

ESPAÑA. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE HORTALIZAS Y FRUTAS EN EL HOGAR POR AÑOS

	Millones de kilos											Millones de euros										
	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2019*	2020*	% 20*/19*	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2019*	2020*	% 20*/19*
TOTAL	8.717	8.659	8.416	8.065	7.996	7.711	7.684	7.741	1.838	1.960	6,6	11.433	11.896	10.932	11.047	11.408	11.327	11.788	12.232	2.912	3.257	11,8
PATATAS FRESCAS	1.066	1.053	1.027	978	991	967	937	922	229	254	10,9	668	842	649	659	759	703	725	826	194	229	18,3
T. HORTALIZAS FRESCAS	2.871	2.892	2.795	2.663	2.636	2.528	2.604	2.626	648	699	8,0	4.550	4.583	4.371	4.415	4.454	4.483	4.679	4.934	1.222	1.351	10,5
TOMATES	684	681	641	624	625	586	605	613	123	134	9,1	938	909	880	913	910	936	968	1.037	216	239	10,9
CEBOLLAS	345	352	340	328	324	319	325	327	81	87	7,5	331	360	339	334	344	330	357	414	100	108	8,3
LECHUGA/ESC/ENDIBIA	216	214	201	203	173	164	155	183	41	47	14,7	419	418	401	479	449	444	439	502	116	131	13,3
PIMIENTOS	232	234	230	210	216	212	225	222	49	54	11,5	371	389	358	366	396	397	413	431	95	107	12,5
JUDIAS VERDES	104	114	111	106	97	87	84	81	16	20	24,9	302	297	281	283	272	255	256	262	55	66	18,7
COLES	91	90	83	81	69	70	62	68	21	24	15,5	91	94	83	85	72	77	68	79	25	28	9,6
OTRAS HORTALIZAS	1.199	1.208	1.191	1.112	1.131	1.091	1.147	1.133	318	334	4,9	2.097	2.116	2.029	1.955	2.011	2.044	2.178	2.208	615	672	9,2
T. FRUTAS FRESCAS	4.781	4.714	4.593	4.424	4.369	4.216	4.143	4.193	962	1.007	4,7	6.214	6.471	5.913	5.973	6.195	6.141	6.383	6.472	1.496	1.677	12,1
NARANJAS	922	968	917	916	860	813	780	750	274	277	1,0	816	865	737	824	832	799	787	716	237	271	14,3
MANDARINAS	318	295	295	287	275	256	260	269	115	116	1,2	375	367	361	368	359	361	377	387	156	199	27,8
LIMONES	104	103	104	109	106	116	109	106	24	27	12,4	142	154	155	173	198	191	194	165	35	44	24,0
PLÁTANOS	525	527	514	504	533	528	538	567	153	169	10,6	753	782	735	733	766	789	853	909	253	266	5,2
MANZANAS	534	497	499	503	477	449	432	439	128	140	9,3	672	730	635	649	641	620	673	638	183	206	12,9
PERAS	308	266	279	245	239	232	229	216	61	65	6,1	390	414	362	345	344	348	353	332	90	104	15,9
MELOCOTONES	204	190	179	166	167	158	141	138	0	1	68,3	307	308	255	257	273	247	239	238	1	1	84,8
ALBARICOQUE	42	45	40	40	42	42	41	40	1	0	-33,5	82	92	83	81	90	77	82	78	1	1	-12,7
FRESA	130	138	133	110	129	117	121	136	62	59	-4,5	322	318	277	274	311	302	333	362	187	181	-3,4
MELON	422	414	388	349	370	328	349	359	16	19	17,8	388	392	340	328	365	328	362	318	26	33	27,2
SANDÍA	401	402	379	386	381	383	358	373	3	3	-18,5	298	299	267	283	299	285	286	312	5	4	-22,6
CIRUELA	81	65	77	63	55	57	52	61	3	3	30,9	128	123	116	109	100	104	103	106	7	9	37,5
CEREZA	60	70	77	53	49	58	62	49	0	0	40,4	179	207	210	168	173	180	193	190	2	2	16,5
UVA	103	108	101	107	90	91	87	88	12	12	2,3	203	214	216	228	207	222	218	233	40	44	10,8
KIWI	157	157	138	136	148	130	128	124	35	39	12,1	339	354	349	342	352	365	372	369	93	109	16,9
OTRAS FRUTAS	469	467	473	450	448	459	457	476	76	78	1,8	818	850	814	810	886	922	959	1.117	181	203	12,0

* ENERO-MARZO

METODOLOGÍA del Panel de Consumo Alimentario

El panel de consumo Alimentario se está desarrollando en el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino desde el año 1987 y su objetivo principal es el conocimiento de la demanda directa de alimentos en España, distinguiendo entre el consumo en hogares, en hostelería/restauración e instituciones, para lo que se aplica la siguiente Metodología:

HOGARES:

Universo: Todos los hogares de la península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla:

2013-2014: (18.138.485 en 2013 y 18.054.437 en 2014). Muestra: 12.000 hogares

2012-2013: (17.323.687 en 2012 y 17.423.868 en 2013). Muestra: 12.000 hogares

2011-2012: (17.154.090 en 2011 y 17.323.687 en 2012). Muestra: 12.000 hogares

2010-2011: (17.070.198 en 2010 y 17.154.090 en 2011). Muestra: 12.000 hogares

2009-2010: (17.020.860 en 2009 y 17.070.198 en 2010). Muestra: 12.000 hogares

2008-2009: (17.020.860 en 2009 y 16.710.190 en 2008). Muestra: 8.000 hogares

2007-2008: (16.710.190 en 2008 y 16.340.910 en 2007). Muestra: 8.000 hogares

2005-2006: (15.932.580 en 2006 y 15.460.000 en 2005). Muestra: 8.000 hogares

Muestra: Hogares que apuntan diariamente sus compras con un lector óptico. La elección de esta muestra es al azar con un método bietápico. En la primera etapa se seleccionan los puntos de sondeo en función del tamaño de las poblaciones para cada una de las regiones. En la segunda, se selecciona los colaboradores en cada uno de los puntos elegidos.