

**PRESENTACIÓN DE LOS DATOS
DE CONSUMO ALIMENTARIO
EN EL HOGAR Y FUERA DEL
HOGAR
EN ESPAÑA 2012**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

DATOS CONSUMO ALIMENTARIO EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR EN ESPAÑA

2012

Total gasto alimentación

100.678 millones €

100%

- 1,3 % respecto a 2011

Alimentación en el hogar
67.634 millones €

67%

+ 0,2% respecto a 2011

Alimentación extradoméstico
33.044 millones €

33%

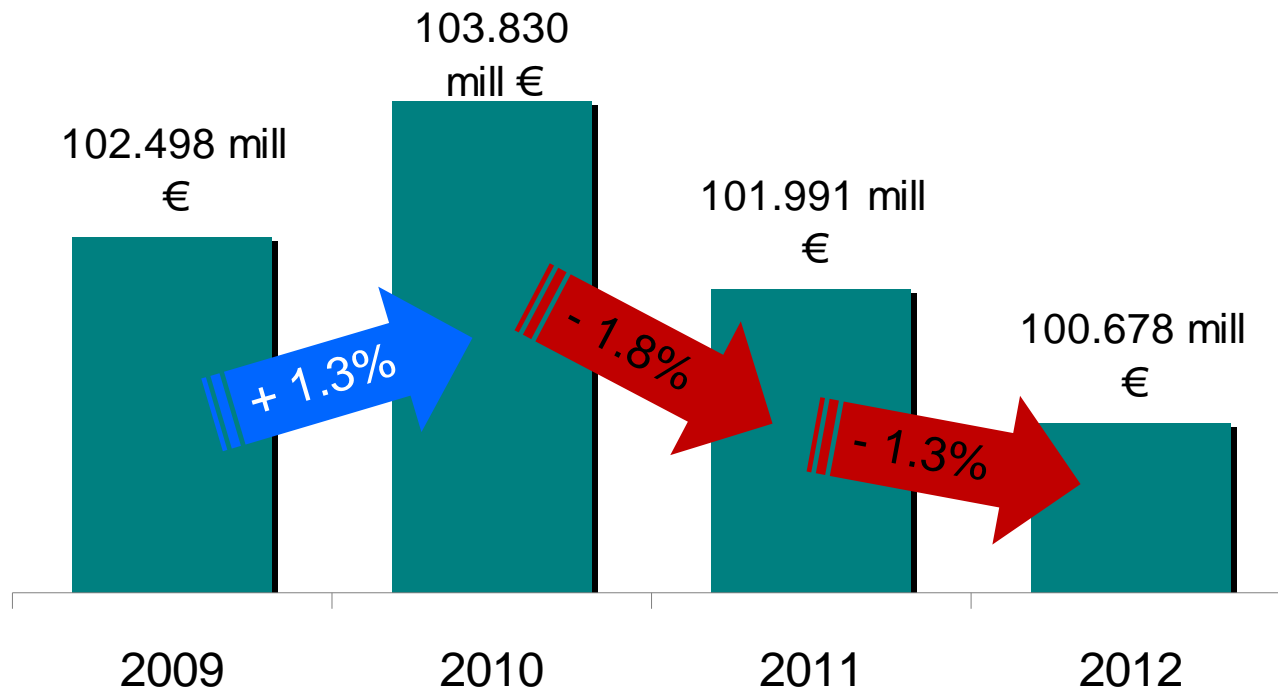
- 4,1 % respecto a 2011



EVOLUCIÓN DATOS CONSUMO ALIMENTARIO EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR EN ESPAÑA

Evolución consumo

El consumo en hogares y fuera del hogar en 2012 disminuye en menor proporción que en el ejercicio anterior.



PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO EN HOGARES EN ESPAÑA 2012



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

2012

**Gasto alimentario en hogares
67.634 millones €**

+0,2% respecto a 2011

**Distribución especializada
18.802,25 M€**

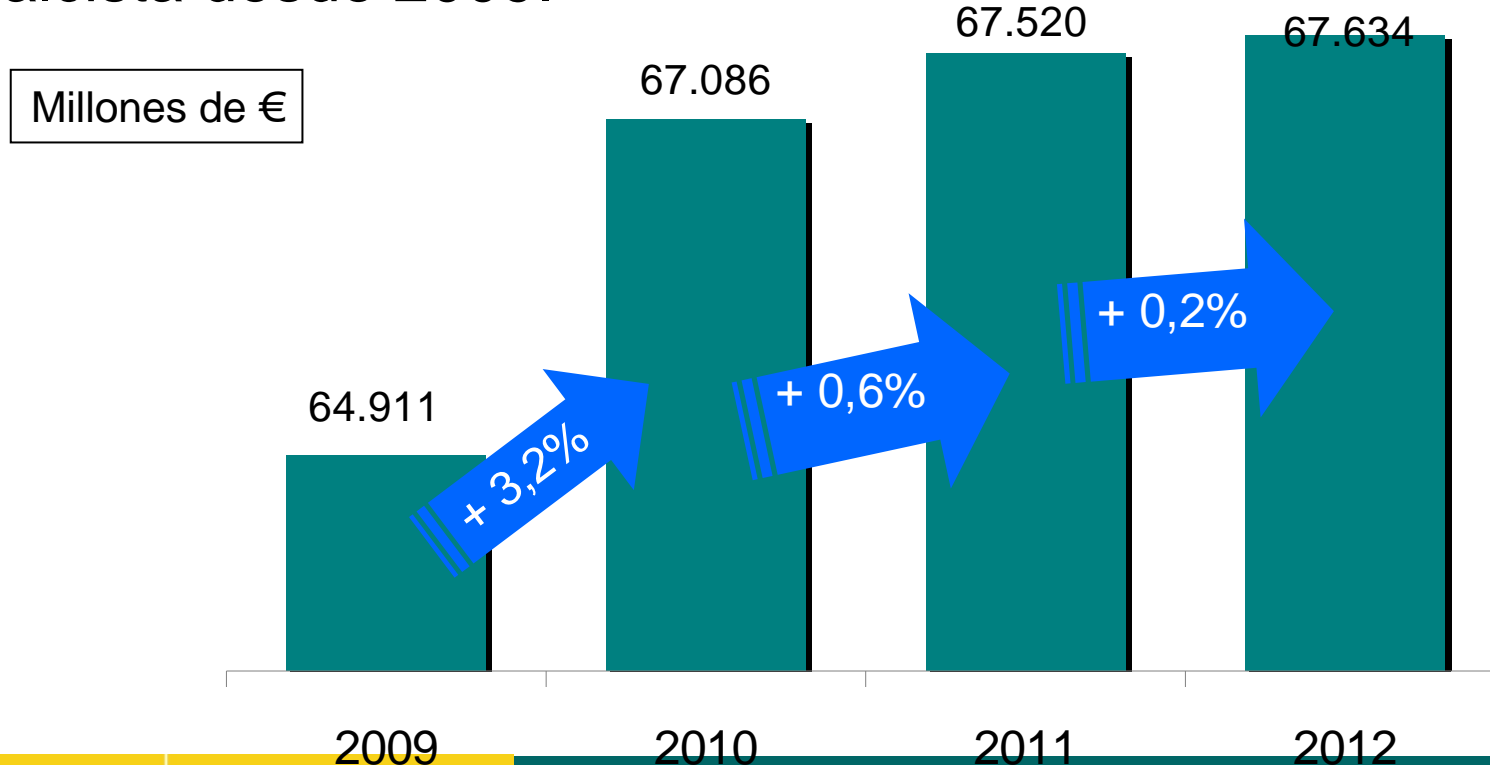
**Distribución organizada
48.831,75 M€**



EVOLUCIÓN DATOS CONSUMO ALIMENTARIO EN HOGARES EN ESPAÑA

Evolución gasto

El consumo en hogares en 2012 continua con la tendencia alcista desde 2009.



TENDENCIAS DE LOS GRUPOS DE ALIMENTOS

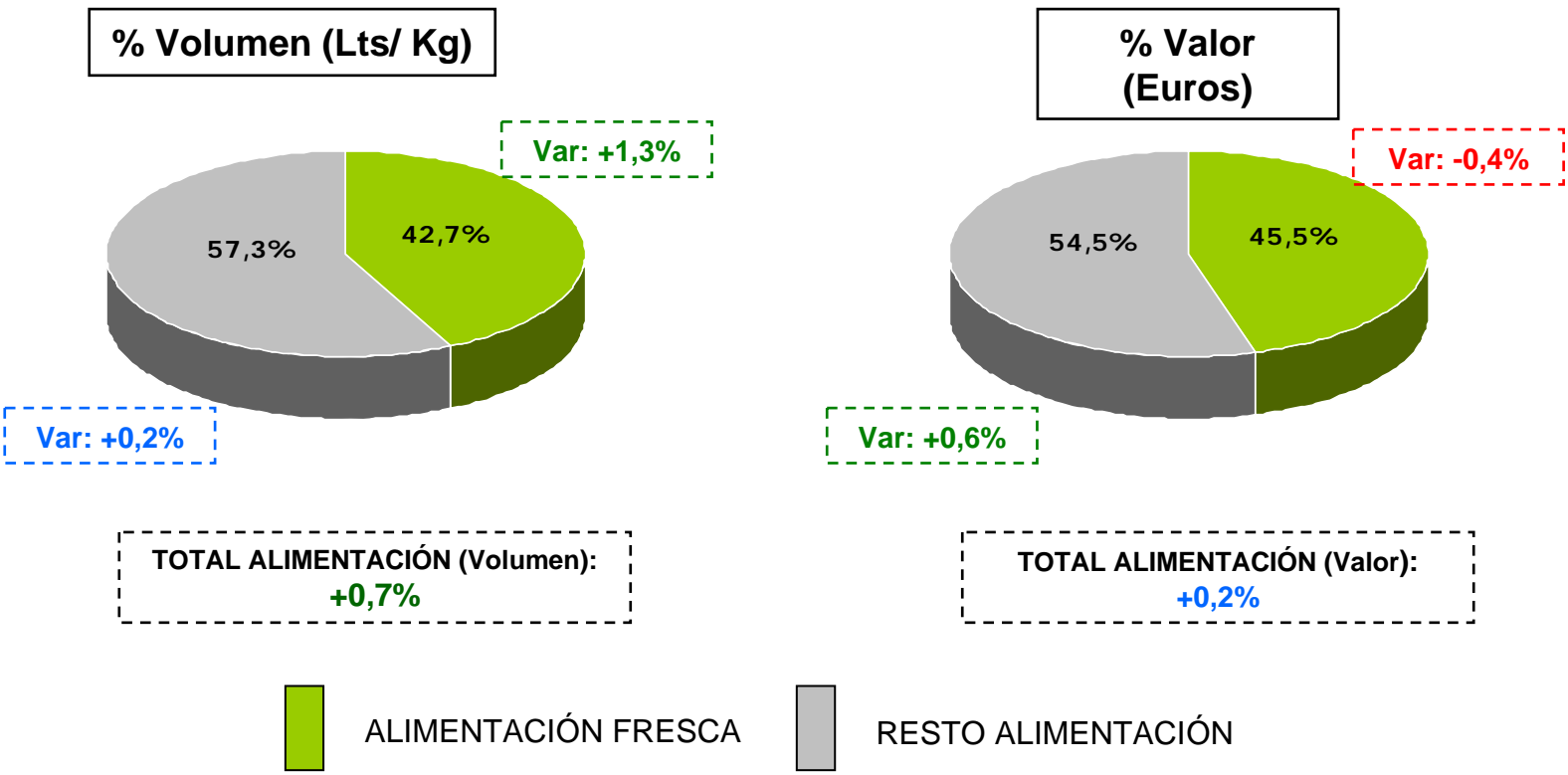


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

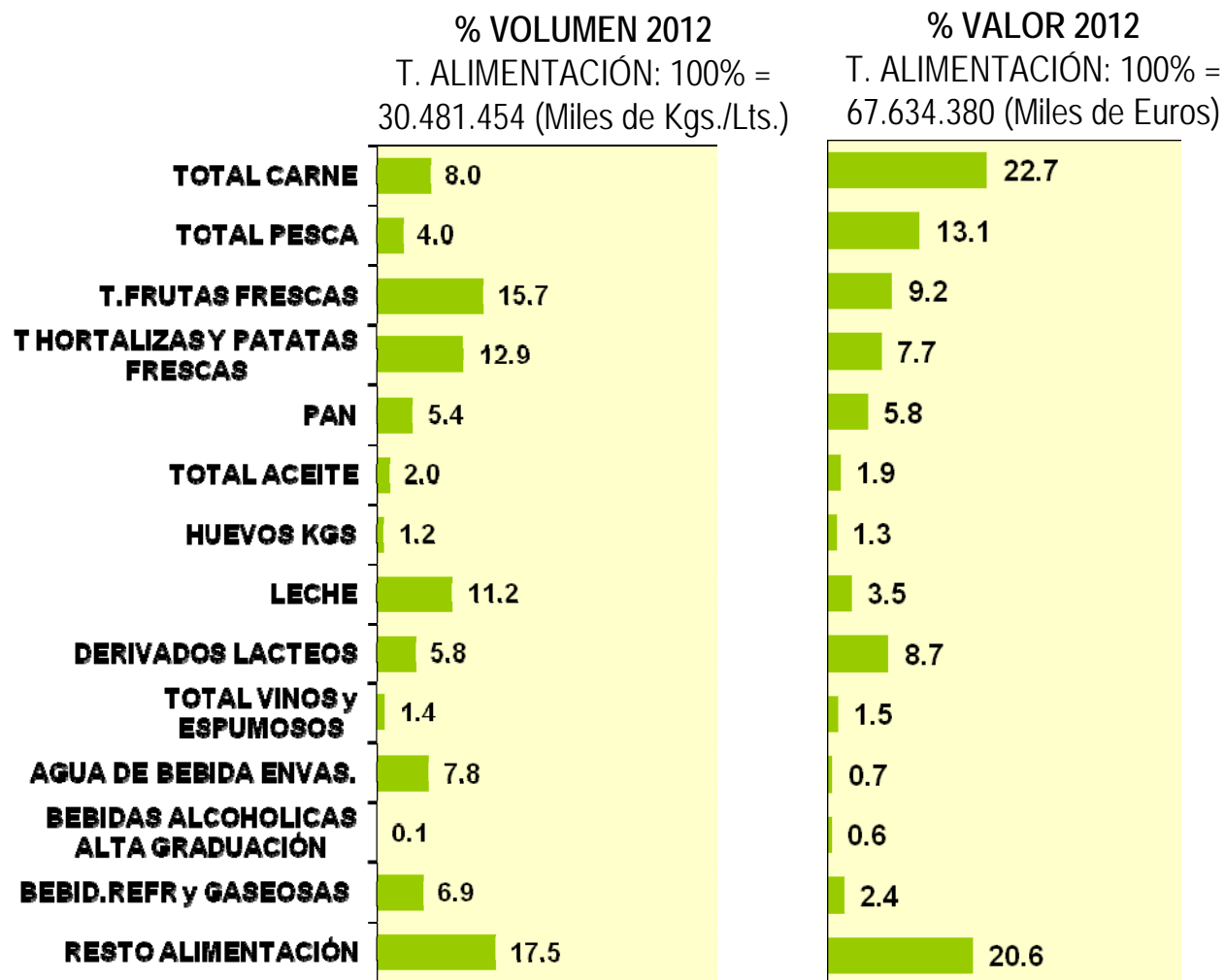
LOS PRODUCTOS FRESCOS CRECEN EL DOBLE QUE EL CONJUNTO DE ALIMENTOS

% PESO EN VOLUMEN (Kg./Lts) Y VALOR (€) DE ALIMENTACIÓN FRESCA AÑO 2012



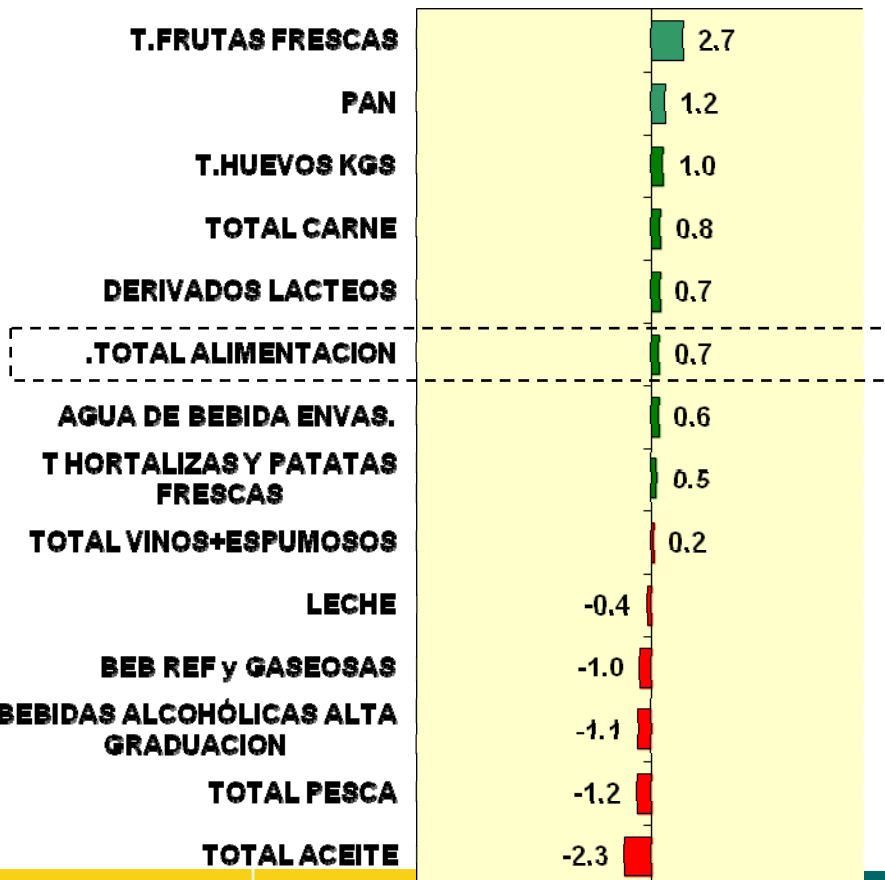
* Alimentación Fresca= Frutas frescas, Hortalizas frescas (incl. Patatas frescas), Carnes frescas, Pescado fresco, Marisco/ Molusco fresco, Pan Fresco y Huevos

LA CARNE CONCENTRA MAYOR PRESUPUESTO DENTRO DEL HOGAR Y EN VOLUMEN LAS FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS FRESCAS

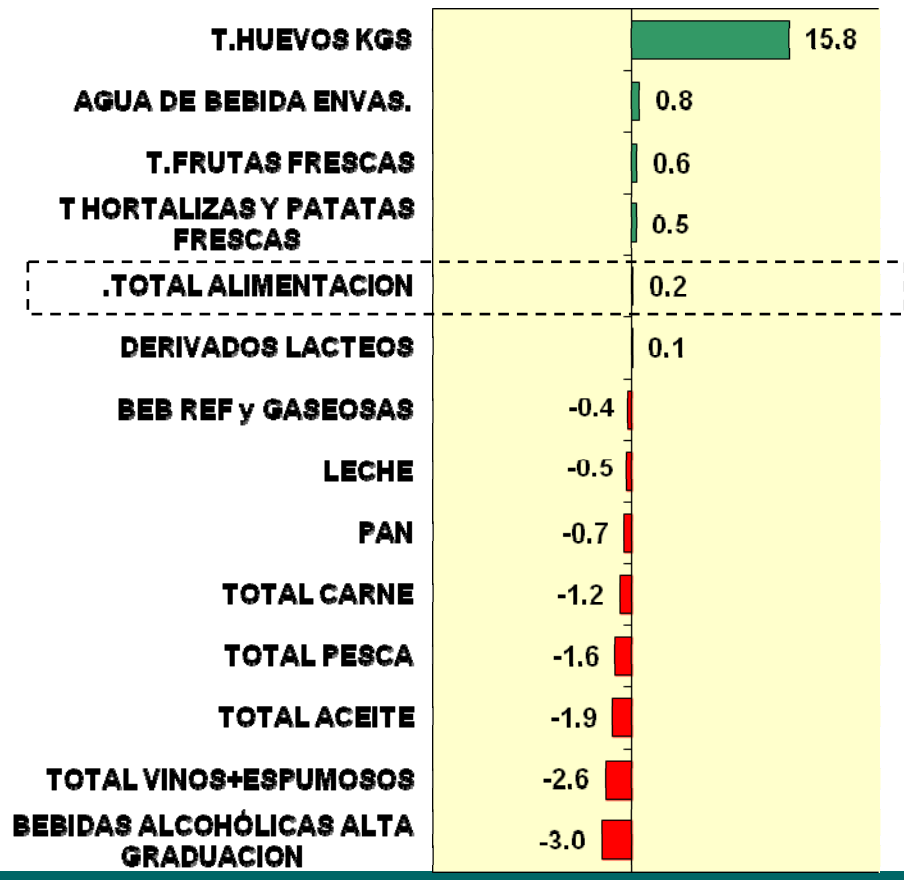


CRECE EL CONSUMO EN EL HOGAR DE ALIMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD

% EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR DEL VOLUMEN (KILO/LITROS)- AÑO 2012 vs 2011



% EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR DEL GASTO (EUROS)- AÑO 2012 vs 2011



PAVO Y POLLO SON LAS VARIEDADES DE CARNE QUE CRECEN, SIENDO EL OVINO/CAPRINO LA QUE MAS DECRECE

El consumo de total carne en el hogar en 2012, aumenta ligeramente un **+0,8%**:

Carne fresca: **+0,3%**

Vacuno: **-2,6%**

Pollo: **+1,8%**

Cerdo: **-0,3%**

Ovino/Caprino: **-9,2%**

Conejo: **-3,3%**

*Otras carnes frescas: **+ 9,2%**

Pavo: **+22,7%**

Carne Congelada: **+0,9%**

Carne Transformada: **+2,3%**



* Otras carnes frescas: Toda carne fresca que no sea vacuno, pollo, conejo, ovino/caprino, cerdo, despojos.



CAE DE FORMA IMPORTANTE EL CONSUMO DE VARIEDADES CONGELADAS

Cae el consumo de total pesca en el hogar (-1,2%)

Pescado: -1,3%

Pescados frescos: -0,7%

Pescados congelados: -3,7%

Marisco/Crustáceos/Moluscos: -0,9%

Mariscos/Crust./Molus. Frescos: +2,0%

Mariscos/Crust./Molus. Cocidos: +6,0%

Mariscos/Crust./Molus. Congelados: -7,2%



Conservas Pescados/Moluscos: -1,5%

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

MAYOR CONSUMO DE CÍTRICOS, PLÁTANOS Y FRUTAS DE VERANO

Mayor consumo en el hogar de frutas frescas (+2,7%)

Naranjas: +0,7%

Mandarinas: +3,7%

Plátanos: +3,9%

Manzanas: -2,5%

Peras: -4,1%

Melón: +5,4%

Sandía: +15,0%

Fresas: +13,0%

Cerezas: -17,0%

Uvas: -6,5%



Estas 10 variedades de fruta fresca suponen el **77,9%** del consumo de total frutas frescas

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

MÁS PATATAS Y MENOS HORTALIZAS FRESCAS EN LA CESTA DE LA COMPRA DE LOS HOGARES

Desciende ligeramente el consumo de las hortalizas frescas (-0,5%)

Espárragos: -12,4%

Verduras de Hoja: -7,1%

Judías Verdes: -6,1%

Calabacines: -3,0%

Tomates: -2,3%

Berenjenas: -0,6%

Cebollas: +1,1%

Pimientos: +1,5%

Zanahorias: +3,5%



Las Patatas Frescas más presentes en los hogares (+3,1%)

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

SE REDUCE EL CONSUMO DE ACEITE POR LA VARIEDAD OLIVA OLIVA

Baja un **-2,3%** el consumo de aceite en los hogares de España



Total aceite de oliva: **-3,8%**

Aceite Oliva Virgen: **+2,9%**

Aceite Oliva: **-7,7%**

Total Aceite de Girasol: **-0,2%**

Volumen en litros



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

INTERCAMBIO EN LA COMPRA DE LECHE ENTERA POR DESNATADA, PERMANECIENDO ESTABLE LA SEMIDESNATADA

Desciende ligeramente el consumo de leche envasada (-0,4%):

Leche larga duración: -0,2%

Leche corta duración: -4,8%

Por variedades / contenido graso:

Leche entera: -4,7%

Leche desnatada: +4,3%

Leche semidesnatada: -0,3%



MÁS VINO DE MESA Y MENOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN NUESTROS HOGARES

Se mantiene estable el consumo de Vinos y Espumosos (+0,2%):

Vinos C.P.R.D (Vinos+Espumosos): (-3,0%)

Vinos Tranquilos: (-3,5%)

Espumosos/Cava: (-3,0%)

Vinos de Aguja: (-15,1%)

Vinos de Licor. (+3,5%)

Vinos de Mesa S/D: (+3,6%)



Volumen en litros



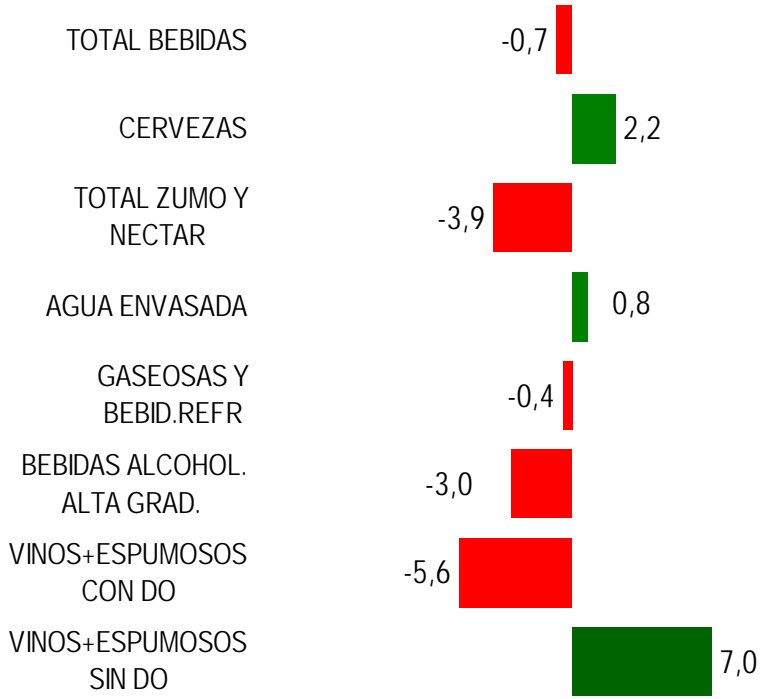
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

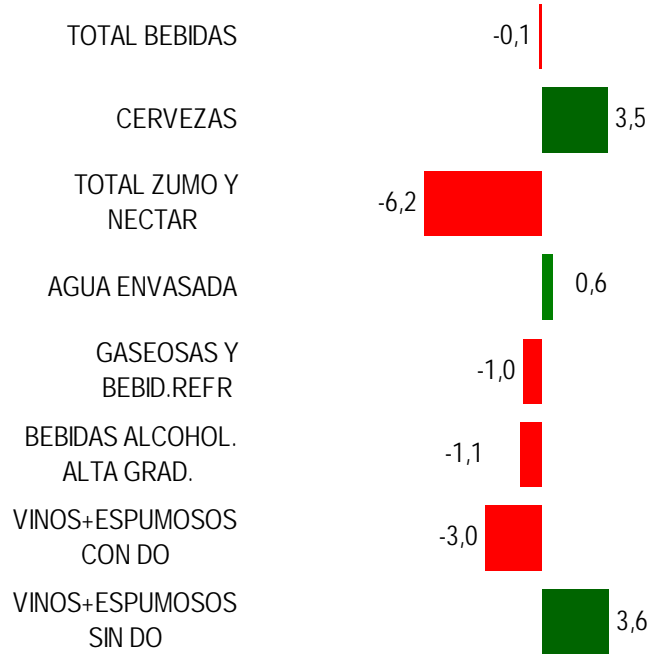
ENTRE LAS BEBIDAS, MAYOR CONSUMO DE CERVEZA Y VINOS+ESPUMOSOS SIN DENOMINACION DE ORIGEN

BEBIDAS

% Evol. Valor (Euros)
2012 vs 2011



% Evol. Volumen (Kg./ Lt.)
2012 vs 2011



LUGARES DONDE COMPRAN LOS HOGARES

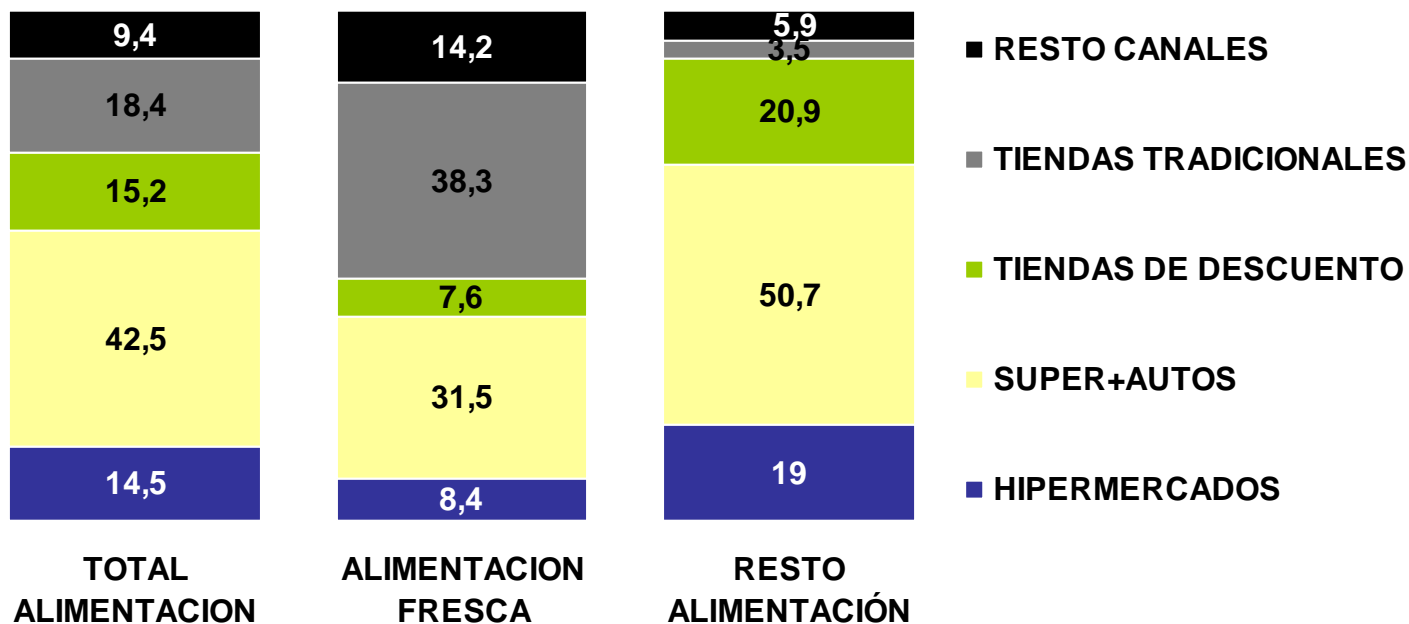


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

LA TIENDA TRADICIONAL ES EL CANAL PREFERIDO PARA LA COMPRA DE FRESCOS, SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE DESCUENTO PARA ENVASADOS

% Cuota de mercado de los canales de compra en Volumen. 2012

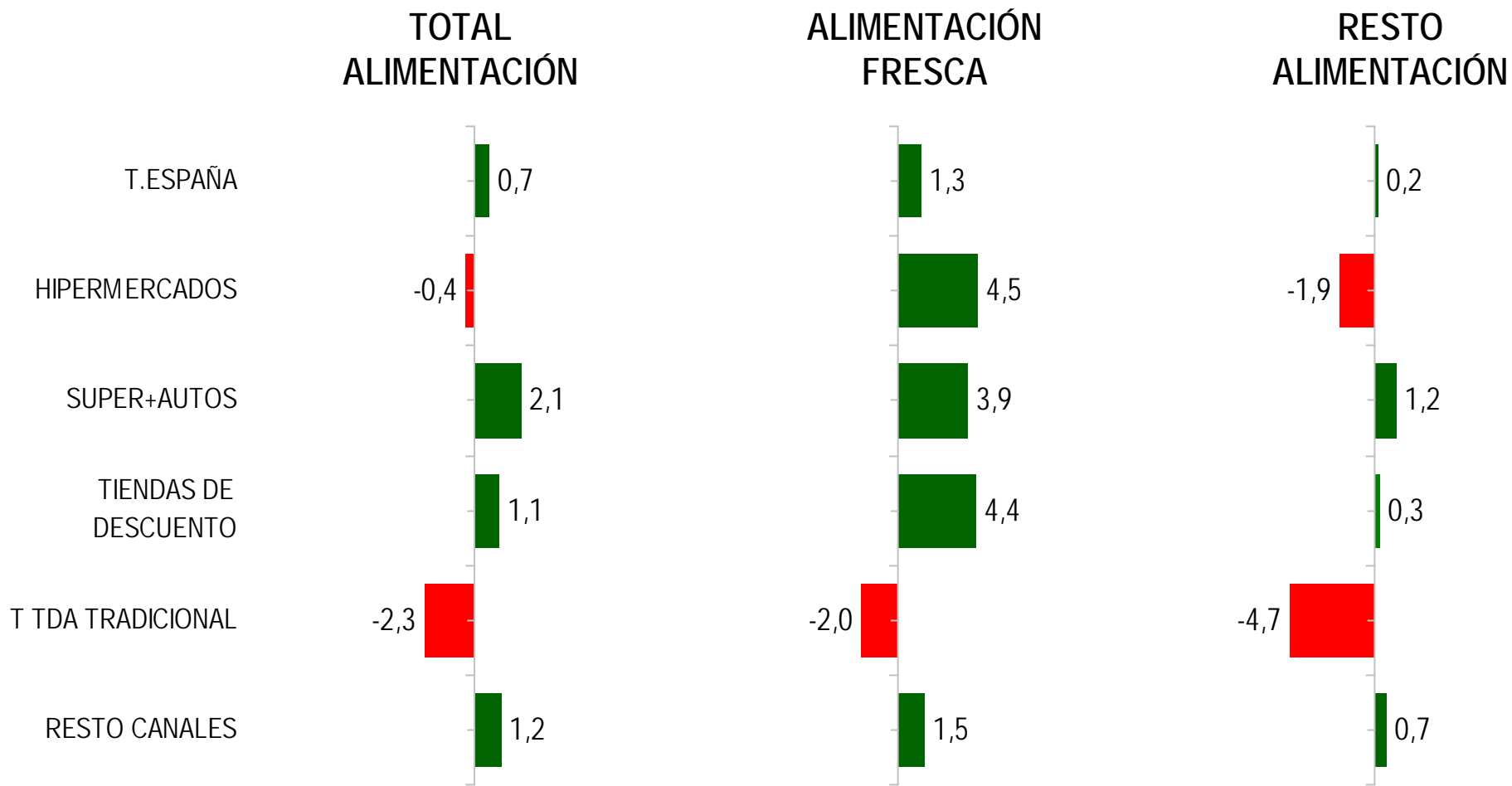


* Tiendas Tradicionales = Tienda Tradicional, Panadería, Carnicería/Charcutería, Pescadería, Tienda de Congelados, y Mercados y Plazas

* Resto Canales = Autoconsumo, Mercadillos y otros.

IMPORTANTE INCREMENTO DE LOS CANALES DINÁMICOS EN LA COMPRA DE FRESCOS

% Evolución Volumen (2012 vs 2011)



POR PRIMERA VEZ DESDE 2004 EL PRECIO ES EL FACTOR PRINCIPAL A LA HORA DE DECIDIR UN ESTABLECIMIENTO

Factores que deciden la elección de un determinado establecimiento para la compra de productos de alimentación.

Histórico 2004 - 2012

Factores que determinan la elección de un establecimiento (%)	2004	2005	2006	2007	2008	2010	2011	2012
2 3 1 Calidad de productos	57,3	54,2	54,0	56,0	62,1	67,2	66,7	51,9
Proximidad/Cercanía	60,7	57,5	54,8	52,2	44,3	45,1	40,4	50,9
Buenos precios, aparte de ofertas	39,5	36,7	35,3	34,1	55,5	58,3	59,3	62,7
Atención al cliente	23,7	23,9	24,7	22,1	19,4	24,5	25,3	34,9
Variedad de productos	28,7	32,1	28,4	24,2	23,1	28,7	28,0	21,9
Buenas ofertas	23,2	25,5	23	20,4	20,4	20,2	14,6	17,5

(*) Resultados ordenados según columna 2012.

(**) Resultados histórico 2004 – 2010: Resultados Anuales “Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria”.

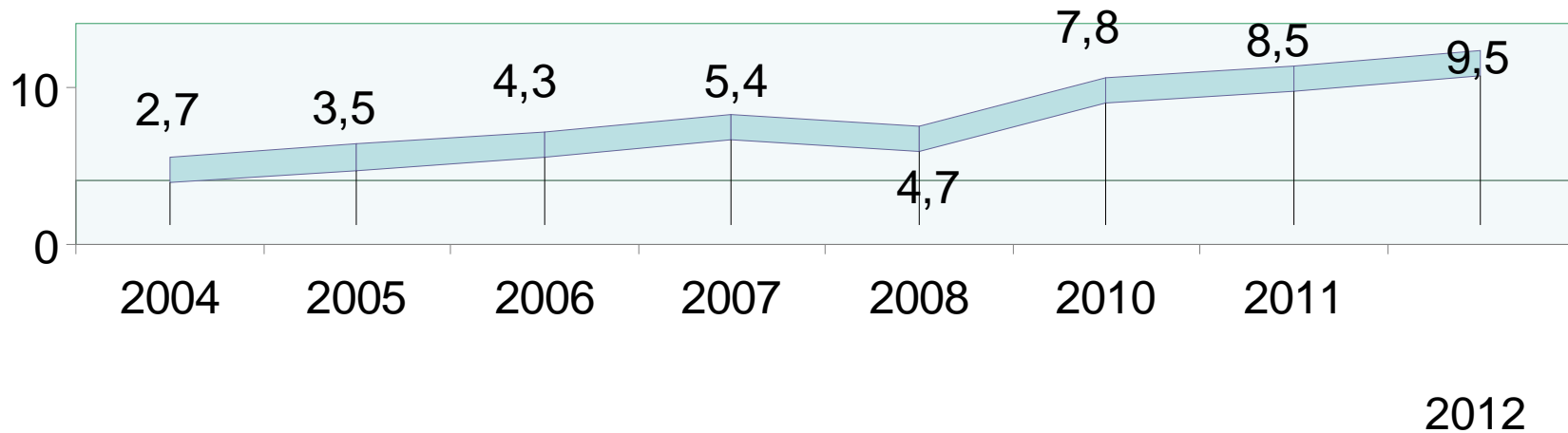
(***) Resultados 2011: Resultados Agregados “Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria” + “Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario – Monográfico Consumidores 4º Trimestre”.

(****) Resultados 2012 – Resultados Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario 4º Trimestre 2012



AUMENTA LA COMPRA DE PRODUCTOS A TRAVÉS DE INTERNET UN PUNTO PORCENTUAL RESPECTO AL AÑO 2011

Ha comprado alguna vez productos de alimentación a través de internet



(*) Resultados histórico 2004 – 2010: Resultados Anuales “Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria”.

(**) Resultados 2011: Resultados Agregados “Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria” + “Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario – Monográfico Consumidores 4º Trimestre”.

(***) Resultados 2012 – Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario – 4º Trimestre 2012



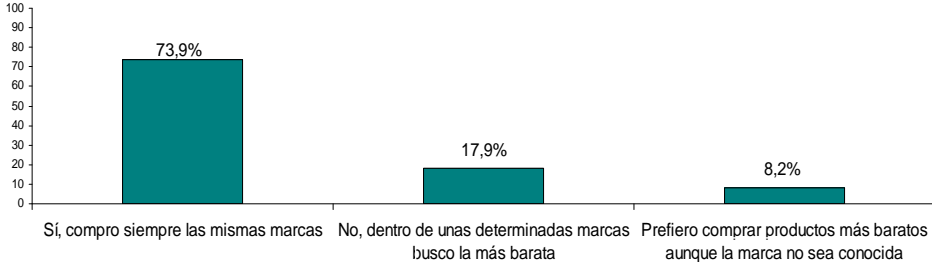
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

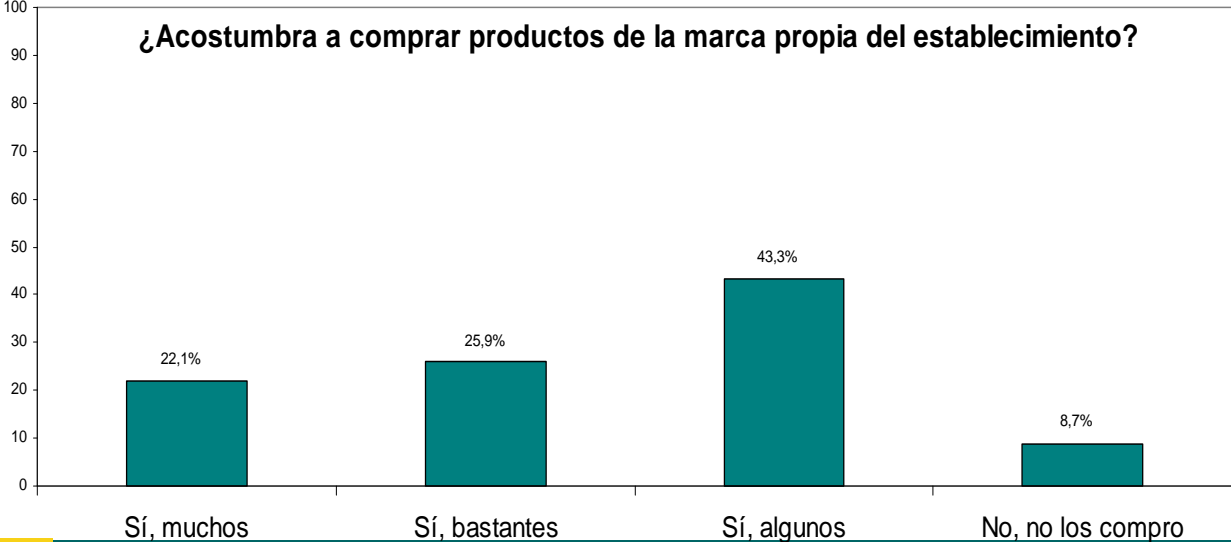
Fuente: Barómetro del Clima de Confianza del
Sector Agroalimentario 4º Trimestre 2012

CONSUMO DE MARCAS

Quando adquiere productos de gran consumo (ultramarinos y bebidas) ¿acostumbra a adquirir siempre las mismas marcas?



¿Acostumbra a comprar productos de la marca propia del establecimiento?



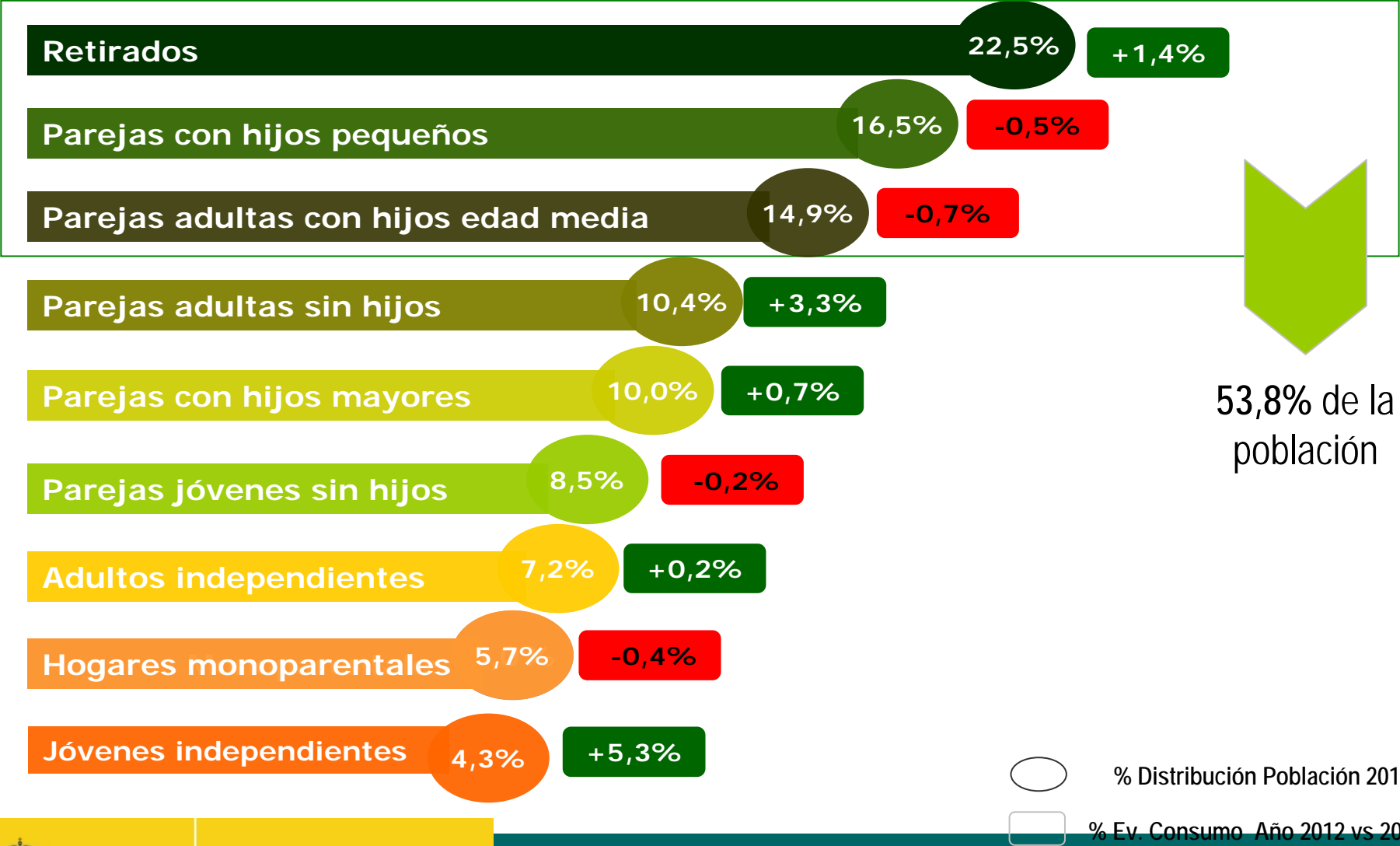
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPO DE HOGAR Y POR CCAA



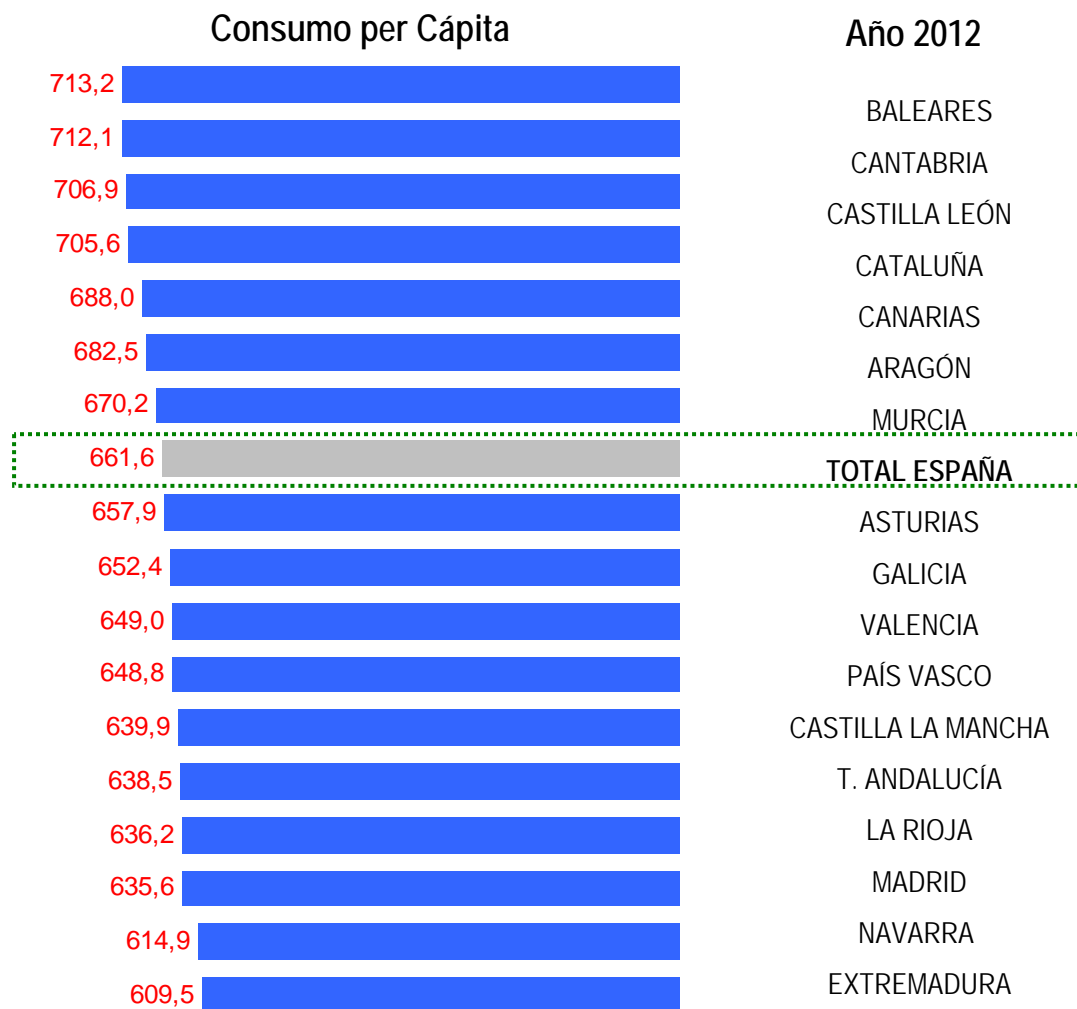
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

DESCIENDE EL CONSUMO DE LOS HOGARES CON HIJOS. LOS RETIRADOS, LAS PAREJAS SIN HIJOS Y LOS JÓVENES INDEPENDIENTES IMPULSAN EL SECTOR



CONSUMO PER CÁPITA EN ALIMENTACIÓN REALIZADO POR LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS



GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTACIÓN REALIZADO POR LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS



DATOS DE CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DEL HOGAR EN ESPAÑA 2012



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Datos de consumo alimentario extradoméstico en España 2012

Estudio sobre el mercado extradoméstico de alimentación en base a la percepción de los consumidores



Análisis **cualitativo** de las tendencias de la restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector

Se recuperan los datos de consumo alimentario extradoméstico que se habían perdido en 2011



ESTUDIO SOBRE EL MERCADO EXTRADOMÉSTICO DE ALIMENTACIÓN



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

2012

Total gasto
33.044 millones €

-4,1% respecto a 2011

4,84 euros
de ticket medio por comensal

6.831 millones
de visitas al sector de la restauración

-1,2 % respecto a 2011

-2,9% respecto a 2011

**Establecimientos de autoservicio,
servicio rápido o en barra**
10.160 M €

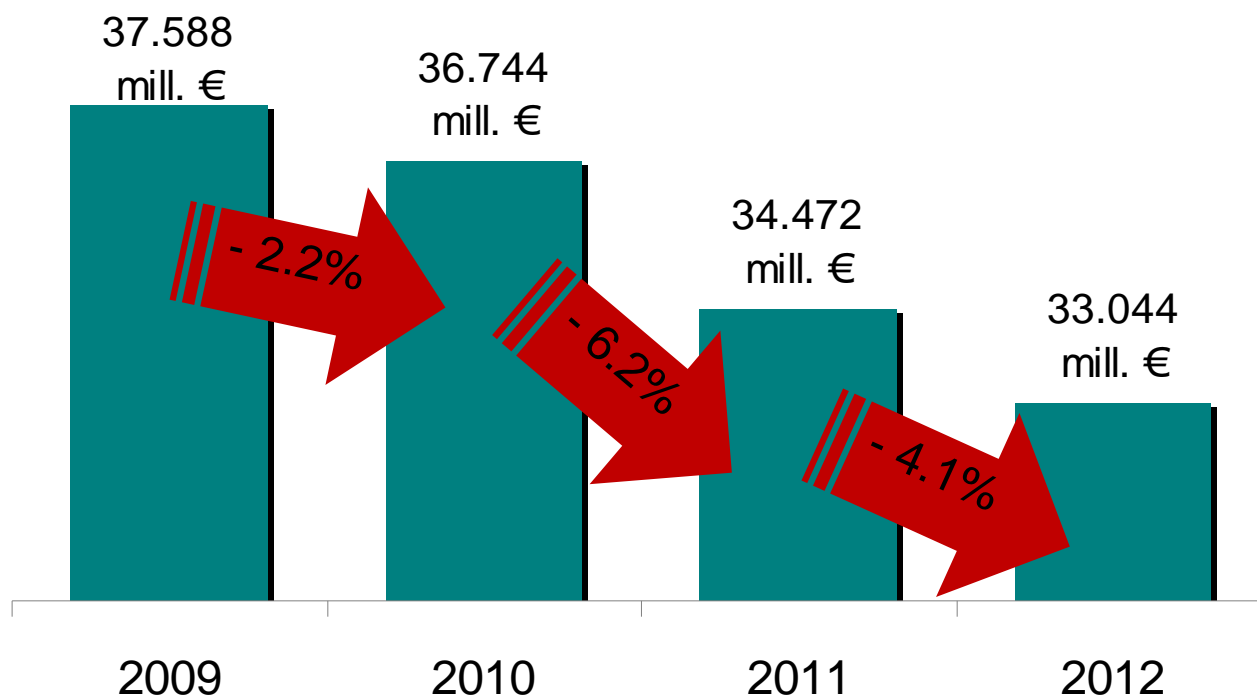
**Restaurantes con
servicio de mesa**
16.290 M €

**Máquinas, hoteles, transporte,
ocio nocturno, conveniencia,**
6.592 M €



Evolución gasto

El consumo extracomunitario reduce la cifra de ventas durante los últimos ejercicios



DATOS CONSUMO ALIMENTARIO EXTRADOMÉSTICO EN ESPAÑA

TIPO

ESTABLECIMIENTOS

El ticket medio en restaurantes y en los establecimientos de servicio rápido se reduce levemente.

MOMENTOS DE CONSUMO

Las comidas y cenas decrecen en ventas, visitas y ticket medio.

CONSUMO POR REGIONES

Aumenta el gasto extradoméstico en las zonas Centro, Norte Centro y Catalano-Balear mientras que se reduce en Levante.

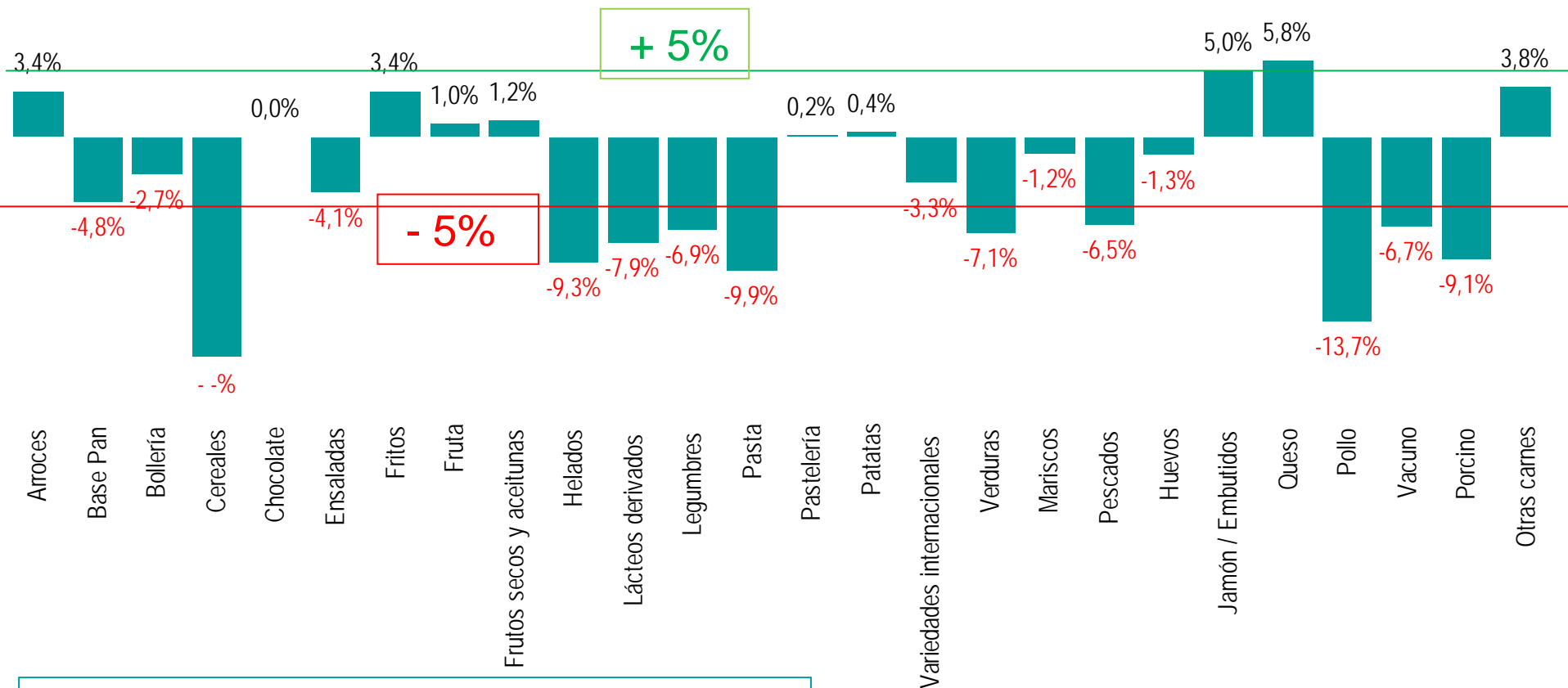
PERFIL DEL CONSUMIDOR

Las mujeres y las personas mayores de 65 años son los perfiles que más reducen su gasto extradoméstico.



MÁS JAMÓN, EMBUTIDOS Y QUESO, Y MENOS CEREALES, POLLO, PORCINO, PASTA Y HELADOS

Consumo extradoméstico por productos



Evolución Porciones de consumo (%) 2012 vs. 2011

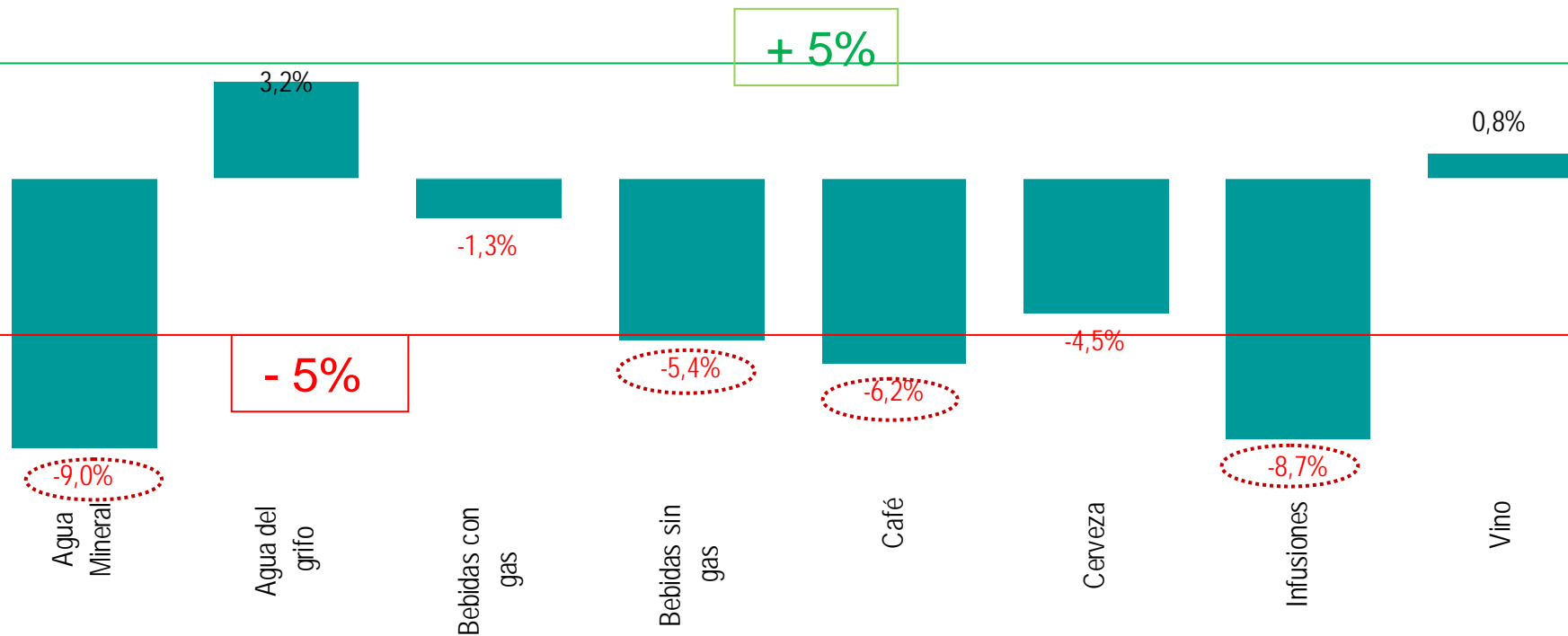


GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

AUMENTA EL CONSUMO DE AGUA DEL GRIFO Y VINO, Y DISMINUYE DE AGUA MINERAL, INFUSIONES, CAFÉ Y BEBIDAS SIN GAS

Consumo extradoméstico de bebidas



Evolución Porciones de consumo (%) 2012 vs. 2011



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS TENDENCIAS DE LA RESTAURACIÓN EN 2012 EN BASE A LA PERCEPCIÓN DE LOS OPERADORES DEL SECTOR



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS TENDENCIAS DE LA RESTAURACIÓN EN 2012 EN BASE A LA PERCEPCIÓN DE LOS OPERADORES DEL SECTOR

RECOMENDACIONES AL SECTOR

Adaptación de la oferta

Inversión en estructuras y locales

Nuevas operaciones

Mejoras de explotación

- Simplificación de las referencias
- Atención a productos naturales y dietéticos

- Racionalización y reducción de los gastos
- Preferencia por la versatilidad de instalaciones

- Mejora del proceso de compra (4ª y 5ª gama)
- Control de stocks por reducción de referencias
- Formación y seguimiento del personal
- Desarrollo y uso de TICs

- Asociacionismo y franquicia
- Procesos más eficientes para avanzar en aprovisionamiento, cocina o control de existencias





RESUMEN

DATOS DE CONSUMO ALIMENTARIO

EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR

EN ESPAÑA 2012



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

DATOS CONSUMO ALIMENTARIO EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR EN ESPAÑA

2012

Total gasto alimentación

100.678 millones €

100%

Alimentación extradoméstico

33%

33.044 millones €

Alimentación hogar

67%

67.634 millones €

Establecimientos de autoservicio, servicio rápido o en barra

10,15 %

Restaurantes con servicio de mesa

16,27 %

Máquinas, hoteles, transporte, ocio nocturno, conveniencia,

6,58 %

Distribución especializada

18,62 %

Distribución organizada

48,37 %



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE