

#alimentosdespaña

INFORME DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2023



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



INFORME DEL CONSUMO DE ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023

#alimentosdespaña



Madrid, 2024

4.9 FRUTAS FRESCAS

Resultados totales del consumo de frutas

Los hogares españoles reducen un 1,6 % el volumen comprado de fruta fresca con respecto al año anterior. En valor, se produce un incremento en positivo con una variación del 3,7 % en la facturación. La diferencia entre el volumen comprado y el gasto realizado viene determinada por el precio medio, que aumenta un 5,3 % a cierre de año 2023, cerrando en 2,04 €/kilo.

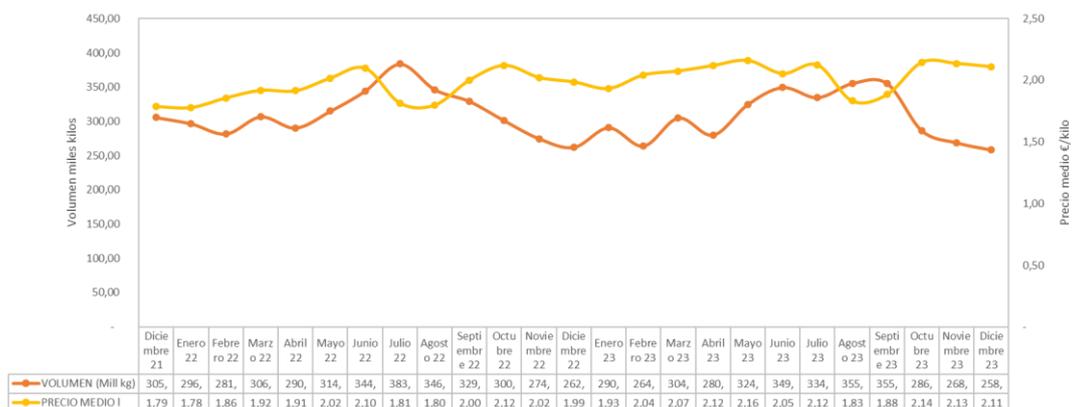
Los hogares destinan el 9,27 % del presupuesto medio destinado al consumo de productos de alimentación y bebidas a la compra de fruta fresca, lo que supone un gasto per cápita de 160,50 € por persona, una cantidad un 2,5 % superior con respecto a 2022.

El consumo medio realizado por persona y año de fruta fresca cierra en 78,51 kilogramos, en términos evolutivos, es una cantidad inferior en un 2,7 %, lo que supone un consumo de 2,16 kg menos por persona que en el año anterior.

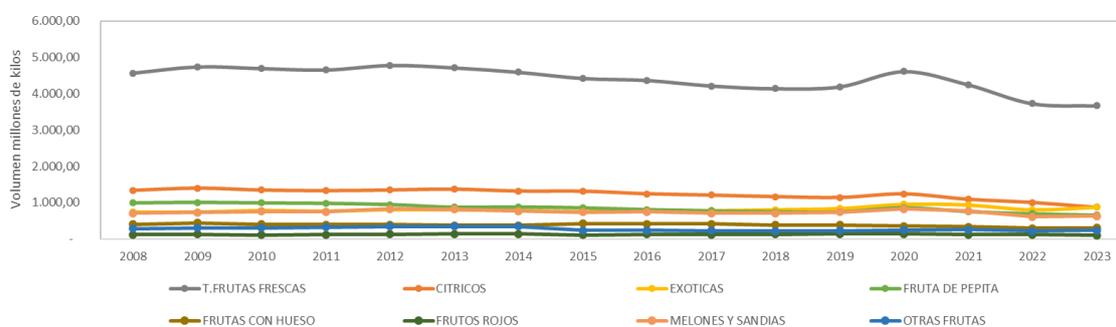
Con respecto a 2019, el consumo de fruta fresca en el hogar es también menor (12,4 %). En valor, se produce un aumento a doble dígito (16,0 %), debido al impacto que tiene el fuerte aumento que se produce en el precio medio y que alcanza un 32,4 % de variación, lo que equivale a pagar 0,50 € más por kilo de fruta fresca que en comparación con 2019.

	Consumo doméstico de T.FRUTAS FRESCAS	% Variación 2023 vs. 2022	% Variación 2023 vs. 2019
Volumen (miles kg)	3.672.776,57	-1,6 %	-12,4 %
Valor (miles €)	7.508.674,39	3,7 %	16,0 %
Consumo x cápita (kg)	78,51	-2,7 %	-13,6 %
Gasto x cápita (€)	160,50	2,5 %	14,4 %
Parte de mercado volumen (%)	13,67	-0,01	-0,07
Parte de mercado valor (%)	9,27	-0,05	0,00
Precio medio (€/kg)	2,04	5,3 %	32,4 %

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



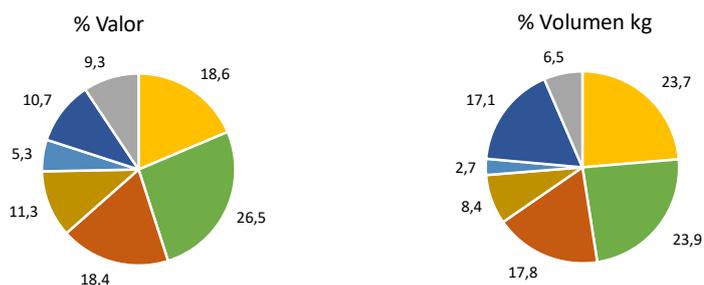
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



Salvando la excepcionalidad del año 2020, donde la situación de pandemia impulsó la demanda de fruta fresca, desde el año 2008 la tendencia para la categoría de frutas en España es decreciente para la mayoría de los tipos de frutas, tal y como puede observarse en el gráfico superior. En particular, si medimos el impacto a largo plazo (desde el año 2008), este mercado presenta una contracción del 19,6 % en el volumen de compras.

El segmento de frutas que más ha caído desde el año 2008 es el de cítricos y el de frutas de pepita, ambos presentan una variación que superan el 33,0 % en términos negativos. En contraposición, el único segmento que crece con respecto a 2008 es el formado por frutas exóticas, que consiguen incorporar un 17,8 % más de volumen en los hogares españoles, equivalente a 132,74 millones de kilogramos.

Importancia de los tipos de fruta fresca



% Evolución 2023 vs 2022	Valor	Volumen
T.FRUTAS FRESCAS	3,7 %	-1,6 %
CITRICOS	1,1 %	-13,4 %
EXOTICAS	4,3 %	8,8 %
FRUTA DE PEPITA	4,7 %	-5,5 %
FRUTAS CON HUESO	2,2 %	4,2 %
FRUTOS ROJOS	-2,7 %	-10,4 %
MELONES Y SANDIAS	4,2 %	3,0 %
OTRAS FRUTAS	10,8 %	11,6 %

El segmento de fruta fresca a cierre de año 2023 queda estructurado de la siguiente manera, si tenemos en cuenta cuales son los tipos de frutas por los diferentes agrupados y su distribución en volumen y valor.

Las frutas exóticas (plátano, kiwi, aguacate, piña y chirimoya) son los tipos de fruta fresca que más se compran, englobando casi un cuarto del volumen del mercado (23,9 %) y siendo responsable de más de 1 de cada 4 € de la categoría (26,5 %). Su evolución con respecto al año anterior, tanto en volumen como en valor, en contra de lo que sucede en el sector, es positiva con aumentos del 8,8 % en volumen y 4,3 % en valor.

El segundo tipo de fruta con más relevancia en volumen por parte de los hogares son los cítricos (naranja, limón, mandarina y pomelo) con el 23,7 % del total de los kilos de fruta comprados, si bien, en facturación, este segmento tiene una proporción inferior (18,6 %). La caída en volumen para este tipo de frutas es la más acentuada de la categoría con una variación negativa del 13,4 %. Sin embargo, el valor de este tipo de frutas frescas cierra en positivo, con un incremento del 1,1 %.

En tercer lugar, se posicionan las frutas de pepita (uvas, manzanas y peras) cuyo peso en volumen y valor es algo inferior a un 20 %, exactamente 17,8 % en volumen y 18,4 % en valor. Tampoco consiguen crecer en volumen a cierre de año 2023, presentando una variación negativa del 5,5 %, si bien, cierran con una facturación un 4,7 % superior con respecto a 2022.

La compra de melón y sandía en 2023 cierra en positivo, con un incremento del 3,0 %, representando así un 17,1 % del volumen comprado de frutas frescas. Así mismo, la facturación de este tipo de frutas cierra con un incremento del 4,2 %, si bien, su peso en valor es inferior al registrado en volumen (10,7 %).

Por su parte, el 8,4 % del volumen comprado de frutas corresponde a las variedades con hueso, que evolucionan en positivo, tanto en volumen como en valor (4,2 % y 2,2 %, respectivamente),

FRUTA FRESCA

mientras que el 2,7 % del volumen corresponde a los frutos rojos, que en ambos casos evolucionan en negativo (10,4 % en volumen y 2,7 % en valor).

Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca

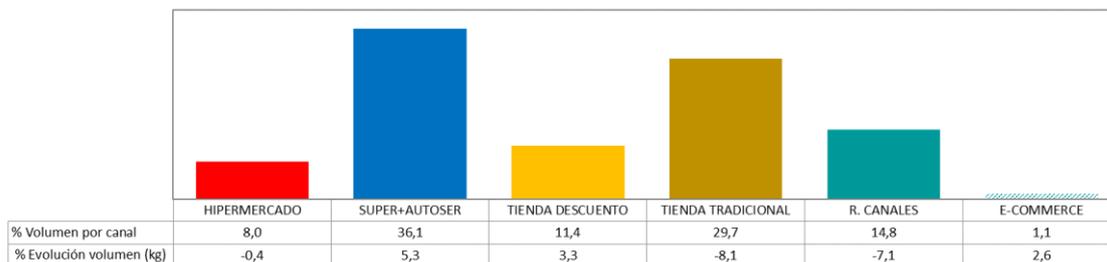
	Consumo per cápita (kg)	
	2022	2023
T.FRUTAS FRESCAS	80,67	78,51
CITRICOS	21,71	18,58
EXOTICAS	17,42	18,74
FRUTA DE PEPITA	14,96	13,97
FRUTAS CON HUESO	6,38	6,57
FRUTOS ROJOS	2,40	2,13
MELONES Y SANDIAS	13,20	13,44
OTRAS FRUTAS	4,59	5,06

El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2023 se sitúa en 78,51 kilogramos por persona, una cantidad que se reduce un 2,7 % a la consumida durante el ejercicio anterior, el equivalente a consumir 2,16 kg menos por persona y periodo de estudio.

Hay que destacar que los tipos de fruta más consumida se corresponden con cítricos y frutas exóticas, cuya ingesta cierra con 18,58 y 18,74 kilos por persona y año, respectivamente. Si bien, su evolución es diferente entre ellos. El consumo per cápita de cítricos se reduce en un 3,12 kilo/persona/año, mientras que el consumo de frutas exóticas se incrementa en 1,32 kilos por persona y año de estudio, de tal manera que se invierte el orden de importancia en consumo per cápita respecto a 2022, donde las más consumidas siempre fueron las frutas cítricas, de hecho, el año anterior la diferencia entre ellas era de 4,29 kilogramos más para cítricos que para exóticas.

Las frutas de pepita pierden el 6,6 % del consumo per cápita con respecto al año anterior, por su parte los frutos rojos también pierden intensidad de consumo (11,4 %) superando, en ambos casos, la variación negativa del promedio del mercado. En contraposición, aumenta el consumo per cápita tanto de las frutas con hueso, como de melones y sandías (un 3,1 % y 1,8 %, respectivamente).

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2023 vs 202)

El canal supermercado y autoservicio es la plataforma de distribución preferida para la compra de fruta fresca a cierre de 2023, con una cuota del 36,1 % del total de los kilos, consiguiendo incorporar, además, un 5,3 % más de volumen con respecto a 2022. Dentro del canal dinámico, le siguen la tienda descuento y el hipermercado con un 11,4 % y un 8,0 % del volumen, respectivamente. No obstante, cabe destacar que, a diferencia del promedio del mercado, el segundo canal con mayor peso en la distribución de frutas frescas es la tienda tradicional con un 29,7 % del volumen, si bien, esta se contrae un 8,1 % con respecto al año anterior. El canal e-commerce destaca en este caso por agrupar una proporción de compras inferior al promedio del mercado, de tan solo un 1,1 % de la categoría.

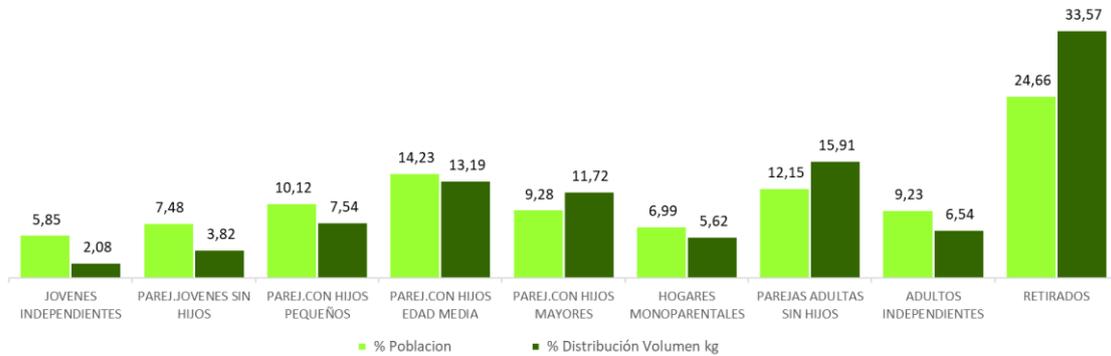
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2023 vs 2022)

El precio medio de fruta fresca alcanza los 2,04 €/kilo a cierre de año 2023. Es un aumento un 5,3 % superior con respecto al año anterior. Este movimiento se traslada a todas las plataformas de distribución analizadas en el gráfico anterior.

El mayor aumento de precio medio se produce en el canal que se corresponde con la tienda tradicional (7,1 %) cerrando en un precio medio kilo de 2,07 €. El precio medio más alto del mercado lo ofrece el supermercado y autoservicio, que cierra con un precio medio de 2,15€/kilo, tras haberlo incrementado en un 3,5 % con respecto al periodo anterior, destaca pues, a pesar de realizar un esfuerzo en precio aumentándolo por debajo del promedio, sigue conformándose como el canal menos accesible en precio. En contraposición, el precio medio más competitivo lo encontramos en la tienda descuento (1,90 €/kilo), siendo, además, la plataforma que menos lo incrementa con respecto a 2022.

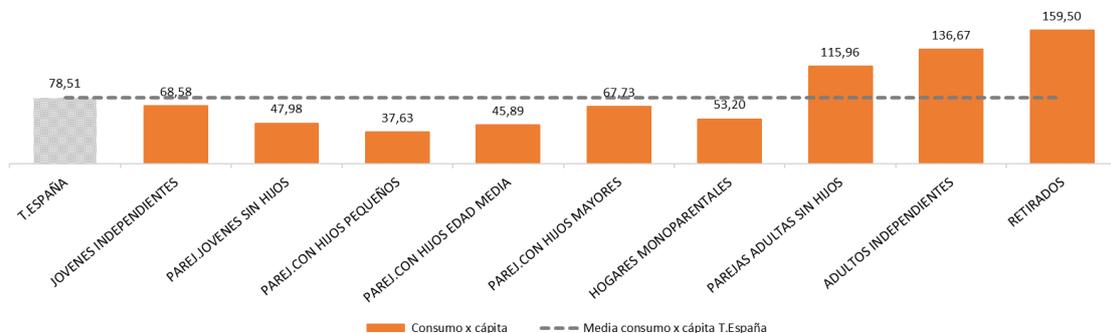
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2023)



El perfil de hogar consumidor de fruta fresca a cierre de año 2023 es el formado por retirados, parejas adultas sin hijos o el formado por parejas con hijos mayores. En los tres casos mencionados la proporción de volumen supera el porcentaje de población que representan. Por el contrario, hogares formados por jóvenes independientes o parejas jóvenes sin hijos, son los que menos volumen de fruta fresca adquieren en proporción a lo que deberían teniendo en cuenta su extensión de población.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2023)



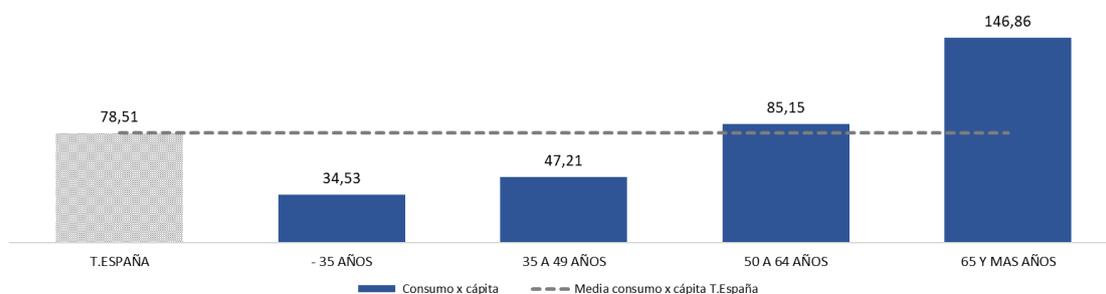
El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2023 se sitúa en 78,51 kilogramos por persona y año. Superan esta cantidad individuos como parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados, debido a que en los tres casos superan el promedio del mercado. Son los individuos que conforman el colectivo de retirados, quienes a cierre de año 2023 realizaron la mayor ingesta per cápita de fruta fresca, con una cantidad ingerida de 159,50 kilos, lo que supone realizar un consumo de 80,99 kilos más por persona y año, duplicando la cantidad nacional. Por su parte, los individuos de parejas jóvenes con hijos pequeños son quienes realizan la menor ingesta per cápita, con una cantidad de 37,63 kilogramos por persona y año, muy lejos del promedio del nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2023)



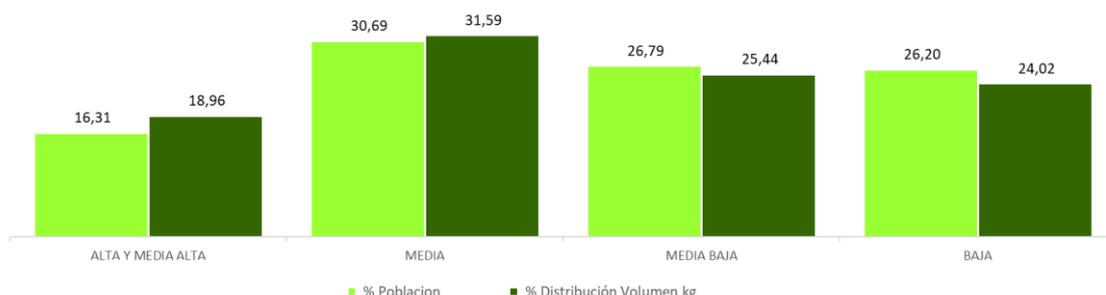
Los hogares cuyo responsable de compra tiene una edad que supera los 50 años son los intensivos en la compra de fruta fresca, ya que su distribución del volumen adquirido de la categoría supera el porcentaje de población que representan (39,45 % vs 28,84 %). Los hogares con una edad menor a 35 años son responsables del 4,55 % del volumen de fruta fresca, cuando al menos deberían consumir su porcentaje de extensión de población que es del 10,49 %.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2023)



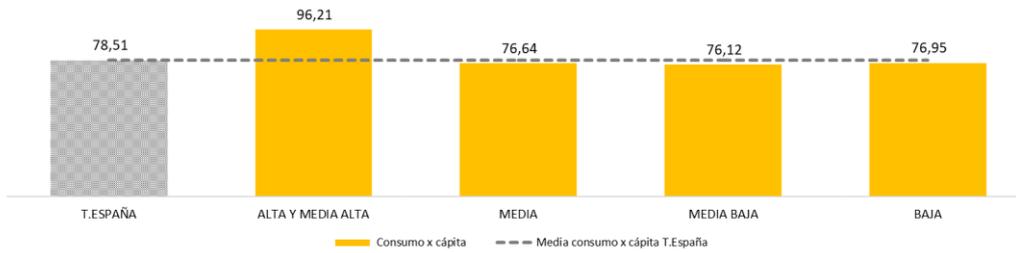
Los hogares cuyo responsable de compras es mayor de 50 años son quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría; especialmente destacado en el caso de mayores de 65 años, con una ingesta media por individuo de 146,86 kilogramos por persona y año. En el lado opuesto, encontramos los hogares cuyo responsable de compras es menor 35 años y una ingesta muy por debajo del promedio nacional, tan solo 34,53 kilos por persona y año, frente a los 78,51 del promedio.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2023)



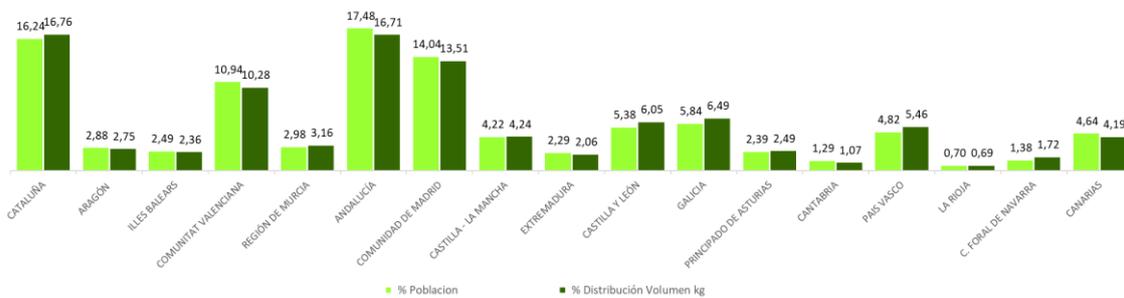
Si tenemos en cuenta la clase socioeconómica para determinar el perfil intensivo en la compra de fruta fresca, se observa como los hogares clase socioeconómica alta y media alta y de clase media son ligeramente más intensivos con la compra de fruta fresca, aunque la realidad es que hay una proporción similar entre los cuatro segmentos de clase socioeconómica en relación con el porcentaje de compras y de población.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2023)



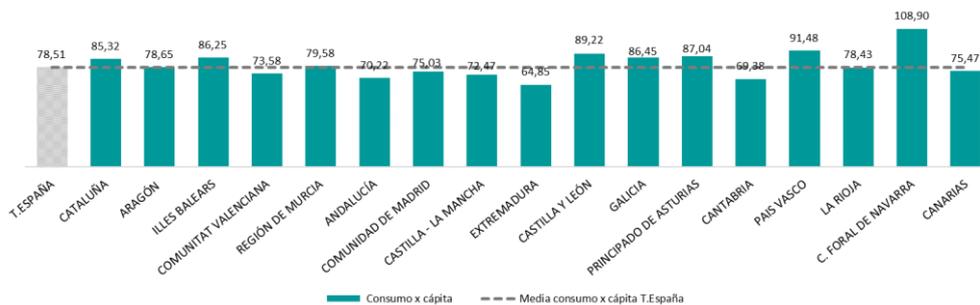
Los mayores consumidores de fruta fresca si consideramos el nivel socioeconómico son los individuos de clase alta-media alta debido a que son los únicos que superan la media nacional que queda establecida en 78,51 kilogramos por persona durante el año 2022, siendo el consumo de estos de 17,70 kilogramos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2023)



Navarra, País Vasco, Castilla y León o Galicia, entre otros, son las comunidades autónomas que se perfilan como las más intensivas en la compra de la categoría. En el lado contrario, es decir, como CCAA menos intensivas, Cantabria, Extremadura o Canarias, debido a que no superan el porcentaje de población en compras.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2023)



Tal como puede verse en el gráfico hay muchas comunidades autónomas que mantienen el consumo per cápita superior a la media que se establece en 78,51 kilos por persona y año. Entre ellas las que tienen un consumo más elevado son Navarra con 108,90 kilos/persona/año o País Vasco con 91,48 kilos por persona y año de estudio. Los individuos navarros, por ende, consumen cerca de 30,39 kilos más de fruta fresca que el promedio nacional.

En contraste, los individuos extremeños son los que realizan un consumo per cápita más bajo, situado en 64,85 kilos por año y persona.

4.9.1 TIPOS DE FRUTAS

Naranja

A cierre de año 2023 la compra de naranja cae en un 14,4 % con respecto al año anterior, si bien y tal como ocurre con la categoría y la alimentación en general, la facturación cierra en positivo con una variación del 3,5 %, a colación del fuerte incremento que se produce en el precio medio (20,9 %), que cierra en 1,35 €/kilo. Cabe destacar que este tipo de fruta aumenta su precio medio muy por encima de la media del mercado de frutas frescas, que lo hace en un 5,3 %.

Los hogares destinan a la compra de naranjas el 0,90 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 15,64 € invertidos por persona y año; es una cantidad que se incrementa en un 2,4 %. En contraste, el consumo per cápita de naranja se cifra en 11,56 kilos por persona y año, representando el 2,01 % del consumo total de alimentación y bebidas. En promedio cada español deja de consumir del orden de 2,10 kilogramos de naranjas durante 2023.

	Consumo doméstico de Naranjas	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	540.729,55	-14,4 %
Valor (miles €)	731.687,67	3,5 %
Consumo x cápita (kg)	11,56	-15,4 %
Gasto x cápita (€)	15,64	2,4 %
Parte de mercado volumen (%)	2,01	-0,14
Parte de mercado valor (%)	0,90	-0,06
Precio medio (€/kg)	1,35	20,9 %

Mandarinas

Los hogares adquieren un 11,3 % menos de kilos de mandarinas con respecto al año 2022. El aumento del precio medio del 14,7 % repercute en positivo en valor, ya que se compensa la menor demanda de mandarina. Por tanto, la facturación de esta fruta consigue generar un 1,7 % más de valor. Por tanto, a pesar de vender menos kilos, se factura más.

Los hogares destinan a la compra de mandarinas el 0,60 del presupuesto medio para la compra de alimentos y bebidas para consumo doméstico, lo que implica un gasto per cápita de 10,36 € por persona y año, cantidad ligeramente superior al año anterior (0,6 %). En cuanto al consumo per cápita, este se cifra 5,06 kilos de mandarinas por persona y año, lo que en términos de volumen de compra representa el 0,88 del volumen total comprado durante el año y que nuevamente es una ingesta menor a la experimentada un año antes, donde se consumían 5,77 kilogramos por persona y año.

FRUTA FRESCA

	Consumo doméstico de Mandarinas	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	236.569,10	-11,3 %
Valor (miles €)	484.598,30	1,7 %
Consumo x cápita (kg)	5,06	-12,3 %
Gasto x cápita (€)	10,36	0,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,88	-0,11
Parte de mercado valor (%)	0,60	-0,07
Precio medio (€/kg)	2,05	14,7 %

Melocotón

A cierre del año 2023, en contra de lo que sucede en el mercado, la compra de melocotón aumenta en un 10,8 %. Es importante mencionar que coincide con que su precio medio se reduce en un 9,3 % con respecto a 2022. Este dato es muy significativo, pues provoca dos sucesos, por un lado, que la facturación de melocotón en contra de lo que sucede en el mercado y categoría no crezca tanto (0,5 %); y por otra destaca con respecto a lo que sucede a nivel general y es que existe un progresivo aumento de los precios que no se aplica a este tipo de fruta con hueso.

Los hogares españoles destinan a la compra de melocotón el 0,32 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 5,46 € invertidos por persona y año; cantidad que a lo largo del año de análisis se reduce con respecto a lo invertido en 2022 en un 0,6 %.

Si analizamos esta fruta con respecto a volumen, representa el 0,40 % del volumen total de alimentación comprado, lo que equivale a que el consumo per cápita de melocotón sea de 2,30 kilos por persona y año, cantidad superior a la consumida en el año 2022 (9,6 %), una cantidad equivalente a 200 gramos más por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Melocotones	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	107.536,73	10,8 %
Valor (miles €)	255.377,65	0,5 %
Consumo x cápita (kg)	2,30	9,6 %
Gasto x cápita (€)	5,46	-0,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,40	0,11
Parte de mercado valor (%)	0,32	-0,08
Precio medio (€/kg)	2,37	-9,3 %

Manzana

La compra de manzana decrece a cierre de año 2023 un 2,9 %. El precio medio del kilo de manzanas cierra en 1,79 €, dato que supone un incremento del 11,2 % con respecto a 2022, equivalente a pagar 0,18 € más por kilo de productos. Este hecho provoca que la facturación se incremente en un 7,9 % a pesar de que se reduzca el volumen de compras, es decir hay una menor demanda de manzana que se compensa en valor con un mayor precio pagado por kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,85 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,74 € invertidos por persona y año; cantidad que se ha incrementado desde 2022 un 6,7 %.

La proporción de manzanas compradas en volumen con respecto al total de la alimentación representa un 1,44 %. Esto supone un consumo per cápita de manzanas de 8,25 kilos por persona y año, lo que supone un descenso de consumo de 4,0 % con respecto al año anterior, equivalente a consumir cerca de 0,350 kilogramos menos por individuo y año.

	Consumo doméstico de Manzanas	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	385.821,96	-2,9 %
Valor (miles €)	689.401,33	7,9 %
Consumo x cápita (kg)	8,25	-4,0 %
Gasto x cápita (€)	14,74	6,7 %
Parte de mercado volumen (%)	1,44	-0,02
Parte de mercado valor (%)	0,85	-0,02
Precio medio (€/kg)	1,79	11,2 %

Pera

La pera pierde relevancia en los hogares españoles a cierre de año 2023, con un descenso en volumen del 8,4 %. En cuanto a la facturación y al igual que la categoría, cierra con un incremento del 1,7 %, por el efecto de la subida del 11,1 % en el precio medio, que lleva a cerrar en 2,03 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de pera el 0,60 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 7,55 € invertidos por persona y año. Esta cantidad se incrementa ligeramente con respecto a 2022 (0,6 %).

El consumo per cápita de pera en 2023 fue de 3,72 kilos por persona y año, cifra más baja a la ingesta realizada un año antes (9,5 %).

FRUTA FRESCA

	Consumo doméstico de Peras	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	173.986,85	-8,4 %
Valor (miles €)	353.292,71	1,7 %
Consumo x cápita (kg)	3,72	-9,5 %
Gasto x cápita (€)	7,55	0,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,65	-0,08
Parte de mercado valor (%)	0,44	-0,07
Precio medio (€/kg)	2,03	11,1 %

Melón y sandía

Los hogares aumentan en un 3,0 % la compra de melón y sandía a cierre de año 2023 en comparación con el mismo periodo del año anterior. En valor la categoría crece un 4,2 % debido a que el precio medio aumenta un 1,2 % hasta situarse en 1,28 €/kilo. El aumento del precio medio de estas frutas se sitúa por debajo del aumento que experimenta la categoría de frutas (5,3 %) o el promedio que aumenta en la alimentación (10,1 %).

Los hogares españoles destinaron a la compra de estas frutas frescas el 0,99 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas en el hogar, lo que representa realizar un gasto per cápita de 17,14 € por persona y año. Supone invertir un 3,0 % más por persona que con respecto al año anterior.

El consumo per cápita de melón y sandía es de 13,44 kg por persona y periodo de estudio, cantidad que aumenta con respecto al año inmediatamente anterior en una proporción del 1,8 %, lo que equivale a un aumento por persona y periodo de estudio de 0,24 kilos. La compra de sandía y melón representa un 2,34 % del volumen total comprado por los hogares.

	Consumo doméstico de Melón Y Sandía	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	628.806,03	3,0 %
Valor (miles €)	802.048,53	4,2 %
Consumo x cápita (kg)	13,44	1,8 %
Gasto x cápita (€)	17,14	3,0 %
Parte de mercado volumen (%)	2,34	0,08
Parte de mercado valor (%)	0,99	-0,05
Precio medio (€/kg)	1,28	1,2 %

Plátano

Aumenta la compra de plátano por parte de los hogares españoles un 13,7 % a cierre de año 2023. En términos de valor, el incremento es más contenido y se cifra en un 2,5 %, diferencia que se explica por una reducción del 9,9 % en el precio medio de este producto, que le lleva a cerrar en 1,72 €/kilo. Es importante destacar que el precio medio de plátano se reduce en un contexto donde el precio medio de la fruta crece en líneas generales.

Los hogares españoles destinan a la compra de plátano el 1,29 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas. Cada español realiza un gasto per cápita que alcanza los 22,31 € al año; es una cantidad que en 2023 se ha incrementado con respecto a lo invertido en el ejercicio anterior en un 1,3 %.

El 2,26 % de la compra total que realizan los hogares se corresponde a plátanos. Esto implica que el consumo per cápita de este producto fresco sea de 13,01 kilos por persona y año, cantidad superior a la consumida en el año 2022 en un 12,4 %, el equivalente a tener un consumo mayor del orden de 1,43 kilos de plátanos por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Platanos	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	608.425,75	13,7 %
Valor (miles €)	1.043.601,39	2,5 %
Consumo x cápita (kg)	13,01	12,4 %
Gasto x cápita (€)	22,31	1,3 %
Parte de mercado volumen (%)	2,26	0,14
Parte de mercado valor (%)	1,29	-0,07
Precio medio (€/kg)	1,72	-9,9 %

Fresas y fresones

La compra de fresa y fresón no es favorable y cierra el año 2023 con una caída del 10,4 % en el volumen de sus compras. Asimismo, el valor del mercado de fresas y fresones cierra con una variación negativa del 2,7 %, a pesar de que su precio medio se incrementa en un 8,6 %, cerrando en 4,01 €/kilo. En este caso, no hay mayor demanda ni de facturación, pero el aumento de precio medio compensa la fuerte contracción que experimenta la fresa en compra.

Los hogares españoles destinan a la compra de esta fruta fresca el 0,49 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 8,55 € invertidos por persona y año; es una cantidad que en 2023 es un 3,8 % menor a la del ejercicio anterior.

El consumo per cápita de fresa y fresón fue de 2,13 kilos por persona y año, lo que implica una reducción del 11,4 % al consumo realizado con respecto al año anterior. La compra de este tipo de fruta fresca supone un 0,37 % de la cesta total de los hogares españoles.

FRUTA FRESCA

	Consumo doméstico de Fresas/Freson	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	99.637,37	-10,4 %
Valor (miles €)	399.921,03	-2,7 %
Consumo x cápita (kg)	2,13	-11,4 %
Gasto x cápita (€)	8,55	-3,8 %
Parte de mercado volumen (%)	0,37	-0,10
Parte de mercado valor (%)	0,49	-0,11
Precio medio (€/kg)	4,01	8,6 %

Frutas IV gama

El año 2023 ha resultado favorable para el consumo de frutas de IV gama debido a que se adquieren un 9,8 % más de kilos para consumo doméstico. Por su parte, la facturación crece a doble dígito (14,1 %), diferencia que se explica por un crecimiento del 3,9 % en el precio medio con respecto a 2022. En este sentido existe una mayor demanda

Los hogares destinan a la compra de este tipo de frutas frescas el 0,38 del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas. El gasto per cápita realizado en la compra de estos productos asciende a 6,60 € por persona y periodo de estudio, una cantidad superior a la del año 2022 (12,8 %).

El consumo per cápita que se realiza de la categoría durante el año 2023 es de 2,76 kilos consumidos por persona y periodo de estudio y resulta un 8,6 % superior a la ingerida en el año anterior, equivalente a 0,22 kilogramos más consumidos por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Frutas IV Gama	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	128.893,51	9,8 %
Valor (miles €)	308.593,95	14,1 %
Consumo x cápita (kg)	2,76	8,6 %
Gasto x cápita (€)	6,60	12,8 %
Parte de mercado volumen (%)	0,48	0,10
Parte de mercado valor (%)	0,38	0,04
Precio medio (€/kg)	2,39	3,9 %

4.10 FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Esta categoría recoge las frutas y las 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

Los hogares españoles adquieren un 2,0 % menos de volumen de frutas y hortalizas transformadas a cierre de año 2023. En valor, la categoría, sin embargo, consigue capturar un 11,0 % de valor adicional debido a que la baja demanda se compensa con el incremento del precio medio, que cierra siendo un 13,3 % superior a hace un año, equivalente a pagar 2,81 € por kilo.

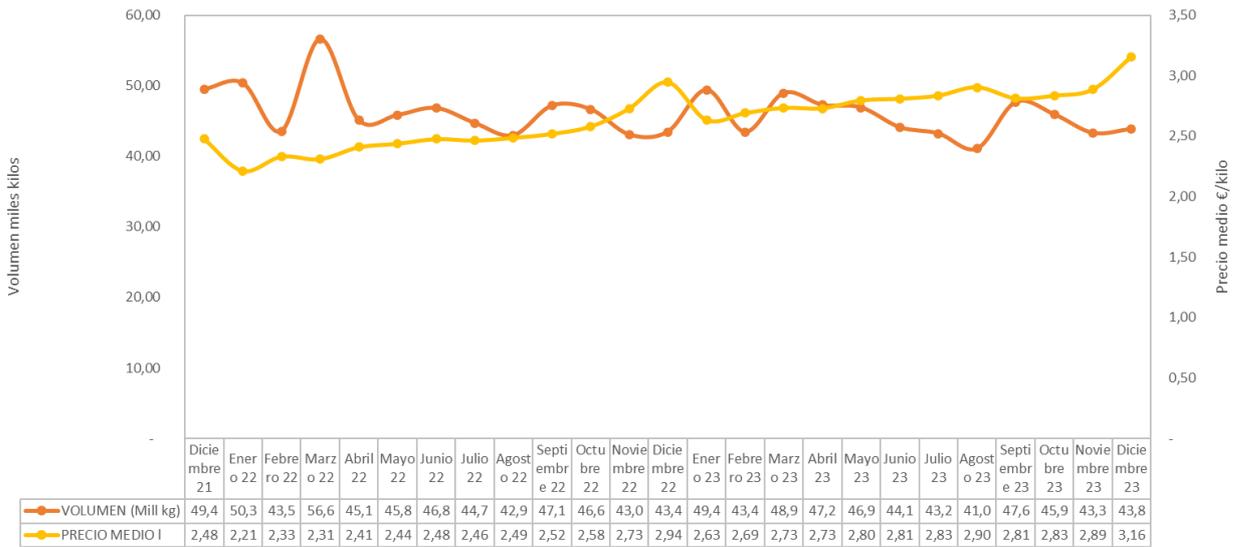
El consumo per cápita realizado durante el año 2023 asciende a 11,65 kilos por persona y año, cantidad inferior en un 3,1 % a la del año 2022. Por su parte, el gasto realizado por año e individuo es un 9,8 % superior, lo que supone pagar 32,79 €.

Estos productos mantienen una proporción sobre el total de las compras del 2,03 % en volumen y del 1,89 % del presupuesto medio asignado para el abastecimiento doméstico.

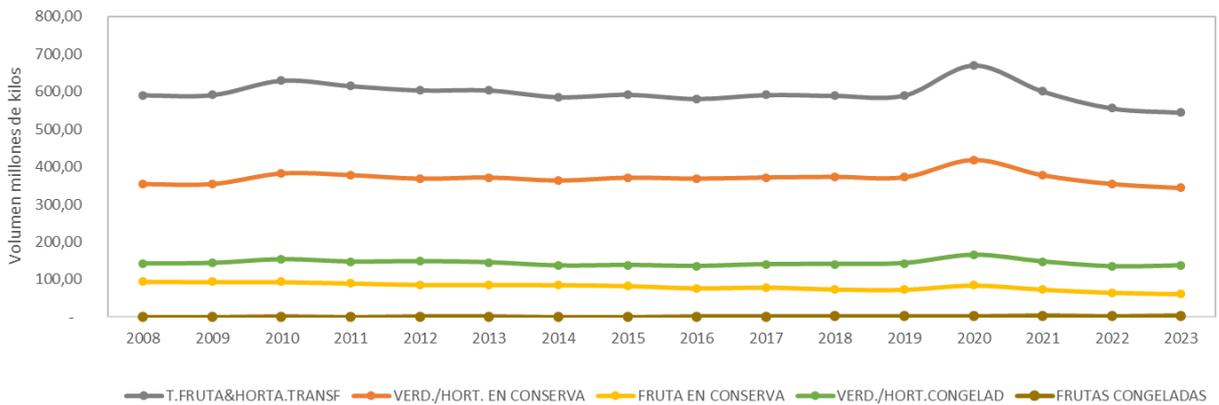
Si analizamos la tendencia de esta categoría en relación con el año 2019, año previo a la pandemia por la Covid-19 la resultante es decreciente en volumen, con un descenso del 7,7 % en compras. En valor, nuevamente el crecimiento es notable (18,9 %) debido a que el aumento de los precios medios del 28,8 % compensa la menor adquisición de volumen.

	Consumo doméstico de T.Fruta&Horta.Transf	% Variación 2023 vs. 2022	% Variación 2023 vs. 2019
Volumen (miles kg)	545.114,77	-2,0 %	-7,7 %
Valor (miles €)	1.534.216,68	11,0 %	18,9 %
Consumo x cápita (kg)	11,65	-3,1 %	-9,0 %
Gasto x cápita (€)	32,79	9,8 %	17,2 %
Parte de mercado volumen (%)	2,03	-0,03	-0,03
Parte de mercado valor (%)	1,89	0,02	0,04
Precio medio (€/kg)	2,81	13,3 %	28,8 %

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

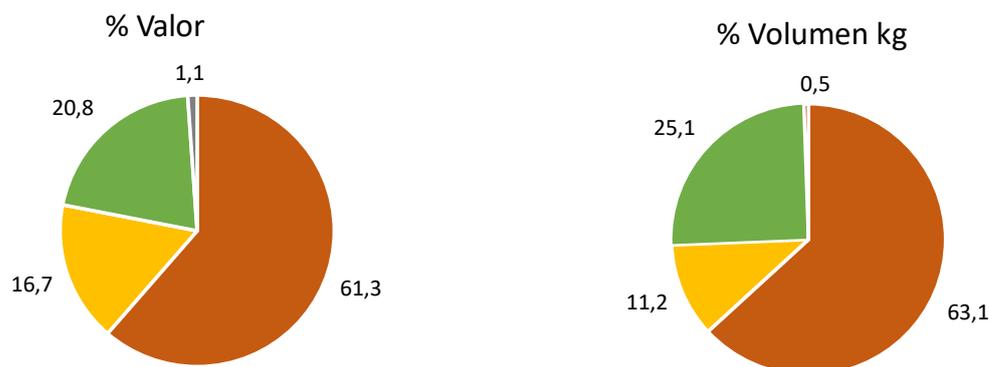


Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



La evolución a largo plazo de estos productos, a pesar del crecimiento observado durante el año 2020, resulta ser negativo. Si analizamos el volumen de compras desde el año 2023 hasta el año 2008 del gráfico superior, podemos observar cómo se reducen un 7,8 %. De hecho, es un decrecimiento que afecta a los grandes grupos que conforman el mercado, salvo por la particularidad de las frutas congeladas, que consiguen ganar presencia en los hogares, debido a su alto desarrollo en los últimos años. Si bien, y tal como puede observarse es un segmento que tiene una participación en el mercado muy minoritaria.

Importancia de los tipos de frutas y hortalizas transformadas



% Evolución 2023 vs 2022	Valor	Volumen
T.FRUTA&HORTA.TRANSF	11,0 %	-2,0 %
VERD./HORT. EN CONSERVA	11,2 %	-2,9 %
FRUTA EN CONSERVA	8,0 %	-6,0 %
VERD./HORT.CONGELAD	12,6 %	1,9 %
FRUTAS CONGELADAS	24,0 %	22,9 %

Si analizamos como es la segmentación de la categoría de frutas y hortalizas transformadas a cierre de año 2023, las verduras y hortalizas en conserva son el tipo de producto con mayor proporción de compras dentro de esta categoría, debido a que mantienen la proporción más alta tanto en volumen como en valor (63,1 % y 61,3 % respectivamente). Si bien, su evolución a cierre de año 2023, se mantiene en línea con la categoría, y es que decrece en volumen, mientras crece en valor (2,9 % y 11,2 % respectivamente).

Con una asignación del 25,1 % en volumen y del 20,8 % en valor, el segundo tipo con mayor relevancia para el mercado son las verduras y hortalizas congeladas. Su consumo evoluciona mejor que la categoría, y es que gana un 1,9 % de volumen a cierre de año, mientras crece de manera más notable en valor (12,6 %).

La compra de fruta en conserva no crece a cierre de año 2023. Este tipo de productos pierden el 6,0 % del volumen con respecto al año 2022, mientras que en facturación consiguen mejora el dato con un crecimiento del 8,0 %.

Las frutas congeladas, representan la parte minoritaria del mercado, con una participación del 0,5 % en volumen y 1,1 % en valor. Su consumo crece a cierre de año, capturando un 22,9 % de volumen adicional y un 24,0 % de facturación extra si lo comparamos con el ejercicio inmediatamente anterior.

Consumo per cápita de los tipos de frutas y hortalizas transformadas

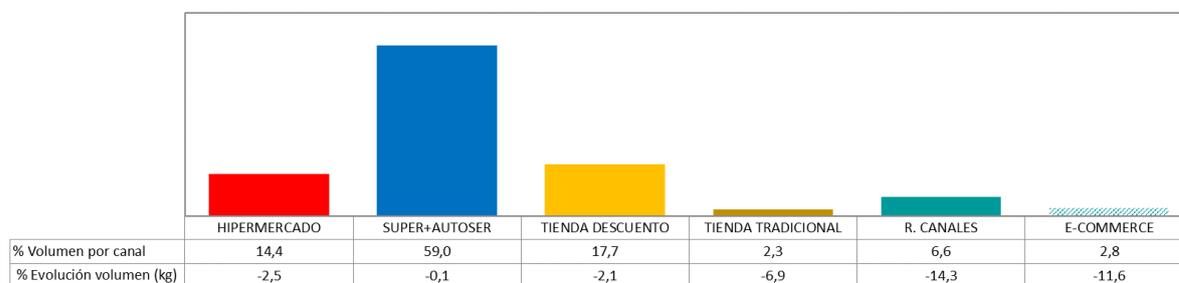
	Consumo per cápita (kg)	
	2022	2023
T.FRUTA&HORTA.TRANSF	12,03	11,65
VERD./HORT. EN CONSERVA	7,67	7,36
FRUTA EN CONSERVA	1,41	1,31
VERD./HORT.CONGELAD	2,90	2,92
FRUTAS CONGELADAS	0,05	0,06

El consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas se sitúa en 11,65 kilos por persona al cierre de año 2023, lo que supone 0,38 kilos menos ingeridos por individuo. Tal como puede verse, todos los tipos que componen la categoría ven reducir sus cifras con respecto al año 2022, salvo por la excepción de la fruta congelada, que pasa de tener un consumo per cápita de 0,05 kilos/persona/año a 0,06 kilogramos.

Las verduras y hortalizas en conserva tienen el mayor consumo per cápita de la categoría, con una ingesta de 7,36 aunque también se reduce con respecto a lo ingerido en 2022 (7,67 kilos por persona).

Canales

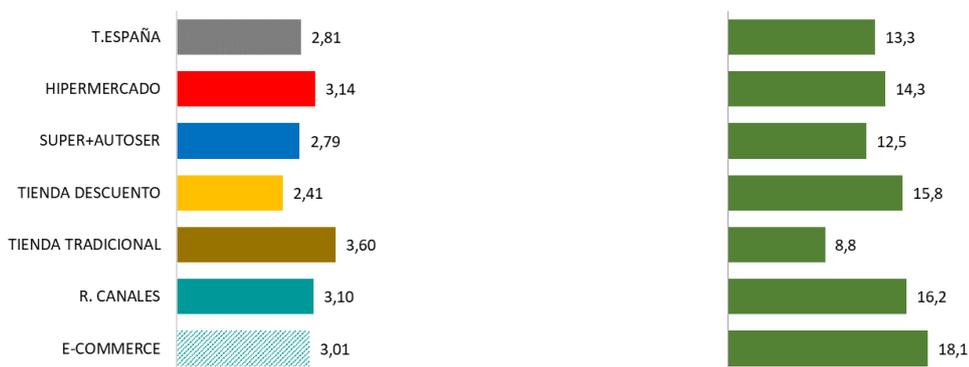
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2023 vs 2022)



Casi el 60 % del volumen de la categoría para consumo doméstico se adquiere en supermercados y autoservicios (59,0 %), convirtiéndose por tanto en el canal favorito para la compra de estos productos. Por su parte, el hipermercado y la tienda descuento, mantienen otro porcentaje nada despreciable del 32,2 %, ahora bien, mientras que el supermercado y autoservicio consigue mantenerse estable a cierre de año, el hipermercado y a la tienda descuento ven reducir su porcentaje de compras.

El canal e-commerce mantiene un 2,8 % del volumen de las compras totales de la categoría, siendo una cifra superior al que representa el canal en total alimentación, por tanto, esta categoría se desarrolla bien dentro del comercio electrónico, a pesar de perder el 11,6 % del volumen con respecto a 2022.

Precio medio (€/kg) por canales (2023 vs 2022)

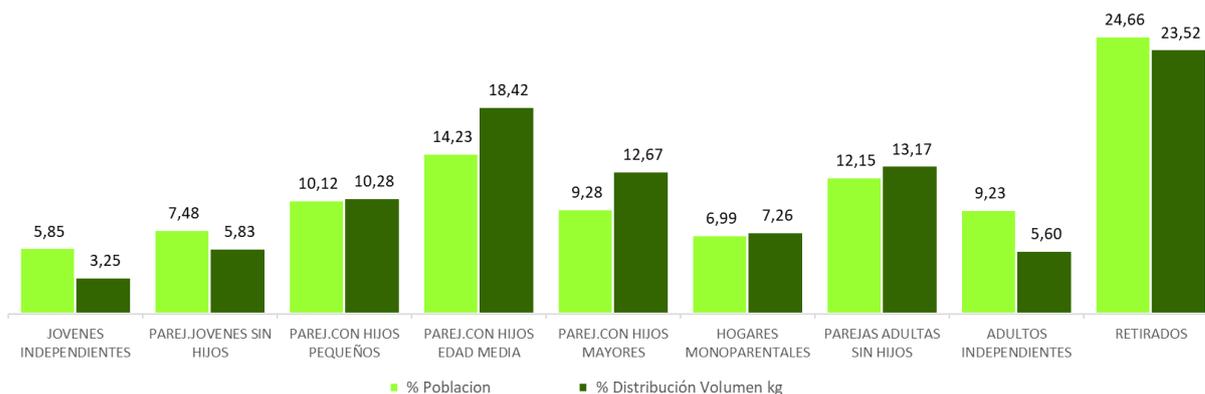


El precio medio de la categoría cierra en 2,81 €/kilo con una variación positiva del 13,3 % con respecto a 2022. Este movimiento al alza se produce en la totalidad de canales analizados, siendo la tienda tradicional la que lo percibe en menos intensidad (8,8 %), aunque a pesar de ello continúa siendo el canal que ofrece el precio medio más alto y menos competitivo del mercado (3,60 €/kilo), un precio un 27,8 % más alto que el del mercado.

Por el contrario, la tienda descuento experimenta uno de los incrementos más intenso de precio medio (15,8 %), aunque a pesar de ello continúa siendo el canal con el precio medio más competitivo (2,41 €/litro). Por su parte, el supermercado que vimos que mantenía la mayor proporción de compras del mercado, cierra con un precio medio ligeramente inferior al del mercado (2,79 €/kilo).

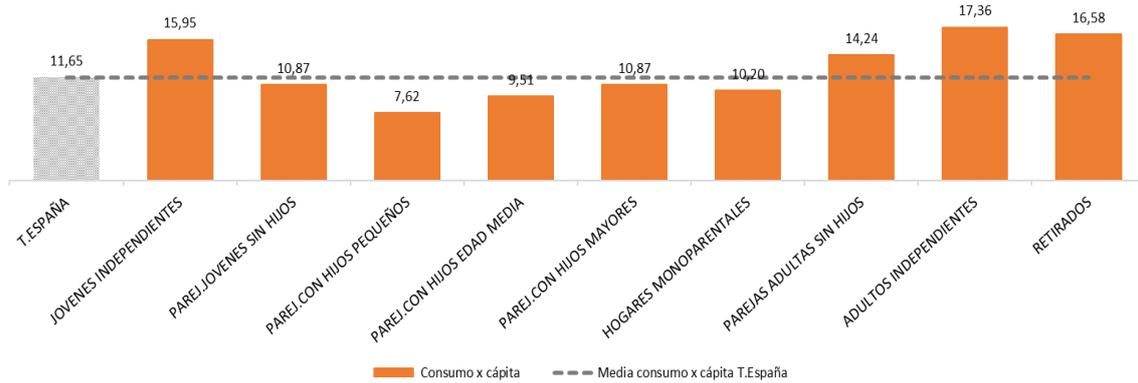
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2023)



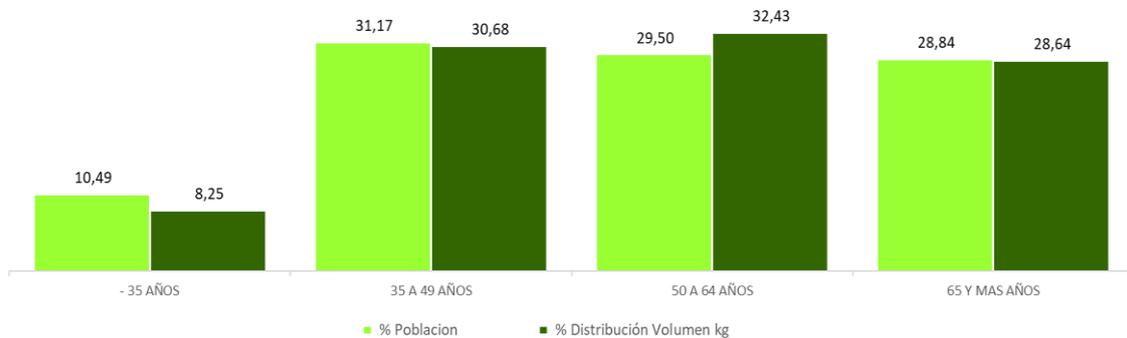
El perfil de consumidor intensivo de frutas y hortalizas transformadas por ciclo de vida se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos independientemente de la edad, al igual que por parejas adultas sin hijos, debido a que en estos casos la proporción de sus compras supera el peso que representan en población. Por el contrario, como hogares poco intensivos de la categoría destacan los compuestos por jóvenes y adultos independientes, fundamentalmente.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2023)



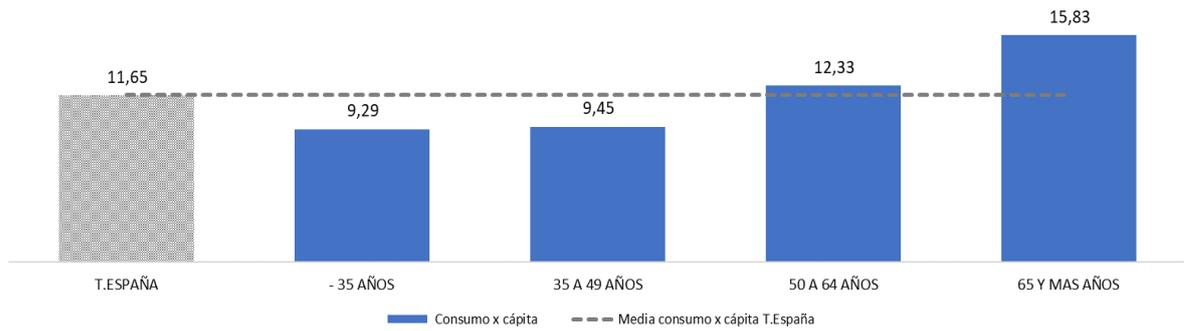
Los individuos adultos independientes son quienes mantienen la mayor proporción de consumo per cápita de la categoría con una ingesta de 17,36 kilogramos por persona y año, con respecto a los 11,65 kilos/persona/año del promedio nacional. Esto destacada con respecto al gráfico anterior, donde expusimos que no era un perfil intensivo en consumo, y es que en este caso se tiene en cuenta que el porcentaje de compras se distribuye entre un menor número de personas que habita en el hogar. Como grandes consumidores per cápita de la categoría también encontramos a individuos retirados, jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2023)



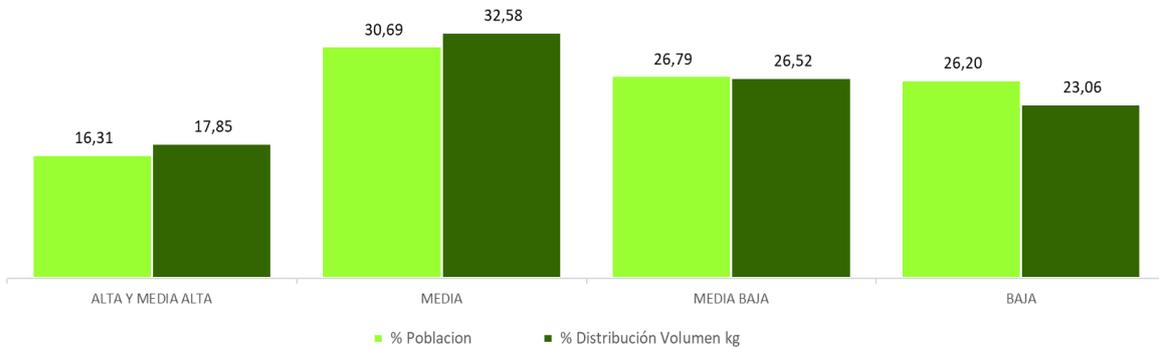
El hogar intensivo por edad del responsable de las compras, en la compra de este producto se corresponde con un hogar entre 50-64 años, debido a que la proporción de sus compras supera el peso que representan en población. Si bien, tal como puede apreciarse en el gráfico superior, no existen diferencias muy grandes, ya que todos los colectivos mantienen el mismo nivel de compras que el que cabe esperar con relación al peso que representan en población.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2023)



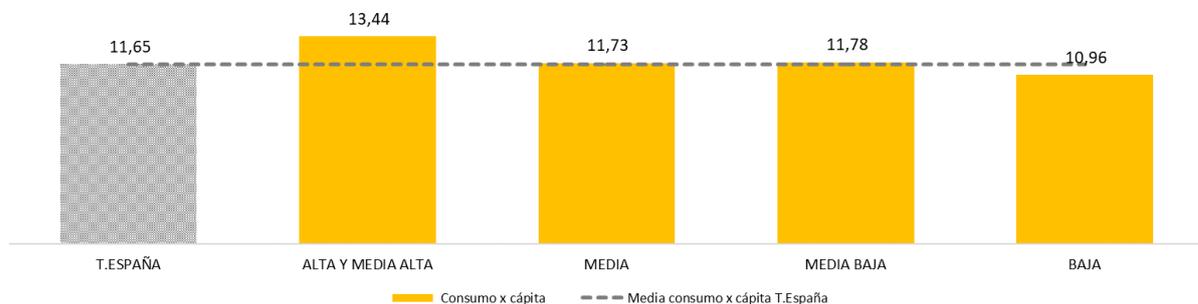
Sin embargo, son los dos grupos mayores de 50 años quienes realizan el consumo per cápita más alto de la categoría. Especialmente en el caso de individuos de más de 65 años, que se sitúan su ingesta en 15,83 kilos por persona al año, con respecto a los 11,65 kilos/persona/año del promedio.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2023)



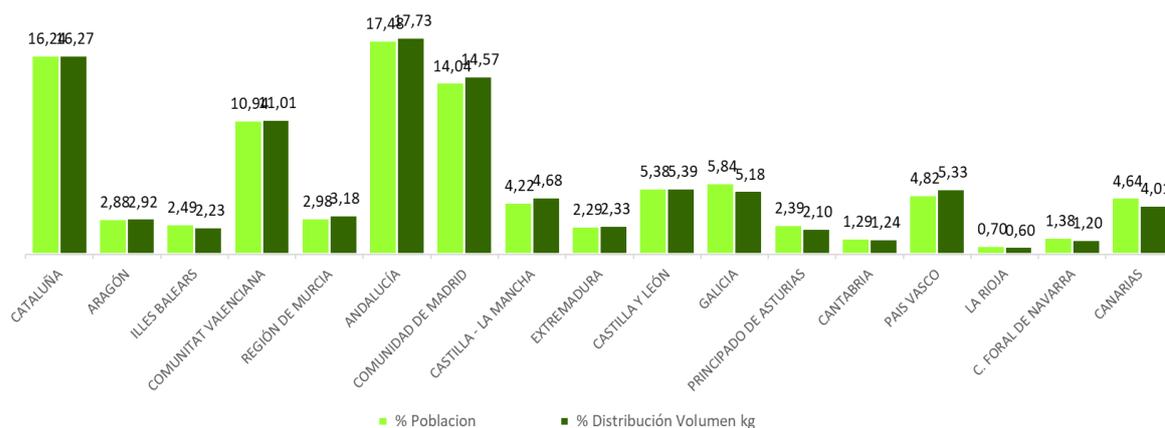
El hogar consumidor de frutas y hortalizas transformadas se corresponde con hogares de clase media y alta y media alta. Mientras que los hogares de clase media baja y baja no realizan una compra intensiva de esta categoría, hecho que se produce debido a que la proporción de volumen comprado no supera el porcentaje de población que representan.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2023)



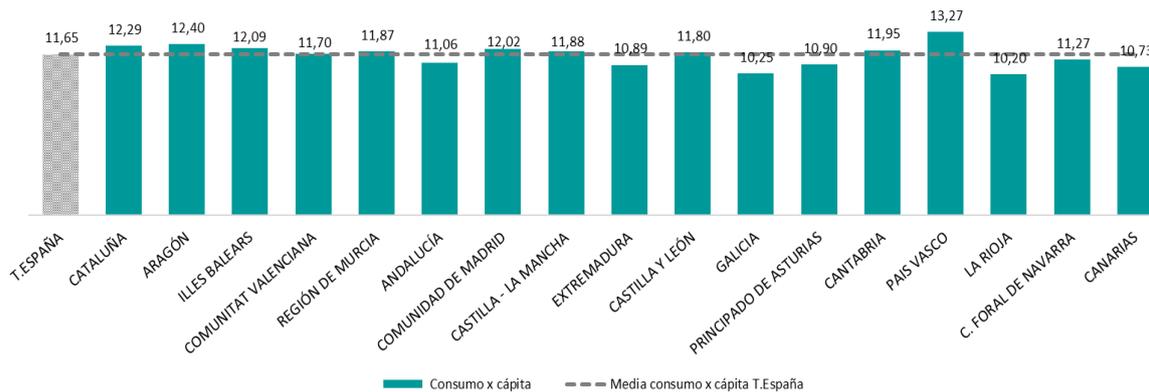
La clase socioeconómica alta y media alta es la que mantiene la ingesta media más alta de la categoría con 13,44 kilogramos por persona y año, superando el promedio nacional que se sitúa en 11,65 kilogramos por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2023)



Entre las comunidades autónomas con un consumo intensivo de frutas y hortalizas transformadas destacan La Región de Murcia, Castilla La Mancha o País Vasco entre otros. Mientras que, al contrario, debemos mencionar CCAA como La Rioja, La Comunidad Foral de Navarra o Canarias entre otras.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2023)



Los individuos residentes en País Vasco se conforman como aquellos que mantienen el consumo per cápita más alto de estos productos con una ingesta media de 13,27 kilos por persona, una cantidad que es muy superior a los 11,65 kilos del promedio nacional, que es el equivalente a consumir 1,61 kilogramos por individuo y año. Superan también el promedio de los 11,65 kilos, individuos que residen en CCAA como Cataluña, Aragón, Región de Murcia, Castilla y León o Cantabria entre otras.

4.11 FRUTOS SECOS

Resultados totales

El volumen de frutos secos consumidos por los hogares españoles durante el año 2023 crece un 6,5 % si lo comparamos con el mismo dato un año antes. Por su parte, el valor del mercado aumenta un 9,0 % debido a que el mayor consumo se une a un mayor precio medio pagado por producto, siendo su variación del 2,3 % respecto de 2022, cerrando en 8,28 €/kilo.

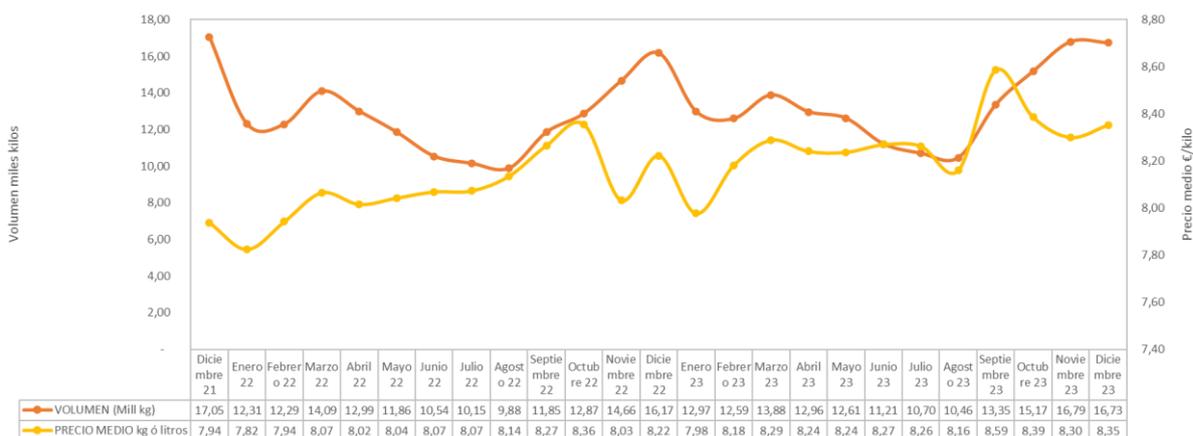
Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos de alimentación un 1,63 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas del hogar, siendo su correspondencia en volumen del 0,59 %.

El consumo per cápita en 2023 cierra en 3,41 kilogramos ingeridos por persona y año, un 5,3 % más alto que en 2022. El gasto per cápita alcanza los 28,21 € durante el año, creciendo también un 7,8 % con respecto al año anterior.

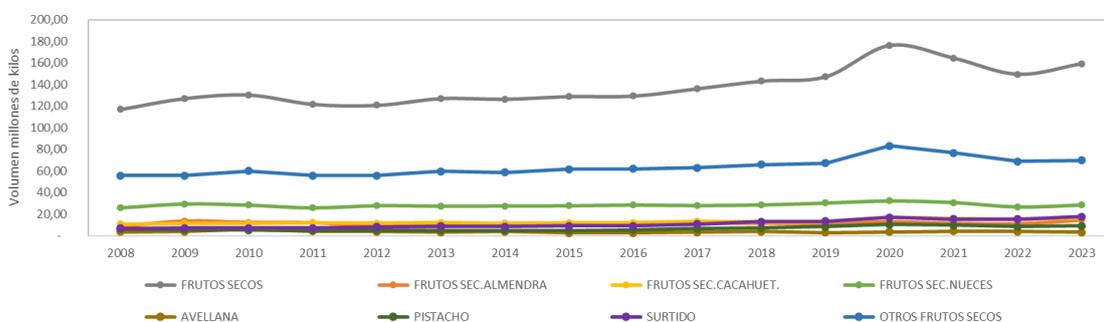
Si analizamos con respecto al año 2019, por ver como evolucionan estos productos con respecto a la era previa a la pandemia, la resultante sigue siendo positiva para la categoría. Se adquieren un 8,2 % más de kilos de frutos secos, capturando un 18,6 % de facturación adicional. El precio medio también se incrementa, siendo un 9,6 % más caro adquirir un kilo de estos productos.

	Consumo doméstico de FRUTOS SECOS	% Variación 2023 vs. 2022	% Variación 2022 vs. 2019
Volumen (miles kg)	159.442,86	6,5 %	8,2 %
Valor (miles €)	1.319.763,35	9,0 %	18,6 %
Consumo x cápita (kg)	3,41	5,3 %	6,7 %
Gasto x cápita (€)	28,21	7,8 %	16,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,59	0,04	0,08
Parte de mercado valor (%)	1,63	-0,01	0,03
Precio medio (€/kg)	8,28	2,3 %	9,6 %

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



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



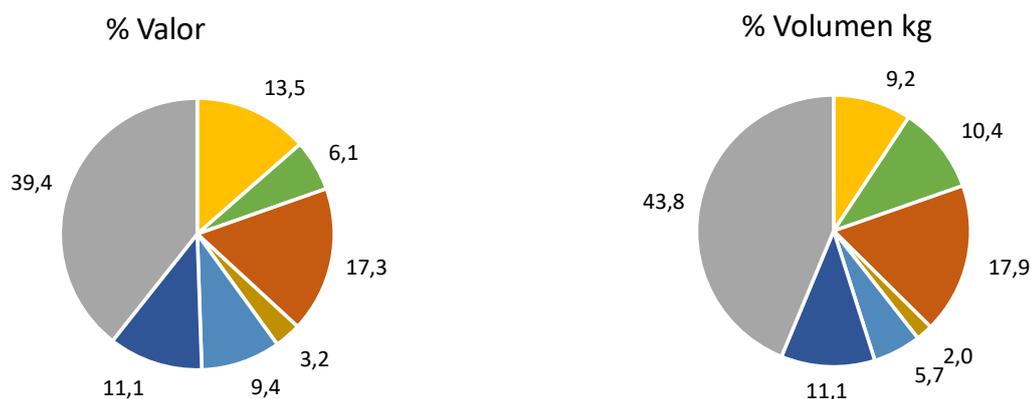
Tal como se puede observar en la gráfica se intensifica el consumo de frutos secos en España desde el año 2008 hasta el año 2023, siendo la variación del 36,1 % en positivo.

El pico más alto registrado se corresponde con el año 2020, algo lógico teniendo en cuenta que los individuos debimos permanecer durante más tiempo del habitual en el hogar debido al virus Covid-19 y a los efectos de este. Pero a pesar de que se mantuvo también ligeramente superior al resto de los años registrados en la gráfica, a partir del 2021 se volvió a moderar.

Todos los tipos de frutos secos ven crecer sus datos de volumen doméstico, salvo por la particularidad de la avellana, que decrece un 11,8 % si lo comparamos con sus cifras del año 2008.

Realizando la comparativa con respecto al año 2008, los tipos de frutos secos que más ven crecer su consumo son pistacho, almendra y cacahuete. En los tres casos el consumo crece por encima del 45,0 %. Por su parte, aumenta un 10,6 % la compra de nueces.

Importancia de los tipos de frutos secos



% Evolución 2023 vs 2022	Valor	Volumen
FRUTOS SECOS	9,0 %	6,5 %
FRUTOS SEC.ALMENDRA	26,6 %	32,6 %
FRUTOS SEC.CACAHUET.	13,8 %	6,6 %
FRUTOS SEC.NUECES	-1,2 %	6,8 %
AVELLANA	-13,0 %	-19,5 %
PISTACHO	15,1 %	7,9 %
SURTIDO	17,5 %	15,6 %
OTROS FRUTOS SECOS	6,7 %	1,5 %

Si tenemos en cuenta la distribución por tipos de frutos secos a cierre de año 2023, y exceptuando a los otros frutos secos, que representan un 43,8 % del volumen, la nuez es el tipo de fruto seco con mayor relevancia dentro de los hogares españoles, su cuota en volumen alcanza el 17,9 % mientras que en valor su correspondencia es del 17,3 %. Sin embargo y a pesar de ser el tipo con mayor participación, es quien sufre una de las caídas en valor más importantes, y es que a pesar de que crece un 6,8 % en términos de compra, retrocede un 1,2 % en valor.

La avellana destaca por ser el tipo de fruto seco que decrece tanto en valor como en volumen, con retrocesos del 13,0 % y 19,5 % respectivamente, siendo su participación en el mercado del 2,0 % en volumen y del 3,2 % en valor. La almendra es quien más ve crecer sus datos de volumen y valor durante el año 2023, siendo la gran beneficiada del mercado. Se adquieren un 32,6 % más de kilos para consumo doméstico que hace un año y el valor del mercado crece un 26,6 %. La almendra mantiene una proporción del 9,2 % si hablamos de volumen y alcanza el 13,5 % del valor del mercado.

El pistacho consigue ganar participación dentro del mercado, debido a que su consumo doméstico creció un 7,9 % en términos de volumen, con una resultante positiva en valor del 15,1 %. Actualmente representa del orden del 5,7 % del volumen del mercado y casi uno de cada diez euros del mismo (9,4 %).

Consumo per cápita de los tipos de frutos secos

	Consumo per cápita (kg)	
	2022	2023
TOTAL BEBIDAS	3,24	3,41
FRUTOS SEC.ALMENDRA	0,24	0,31
FRUTOS SEC.CACAHUET.	0,34	0,35
FRUTOS SEC.NUECES	0,58	0,61
AVELLANA	0,08	0,07
PISTACHO	0,18	0,19
SURTIDO	0,33	0,38
OTROS FRUTOS SECOS	1,49	1,49

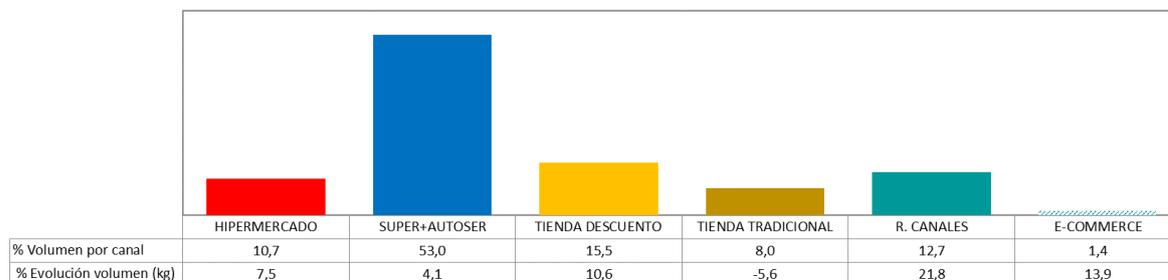
El consumo per cápita por individuo residente en España de frutos secos durante el ejercicio de 2023 ha sido de 3,41 kilogramos, un 5,3 % superior al año anterior, lo que se traduce en un consumo de 0,17 kilos de más consumidos de frutos secos por persona al año.

El consumo per cápita aumenta de manera transversal y estructural a los tipos de frutos secos expuestos en la imagen superior, salvo por la particularidad de la avellana, que pierde intensidad de consumo, pasando de 0,08 kilogramos por persona y año al actual 0,07 kilogramos por persona y periodo de estudio.

Las nueces son el tipo de fruto seco más consumido (salvando el agregado de otros frutos secos) por los individuos residentes en España, con una ingesta de 0,61 kilos por persona al año, cantidad un 5,6 % superior a la registrada un año antes, equivalente a consumir 0,03 kilogramos más por individuo y año. Le sigue el surtido con una ingesta promedio de 0,38 kilos/persona/año también superando su cifra de un año antes. El cacahuete también aumenta sus cifras siendo la ingesta media aproximada de 0,35 kilogramos por persona y periodo de estudio.

Canales

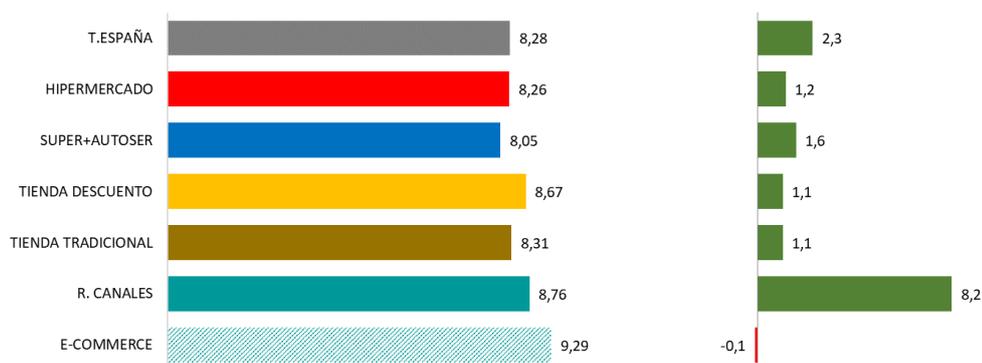
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2023 vs. 2022)



Los hogares españoles adquieren más de 1 de cada 2 kilos de frutos secos para consumo doméstico en el canal supermercado y autoservicio, pues congrega el 53,0 % del volumen de compra de la categoría, siendo además su variación positiva y logrando un 4,1 % de volumen

adicional. El segundo canal por orden de importancia es la tienda descuento, con una cuota del 15,5 % del mercado, siendo el canal dinámico que más crece (10,6 %). Por su parte, el mayor aumento de la categoría se produce en el resto de los canales con una ganancia del 21,8 % de sus kilos, manteniendo una proporción del 12,8 % del volumen total de la categoría. Por ende, debemos mencionar que, en un contexto positivo para el mercado, la tienda tradicional no consigue crecer y ve disminuir un 5,6 % el dato en volumen de un año antes.

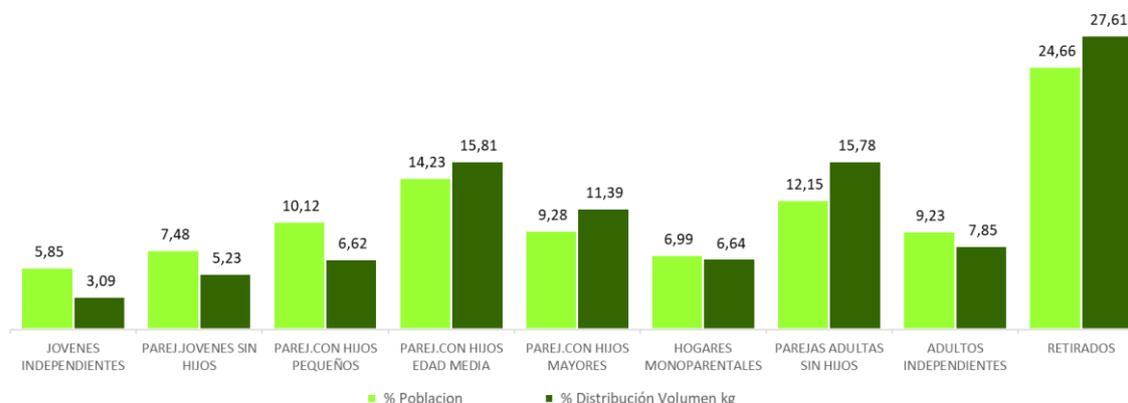
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2023 vs. 2022)



El precio medio de frutos secos crece un 2,3 % durante el año 2023, cerrando en 8,28 €/kilo. Este aumento del precio medio se extiende a prácticamente la totalidad de los canales, salvo por la tienda electrónica, que lo mantiene con cierta estabilidad. El mayor aumento, que es del 8,2 % se produce en el resto de los canales, siendo el precio medio por kilo superior al promedio nacional y cerrando en 8,76 €/kilo. No es lógico pensar entonces que este canal haya cerrado con pérdida de compras, tal como vimos en el gráfico anterior. En canal con el precio medio más accesible es el supermercado y autoservicio, y es que no es solo que se sitúe por debajo del mercado (8,05 €/kilo vs 8,28 €/kilo) si, no que, además, lo incrementa por debajo de este (1,6 % vs 2,3 % respectivamente).

Demográficos

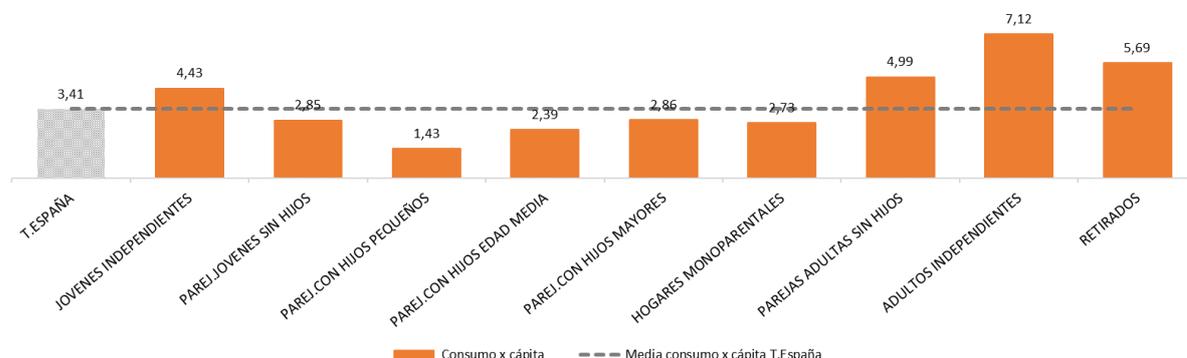
% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2023)



El perfil intensivo en la compra de frutos secos a cierre de año 2023, se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media o mayores, así como parejas adultas sin hijos y retirados, debido a que su distribución en volumen de la categoría es mayor al peso que cabría esperar en relación con su cuota demográfica. Hay que destacar que los hogares formados por

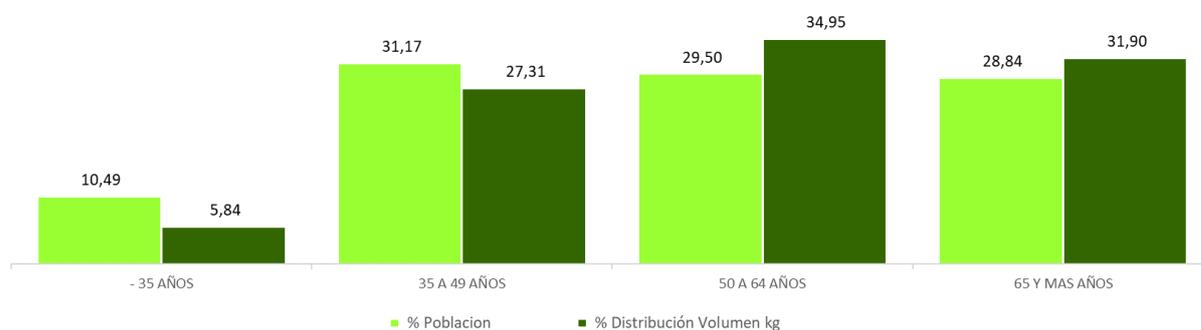
retirados son quienes adquieren más de 1 de cada 4 kilos de frutos secos de la categoría (27,61 %).

Consumo per cápita por ciclo de vida (2023)



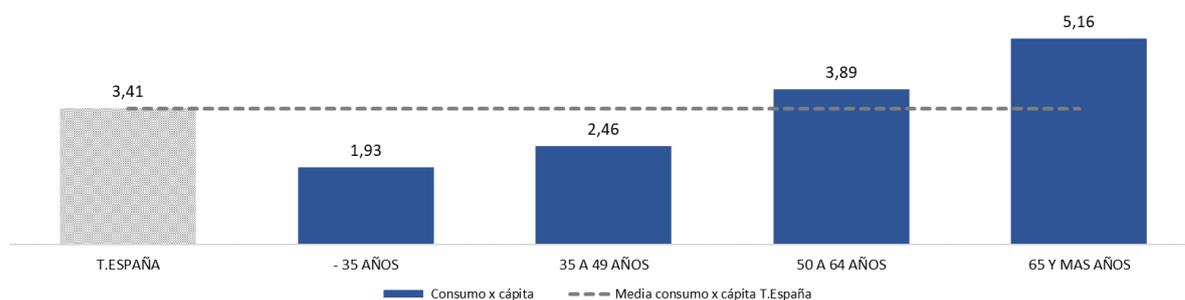
El consumo per cápita de frutos secos cierra el ejercicio 2023 en 3,41 kg/persona/año. Esta cifra se supera por parte de los hogares más bien pequeños, como es el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas adultas sin hijos y retirados, debido a que el número de individuos que habitan es menor. Los hogares con hijos, independientemente de la edad no alcanzan la cifra del promedio nacional, siendo los hogares con hijos pequeños quienes realizan la ingesta mas baja a cierre de año 2023, con 1,43 kilogramos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2023)



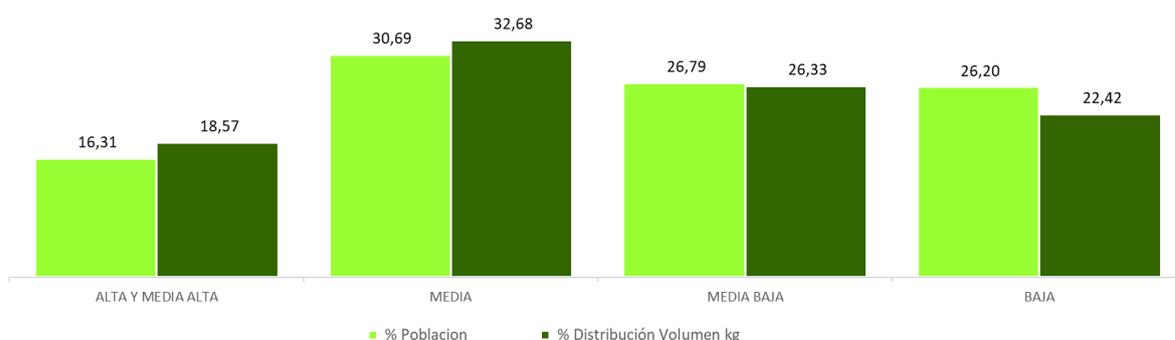
El perfil intensivo en consumo de frutos secos, si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras se sitúa en hogares formados por responsable de compras que superan los 50 años, debido a que su proporción adquirida en volumen supera el peso que representan en población, este hallazgo ocurre en el caso de adultos de 50-64 años y en aquellos hogares con 65 y más años.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2023)



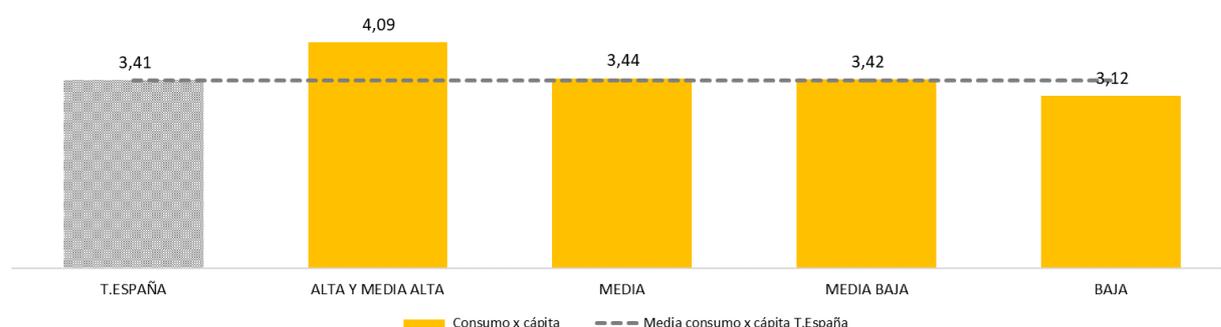
El consumo de frutos secos per cápita más alto si tenemos en cuenta la edad del individuo, se realiza por individuos de más de 50 años, siendo especialmente superior en el caso de los que tienen 65 y más años. En concreto, su ingesta media promedio alcanza los 5,16 kilos por persona y año, cantidad que supera el promedio del mercado que es de 3,41 kilogramos. Por su parte, los individuos con una edad comprendida entre los 50 y 64 años de edad, consumen también por encima del promedio, siendo su ingesta de 3,89 kilogramos por persona.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2023)



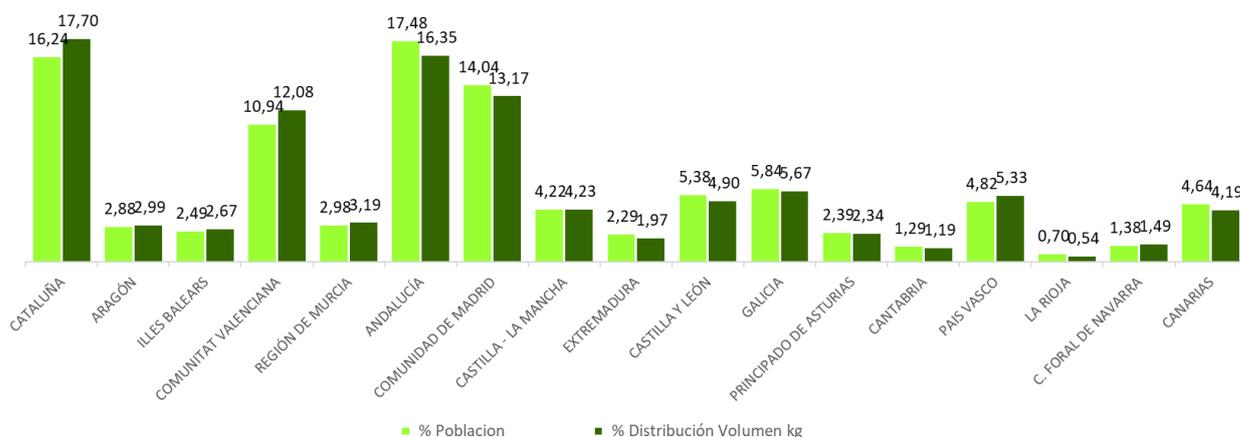
Los hogares de clase media y alta-media alta son el perfil intensivo en la compra de frutos secos a cierre de año 2023, como consecuencia de que su proporción de compras, supera su proporción de cuota demográfica.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2023)



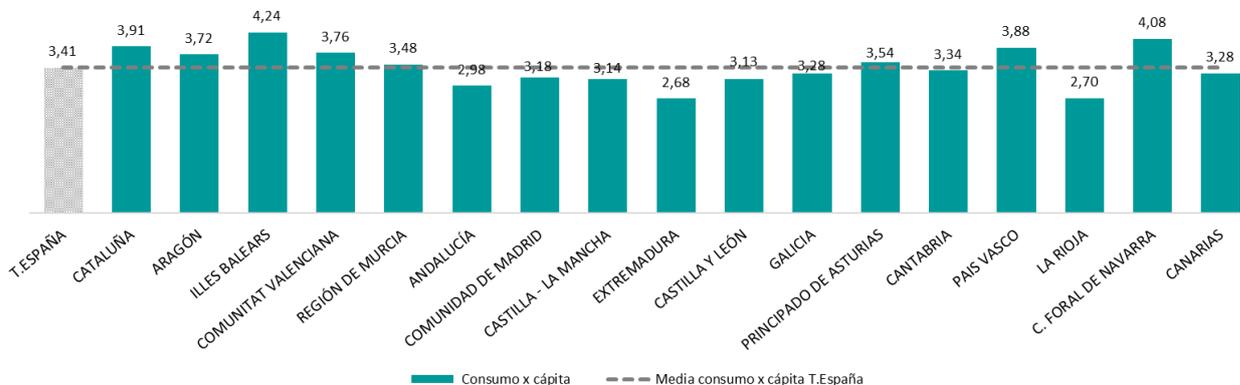
Son los individuos de clase socioeconómica alta-media alta los que mayor consumo realizan por persona, con una cantidad ingerida de 4,09 kilos al año. La clase media alta también supera la media nacional con una ingesta de 3,44 kilos por individuo.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2023)



Cataluña, la comunidad Valenciana, y la Región de Murcia, así como y el País Vasco y Castilla La Mancha, entre otras CCAA, son las comunidades más intensivas en la compra de estos productos, este fenómeno se produce debido a que tienen una distribución del volumen superior a su extensión en población. La Rioja, Aragón y Extremadura 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, siendo por tanto no intensivos en la compra de frutos secos.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2023)



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 4,24 kilogramos, que supone un consumo superior a la media nacional (3,41 kilogramos por persona). Por encima del promedio nacional, hay que destacar individuos residentes en Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, País Vasco y la Comunidad Foral de Navarra. Son los extremeños y riojanos quienes menor consumo realizan de frutos secos durante el año 2023.

4.11.1 TIPOS DE FRUTOS SECOS

Resultados totales nueces

Las nueces son el primer fruto seco por orden de consumo en los hogares españoles tal y como hemos visto en el capítulo anterior; representan el 17,9 % sobre el volumen total de frutos secos, y el 17,3 % sobre el valor total de la categoría.

Las nueces ganan presencia dentro de los hogares españoles con un aumento del 6,8 % de sus kilos a cierre de año 2023. En valor, sin embargo, retroceden perdiendo el 1,2 % de la facturación. El precio medio por kilo de nueces es durante 2023 un 7,5 % más accesible que hace un año, algo que destaca con respecto a la inercia del mercado agroalimentario que este año 2023, vio crecer en líneas muy generales el precio medio.

Las nueces representan el 0,11 % del volumen de alimentos de los hogares españoles, siendo su correspondencia en valor del 0,28 %. En España cada individuo consume del orden de 0,61 kilogramos de nueces por año, cantidad superior al año anterior (5,6 %). Sin embargo, el gasto por cápita es un 2,3 % más bajo, siendo su equivalencia de 4,89 € por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Nueces	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	28.505,45	6,8 %
Valor (miles €)	228.856,20	-1,2 %
Consumo x cápita (kg)	0,61	5,6 %
Gasto x cápita (€)	4,89	-2,3 %
Parte de mercado volumen (%)	0,11	0,07
Parte de mercado valor (%)	0,28	-0,10
Precio medio (€/kg)	8,03	-7,5 %

Resultados totales almendras

Las almendras mantienen una proporción del volumen consumido total de frutos secos del 9,2 % del volumen, siendo su cuota de participación del valor del 13,5 %.

Los hogares españoles consumen un 32,6 % más de almendras que hace un año. El valor de este fruto seco consigue facturar un 26,6 % más que con respecto al año 2022. El precio medio por kilo de almendras se reduce un 4,5 %, cerrando en 12,10 € por kilo. Es una importante bajada de precio, si al igual que pasaba con la nuez, tenemos en cuenta que es más accesible comprar un kilo de producto en 2023 que en el año inmediatamente anterior.

Los hogares dedican a la compra de este fruto seco el 0,22 del presupuesto medio para la compra de alimentación y bebidas, siendo la correspondencia en volumen del 0,05.

FRUTOS SECOS

El consumo per cápita de **nueces** en España es de 0,31 kilogramos por persona y año, cantidad superior en un 31,1 % a la consumida un año antes, mientras que el gasto que se realiza es de 3,81 € por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Almendra	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	14.726,38	32,6 %
Valor (miles €)	178.194,55	26,6 %
Consumo x cápita (kg)	0,31	31,1 %
Gasto x cápita (€)	3,81	25,2 %
Parte de mercado volumen (%)	0,05	0,01
Parte de mercado valor (%)	0,22	0,03
Precio medio (€/kg)	12,10	-4,5 %

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. Las denominadas 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

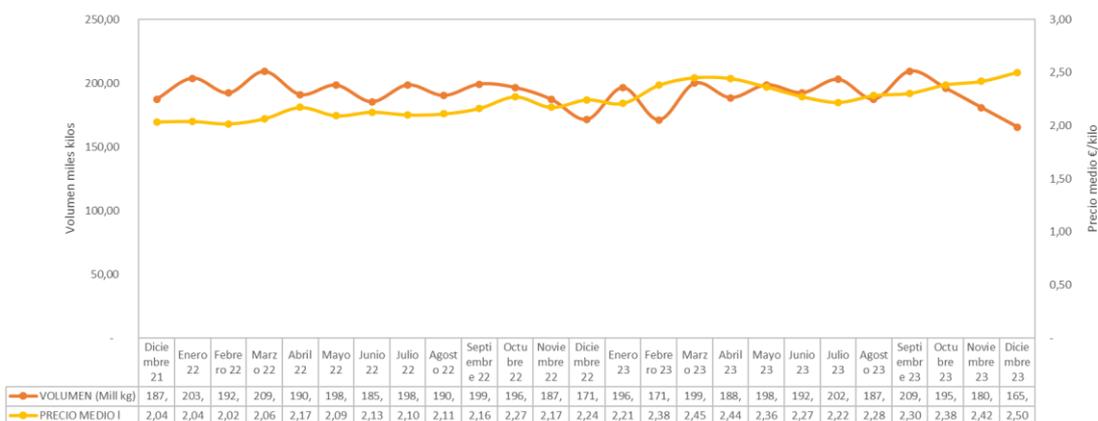
Los hogares españoles reducen la cantidad comprada de hortalizas frescas a cierre de año 2023 en una proporción del 1,5 %. El valor del mercado y tal como ocurre con muchas categorías, cierra en positivo. En este caso, consigue capturar un 8,7 % más de facturación, debido al incremento que se produce en el precio medio, que cierra en 2,35 €/kilo, un 10,3 % superior al año anterior.

Estos productos representan el 6,64 del presupuesto medio asignado por hogar para la compra de alimentación y bebidas en el entorno doméstico, siendo la correspondencia en volumen del 8,52. El consumo per cápita de hortalizas a cierre de año 2023 es de 48,92 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad un 2,6 % inferior a la consumida un año antes. El gasto per cápita se incrementa en un 7,5 %, cerrando en 114,89 € por persona y año.

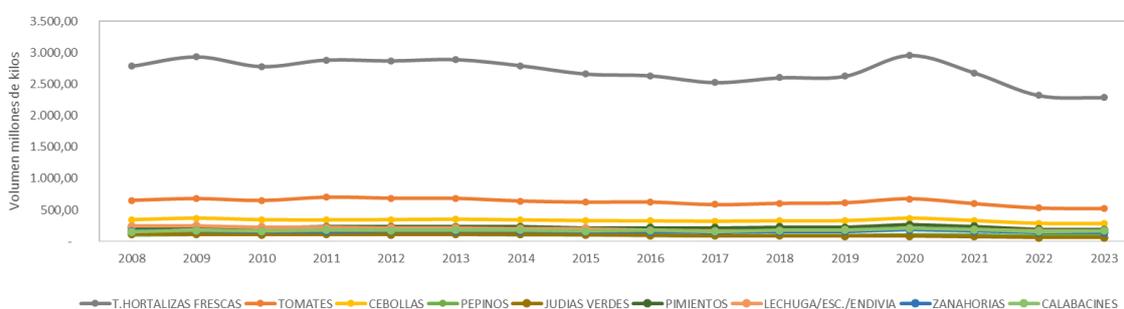
Si analizamos la compra en relación con el año 2019 para analizar el impacto que ha tenido la pandemia con respecto a la categoría, tampoco es mayor la compra de hortalizas por parte de los hogares españoles. La compra de estos productos frescos cae un 12,9 %. En valor, nuevamente la categoría se posiciona en positivo con un incremento del 8,9 % debido al impacto que se produce por la variación del precio medio, que cierra siendo un 25,0 % superior al año 2019.

	Consumo doméstico de T.HORTALIZAS FRESCAS	% Variación 2023 vs. 2022	% Variación 2023 vs. 2019
Volumen (miles kg)	2.288.707,28	-1,5 %	-12,9 %
Valor (miles €)	5.374.968,26	8,7 %	8,9 %
Consumo x cápita (kg)	48,92	-2,6 %	-14,1 %
Gasto x cápita (€)	114,89	7,5 %	7,4 %
Parte de mercado volumen (%)	8,52	-0,01	-0,07
Parte de mercado valor (%)	6,64	-0,01	-0,06
Precio medio (€/kg)	2,35	10,3 %	25,0 %

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



Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos

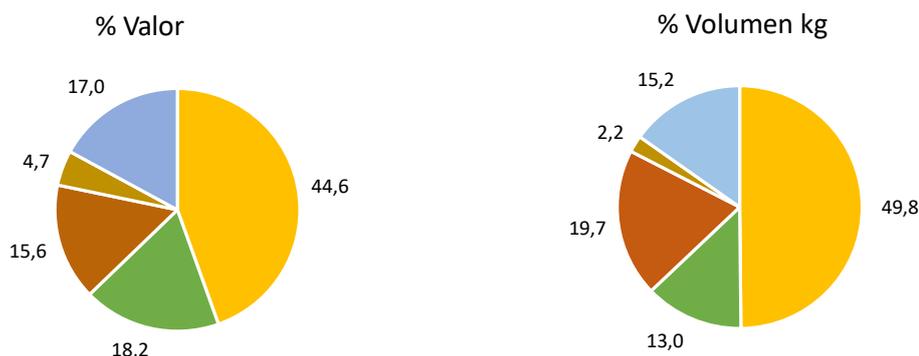


Si analizamos la tendencia a largo plazo de la compra de hortalizas frescas por parte de los hogares españoles, se observa cómo después del fuerte aumento que se produjo durante el año 2020 en el consumo, durante los últimos años el consumo de hortalizas frescas se ha reducido considerablemente. Asimismo, si comparamos el dato de consumo del cierre del año 2023 con el primer dato de la serie histórica disponible (2008), la demanda de hortalizas frescas es menor y se contrae en un 17,9 %.

La tendencia a la baja en consumo de estos productos frescos se extiende a la práctica totalidad de los tipos analizados, a excepción de calabacín, que consigue crecer del orden de un 7,8 % en un contexto de reducción de la demanda tan extendido.

Por el contrario, la caída más fuerte se produce en la compra de judías verdes, que con respecto a 2008 disminuye un 48,7 % su volumen. Le sigue lechuga/escarola/endivia que acumula un descenso del 33,2 % o de tomates con una caída del 19,3 % en el volumen de sus compras.

Importancia de los tipos de hortalizas



% Evolución 2023 vs 2022	Valor	Volumen
T.HORTALIZAS FRESCAS	8,7 %	-1,5 %
FRUTOS Y FLORES	7,7 %	0,1 %
HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS	4,4 %	-3,4 %
RAICES, BULBOS, TUBERCULOS	22,3 %	-0,7 %
SETAS	6,2 %	0,0 %
OTRAS HORTALIZAS	5,8 %	-5,9 %

Si tenemos en cuenta como se distribuyen los tipos de hortalizas en volumen y valor en función de la importancia que tienen para el hogar, podemos discernir lo siguiente. La división del mercado que cuenta con más proporción de volumen y valor lo concentran variedades de frutos y flores, donde se incluyen tomates, pepinos, berenjenas, calabacines, pimientos, coles y brócoli. Su cuota en volumen alcanza casi 1 de cada 2 kilos del mercado (49,8 %) y mantiene una tendencia estable con respecto a 2022. En valor, la tendencia es positiva (7,7 %), en un contexto donde representan 44,6 € de cada 100 € invertidos en la categoría.

Las variedades de hortalizas del tipo raíces, bulbos y tubérculos (cebollas, zanahorias y ajos) son el segundo grupo de hortalizas frescas por orden de importancia dentro de las cestas de los hogares españoles, representan casi 1 de cada 5 kg comprados en la categoría (19,7 %). Por su parte, su cuota de mercado en valor es algo menor (15,6 %). En cuanto evolución, estos productos no consiguen crecer en volumen con respecto a 2022 (0,7 %) pero si en facturación 22,3 %.

Asimismo, los frutos de hojas, tallos tiernos y vainas acumulan el 13,0 % del volumen de los hogares, siendo el segundo grupo con la mayor cuota de mercado en valor con una participación del 18,2 %. Este grupo de productos tampoco logra crecer en volumen con respecto al año anterior (3,4 %), aunque presenta un incremento del 4,4 % en valor

Por último, las setas se mantienen como el grupo con menor representación dentro de la categoría tanto en volumen como en valor (2,2 % y 4,7 % respectivamente), manteniéndose estable en volumen con respecto a 2022, pero con una facturación un 6,2 % superior.

Consumo per cápita de los tipos de hortalizas

	Consumo per cápita (kg)	
	2022	2023
T.HORTALIZAS FRESCAS	50,22	48,92
FRUTOS Y FLORES	24,63	24,38
HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS	6,67	6,38
RAICES, BULBOS, TUBERCULOS	9,83	9,65
SETAS	1,10	1,09
OTRAS HORTALIZAS	7,98	7,43

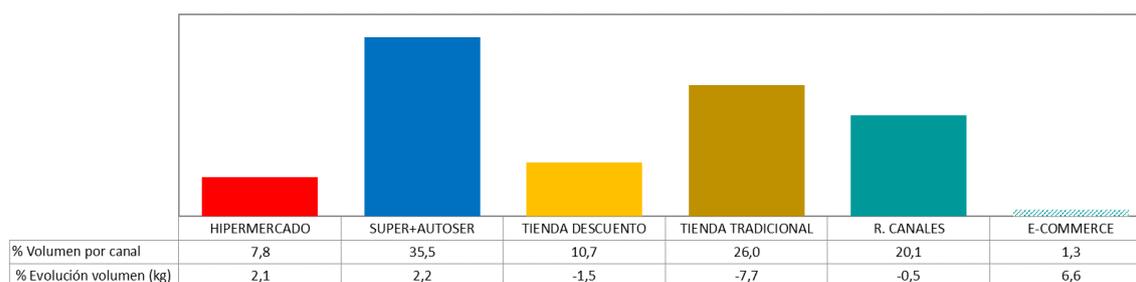
El consumo per cápita de hortalizas frescas a cierre de año 2023 ha sido de 48,92 kilos por persona, el equivalente a consumir cerca de 1,3 kilos menos con respecto al año anterior. Tal como puede observarse el descenso en el consumo medio realizado por personas disminuye de manera transversal y extendida a todos los tipos.

El tipo de hortalizas “frutos y flores” que cuenta con la mayor ingesta realizada a cierre de año, ha decrecido con respecto al ejercicio anterior un 1,0 % o lo que es igual a 0,24 kilogramos menos ingeridos por persona al año, siendo la ingesta promedio de este tipo de hortalizas de 24,38 kilos/persona/año.

La reducción más acusada se produce en el consumo per cápita de hojas, tallos tiernos y vainas, que ven disminuir su ingesta en un 4,4 %, el equivalente a tener un consumo menos en torno a 0,30 kilos por persona y periodo de estudio. Actualmente la cantidad ingerida por persona asciende a 6,38 kilos por año de estudio.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2023 vs. 2022)

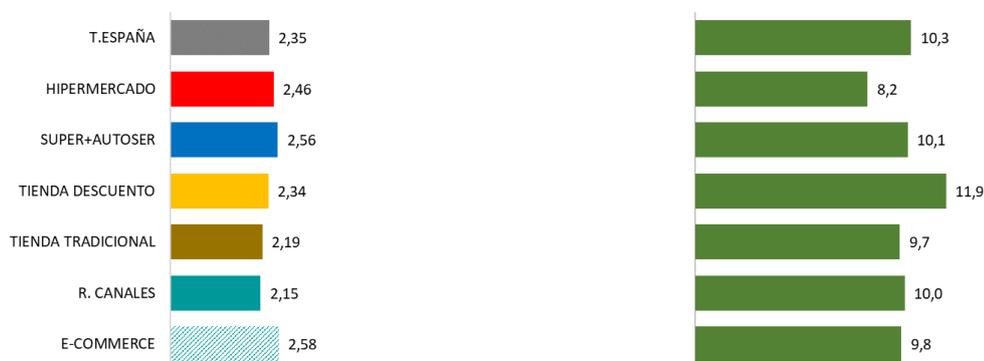


La compra de hortalizas frescas se realiza en dos plataformas de distribución mayormente. Por un lado y en primer lugar, se sitúa el supermercado y autoservicio con más de un tercio del consumo (35,5 %), de otro lado encontramos la tienda tradicional con un alcance del 26,0 % del volumen total. No obstante, evolucionan de manera muy diferente, ya que mientras una crece (2,2 %), la tienda tradicional pierde un 7,7 % del volumen de las compras con respecto a hace un año.

La tienda descuento ocupa la tercera posición en proporción, con un 10,7 % del volumen total distribuido de hortalizas frescas, si bien, este canal presenta una evolución desfavorable del 1,5 %. En cuanto al hipermercado y el e-commerce, ambos canales de distribución presentan

crecimiento con respecto a 2022 (2,1 % y 6,6 %, respectivamente), con una proporción del volumen del 7,8 % para el hipermercado y del 1,3 % para el e-commerce.

Precio medio (€/kg) por canales (2023 vs. 2022)

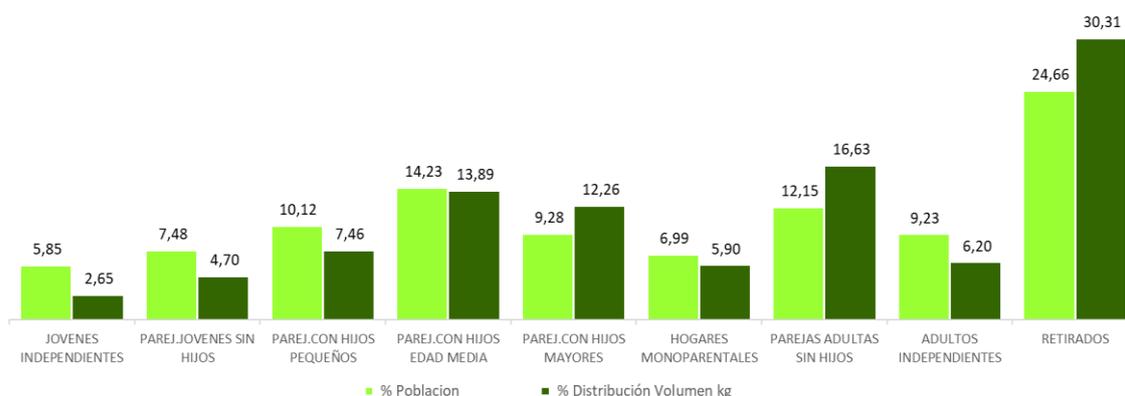


El precio medio kilo de hortalizas y verduras frescas a cierre de año cierra en 2,35 €, precio que se incrementa de manera transversal para todas las plataformas de distribución.

La tienda descuento es el canal que mantiene el aumento del precio medio más alto del mercado, con una variación del 11,9 %. A pesar de este hecho, el canal mantiene el precio medio de estos productos ligeramente inferior al promedio del mercado (2,34 €/kilo vs 2,35 €/kilo). El canal que mantiene el precio medio más competitivo es el canal que engloba el resto de los canales (2,15 €/kilo), seguido de la tienda tradicional con 2,19 €/kilo, ambos con un incremento en torno al 10,0 % con respecto a 2022. Por su parte, tanto el supermercado como el hipermercado cierran con un precio superior al promedio (2,56 y 2,46 €/kilo), tras haberlo incrementado en un 10,1 % y 8,2 %, respectivamente. No obstante, el precio medio más alto y menos competitivo del mercado lo registra el canal e-commerce, con 2,58 €/kilo.

Demográficos

% Población y % distribución del volumen por perfil sociodemográfico (2023)

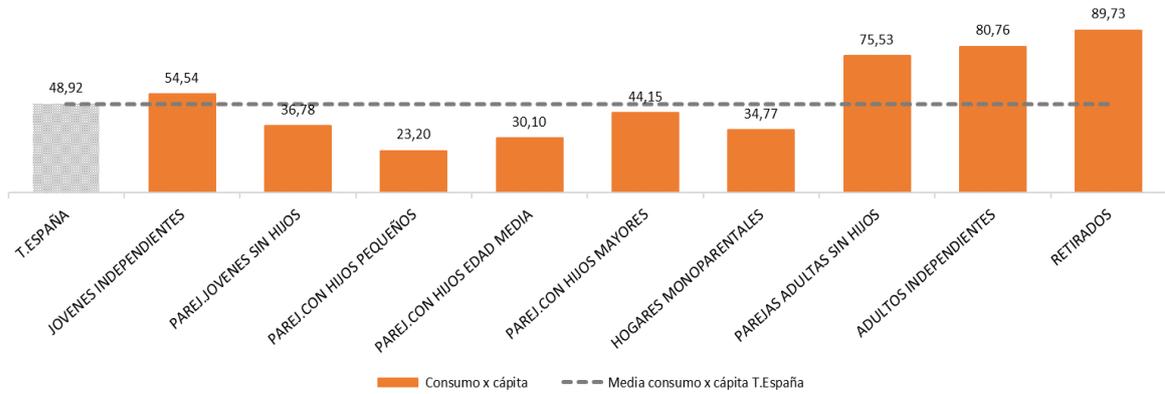


Los hogares compuestos por el ciclo de vida de retirados cuentan con la mayor distribución del volumen con el 30,3% del volumen de la categoría. Se definen, además, como compradores intensivos, debido a que su proporción de compras, supera la proporción de población que representan que es del 24,66 %.

HORTALIZAS FRESCAS

Este mismo efecto, lo encontramos en hogares formados por parejas con hijos mayores y en parejas adultas sin hijos, ya que superan el porcentaje de población con la distribución de sus compras.

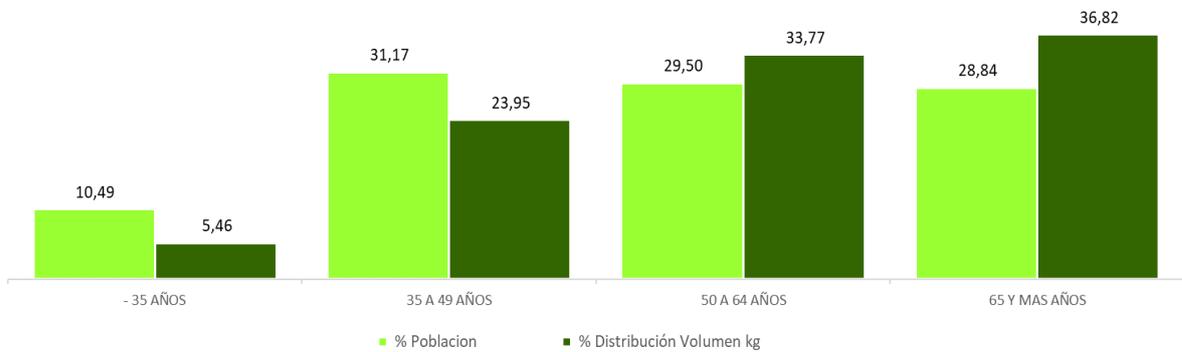
Consumo per cápita por ciclo de vida (2023)



El consumo per cápita de hortalizas frescas es de 48,92 kilos por individuo a cierre de año 2023. Esta cantidad se supera en el caso de hogares formados por jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. No concuerda con el tipo de hogar intensivo, debido a que el número de personas que habita en el hogar es normalmente inferior.

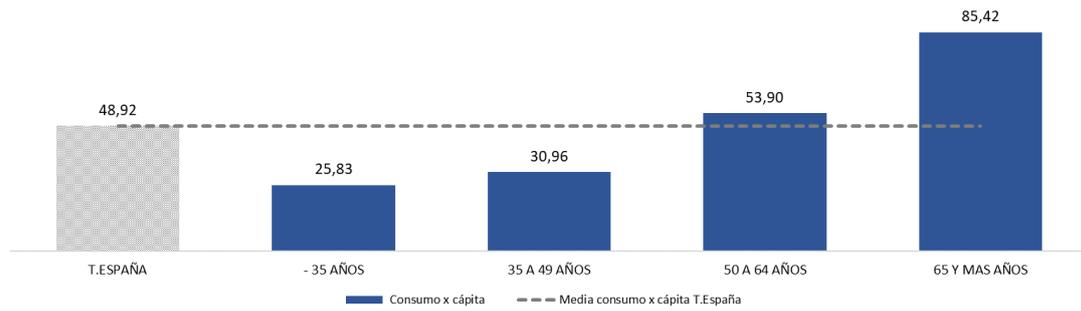
Los individuos retirados llevan a cabo la mayor ingesta per cápita, con una cantidad de 89,73 kilos por persona, equivalente a consumir 40,8 kilos más que el promedio del mercado.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2023)



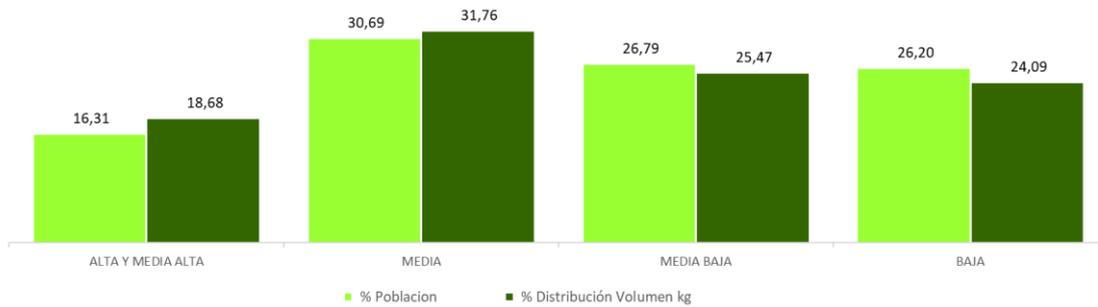
El perfil del consumidor de hortalizas frescas si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras se sitúa entre los hogares formados por mayores de 50 años. Estos hogares representan al 70,6 % de las compras de hortalizas frescas, siendo su extensión de población del 58,3 %. Por su parte, los hogares formados por menores de 35 años se conforman como poco intensivos de la categoría, ya que el consumo que realizan de esta categoría no alcanza el peso que representan en población, consumiendo por debajo de lo esperado.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2023)



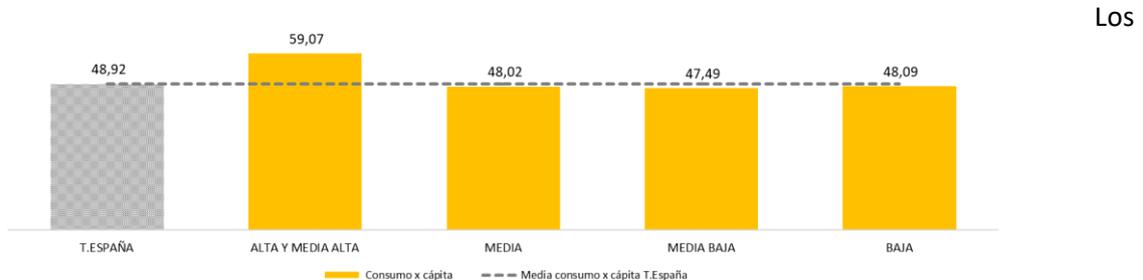
Tal como podemos observar además de ser el grupo más intensivo en cuanto a su compra, los mayores de 50 tienen una ingesta per cápita superior a la media del mercado. Dentro de este grupo destacan los individuos mayores de 65 que consumen 85,42 kilos por persona al año, una cantidad muy superior a los 48,92 kilos del promedio, el equivalente a consumir 36,5 kilos más por individuo.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2023)



En cuanto a la intensidad de compra con respecto a la clase socioeconómica, podemos observar cómo los hogares de clase socioeconómica alta y media alta son los más intensivos en el consumo de este producto. Asimismo, los hogares de clase media también tienen un consumo superior al que cabría esperar por su peso poblacional. Si bien, existe un equilibrio más o menos aparente, ya que todos los grupos son bastante parejos entre sus datos de compra y de población.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2023)



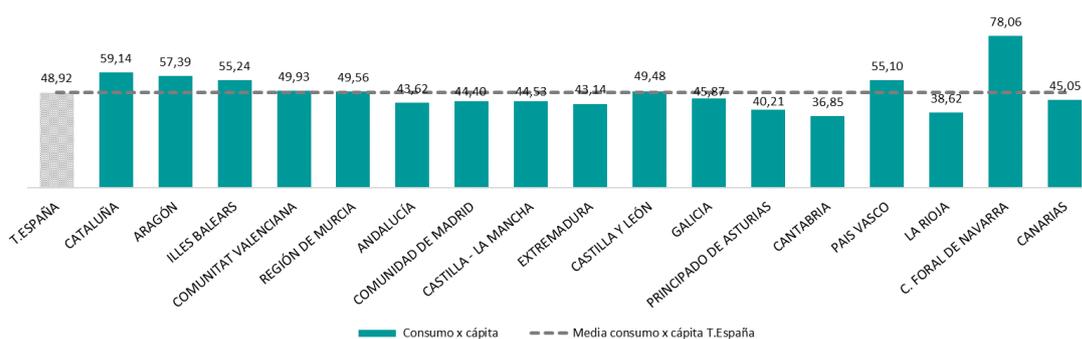
individuos de clase alta y media alta son quienes tienen el mayor consumo per cápita de la categoría, superando la media nacional, con una ingesta de 59,07 kilos per cápita al año, supone consumir más de 10 kilos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2023)



Entre las CCAA intensivas, aquellas cuyo volumen de compra de estos productos supera su peso en población, encontramos Cataluña, Aragón, la Comunitat Valenciana, la Región de Murcia, País Vasco, y de una manera más destacada, la Comunidad Foral de Navarra. En el otro extremo y como territorios menos intensivos en la compra de estos productos encontramos el Principado de Asturias, La Rioja y Cantabria.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2023)



Los individuos navarros, son quienes realizan la mayor ingesta per cápita de hortalizas frescas a cierre de año con una cantidad que asciende a 78,06 kilogramos por persona. Es una cantidad que supera el promedio de mercado en algo más de 29 kilos por persona y periodo de estudio. Asimismo, también superan el promedio nacional otras CCAA como Cataluña, Aragón, País Vaco o Illes Balears.

4.12.1 TIPOS DE HORTALIZAS

Tomate

La compra de tomate a cierre de año 2023 decrece. Los hogares españoles compran un 1,7 % menos de kilos de tomates. El valor de este producto crece un 8,3 % con respecto al año anterior. Este movimiento se produce debido a que la menor demanda se compensa con el aumento del precio medio. El precio medio de tomate se incrementa un 10,1 %, lo que le lleva a cerrar en 2,27€/kilo, equivalente a pagar 0,21 € más por cada kilo de tomates.

Los hogares destinan a la compra de tomate el 1,47 del presupuesto medio asignado para la compra de productos de abastecimiento para el hogar, siendo su correspondencia en volumen del 1,95.

El consumo per cápita de tomate es de 11,22 kilos por persona y año de estudio, cantidad inferior en un 2,8 % con respecto al año anterior, equivalente a dejar de consumir del orden de 0,32 kilos por persona. El gasto per cápita sin embargo aumenta en estos doce meses un 7,1 % siendo la cantidad invertida de 25,49 € por individuo.

	Consumo doméstico de Tomates	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	525.111,63	-1,7 %
Valor (miles €)	1.192.423,86	8,3 %
Consumo x cápita (kg)	11,22	-2,8 %
Gasto x cápita (€)	25,49	7,1 %
Parte de mercado volumen (%)	1,95	-0,02
Parte de mercado valor (%)	1,47	-0,02
Precio medio (€/kg)	2,27	10,1 %

Pimiento

A cierre de 2023, el pimiento pierde presencia en los hogares españoles en comparación con 2022, ya que su volumen comprado disminuye un 2,8 %, siendo su facturación un 9,7 % superior. El precio medio aumento un 12,8 % con respecto a 2022, dato que explica las diferencias entre la evolución de volumen y valor.

La compra de pimiento representa el 0,70 % del total de la cesta de los hogares, lo que equivale a un consumo per cápita de 4,02 kilos por persona. Dicho consumo se reduce un 3,9 % con respecto a 2022.

Del dinero total que destinan los hogares a la compra de alimentación, el 0,57 se gasta en la compra de este producto fresco. Esto implica un gasto de 9,85 € por persona y periodo de análisis, cantidad que aumenta un 8,4 % si comparamos con 2022.

HORTALIZAS FRESCAS

	Consumo doméstico de Pimientos	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	188.072,32	-2,8 %
Valor (miles €)	460.728,01	9,7 %
Consumo x cápita (kg)	4,02	-3,9 %
Gasto x cápita (€)	9,85	8,4 %
Parte de mercado volumen (%)	0,70	-0,02
Parte de mercado valor (%)	0,57	0,00
Precio medio (€/kg)	2,45	12,8 %

Calabacín

El calabacín es de los pocos productos de esta categoría que crece a cierre de año 2023. En concreto los hogares españoles compraron un 6,8 % más de kilos de calabacín que hace un año, algo que destaca debido al contexto de reducción de la demanda de hortalizas frescas por parte de los hogares. En valor, el mercado cierra con un incremento del 3,8 %, la diferencia entre el crecimiento en valor y volumen viene determinado por el efecto negativo que tiene el precio medio de calabacín, situando en 1,74 €/kilo, siendo más accesible que hace un año en un 2,9 %.

Los hogares españoles destinan a la compra de este producto hortofrutícola el 0,36 del presupuesto medio designado para el abastecimiento de los hogares. En volumen la proporción que representa es del 0,57 sobre la totalidad de las compras de un hogar.

El consumo per cápita aumenta un 5,6 % siendo la ingesta media realizada de 3,35 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad que equivale a consumir 0,19 kilos más de calabacín por persona al año. El gasto per cápita realizado en la compra de calabacín es un 2,6 % más alto, siendo el gasto realizado de 5,82 € al año por persona.

	Consumo doméstico de Calabacines	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	155.037,69	6,8 %
Valor (miles €)	269.297,88	3,8 %
Consumo x cápita (kg)	3,35	5,6 %
Gasto x cápita (€)	5,82	2,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,57	0,04
Parte de mercado valor (%)	0,36	-0,02
Precio medio (€/kg)	1,74	-2,9 %

Cebolla

Ligero retroceso en la compra de cebolla a cierre de 2023 con una variación negativa del 0,7 %. No obstante, la facturación de este producto crece y lo hace de manera muy destacada con una variación del 26,8 % por el efecto del incremento de precio. De hecho, aumenta un 27,6 % comparado con el de hace un año, uno de los que más crece de la categoría y por tanto le lleva a cerrar en 1,79 €/kilo.

Durante 2023, los individuos españoles han consumido 6,02 kilos de cebolla por persona, lo que supone una reducción del 1,8 % con respecto al año anterior. Por su parte, el gasto medio por persona invertido en este producto hortofrutícola es de 10,78 € por persona, un 25,3 % más alto que hace un año.

La cebolla representando un 1,05% en volumen sobre la compra de alimentos y bebidas para el abastecimiento doméstico y supone un 0,62% del presupuesto medio asignado por los hogares españoles para la compra de alimentación y bebidas.

	Consumo doméstico de Cebollas	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	281.489,57	-0,7 %
Valor (miles €)	504.137,29	26,8 %
Consumo x cápita (kg)	6,02	-1,8 %
Gasto x cápita (€)	10,78	25,3 %
Parte de mercado volumen (%)	1,05	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,62	0,16
Precio medio (€/kg)	1,79	27,6 %

Lechuga/escarola/endivia

Los hogares compran un 2,5 % menos de kilos de lechuga, escarola y endivias con respecto al año anterior. El valor del mercado crece un 3,5 %. El precio medio de lechuga/escarola/endivia cierra en 2,86 € por kilo de producto, resultando un 6,1 % más alto que al cierre de 2022.

El consumo per cápita de estos productos cierra un 3,6 % siendo más bajo que con respecto al año 2022, siendo la cantidad ingerida por persona y año de 3,49 kilogramos. Por su parte, el gasto per cápita asciende a 10,58 € por persona, una cifra que resulta superior en un 2,3 % con respecto a la registrada hace un año.

Estos productos, representan el 0,61 tanto en volumen, como en valor, si tenemos en cuenta el volumen total de la cesta de alimentación, así como el presupuesto medio asignado para abastecer los hogares.

HORTALIZAS FRESCAS

	Consumo doméstico de Lechuga/Esc./Endivia	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	163.178,30	-2,5 %
Valor (miles €)	494.866,13	3,5 %
Consumo x cápita (kg)	3,49	-3,6 %
Gasto x cápita (€)	10,58	2,3 %
Parte de mercado volumen (%)	0,61	-0,02
Parte de mercado valor (%)	0,61	-0,06
Precio medio (€/kg)	2,86	6,1 %

Setas

Se produce una estabilidad en la compra de champiñones y otras setas a cierre de año 2023 por parte de los hogares españoles. Esta categoría crece un 6,2 % en valor, efecto provocado no por una mayor demanda de productos, si no por haberse incrementado el precio medio en un 6,2 %, cerrando en 4,94 €/kilo.

En promedio, cada residente en España consume del orden de 1,09 kilos de estos productos al año, cantidad que resulta un 1,1 % inferior al año anterior. Por su parte, el gasto per cápita se incrementa en un 5,0 %, cerrando en 5,38 € por persona y año.

Los hogares destinan el 0,31 del presupuesto medio para el abastecimiento doméstico a la compra de estos productos, siendo su correspondencia en volumen del 0,19%.

	Consumo doméstico de Champiñones+O.Setas	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	50.893,63	0,0 %
Valor (miles €)	251.640,49	6,2 %
Consumo x cápita (kg)	1,09	-1,1 %
Gasto x cápita (€)	5,38	5,0 %
Parte de mercado volumen (%)	0,19	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,31	-0,03
Precio medio (€/kg)	4,94	6,2 %

Hortalizas IV Gama

Aumenta la compra de verduras y hortalizas de IV gama a cierre de año 2023 en una proporción del 4,9 % de los kilos con respecto al año anterior. El valor del mercado se sitúa también en positivo con un incremento del 6,9 % en la facturación. El precio medio para estos productos cierra en 3,90 €/kilo una cantidad superior en un 1,9 % con respecto al año 2022.

HORTALIZAS FRESCAS

Los hogares destinan a la compra de verduras y hortalizas de IV gama el 0,70 del presupuesto medio que se asigna para la compra de productos del hogar, mientras que la correspondencia que tiene en volumen es ligeramente inferior y representa el 0,54 de la cesta total de productos de alimentación y bebidas de un hogar promedio.

El consumo per cápita de este tipo de hortaliza y verdura fresca asciende a 3,13 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad un 3,7 % superior a la del año inmediatamente anterior. Por su parte, en España cada individuo gasta del orden de 12,18 € en la compra de la categoría, cantidad superior en un 5,6 % a la invertida un año antes.

	Consumo doméstico de Verd./Hort. Iv Gama	% Variación 2023 vs. 2022
Volumen (miles kg)	146.250,79	4,9 %
Valor (miles €)	569.850,41	6,9 %
Consumo x cápita (kg)	3,13	3,7 %
Gasto x cápita (€)	12,18	5,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,54	0,05
Parte de mercado valor (%)	0,70	-0,02
Precio medio (€/kg)	3,90	1,9 %

8. NOTAS METODOLÓGICAS

8.1. PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO EN HOGARES

El **panel de consumo alimentario en hogares (panel de compras)**, estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación incluido en el Plan Estadístico Nacional y elaborado a partir de los datos facilitados por la empresa TAYLOR NELSON SOFRES S.A.U., tiene por objeto conocer la demanda directa de alimentos en los hogares españoles (consumo en hogares), mediante la recogida y el análisis de forma sistemática de la información de lo que compran los españoles para su consumo en el hogar, cuánto les cuesta y cuándo y dónde lo compran, investigando las diferencias de los hábitos de compra de los hogares según su diferente situación geográfica y los diversos factores que caracterizan a las familias españolas. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Todos los hogares de la Península, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (18.169.526 en 2014, 18.304.544 en 2015, 18.326.032 en 2016, 18.396.384 en 2017, 18.465.718 en 2018, 18.582.890 en 2019, 18.716.109 en 2020, 18.682.670 en 2021, 18.737.475 en 2022 y 19.063.170 en 2023).

El universo utilizado para calcular los años desde 2013 hasta 2022 (ambos incluidos) del informe se actualizó con el censo del año 2011 establecido por el INE.

Cuando se habla de hogar, se entiende como tal a la persona o conjunto de personas que ocupan en común una vivienda familiar o parte de ella y consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

Muestra⁴: 12.500 hogares que registran diariamente sus compras con un lector óptico o con un smartphone. La elección de esta muestra es al azar, con un método de dos etapas. En la primera, se seleccionan los puntos de sondeo en función del tamaño de las poblaciones para cada una de las regiones (2.241 puntos de sondeo). En la segunda, se selecciona los colaboradores en cada uno de los puntos elegidos.

Los criterios de segmentación de los hogares sobre los que es posible realizar el análisis de comportamiento de compra son las zonas geográficas y comunidades autónomas, tamaño del hábitat, nivel socioeconómico del hogar, composición y tamaño del hogar, presencia de niños y edad de éstos, ciclos de vida del hogar. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

- Las **zonas geográficas y comunidades autónomas** consideradas son las siguientes: Canarias, Noreste, Levante, Andalucía, Centro-Sur, Castilla y León, Noroeste, Norte, las 17 comunidades autónomas.
- Los **tamaños del hábitat** considerados son los siguientes: menos de 2.000 habitantes, 2.000 a 10.000, 10.001 a 100.000, 100.001 a 500.000, más de 500.000 habitantes.

⁴ A partir del mes de marzo de 2016.

- Los **niveles socioeconómicos del hogar** considerados son los siguientes: alta y media alta, media, media baja, baja.
- La **composición y tamaños del hogar** considerados son los siguientes:
 - Edad del responsable de compra: menor de 35 años, de 35 a 49 años, de 50 a 64 años y de más de 65 años.
 - Número de personas en el hogar: 1 persona, 2 personas, 3 personas, 4 personas, 5 y más personas.
- La **presencia de niños y edad de éstos** considerados son los siguientes: sin niños, con niños menores de 6 años, con niños de 6 a 15 años.
- Los **ciclos de vida del hogar** considerados son los siguientes:
 - Jóvenes independientes (tamaño familiar=1, edad responsable de compra <= 45 años),
 - parejas jóvenes sin hijos (tamaño familiar >= 2, edad responsable de compra <= 45 años, sin niños menores 30 años inclusive),
 - parejas con hijos pequeños (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor de menos de 5 años inclusive),
 - parejas con hijos de edad media (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor entre 6 y 17 años, ambos inclusive),
 - parejas con hijos mayores (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor entre 18 y 30 años ambos inclusive),
 - hogares monoparentales (sin pareja, tamaño familiar > 1, con niño menor de 30 años inclusive),
 - parejas adultas sin hijos (tamaño familiar > = 2, edad ama de casa >45 años y <=65 años, sin niños menores 30 años inclusive),
 - adultos independientes (tamaño familiar = 1, edad responsable de compra > 45 y <=65 años),
 - retirados (edad responsable de compra > 65 años, sin niños menores 30 años inclusive).

Para cada compra realizada, el hogar informa del establecimiento en el que ha adquirido el producto, lo que permite conocer la importancia de los distintos tipos de establecimientos en la distribución final. Los **establecimientos** considerados son los siguientes:

- **Hipermercado,**
- **Supermercado / Autoservicio,**
- **Tienda descuento,**
- **T. Tradicional:** pescaderías, carnicerías / charcuterías, lecherías, herboristerías, tiendas de congelados, mercados y plazas, panaderías, bares / bodegas, farmacias, verdulerías / fruterías, tiendas de alimentación / comestibles y ultramarinos,
- **Otros canales:** economatos / cooperativas, venta a domicilio, mercadillos, autoconsumo, compras directas al productor, resto (incluye e-commerce).

8.2. PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DE HOGARES

El **panel de consumo alimentario fuera de los hogares**, estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación elaborado a partir de los datos facilitados por la empresa TAYLOR NELSON SOFRES S.A.U., tiene por objeto conocer la demanda total de alimentos y bebidas en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final residente en España peninsular y Baleares, identificando los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios de los españoles fuera de su hogar y conociendo la importancia de los distintos tipos de establecimientos donde el consumidor compra los productos para su consumo extradoméstico. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Los individuos residentes en España peninsular e Islas Baleares de edades comprendidas entre 15-75 años (>18 años para la declaración de vino y derivados, cerveza, sidra y bebidas espirituosas). El estudio no recoge el consumo realizado por el turismo, permitiendo así cuantificar el consumo per cápita real de los residentes en España. Asimismo, no recoge el consumo realizado en las Islas Canarias ni en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Muestra⁵: 10.500 panelistas de entre 15 y 75 años que colaboran en continuo y declaran cada día el consumo que realizan fuera del hogar. De los cuales, 3.000 declaran el consumo detallado de alimentos. La información se recoge mediante una aplicación de *smartphone*, con lectura de códigos EAN para aquellos productos que los tengan, y declaración manual guiada por categorías en el resto.

La recogida de información se realiza en el momento de consumo, para lo cual los formularios están diseñados para una rápida declaración.

Las posibilidades de respuesta están adaptadas a la realidad de las diferentes opciones de restauración al componerse de diferentes productos, así como de las recetas que hay disponibles, según elección del panelista.

La asignación del precio no se hace por tipo de receta o plato de forma independiente, si no por menú u opción elegida, es decir por el precio total pagado por tique. De ahí que no se pueda asignar un valor por tipo de producto de forma concreta en el caso de algunas categorías de productos de consumo extradoméstico, sino que se obtiene un dato global de facturación del grupo. En el caso de productos que se adquieren por unidades, como pueden ser las bebidas o los aperitivos, sí es posible asignar un valor de adquisición.

A raíz de la pandemia la forma del consumo se transformó, dando más peso y relevancia en el sector de consumo fuera del hogar a la comida pedida a domicilio y la comida pedida para llevar. Durante el año 2022 se llevó a cabo un proceso de revisión, mejora y formación de los panelistas para identificar y reducir posibles olvidos y errores de declaración afectados por el lugar de consumo.

A raíz del análisis, se observó una mayor cuota de ocasiones realizadas en el lugar de consumo fuera del establecimiento, ya sea pedido a domicilio o a recoger/para llevar. De estas nuevas

⁵ A partir de 2016

ocasiones observadas tenían mayor peso aquellas que contenían productos de alimentos, lo que conllevó a un volumen en kg y valor mayor.

A colación de esta mejora en la recogida durante el año 2022, el dato no solo actual, sino el dato histórico desde el año 2018, se cambió observándose un incremento en el valor proporcional a todas las categorías. No obstante, la tendencia es la misma que la seguida en los datos anteriormente entregados.

8.3. PANEL DE USO DE LOS ALIMENTOS

El **panel de usos**, estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, puesto en marcha en 2016, tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Todos los hogares de la Península y Baleares. El universo utilizado para el cálculo de los años que van desde el año 2013 hasta el año 2022 del presente informe ha sido actualizado con el censo establecido por el INE en el año 2011.

Cuando se habla de hogar, se entiende como tal a la persona o conjunto de personas que ocupan en común una vivienda familiar o parte de ella y consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

Muestra: 4.000 hogares panelistas que pertenecen al panel de compras y que colaboran en la recogida del uso de los alimentos, informan semanalmente, a través de cuestionarios on-line repartidos en las 52 semanas del año, de todos los alimentos consumidos en casa o cogidos de casa para consumir fuera por todos los individuos del hogar, identificando el sexo y edad del consumidor final, el momento en el que consumió (desayuno, media mañana, comida, media tarde, cena, después de cenar, cogido para comer fuera), la forma de preparación (plancha, horno, hervido, frito, etc.), la receta (ejemplo: tortilla, macarrones con tomate, etc.), y el motivo de consumo (salud, placer, comodidad, etc.).

El cuestionario online está diseñado para que, con simples clics, el colaborador identifique el día, el momento de consumo, el plato y acceda a los ingredientes utilizando la despensa/nevera actualizada de acuerdo con las compras que ha realizado. Para llevar a cabo la búsqueda del producto puede seguir el listado o hacer uso del buscador.

Se incorporan controles de calidad en la declaración solicitando la confirmación de los productos y consumidores antes de cerrar el cuestionario.

EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN