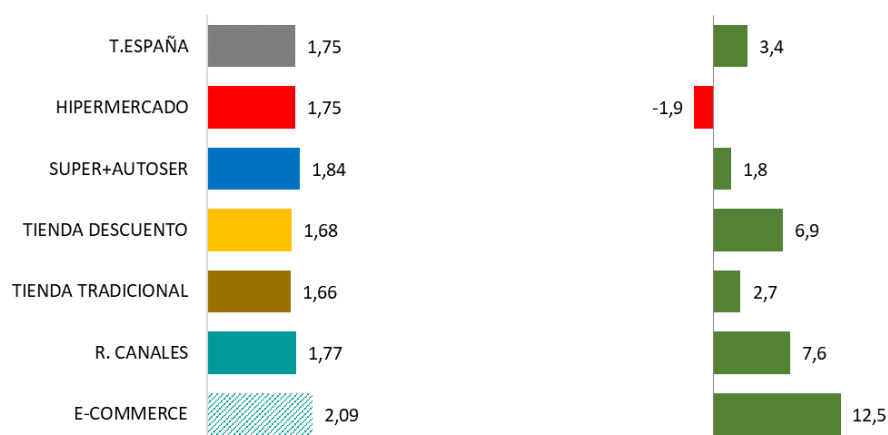
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



Los canales que concentran la mayor parte del volumen de este producto son el supermercado y autoservicio y la tienda tradicional. Juntos comprenden el 63,9 % del volumen. Ambas plataformas han aumentado su cuota de mercado, aunque en términos de evolución la que más ha crecido es la venta online con un 123,5 %, pero que solo alcanza un 1,1 % del volumen total del mercado. El segundo canal que presenta el mayor crecimiento es el hipermercado donde se ha intensificado la compra de tomates en un 16,8 % con respecto al año anterior. El único canal que cae con respecto al año anterior es el resto de los canales que pierde 3,6 % de las compras.

Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio del tomate se ha encarecido en un 3,4 % con respecto al ejercicio anterior situándose en 1,75 € por kilogramo. Siguiendo el mismo patrón que las hortalizas frescas el aumento más pronunciado se ha visto en el canal online (12,5 %) que además registra el precio más alto de la categoría. El hipermercado ha sido la única plataforma que ha reducido el precio del kilo en un 1,9 % ajustando su precio a la media del mercado.

Demográficos

El perfil de hogar intensivo en la compra de tomates frescos es de clase socioeconómica alta y media alta, de forma más acentuada. El responsable de las compras supera los 50 años y en lo que refiere a su ciclo de vida se asocia con hogares con hijos mayores, medianos, así como parejas adultas sin hijos y retirados.

La media de consumo per cápita se sitúa en los 14,6 kilos al año. Aquellos que realizan una mayor ingesta son los adultos independientes que consumen 26,56 kg por persona al año, es decir, 11,95 kg más que la media. En el otro extremo de la balanza encontramos a las parejas con hijos pequeños cuya ingesta per cápita es de 7,47 kilos.

Finalmente, con respecto al consumo de tomates frescos en las distintas CCAA, las más intensivas son Cataluña, Aragón, Andalucía y Murcia, entre las cuales destacan los ciudadanos catalanes que ingieren 17,5 kg de media al año por persona. Por otro lado, entre las CCAA con el consumo per cápita más bajo encontramos a Cantabria, La Rioja y el Principado de Asturias.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	14,6
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,8	17,7
MEDIA	30,7	31,3	14,2
MEDIA BAJA	26,5	26,4	14,9
BAJA	26,5	23,6	13,4
- 35 AÑOS	11,0	6,5	8,5
35 A 49 AÑOS	31,2	27,0	10,4
50 A 64 AÑOS	28,3	33,1	16,4
65 Y MAS AÑOS	29,5	33,4	22,8
CATALUÑA	16,4	18,5	17,5
ARAGÓN	2,9	3,2	16,5
ILLES BALEARS	2,5	2,5	16,1
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,4	14,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,3	15,9
ANDALUCÍA	17,4	19,4	15,0
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,9	14,6
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,2	13,5
EXTREMADURA	2,3	2,4	14,0
CASTILLA Y LEÓN	5,4	4,6	12,9
GALICIA	5,8	4,7	11,6
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,8	11,3
CANTABRIA	1,3	0,7	8,9
PAIS VASCO	4,9	4,8	15,3
LA RIOJA	0,7	0,5	10,5
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,2	14,0
CANARIAS	4,6	3,8	11,5
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,4	16,0
PAREJ JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,9	12,6
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	8,8	7,5
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	16,4	10,5
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	12,6	13,6
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,2	10,6
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,0	21,3
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,2	26,6
RETIRADOS	25,0	27,6	24,4

## 4.12.2. PIMIENTO

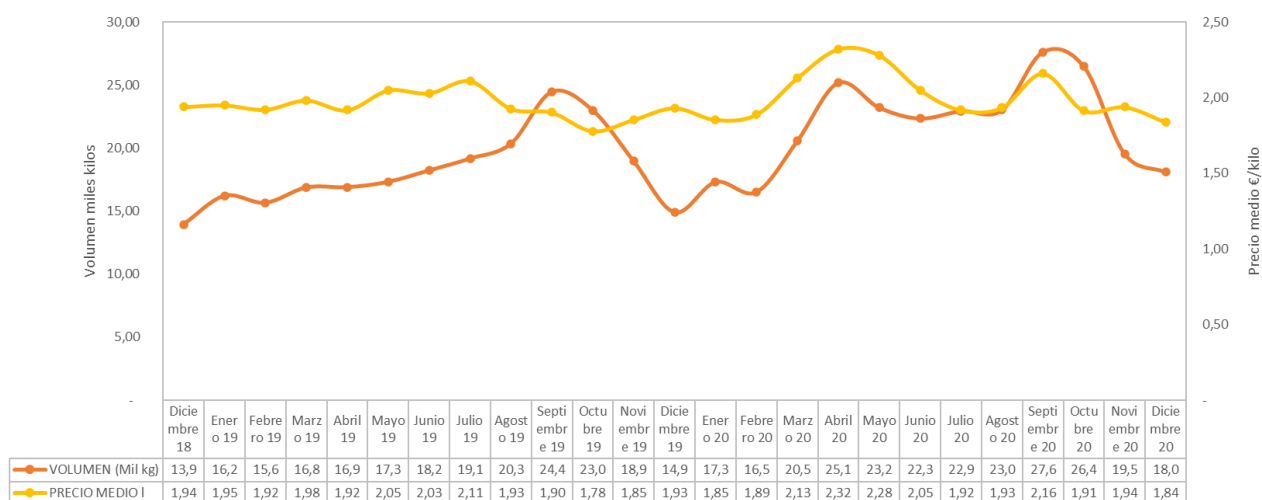
### Resultados totales

La compra de pimientos a cierre de año crece un 18,3 % en volumen, 5,8 puntos más que la categoría. En 2020 este tipo de hortalizas facturaron un 23,9 % más que el año anterior como consecuencia de la subida del precio medio que se sitúa en 2,03 € por kilogramo, lo que implica un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior.

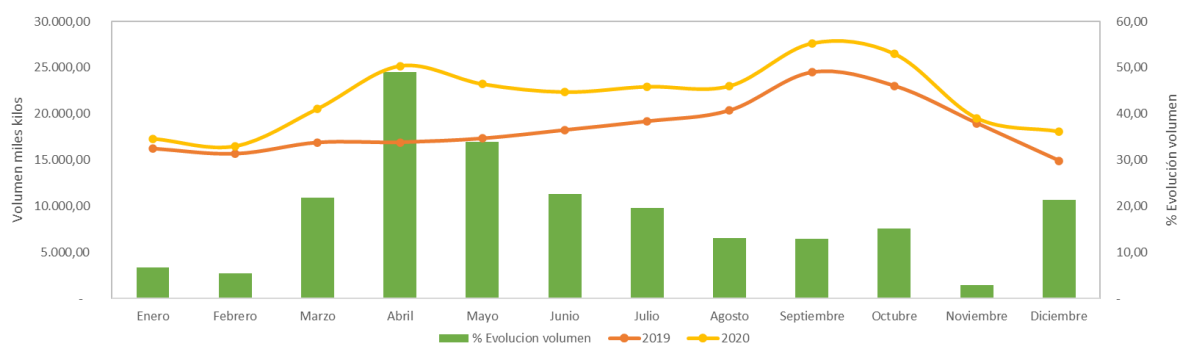
En consonancia con la evolución del mercado, el gasto e ingesta por cápita aumenta un 23,6 % y un 18 % respectivamente. El consumidor ingiere de media 5,69 kilos de pimientos y gasta 11,56 € al año.

	Consumo doméstico de Pimientos	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	262.835,89	18,3 %
Valor (miles €)	534.441,74	23,9 %
Consumo x cápita (kg)	5,69	18,0 %
Gasto x cápita (€)	11,56	23,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,82	0,05
Parte de mercado valor (%)	0,67	0,05
Precio medio (€/kg)	2,03	4,7 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



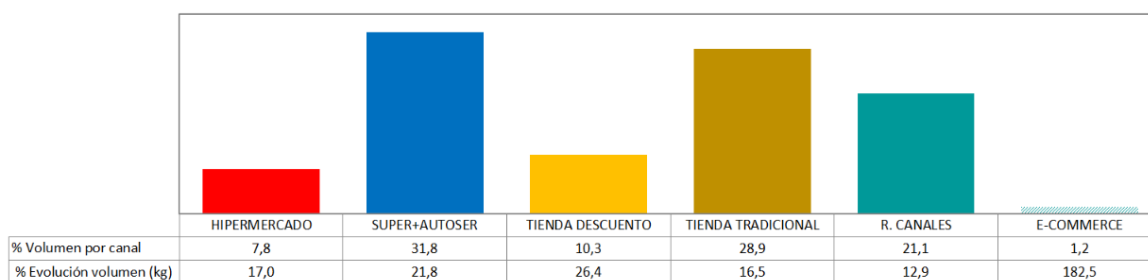
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La evolución de pimiento a lo largo del 2020 sigue una trayectoria similar a las hortalizas frescas y el patrón de compra se asemeja al del 2019. Septiembre es el mes más intensivo para este tipo de productos con un pico de compras que llega a los 27.633,09 kilos. Sin embargo, como resultado del confinamiento el mes de abril registró un 49 % de compras más que el año anterior, siendo el mes con el mayor incremento de ventas del año.

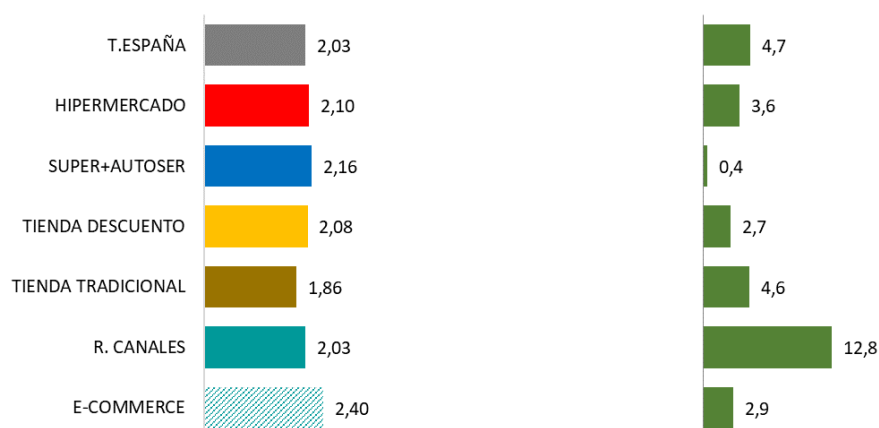
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



La compra de pimientos crece en todos los canales por encima del 10 %. Cabe destacar la evolución del supermercado y autoservicio que no solo se mantiene como líder en la distribución, sino que además presenta una evolución por encima del crecimiento del mercado categoría. La evolución más favorable la encontramos entre las plataformas online, que con un 1,2 % de la cuota de mercado en volumen han crecido un 182,5 %. Crecimiento destacado también para la tienda descuento (26,4 %), pese a tener una participación menor que la tienda tradicional del mercado.

Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



A cierre de año el precio medio de pimiento se sitúa en 2,03 €/kilo un 4,7 % más que en 2019. La mayor subida la encontramos en resto de canales que ha aumentado el precio en un 12,8 %, si bien, a pesar de esta variación, mantiene en precio alineado al promedio del mercado. Por otro lado, la tienda tradicional tiene el precio más competitivo (1,86 € por kilo), un 8,5 % por debajo de la media.

Demográficos

Los perfiles más intensivos en la compra de pimientos son parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y en menor medida los retirados. El responsable de la compra es mayor de 50 años y aunque no hay una gran diferencia, los hogares de clase alta y media alta son un poco más intensivos.

Los hogares que más pimientos consumen por persona al año son retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, que consumen un 68 %, 56 % y 52 % por encima de la media respectivamente. Dentro del grupo de más de 50 años que consume 1,70 kg por persona más que la media, destacan aquellos de más de 65 que ingieren un 54 % o 3,12 kilos por persona más que la media. En el extremo opuesto, encontramos a las parejas con hijos pequeños que consumen 2,74 kilos menos que la media y a los menores de 35 cuya ingesta per cápita es 2,20 kilos menor a la media nacional.

Las CCAA más intensivas en la compra de pimientos según su peso poblacional son el País Vasco, Castilla y León y la Comunidad Valenciana mientras que del lado contrario encontramos comunidades como La Rioja y Cantabria.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	5,7
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,6	6,8
MEDIA	30,7	30,9	5,5
MEDIA BAJA	26,5	26,6	5,8
BAJA	26,5	24,0	5,3
- 35 AÑOS	11,0	6,8	3,5
35 A 49 AÑOS	31,2	27,0	4,0
50 A 64 AÑOS	28,3	33,0	6,3
65 Y MAS AÑOS	29,5	33,1	8,8
CATALUÑA	16,4	15,9	5,9
ARAGÓN	2,9	2,9	5,7
ILLES BALEARS	2,5	3,0	7,5
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,6	5,6
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,1	5,8
ANDALUCÍA	17,4	16,4	5,0
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,6	5,6
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,9	4,9
EXTREMADURA	2,3	2,2	5,1
CASTILLA Y LEÓN	5,4	6,8	7,5
GALICIA	5,8	6,1	5,9
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,1	5,1
CANTABRIA	1,3	1,0	4,9
PAIS VASCO	4,9	6,0	7,4
LA RIOJA	0,7	0,5	4,4
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,3	5,6
CANARIAS	4,6	4,6	5,4
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,4	6,5
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	6,7	5,5
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	8,9	2,9
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,4	3,8
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	12,5	5,2
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,4	4,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,6	8,6
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,3	8,9
RETIRADOS	25,0	27,8	9,6



### 4.12.3. CALABACÍN

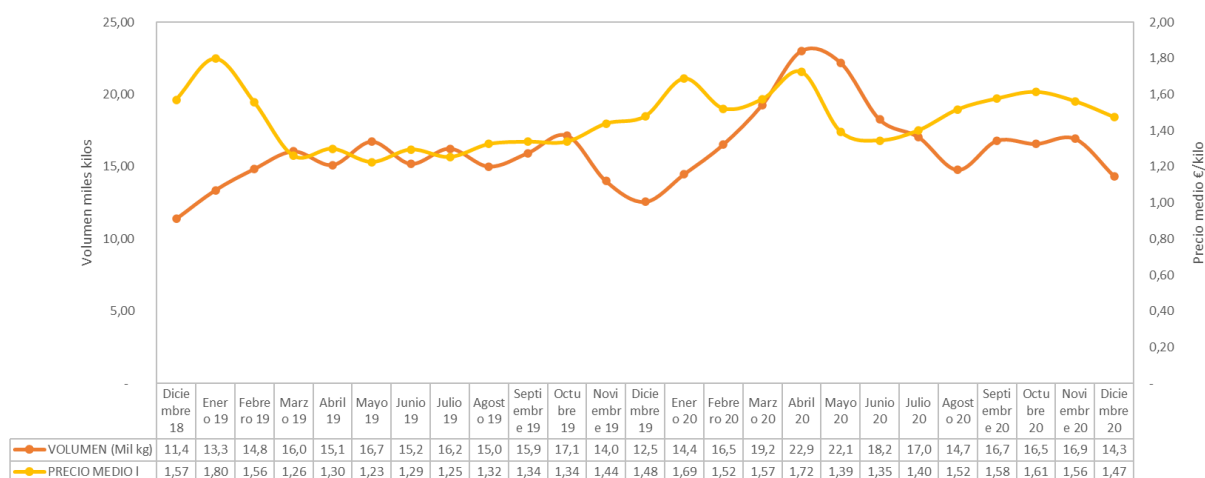
#### Resultados totales

A cierre de año vemos un fuerte aumento en el consumo de calabacín que ha aumentado su presencia en hogares españoles un 15,3 % y ha facturado un 28,6 % más que el año anterior. Además, es la hortaliza fresca que más ha aumentado su facturación con respecto al total de las hortalizas frescas (12,2 puntos), que recordemos creció un 16,4 %. En cierta manera, se produce este fenómeno por el aumento del precio medio del 11,5 %, cerrando en 1,53 €/kilo, implica pagar 0,16 € más por kilo de esta hortaliza que hace un año.

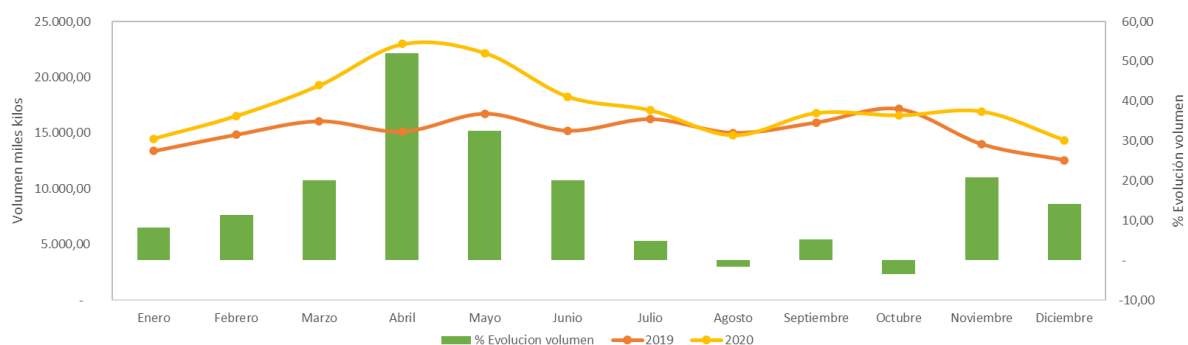
Durante 2020 los individuos españoles han consumido 4,55 kilos y han gastado 6,97 € por persona, ambos indicadores por encima del año anterior en un 15,0 % y 28,3 % respectivamente.

	Consumo doméstico de Calabacines	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	210.138,12	15,3 %
Valor (miles €)	322.083,24	28,6 %
Consumo x cápita (kg)	4,55	15,0 %
Gasto x cápita (€)	6,97	28,3 %
Parte de mercado volumen (%)	0,66	0,02
Parte de mercado valor (%)	0,41	0,05
Precio medio (€/kg)	1,53	11,5 %

#### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



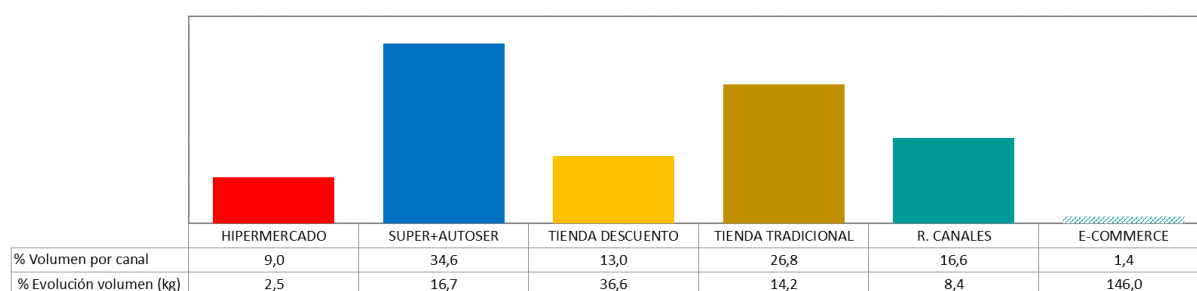
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



El calabacín presenta un consumo estable a lo largo del año lo que indica que no está sujeto a la estacionalidad. El volumen de compra de este producto ha aumentado con respecto al año anterior durante la mayoría de los meses excepto en octubre, cuando el consumo cayó en un 3 % con respecto al año anterior, y también se aprecia un ligero descenso en agosto. El dato más significativo de su evolución lo observamos durante el mes de abril, cuando el consumo de calabacín aumentó en un 60 % con respecto al mismo mes de 2019.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)

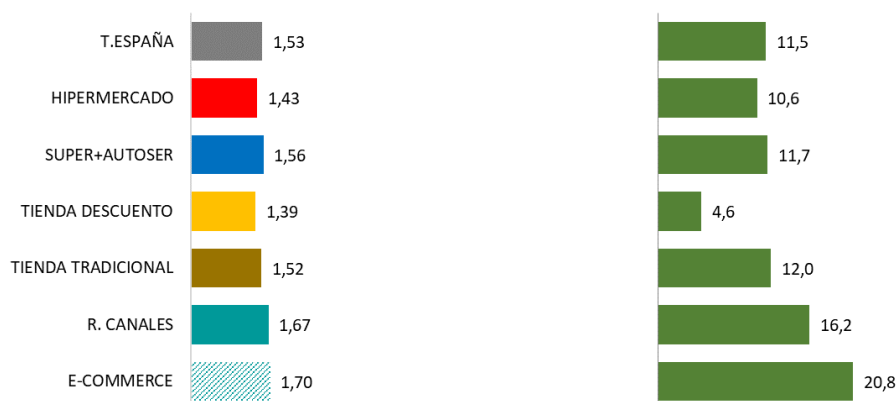


Durante 2020 el canal supermercado y autoservicio ha concentrado el mayor volumen de compras para este producto (34,6 %). Junto con la tienda tradicional concentra el 61,4 % de las compras, es decir al menos 3 de cada 5 kg se adquieren en estos establecimientos.

La evolución de todos los canales es positiva pero dispar. Destaca el rendimiento de las plataformas online para este tipo de productos, ya que tanto su evolución como cuota de mercado para este producto está por encima del que tienen en la categoría, un 146 % y un 1,4 % respectivamente. Por otro lado, el hipermercado es el canal que menos ha crecido con una evolución del 2,5 % y que además tiene una cuota de mercado inferior al 10 % del total.

Finalmente hemos de prestar atención a la tienda descuento cuyo volumen de compras de calabacines supera en 2 puntos su volumen de ventas en hortalizas frescas y que además ha crecido un 36,6 %, el doble de lo que ha evolucionado en el total de la categoría (18,2 %).

### Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio por kilo de calabacín cerró en 1,53 € con un incremento del 11,5 % sobre el año anterior. El precio e incremento más alto los encontramos en el canal e-commerce con 1,70 € por kilo y una evolución del 20,8 %. La tienda descuento presenta el precio más bajo (1,39 €), un 9 % por debajo de la media. Además, es la plataforma que menos ha encarecido el precio de este producto, 4,6 % con respecto al año anterior.

### Demográficos

El consumidor intensivo de calabacín se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos ya sean medianos o mayores, así como parejas adultas sin hijos. El responsable de las compras tiene entre 50 y los 64 años y es de clase social alta y media alta.

El consumo per cápita de calabacín es de 4,55 kilos. Los adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes tienen un consumo por persona y año superior al de la media. Además este último grupo, a pesar de no ser una clientela intensiva, es el que más ha aumentado la compra de esta variedad de hortaliza fresca con respecto al año anterior (29,3 %).

Las CCAA que donde se realiza una compra intensiva de calabacines son: Canarias, la Comunidad Foral de Navarra y País Vasco, entre otras. Son Galicia, el Principado de Asturias y Cantabria las que registran un menor volumen de compras en relación a su peso poblacional. Esta última región no solo registra un nivel de compras inferior al correspondiente por su cuota demográfica, sino que además registra la mayor caída con respecto al año anterior habiendo reducido su compra de este tipo de hortalizas frescas en un 12,49 %. Finalmente, aquellos con el mayor consumo per cápita de estos productos frescos son los habitantes de la Comunidad Foral de Navarra, con una ingesta de 6,19 kilos por persona y año, una cantidad que supera en un 36 % la media nacional.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	4,5
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,9	5,8
MEDIA	30,7	33,5	4,7
MEDIA BAJA	26,5	25,8	4,5
BAJA	26,5	20,7	3,7
- 35 AÑOS	11,0	7,5	3,1
35 A 49 AÑOS	31,2	31,6	3,8
50 A 64 AÑOS	28,3	32,6	5,0
65 Y MAS AÑOS	29,5	28,3	6,0
CATALUÑA	16,4	17,3	5,1
ARAGÓN	2,9	3,2	5,1
ILLES BALEARS	2,5	2,3	4,7
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,1	4,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,0	4,4
ANDALUCÍA	17,4	16,3	3,9
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	15,6	5,1
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,5	3,5
EXTREMADURA	2,3	2,3	4,1
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,2	4,6
GALICIA	5,8	4,1	3,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,8	3,6
CANTABRIA	1,3	0,9	3,5
PAIS VASCO	4,9	5,6	5,5
LA RIOJA	0,7	0,6	4,0
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,8	6,2
CANARIAS	4,6	6,3	5,9
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,5	5,4
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	6,2	4,1
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	11,7	3,1
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	19,1	3,8
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	13,4	4,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,5	3,5
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	13,6	6,0
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,4	7,3
RETIRADOS	25,0	22,5	6,2

## 4.12.4. CEBOLLA

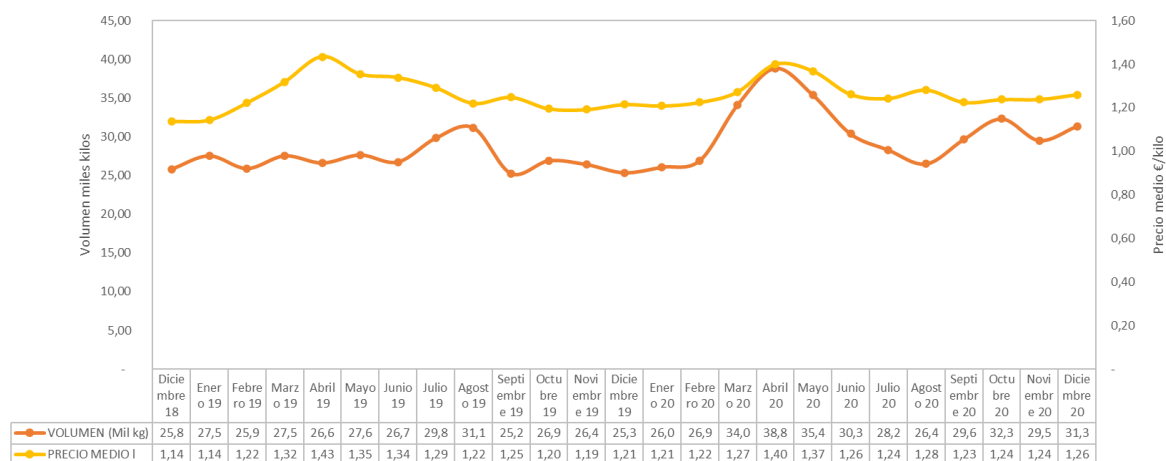
### Resultados totales

La evolución de la cebolla durante 2020 ha sido positiva registrando una intensificación en volumen del 13 % y en valor del 13,7 %. Esta diferencia se debe a que el precio medio de este producto se ha mantenido estable (1,27 € por kilo), con un ligero incremento del 0,7 %.

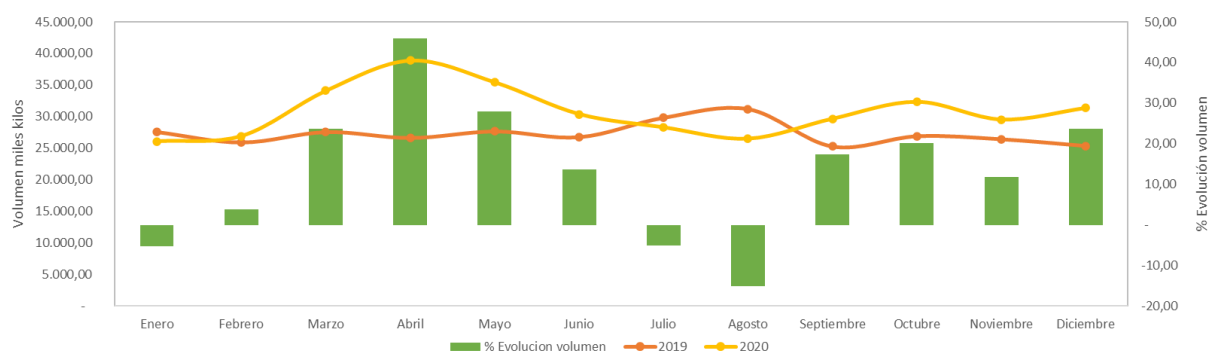
El consumo y gasto per cápita de este producto se sitúa en 7,99 kilogramos y 10,18 € por persona al año. Con respecto a 2019 el consumidor medio ha aumentado el volumen de su ingesta en un 12,7 % y ha dedicado un 13,5 % más de su presupuesto a la compra de este tipo de hortaliza.

	Consumo doméstico de Cebollas	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	369.388,65	13,0 %
Valor (miles €)	470.423,58	13,7 %
Consumo x cápita (kg)	7,99	12,7 %
Gasto x cápita (€)	10,18	13,5 %
Parte de mercado volumen (%)	1,16	0,02
Parte de mercado valor (%)	0,59	0,00
Precio medio (€/kg)	1,27	0,7 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



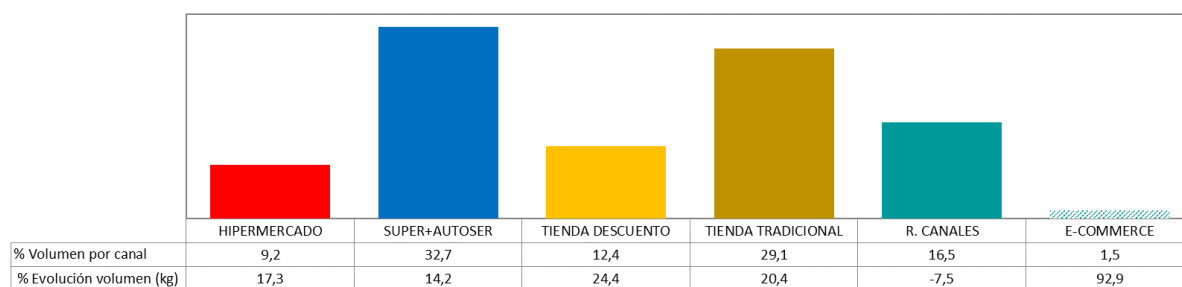
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La cebolla presenta una evolución a lo largo de 2020 estable, con un primer pico registrado al comienzo del confinamiento en marzo, cuando se compró un 23,7 % más que durante el mismo mes del año anterior, para llegar a su evolución más favorable en abril, logrando el 45,9 % de variación. Tal como vemos, el año 2020 rompe la inercia de producto atemporal de esta hortaliza, pues si en el año 2019 el pico de mayor consumo fue en agosto, en agosto de 2020 las compras de cebolla retroceden un 15 % y es de los meses con menor proporción de compras del año.

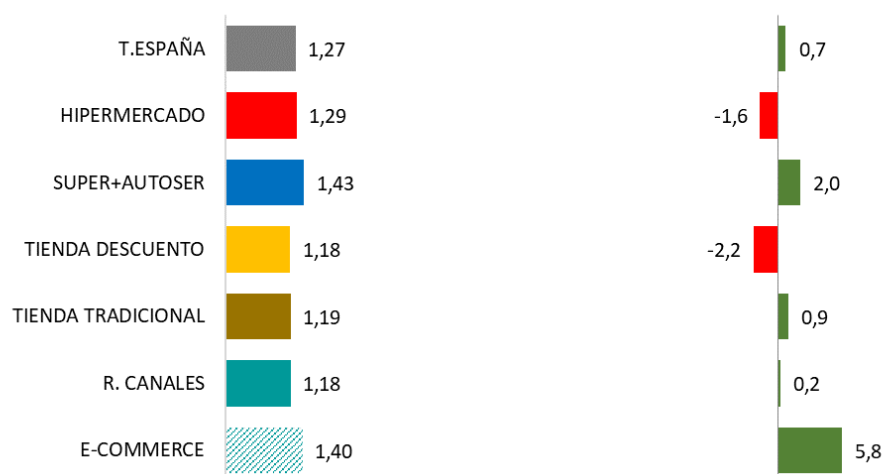
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



El canal dinámico concentra el 54,4 % de los kilos adquiridos. Dentro de estas plataformas predomina el supermercado y autoservicio donde se adquieren 1 de cada 3 kg de este tipo de hortalizas frescas. La tienda tradicional, con el 29,1 % de la cuota de mercado en volumen, es el segundo canal con mayor proporción de compras y es el tercer canal que más ha crecido (20,4 %) en 2020. Además, hemos de mencionar de nuevo el crecimiento del canal online (92,9 %) responsable del 1,5 % de los kilos vendidos (un 0,2 % más que en la categoría). El único canal que pierde cuota de mercado (7,5 %) son el resto de canales con un 16,5 % de las compras.

Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio por kilo de cebolla se mantiene estable a 1,27 €/kilo con respecto al ejercicio anterior y registra una subida del 0,7 %. Sin embargo, hay una evolución irregular entre las distintas plataformas de venta. Dentro del canal dinámico, el supermercado y autoservicio destaca por tener el precio más alto del mercado (1,43 € por kilo) y por ser el único que ha encarecido su precio un 2 %. El hipermercado y la tienda de descuento han rebajado sus precios un 1,6 % y 2,2 % respectivamente. Además, la tienda de descuento junto con resto de canales presenta el precio más asequible, un 7,3 % por debajo del precio medio. Las plataformas online quienes más aumentaron su precio medio con respecto a 2019 (5,8 %) manteniendo el precio medio por encima de la media del mercado.

Demográficos

El consumidor intensivo de cebolla es un hogar compuesto por parejas adultas o bien con hijos mayores y medianos o sin hijos, o bien retirados cuya persona responsable de hacer las compras tiene más de 50 años y pertenece a una clase social alta y media alta.

Hay que resaltar el perfil de los hogares retirados que, a pesar de ser algo menos intensivos consumen 5,05 kilos por persona al año más que la media. Entre los perfiles intensivos, son los mayores de 65 años los que tienen un consumo per cápita un 55 % por encima de la media.

Entre las CCAA destacamos la evolución de la Comunidad Foral de Navarra en la compra de cebollas, que en 2019 se posicionaba como una de las regiones más intensivas, pero que en 2020 ha caído un 16,14 % disminuyendo el volumen de su compra un 6,67 % por debajo de su cuota demográfica.

Las CCAA con un perfil más intensivo son las Islas Baleares, Cataluña y el País Vasco. Del lado contrario se sitúan Cantabria y Castilla la Mancha entre otras. La mayor ingesta por habitante la encontramos en las Islas Baleares, donde sus residentes consumen un 28,6 % más de esta hortaliza fresca que la media.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	8,0
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	18,4	9,5
MEDIA	30,7	30,7	7,6
MEDIA BAJA	26,5	26,4	8,1
BAJA	26,5	24,5	7,6
- 35 AÑOS	11,0	7,3	5,2
35 A 49 AÑOS	31,2	27,6	5,8
50 A 64 AÑOS	28,3	31,9	8,6
65 Y MAS AÑOS	29,5	33,2	12,4
CATALUÑA	16,4	18,5	9,6
ARAGÓN	2,9	3,1	8,8
ILLES BALEARS	2,5	2,9	10,3
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	11,0	8,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	2,9	7,5
ANDALUCÍA	17,4	16,9	7,1
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	12,3	7,1
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	3,2	5,5
EXTREMADURA	2,3	2,4	7,5
CASTILLA Y LEÓN	5,4	4,9	7,6
GALICIA	5,8	6,0	8,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,5	8,7
CANTABRIA	1,3	1,1	7,3
PAIS VASCO	4,9	5,4	9,3
LA RIOJA	0,7	0,7	7,7
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,3	8,0
CANARIAS	4,6	4,9	8,1
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,3	8,7
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	6,6	7,7
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,2	4,3
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	16,5	5,8
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	12,7	7,4
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,5	6,1
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,1	11,7
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	5,2	12,2
RETIRADOS	25,0	27,0	13,0



## 4.12.5. LECHUGA / ESCAROLA / ENDIVIA

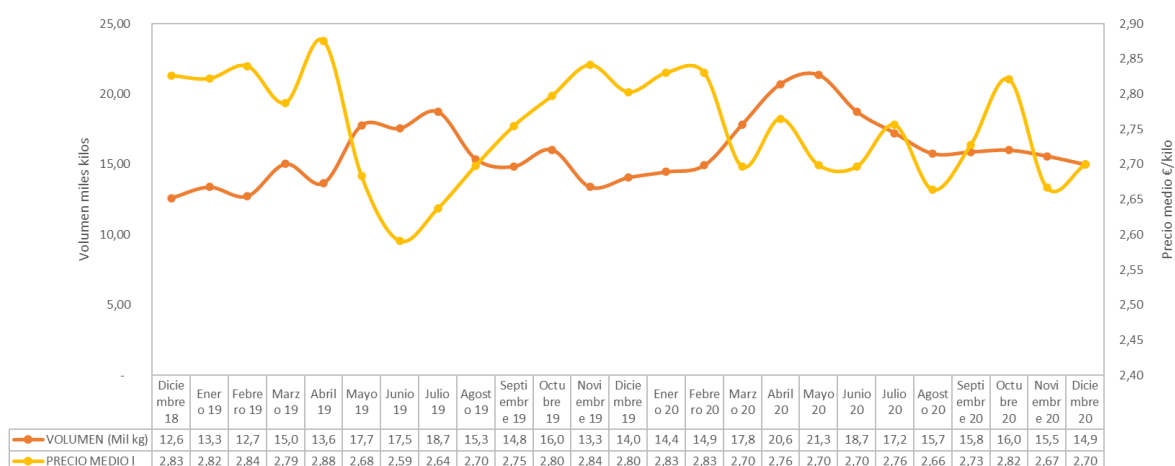
### Resultados totales

La lechuga, escarola y endivia cierra el año con una evolución positiva respecto al 2019 con un aumento de las compras del 11,4 % y un aumento de la facturación del 10,8 %. Sin embargo, el crecimiento es menor que en el total de la categoría (12,5 % y 16,4 % respectivamente). La evolución en valor se sitúa por debajo del volumen debido a una reducción en el precio medio del 0,6 % que cierra a 2,74 €/kg.

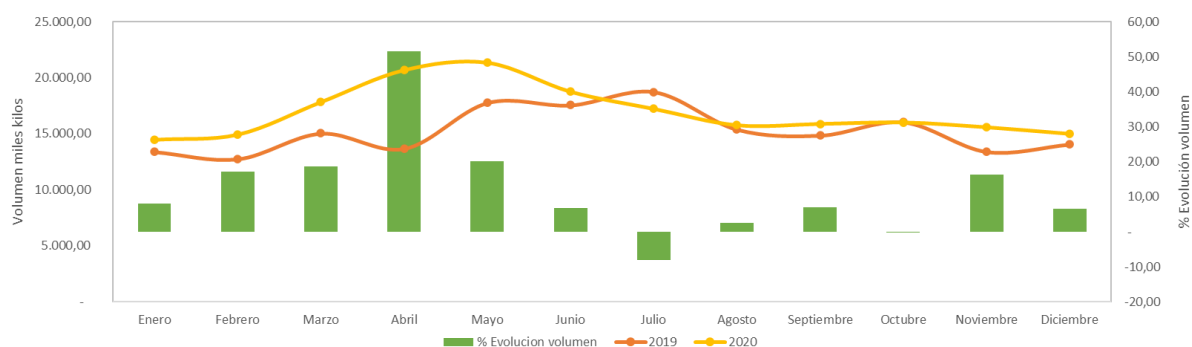
El consumo per cápita durante el periodo estudiado fue de 4,40 kilogramos, cantidad superior a la ingerida en 2019 en un 11,2 %, equivalente a 0,44 kilogramos más por persona y año; mientras que el gasto per cápita realizado durante el mismo periodo fue de 12,04 €, equivalente a gastar en 2020 un 10,5 % (es decir, 1,15 € más por persona).

	Consumo doméstico de Lechuga/Esc./Endivia	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	203.464,62	11,4 %
Valor (miles €)	556.621,39	10,8 %
Consumo x cápita (kg)	4,40	11,2 %
Gasto x cápita (€)	12,04	10,5 %
Parte de mercado volumen (%)	0,64	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,70	-0,02
Precio medio (€/kg)	2,74	-0,6 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



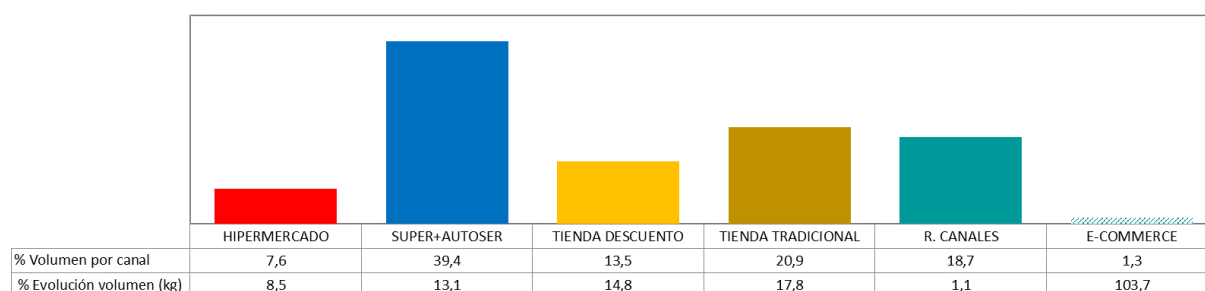
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



Durante 2020 la compra de este tipo de hortalizas no sigue el patrón del año anterior con el aumento más pronunciado durante el mes de abril cuando se consumieron un 51,42 % más de lechugas, escarolas y endivias que el año anterior. Durante este periodo el único mes que perdió cuota de mercado fue el mes de julio cuando el volumen cayó un 8,05 %.

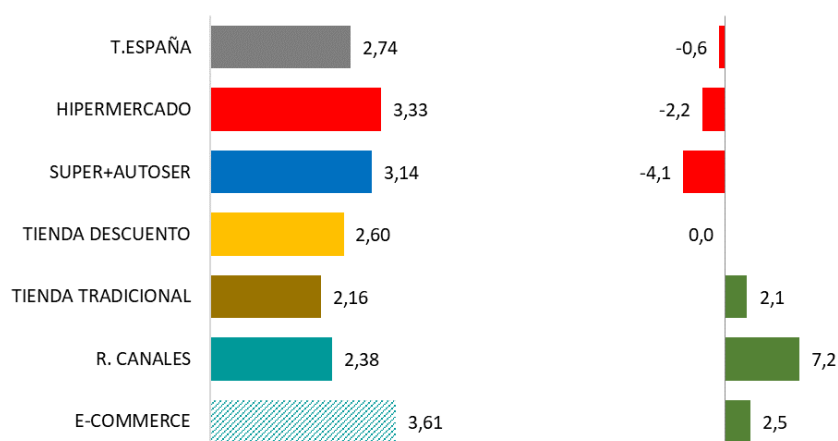
**Canales**

**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)**



Los supermercados y autoservicios concentraron la mayor parte de las ventas durante el 2020 (39,4 %) superando en casi 20 puntos a la de la tienda tradicional, el segundo canal con mayor porcentaje de ventas (20,9 %). De nuevo, destacan las plataformas online con un crecimiento del 103,7 % mientras que en el otro extremo encontramos al resto de canales que solo crece un 1,1 %.

Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



El precio de estos productos frescos es de 2,74 €/kilo, un 0,6 % menos que en 2019. Esta caída está ocurre como consecuencia de los cambios en el canal dinámico, donde encontramos el mayor decrecimiento con un 4,1 % en supermercados y autoservicio. Canal que mantiene el precio medio por encima del promedio nacional (14,9 % superior). La tienda tradicional es quien registra el precio medio más competitivo del mercado (2,16 €/kilo) a pesar de encarecerlo un 2,1 % a cierre de año 2020.

Demográficos

El perfil intensivo de compra de lechugas, escarola y endivias lo conforman hogares integrados por parejas con hijos mayores o sin hijos, además de retirados. Estos hogares son de clase socioeconómica alta y media alta o media baja y en ellos la persona encargada de hacer la compra supera los 50 años de edad, siendo los mayores de 65 años, un 7 % más intensivos que el grupo de 50 a 64 años.

El grupo que mayor consumo per cápita presenta, sin embargo, son los adultos independientes que con una ingesta 3,50 kilos por persona y año superior a la media (4,40 kg/persona).

Entre las CCAA más intensivas cabe destacar el consumo de la Comunidad Foral de Navarra , La Rioja, Aragón o Cataluña, al contrario que en Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha o La Comunidad de Madrid, donde no superan el volumen comprado a lo que cabría esperar en base a su peso poblacional.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	4,4
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	17,9	5,1
MEDIA	30,7	30,6	4,2
MEDIA BAJA	26,5	27,6	4,7
BAJA	26,5	23,9	4,1
- 35 AÑOS	11,0	6,2	2,5
35 A 49 AÑOS	31,2	26,1	3,0
50 A 64 AÑOS	28,3	32,2	4,8
65 Y MAS AÑOS	29,5	35,5	7,3
CATALUÑA	16,4	19,5	5,6
ARAGÓN	2,9	4,4	6,9
ILLES BALEARS	2,5	2,6	5,1
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	10,5	4,3
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,1	4,5
ANDALUCÍA	17,4	16,6	3,9
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	10,5	3,3
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	2,8	2,7
EXTREMADURA	2,3	2,3	4,0
CASTILLA Y LEÓN	5,4	5,5	4,7
GALICIA	5,8	6,9	5,2
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,1	4,0
CANTABRIA	1,3	0,9	3,2
PAIS VASCO	4,9	5,9	5,6
LA RIOJA	0,7	1,0	6,0
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	2,5	8,5
CANARIAS	4,6	3,0	2,7
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	2,4	4,8
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	5,9	3,8
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	8,1	2,1
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,8	3,1
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	12,3	4,0
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	5,3	3,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	15,2	6,5
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,1	7,9
RETIRADOS	25,0	29,0	7,7

## 4.12.6. SETAS

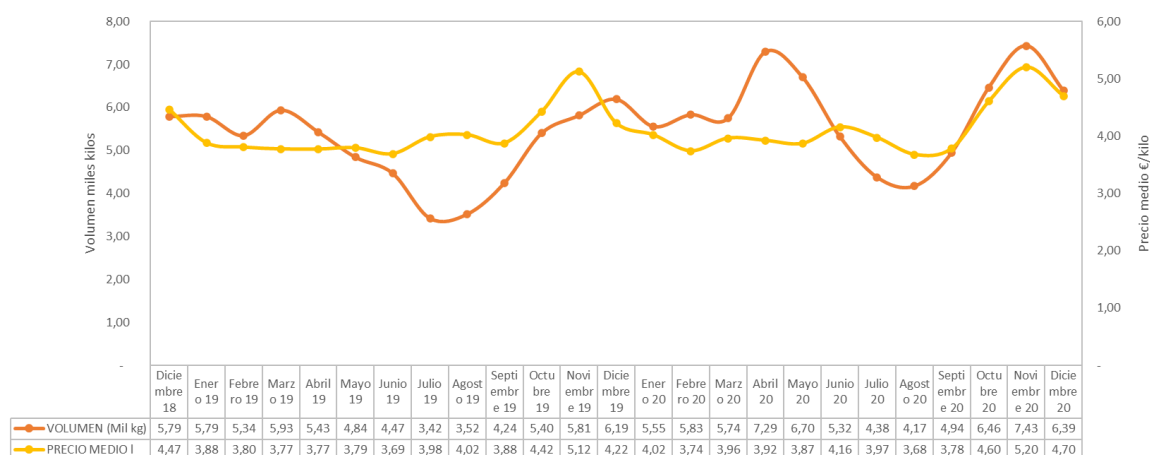
### Resultados totales

La compra de setas durante 2020 se ha intensificado por encima del total de hortalizas frescas. Presentan un aumento en volumen del 16,3 % con respecto al 2019 y un aumento en valor del 20 % favorecido por el encarecimiento de este producto que a cierre de año tiene un precio medio de 4,18 € por kilo, un 3,2 % más que el año anterior.

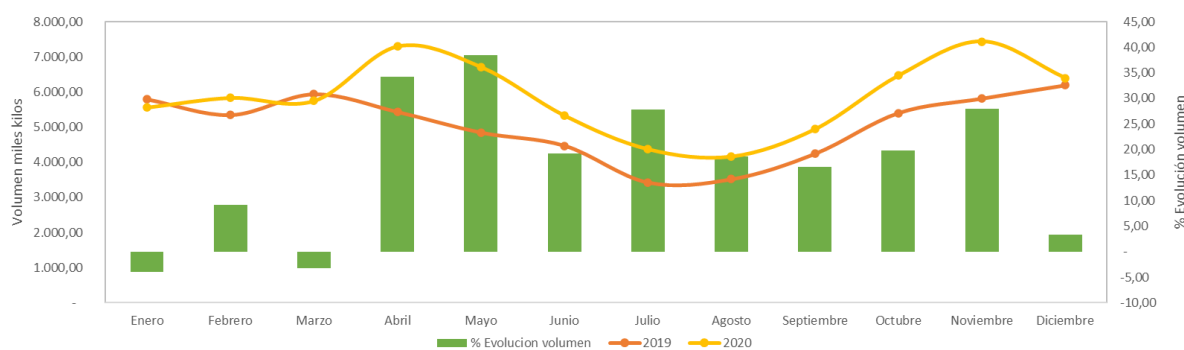
De media los residentes en España han consumido 1,52 kilos y han gastado 6,35 € durante el periodo estudiado, un 16 % y un 19,7 % más que el año anterior.

	Consumo doméstico de Champiñones+O.Setas	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	70.221,64	16,3 %
Valor (miles €)	293.354,49	20,0 %
Consumo x cápita (kg)	1,52	16,0 %
Gasto x cápita (€)	6,35	19,7 %
Parte de mercado volumen (%)	0,22	0,01
Parte de mercado valor (%)	0,37	0,02
Precio medio (€/kg)	4,18	3,2 %

### Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



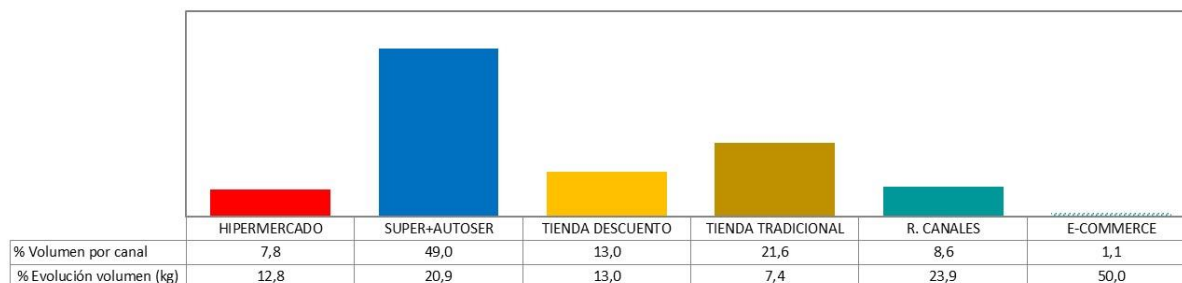
**Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución**



Después de un comienzo de año con niveles de compra similares a los de 2019, el consumo de esta categoría durante 2020 ha presentado una evolución muy positiva entre los meses de abril y noviembre. Destaca el mes de mayo cuando se llegó a consumir un 38,41 % más que el mismo mes del periodo anterior. Al mismo tiempo, vemos que 2020, restando la excepcionalidad del confinamiento y el incremento en consumo durante los meses de abril y mayo, ha seguido la misma tendencia de 2019 con una reducción del consumo durante los meses de verano para repuntar durante los meses de otoño.

**Canales**

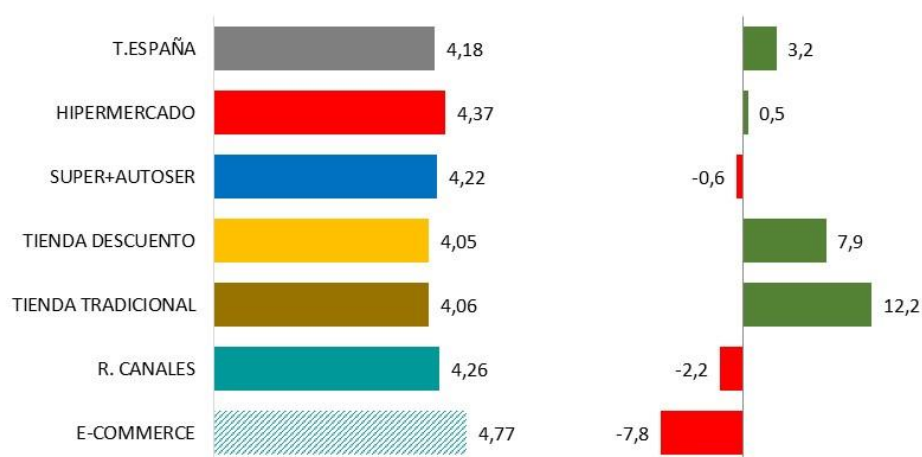
**% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)**



La superficie preferida de los hogares españoles para comprar setas y champiñones son los supermercados y autoservicios donde se adquieren prácticamente 1 de cada 2 kilos (49,0 %) canal que aumenta su demanda un 20,9 % en comparación con el año anterior.

La tienda tradicional es el canal responsable de la compra del 21,6 % de los kilos de este producto, pero también ha sido la plataforma con el menor crecimiento (7,4 %), muy por debajo de su evolución en el total de hortalizas frescas (16,2 %). Siguiendo la tendencia contraria encontramos al resto de los canales que, con una cuota de mercado del 8,6 % ha sido el segundo canal que más ha intensificado sus compras con respecto al año anterior (23,9 %). Su crecimiento en la compra de setas está 20,8 puntos por encima de su evolución en la categoría.

Precio medio (€/kg) por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio de setas cierra el año a 4,18 €/kilo, un 3,2 % superior al registrado en 2019. La mayor subida de precio la encontramos en la tienda tradicional que encarece el precio medio de este producto en un 12,2 %, aunque mantiene un precio por debajo de la media (4,06 € por kilo). Por otro lado, las plataformas online, mientras que mantienen el precio medio más alto, son las que han experimentado la mayor caída con respecto al ejercicio anterior (7,8 %). El supermercado y autoservicio, donde se realizan el 49 % de las compras, mantiene un precio estable, reduciéndolo en un 0,6 %.

Demográficos

El tipo de hogar intensivo en la compra de champiñones y otras setas se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores o medianos y por parejas adultas sin hijos, de clase acomodada, especialmente de clase media, alta y media alta, y donde el responsable de la compra tiene ente 50 y 64 años.

El consumo per cápita de este producto fresco es de 1,52 kilos por persona al año. Media que superan los jóvenes independientes en mayor medida, con una ingesta de 3 kg por persona al año, prácticamente el doble de la media nacional. El otro grupo que destaca en este aspecto son los adultos independientes que consumen un 80,85 % más que la media. No obstante, por encima del promedio, también se encuentran individuos como parejas jóvenes sin hijos, parejas adultas sin hijos o retirados.

Las CCAA que se perfilan como más intensivas en la compra de estos productos son La Rioja, Baleares y Aragón entre otras. Dentro de este grupo es crucial evaluar el aumento de La Rioja cuyo volumen de compras supera en un 118 % su peso poblacional y que presenta un crecimiento de un 129 % en volumen con respecto al año anterior. Son también los riojanos los que mayor consumo per cápita realiza de estos productos (3,26 kg por persona al año), un 114 % más que la media española. Finalmente, las CCAA menos intensivas en la compra de setas frescas son Galicia, el Principado de Asturias, Castilla y León y Extremadura entre otras.

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	1,5
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,1	1,9
MEDIA	30,7	33,0	1,6
MEDIA BAJA	26,5	26,6	1,6
BAJA	26,5	21,3	1,3
- 35 AÑOS	11,0	10,0	1,4
35 A 49 AÑOS	31,2	29,1	1,2
50 A 64 AÑOS	28,3	34,2	1,8
65 Y MAS AÑOS	29,5	26,8	1,9
CATALUÑA	16,4	17,7	1,8
ARAGÓN	2,9	3,7	2,0
ILLES BALEARS	2,5	3,7	2,5
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	13,0	1,9
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,0	1,5
ANDALUCÍA	17,4	15,8	1,3
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,4	1,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,1	1,4
EXTREMADURA	2,3	2,0	1,2
CASTILLA Y LEÓN	5,4	4,3	1,3
GALICIA	5,8	3,9	1,0
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,9	1,2
CANTABRIA	1,3	1,1	1,4
PAIS VASCO	4,9	5,8	1,9
LA RIOJA	0,7	1,5	3,3
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,4	1,6
CANARIAS	4,6	3,7	1,2
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	4,2	3,0
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	8,3	8,9	2,0
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,9	0,9
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,6	1,0
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,4	13,4	1,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	6,4	1,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	13,6	2,0
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,1	2,7
RETIRADOS	25,0	21,9	2,0



## 4.12.7. HORTALIZAS DE IV GAMA

### Resultados totales

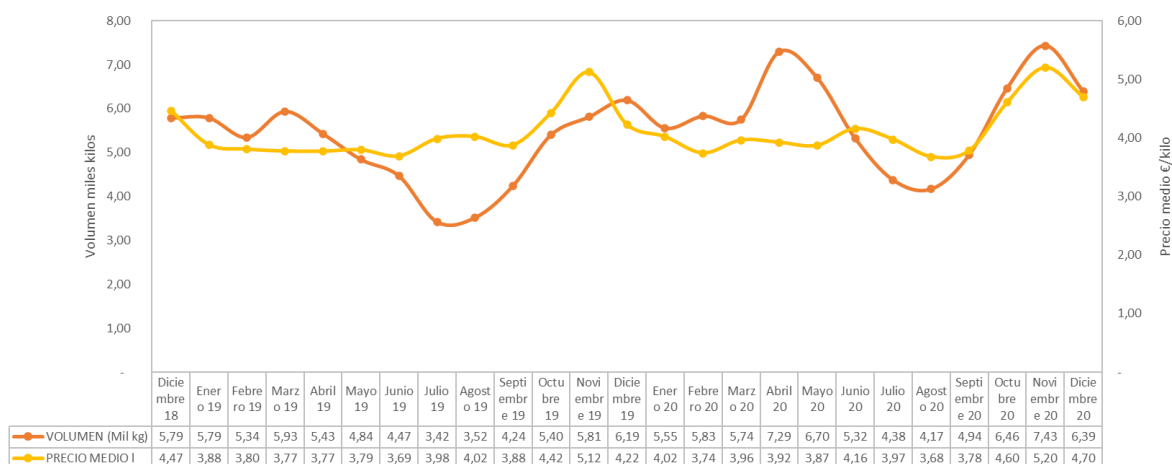
La compra de verdura y hortaliza IV gama crece un 1,7 % a cierre de año 2020. En valor, este tipo de productos crecen con respecto al año 2019 un 4,3 % a consecuencia del aumento que se produce en el precio medio (2,5 %), lo que le lleva a cerrar en 2,70 €/kilo.

Esta categoría de alimentación representó un 1,05 % del presupuesto total destinado a la compra de alimentación de los hogares, su correspondencia en volumen alcanza casi el 1 %.

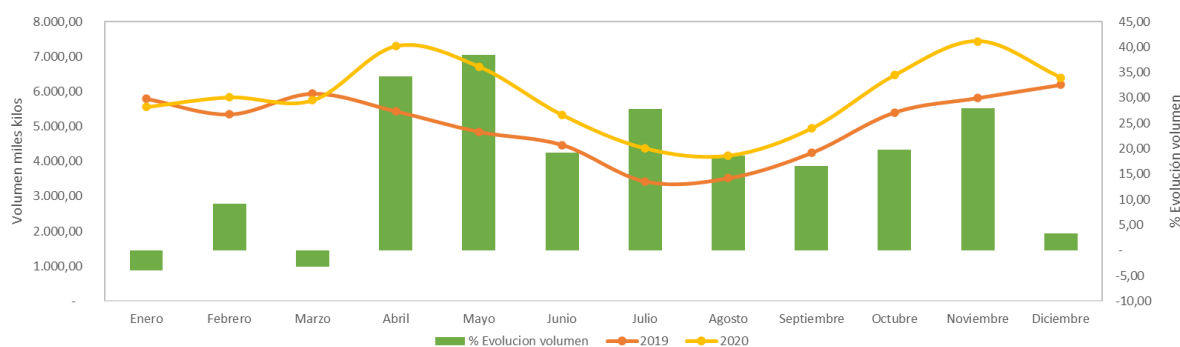
El consumo per cápita de hortalizas y verduras de IV gama se sitúa en 6,66 kilogramos por persona y año, una cantidad un 1,5 % superior a la ingerida en el periodo anterior, mientras que el gasto invertido por persona en el año 2020 asciende a 17,95 €, superior en un 4,0 % a lo invertido en el año anterior, el equivalente a gastar 0,69 € más por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Verd./Hort. Iv Gama	% Variación 2020 vs. 2019
Volumen (miles kg)	307.779,62	1,7 %
Valor (miles €)	829.830,99	4,3 %
Consumo x cápita (kg)	6,66	1,5 %
Gasto x cápita (€)	17,95	4,0 %
Parte de mercado volumen (%)	0,97	-0,09
Parte de mercado valor (%)	1,05	-0,10
Precio medio (€/kg)	2,70	2,5 %

### Evolución mensual de total compras (mill kg) y precio medio (€/kg)



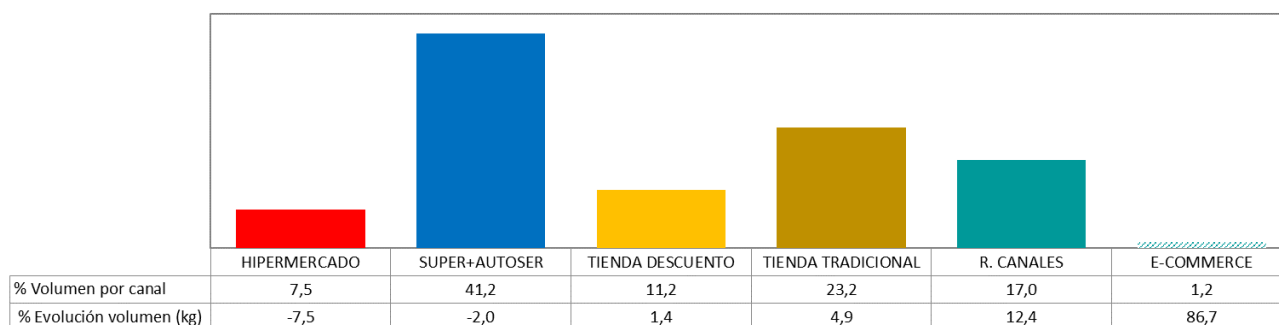
Comportamiento durante la pandemia de total compras (miles kg) y su % de evolución



La compra de este tipo de producto fresco se incrementa durante gran parte del año 2020, siendo el pico más alto con respecto al mismo mes del año 2019, el producido durante mayo, con una variación del 38,4 %. Este tipo de producto, es más bien estacional y salvando el incremento de abril, mayo y el producido en octubre y noviembre, mantiene las mismas proporciones con respecto a 2019. De hecho, el primer trimestre del año, la categoría se mantiene en negativo durante enero y marzo.

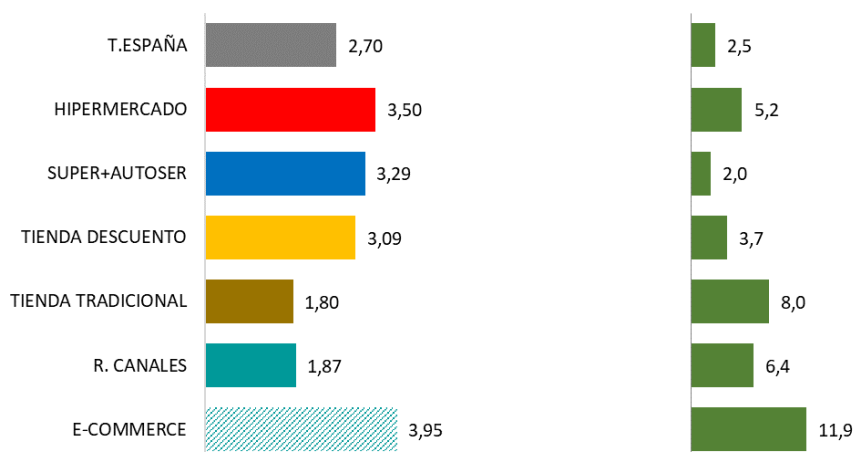
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



El canal favorito para la compra de estos productos frescos son supermercados y autoservicios con una participación del mercado del 41,2 %, sin embargo, a cierre de año 2020 pierde participación con un retroceso del 2,0 % con respecto a 2019. El segundo canal, con mayor concentración es la tienda tradicional, acumula más de 1 de cada 5 kilos y crece un 5 % a cierre de año. Por su parte, aumento significativo por parte de canales con menor cuota como es el comercio electrónico (1,2 % de las ventas) y crecimiento que supera el 85 %.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2020 vs. 2019)



El precio medio pagado por kilo de hortalizas y verduras de IV gama a total España durante el año 2020 fue de 2,70 €/kg, implicando un incremento del 2,5 % respecto a los doce meses previos. Todas las plataformas de distribución trasladan este incremento de precio, siendo especialmente destacado por parte de e-commerce e hipermercado; canales que además mantienen el precio medio menos competitivo. El canal más accesible lo encontramos en la tienda tradicional, pese a que registra un aumento del precio medio del 8,0 % a cierre de año.

1. Demográficos

El perfil intensivo en la compra de hortalizas y verduras de IV gama son hogares formados por, así como parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores. Son hogares cuyo responsable de las compras tiene una edad entre 50 y 64 años y es normalmente de clase media, o alta y media alta. El consumo per cápita a cierre de año 2020 se cierra en 1,52 kilos por persona y año, superan esta cantidad individuos que habitan en hogares como jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, adultos independientes o retirados.

Las CCAA intensivas en compra de hortalizas de IV gama son La Rioja, País Vasco, Baleares o Aragón entre otras. Por su parte, las que menos compra realizan con relación a su peso poblacional son Galicia, el Principado de Asturias o Castilla y León. Son los individuos residentes en La Rioja, quienes realizan la mayor ingesta per cápita de toda la península, con una cantidad que duplica la media nacional (3,26 kilos por persona y periodo de estudio).

## HORTALIZAS FRESCAS

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	1,5
ALTA Y MEDIA ALTA	16,3	19,1	1,9
MEDIA	30,7	33,0	1,6
MEDIA BAJA	26,5	26,6	1,6
BAJA	26,5	21,3	1,3
- 35 AÑOS	11,0	10,0	1,4
35 A 49 AÑOS	31,2	29,1	1,2
50 A 64 AÑOS	28,3	34,2	1,8
65 Y MAS AÑOS	29,5	26,8	1,9
CATALUÑA	16,4	17,7	1,8
ARAGÓN	2,9	3,7	2,0
ILLES BALEARS	2,5	3,7	2,5
COMUNITAT VALENCIANA	10,8	13,0	1,9
REGIÓN DE MURCIA	2,9	3,0	1,5
ANDALUCÍA	17,4	15,8	1,3
COMUNIDAD DE MADRID	14,1	13,4	1,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,2	4,1	1,4
EXTREMADURA	2,3	2,0	1,2
CASTILLA Y LEÓN	5,4	4,3	1,3
GALICIA	5,8	3,9	1,0
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,9	1,2
CANTABRIA	1,3	1,1	1,4
PAIS VASCO	4,9	5,8	1,9
LA RIOJA	0,7	1,5	3,3
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,4	1,6
CANARIAS	4,6	3,7	1,2
JOVENES INDEPENDIENTES	5,3	4,2	3,0
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	8,3	8,9	2,0
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	11,4	9,9	0,9
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,4	15,6	1,0
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,4	13,4	1,5
HOGARES MONOPARENTALES	6,3	6,4	1,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,5	13,6	2,0
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,3	6,1	2,7
RETIRADOS	25,0	21,9	2,0