

# **Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentaria en España (2º semestre 2012)**

**Evolución del mercado de Productos Ecológicos**  
(Evolución de las categorías en los establecimientos en régimen de libreservicio >100 m2)

**Información cerrada a Diciembre de 2012**



**Madrid, 2013**



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



**MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:  
<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

NIPO: 280-13-231-1

**Coordinación:**

Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica

Con la colaboración de:

# Índice de la presentación

---

	Diapositiva
<b>Ficha metodológica</b>	<b>4</b>
<b>Datos generales del trabajo</b>	<b>9</b>
<b>Información por categoría</b>	<b>23</b>
<b>Vino elaborado a partir de uva ecológica</b>	<b>24</b>
<b>Yogur y leches fermentadas ecológicos</b>	<b>32</b>
<b>Aceite de oliva virgen + virgen extra ecológico</b>	<b>40</b>
<b>Alimentación infantil ecológica</b>	<b>46</b>
<b>Caldo ecológico</b>	<b>54</b>
<b>Conservas vegetales ecológicas</b>	<b>60</b>
<b>Huevo ecológico</b>	<b>68</b>
<b>Leche ecológica</b>	<b>74</b>
<b>Mantequilla ecológica</b>	<b>82</b>
<b>Mermelada ecológica</b>	<b>88</b>
<b>Pan envasado ecológico</b>	<b>94</b>
<b>Pasta alimenticia ecológica</b>	<b>102</b>
<b>Postres lácteos ecológicos</b>	<b>108</b>
<b>Queso ecológico</b>	<b>116</b>

---

# Ficha Metodológica

---

## Objetivo del trabajo

- Este trabajo pretende analizar cómo es el mercado del segmento ecológico de una selección de categorías de alimentación y bebidas.
- Variables como la evolución en ventas, el peso sobre el total categoría, el posicionamiento en precio o los niveles de distribución alcanzados son algunas de las variables que se analizan con el fin de poder tener una visión actualizada de cómo es cada uno de estos mercados.

### Nota.

Las denominaciones de categorías de productos que aparecen en el presente documento puede que no siempre coincidan con las denominaciones de categorías comerciales presentadas en las normas de calidad ya que se han utilizado aquellas denominaciones reconocidas por la distribución y por los consumidores.

# Ficha Metodológica

---

## Ámbito del trabajo

- La cobertura del presente trabajo se centra en los establecimientos en el territorio nacional que trabajan en régimen de libreservicio y que cuentan con una superficie comercial superior a los 100 m<sup>2</sup>.
- Se distinguen cuatro formatos comerciales en función del tamaño de la superficie de venta:
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 100 y los 399 m<sup>2</sup>.
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 400 y los 999 m<sup>2</sup>.
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 1.000 y los 2499 m<sup>2</sup>.
  - Hipermercados (superficie de venta igual o superior a los 2.500 m<sup>2</sup>.)
- La información se detalla a nivel **Comunidad Autónoma**.
- Este trabajo tiene una **periodicidad semestral**.
- Los datos están actualizados a la semana 52'12, que cierra el día 30 de diciembre de 2012.

# Ficha Metodológica

---

## Metodología y variables de análisis

- La información contenida en este trabajo se obtiene a través del Panel Nielsen Scantrack, herramienta que recoge semanalmente las salidas por caja de los establecimientos del universo anteriormente descrito.
- Las variables analizadas son las siguientes:
  - **Ventas en volumen:** miles de kilogramos/litros/docenas vendidos en el periodo analizado
  - **Ventas en valor:** miles de euros que han generado la venta en volumen. Esta venta se valora en función del precio de venta al público.
  - **Precio medio:** precio medio por kilogramo/litro/docena vendido. Valorado según precio de venta al público.
  - **Distribución numérica:** porcentaje de establecimientos del universo analizado que trabaja el segmento bajo análisis.
  - **Distribución ponderada:** importancia de la distribución numérica del segmento en términos de facturación total del conjunto de categorías analizado. Indica cómo de importantes son las tiendas en las que el segmento está presente.
- Gran parte del análisis se centra en la variable temporal **TAM** (total año móvil). Los periodos TAM analizados en este documento son:
  - TAM Diciembre'11: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Enero de 2011 y Diciembre de 2011, ambos incluidos.
  - TAM Diciembre'12: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Enero de 2011 y Diciembre de 2012, ambos incluidos.

# Ficha Metodológica

## Distribución del universo

- El universo de establecimientos que trabajan en régimen de libreservicio y que cuentan con una superficie de venta de 100 o más metros cuadrados se distribuye de la siguiente forma:

	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS		% VARIACIÓN	PESO SOBRE EL TOTAL	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12		TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	18.641	18.913	1,5	100,0	100,0
HIPERMERCADOS	439	439	-0,1	2,4	2,3
SUPERMERCADOS 1000-2499 M2	3.187	3.316	4,1	17,1	17,5
SUPERMERCADOS 400-999 M2	5.036	5.094	1,2	27,0	26,9
SUPERMERCADOS 1000-399 M2	9.979	10.064	0,9	53,5	53,2
TOTAL ESPAÑA	18.641	18.913	1,5	100,0	100,0
ANDALUCÍA	3.343	3.427	2,5	17,9	18,1
ARAGÓN	726	711	-2,1	3,9	3,8
ASTURIAS	472	478	1,3	2,5	2,5
BALEARES	518	527	1,7	2,8	2,8
CANARIAS	899	895	-0,4	4,8	4,7
CANTABRIA	318	329	3,5	1,7	1,7
CASTILLA - LA MANCHA	870	884	1,6	4,7	4,7
CASTILLA - LEÓN	1.024	1.041	1,7	5,5	5,5
CATALUÑA	3.554	3.612	1,6	19,1	19,1
EXTREMADURA	477	483	1,3	2,6	2,6
GALICIA	1.327	1.343	1,2	7,1	7,1
LA RIOJA	135	137	1,5	0,7	0,7
MADRID	1.639	1.677	2,3	8,8	8,9
MURCIA	415	425	2,4	2,2	2,2
NAVARRA	334	333	-0,3	1,8	1,8
PAÍS VASCO	756	760	0,5	4,1	4,0
VALENCIA	1.834	1.851	0,9	9,8	9,8

# Ficha Metodológica

**Productos en seguimiento**  
(alimentación envasada)

**ALIMENTACIÓN SECA**



Aceite de oliva virgen + virgen extra  
Conservas vegetales  
Pan envasado  
Pastas alimenticias  
Mermeladas  
Caldos  
Huevos

**ALIMENTOS  
INFANTILES**



Harinas, leches y potitos

**LÁCTEOS Y  
DERIVADOS**



Leche y sustitutos  
Mantequilla  
Yogures  
Postres lácteos  
Quesos

**VINOS**



D.O.P., I.G.P., espumosos y generosos

**Productos ecológicos**



---

# **Datos generales del trabajo de caracterización**

Los productos ecológicos continúan perdiendo peso dentro de la selección de categorías bajo análisis.

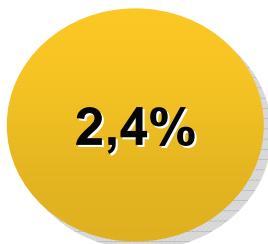
## FACTURACIÓN TOTAL DEL SEGMENTO ECOLÓGICO – TAM DIC'12

**341,7 millones €**

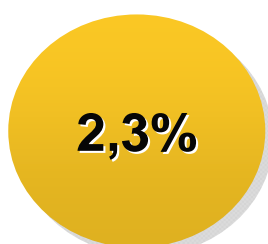
## PESO SOBRE EL TOTAL MERCADO ANALIZADO

**Volumen**

TAM DIC'11



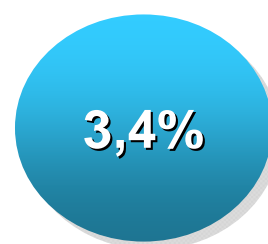
TAM DIC'12



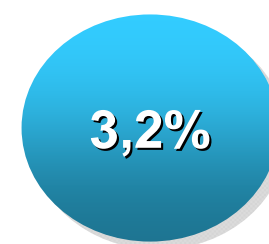
**Variación ventas -6,0%** (No eco +1,3%)

**Valor**

TAM DIC'11



TAM DIC'12



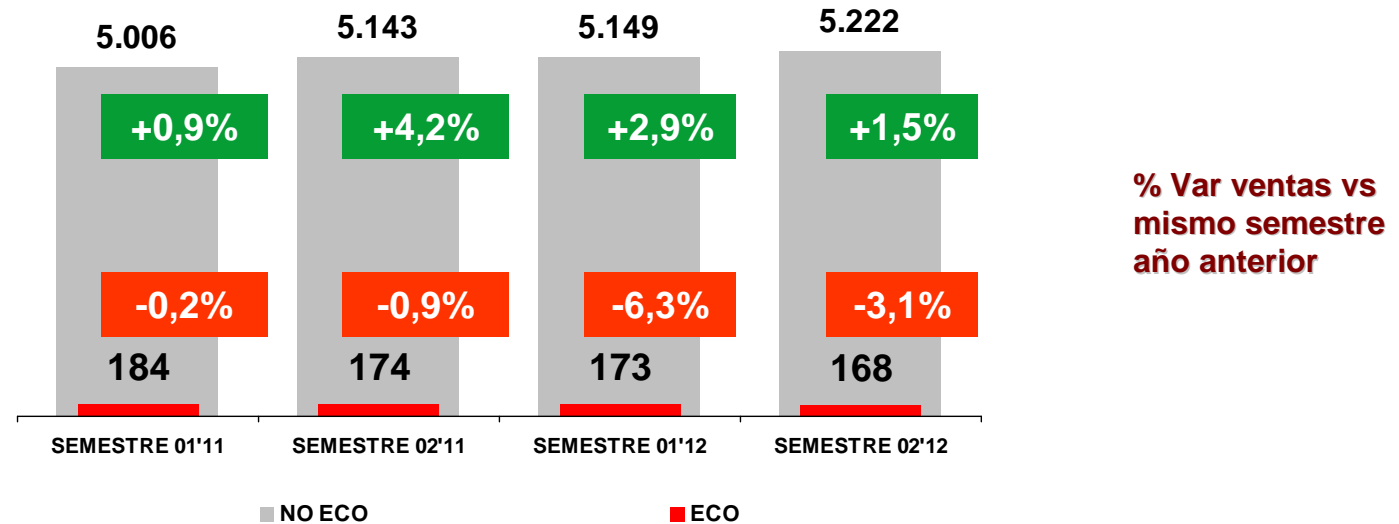
**Variación ventas -4,6%** (No eco +2,2%)

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

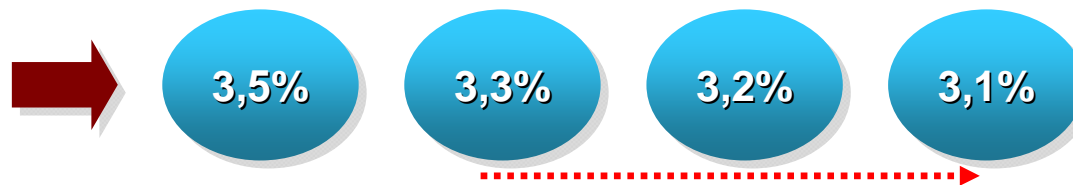
**Productos ecológicos**

Esta pérdida de peso es progresiva y se mantiene la tendencia negativa del primer semestre del año aunque se modera ligeramente.

### Evolución del segmento eco vs no eco por semestres. Valor Millones de euros



% Peso del segmento eco. Valor

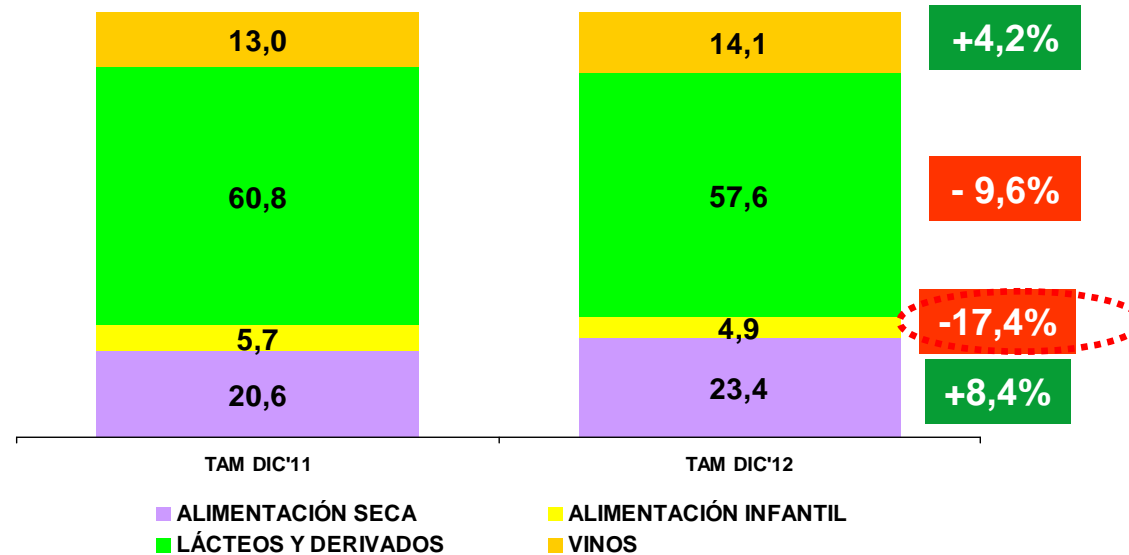


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

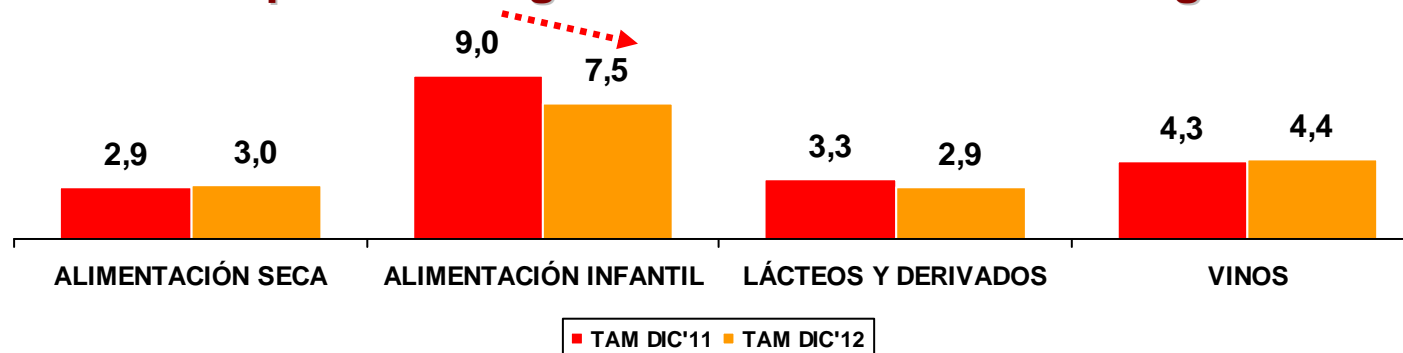
Productos ecológicos

Los productos ecológicos ganan peso en las categorías de alimentación seca y vinos.  
Alimentación infantil y lácteos y derivados ceden terreno.

### Peso de las categorías sobre el total mercado analizado. Valor (%)



### Evolución peso del segmento eco sobre cada categoría. Valor (%)

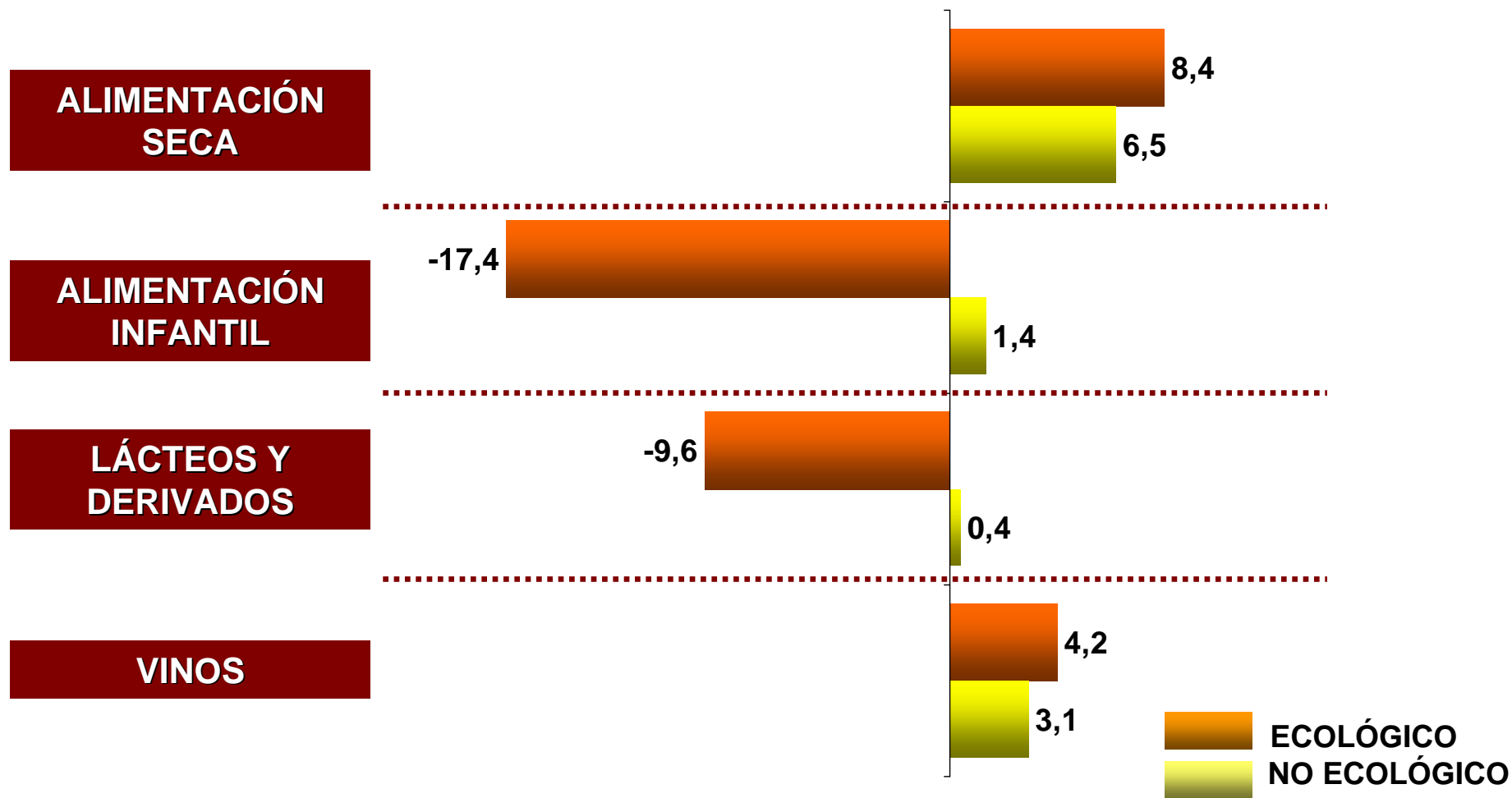


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

Mientras que hay un comportamiento positivo en alimentación seca y en vinos, la evolución de la gama ecológica en alimentación infantil y en lácteos no es buena.

**Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico.  
TAM DIC'12 vs. TAM DIC'11. Valor (%)**



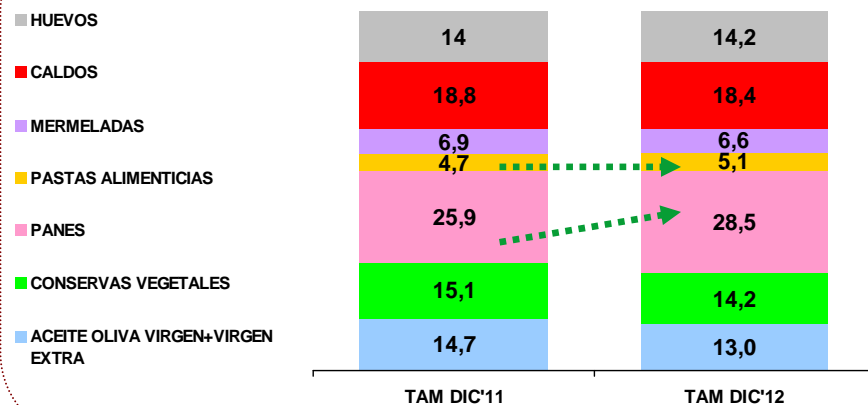
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

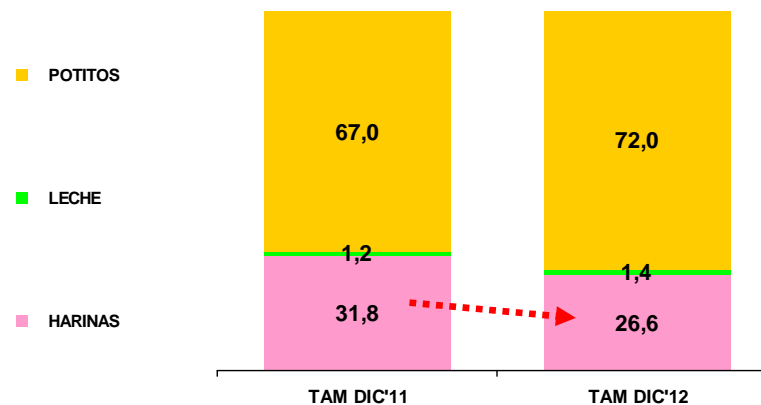
# Panes envasados (pan de molde), pastas alimenticias, quesos y vinos D.O.P. ganan peso dentro de sus respectivas categorías.

Peso de los productos/familias dentro de cada categoría. TAM DIC'12 vs TAM DIC'11. Valor (%)

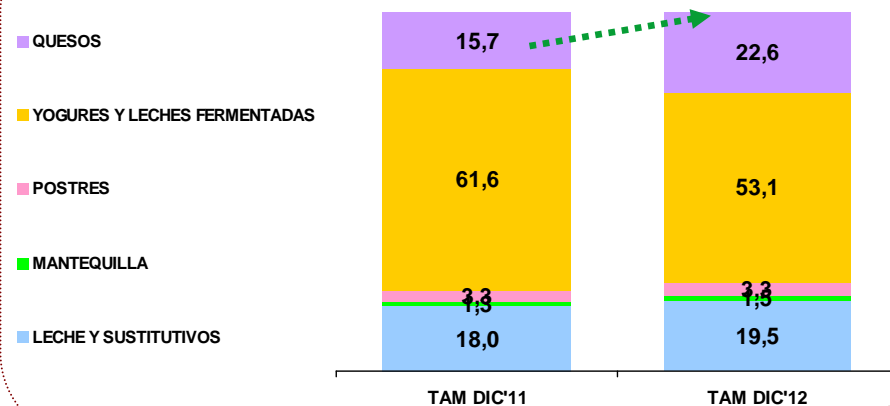
## ALIMENTACIÓN SECA. % ventas por productos. Valor



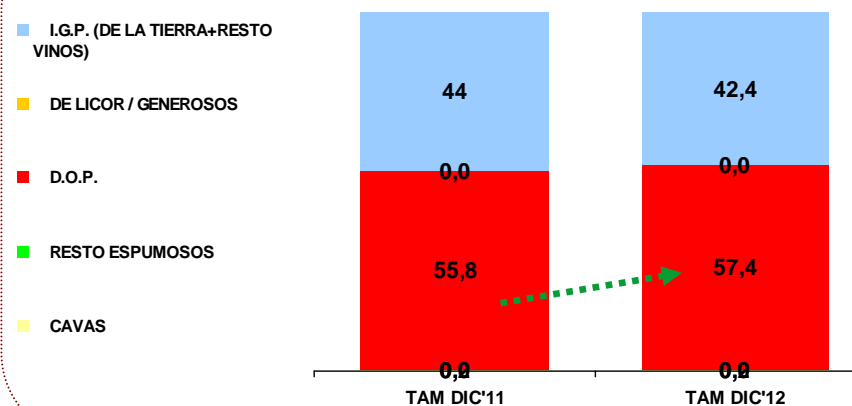
## ALIMENTACIÓN INFANTIL. % ventas por familia. Valor



## LÁCTEOS Y DERIVADOS. % ventas por productos. Valor



## VINOS. % ventas por familia. Valor



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

El pan envasado, las pastas alimenticias y los quesos marcan los mayores crecimientos en ventas.

**Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico.  
TAM DIC'12 vs. TAM DIC'11. % variación de las ventas (valor)**

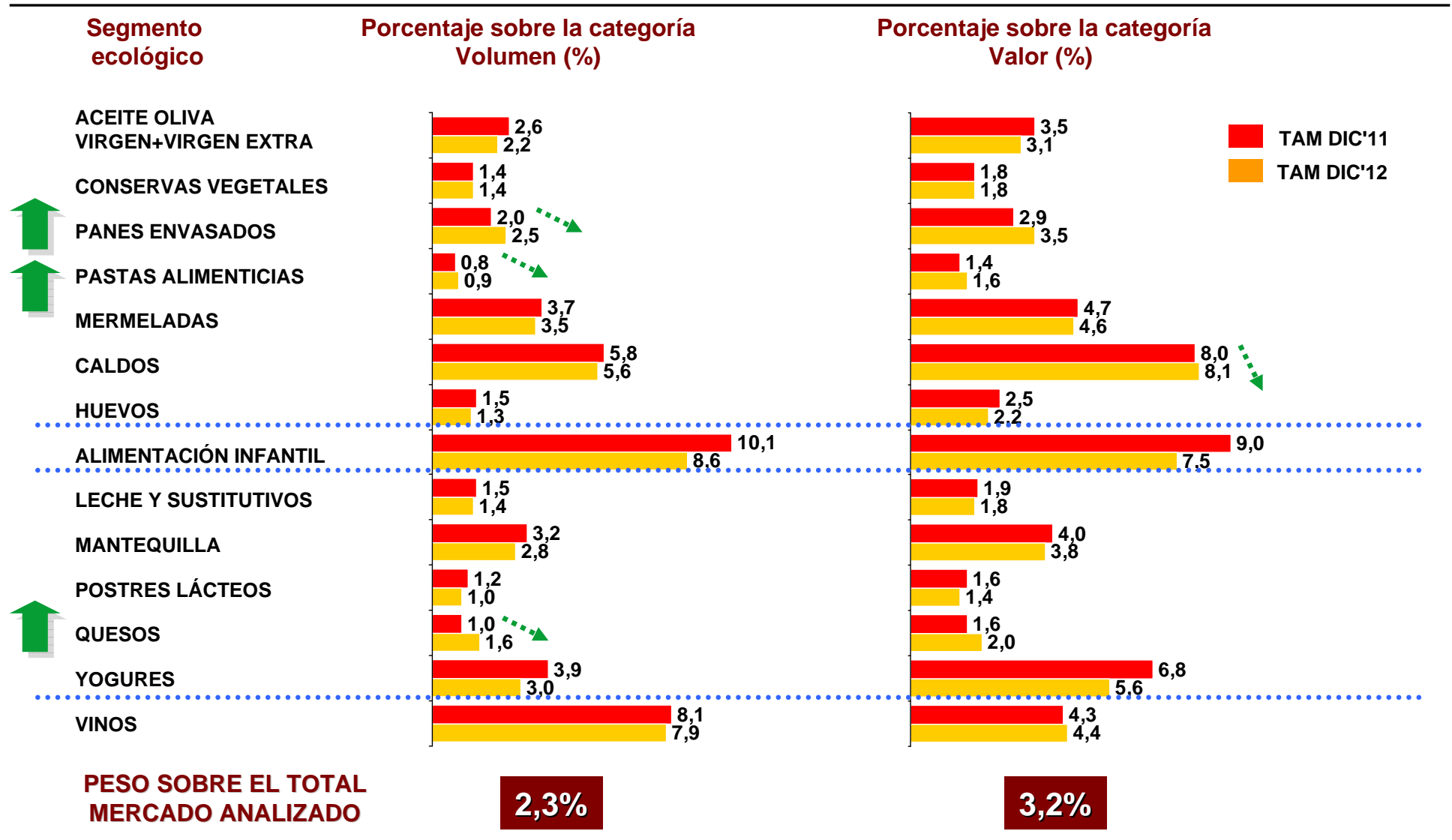
CATEGORÍA	VOLUMEN		VALOR	
	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO
ACEITE OLIVA VIRGEN+VIRGEN EXTRA	-9,0	7,7	-4,2	8,2
CONSERVAS VEGETALES	1,3	-1,2	1,9	1,1
PANES	28,1	1,1	19,5	0,7
PASTAS ALIMENTICIAS	14,7	2,3	16,2	4,6
MERMELADAS	-0,9	4,0	3,7	7,1
CALDOS	2,2	5,8	6,6	4,2
HUEVOS	-8,4	6,2	9,6	24,6
ALIMENTACIÓN INFANTIL	-17,6	-1,6	-17,4	1,4
LECHE	-4,3	1,5	-2,3	1,8
MANTEQUILLA	-3,0	11,4	4,0	9,9
POSTRES LÁCTEOS	-7,7	3,9	-8,8	4,7
QUESOS	57,6	-0,2	29,2	0,7
YOGURES	-23,5	-1,5	-22,0	-2,7
VINOS	-3,6	-0,3	4,2	3,1

**Celdas marcadas en función del crecimiento de los productos ecológicos vs los no ecológicos**

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

Panes envasados, pastas alimenticias y quesos son las únicas familias que en los que la gama ecológica gana peso en el volumen de ventas.

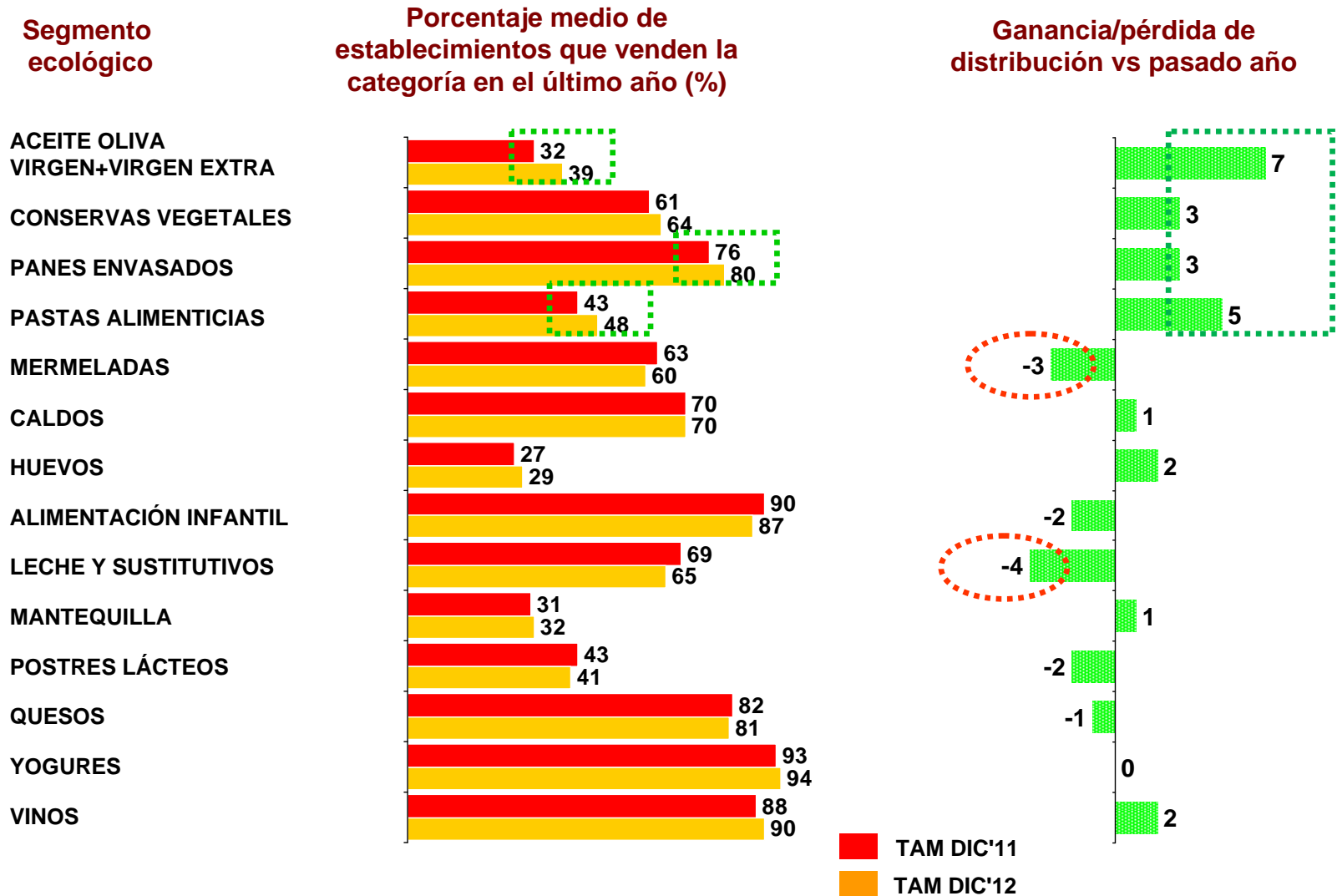


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos



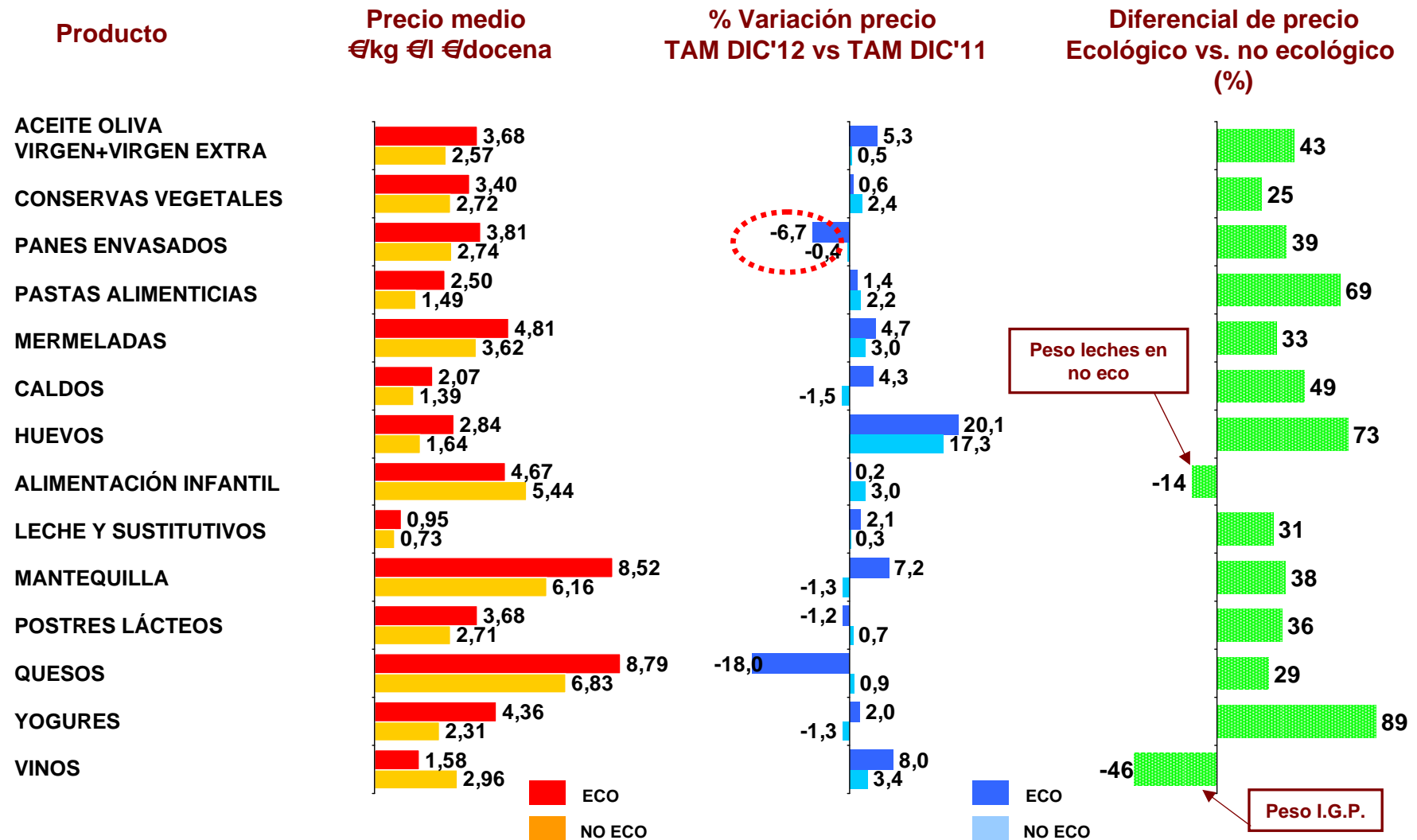
Los mayores incrementos en nivel de distribución se observan en los aceites, las conservas vegetales, el pan envasado y las pastas alimenticias.



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

En general, el precio medio de los productos ecológicos crece más que el de los no eco. Fuertes diferenciales en un momento complicado para el consumo.

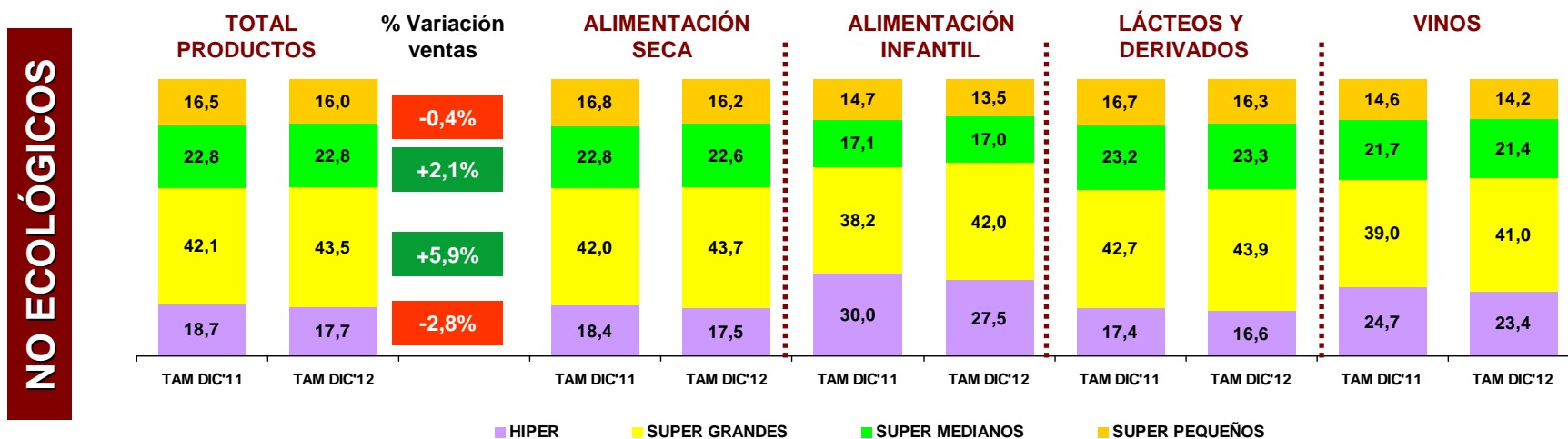
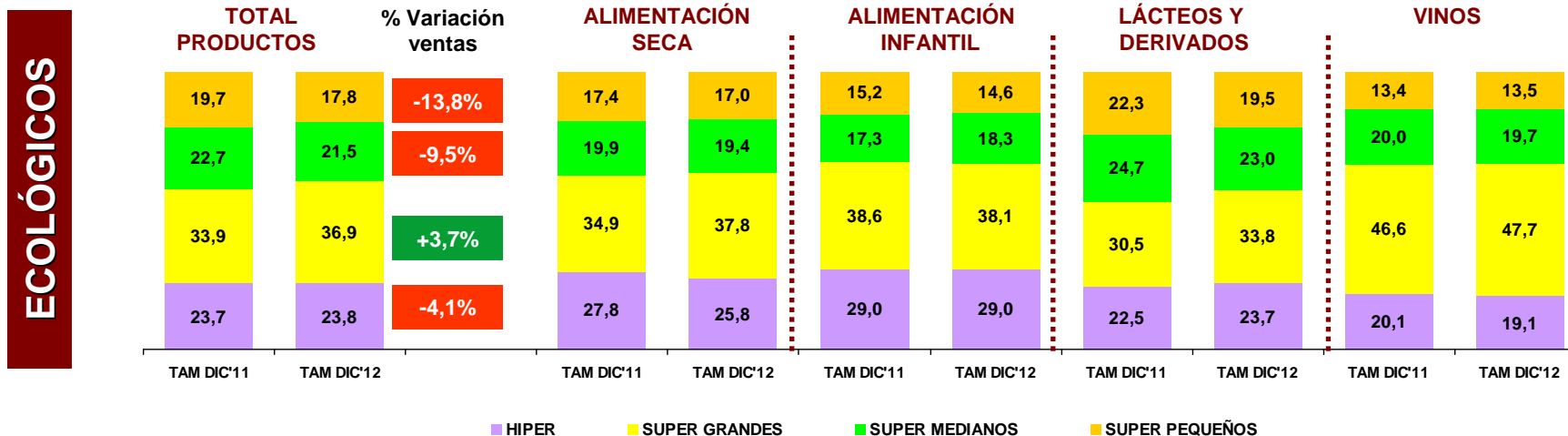


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

Por canales, los super grandes presentan la mejor evolución. Los super medianos y pequeños optimizan surtido y prescinden de productos eco. Los hiper evolucionan mal.

Concentración de las categorías por canales y porcentaje de variación de las ventas absolutas. Valor (%)



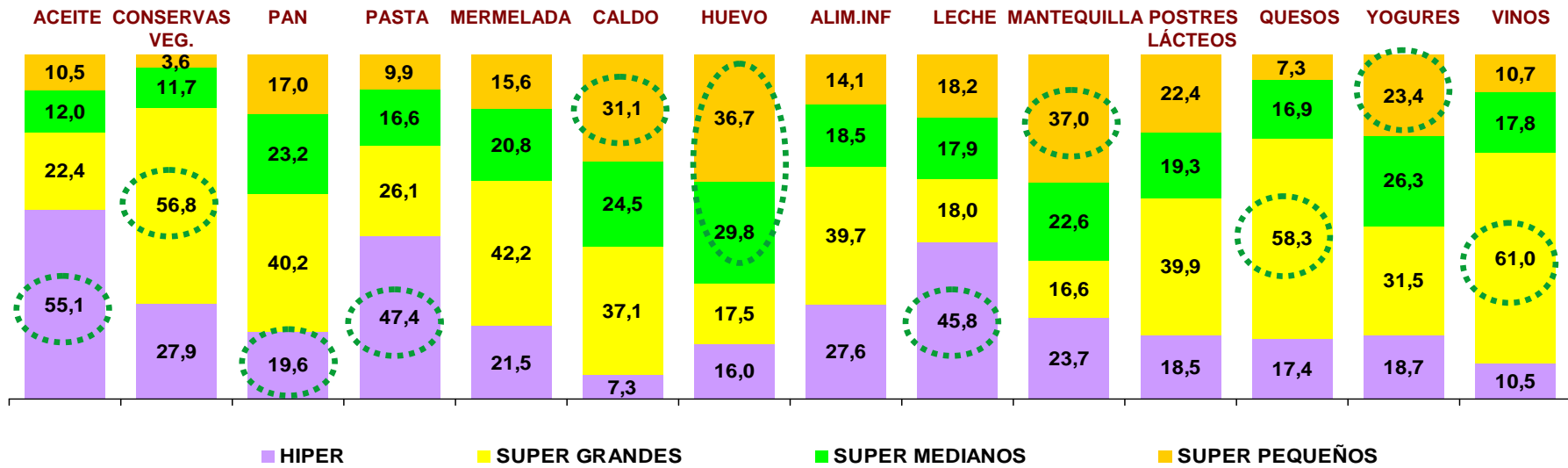
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

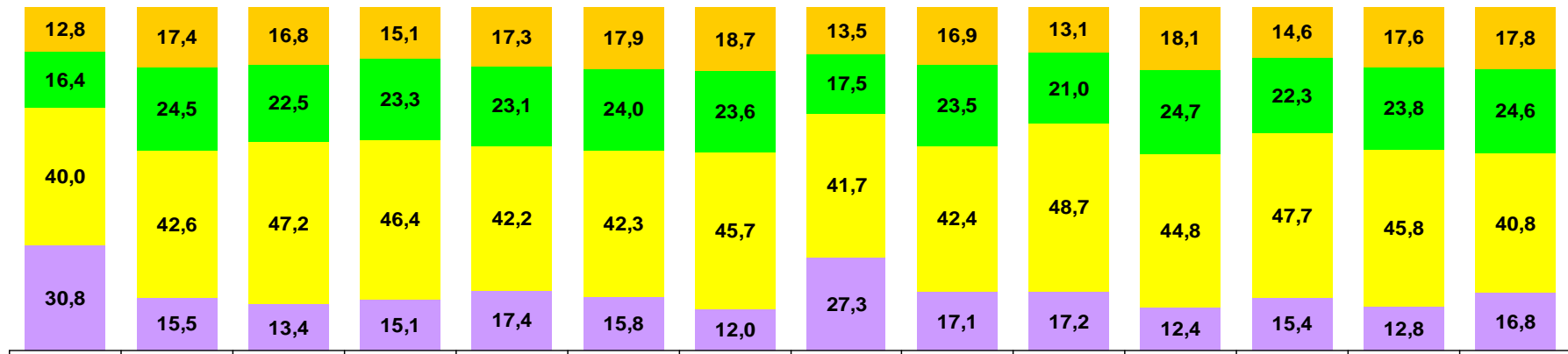
En la mayoría de las familias hay diferencias en la concentración de ventas por canales versus las gamas no ecológicas.

Porcentaje de la venta en VOLUMEN que concentra cada canal (%). TAM DIC'12

**ECOLÓGICOS**



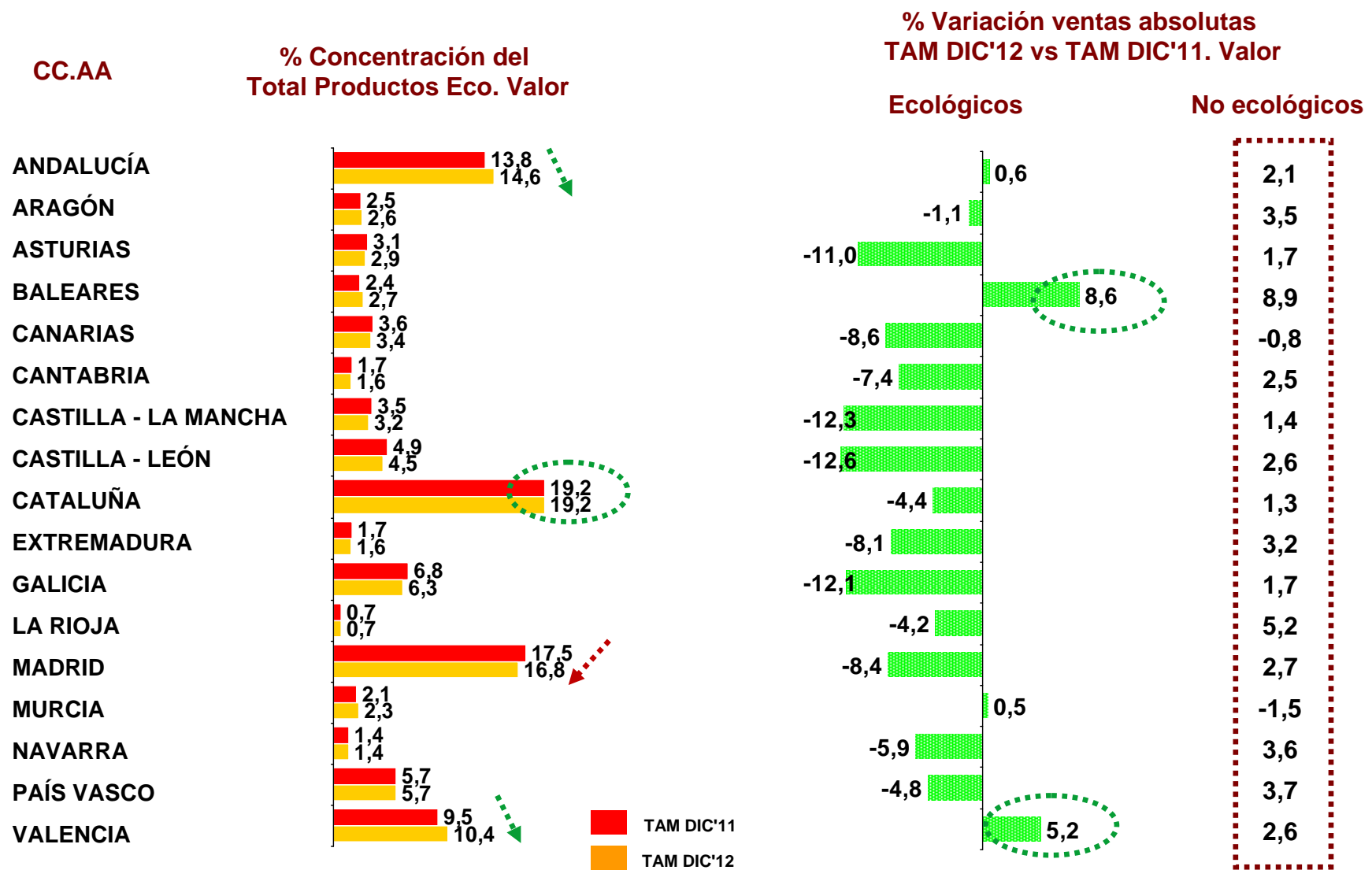
**NO ECOLÓGICOS**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

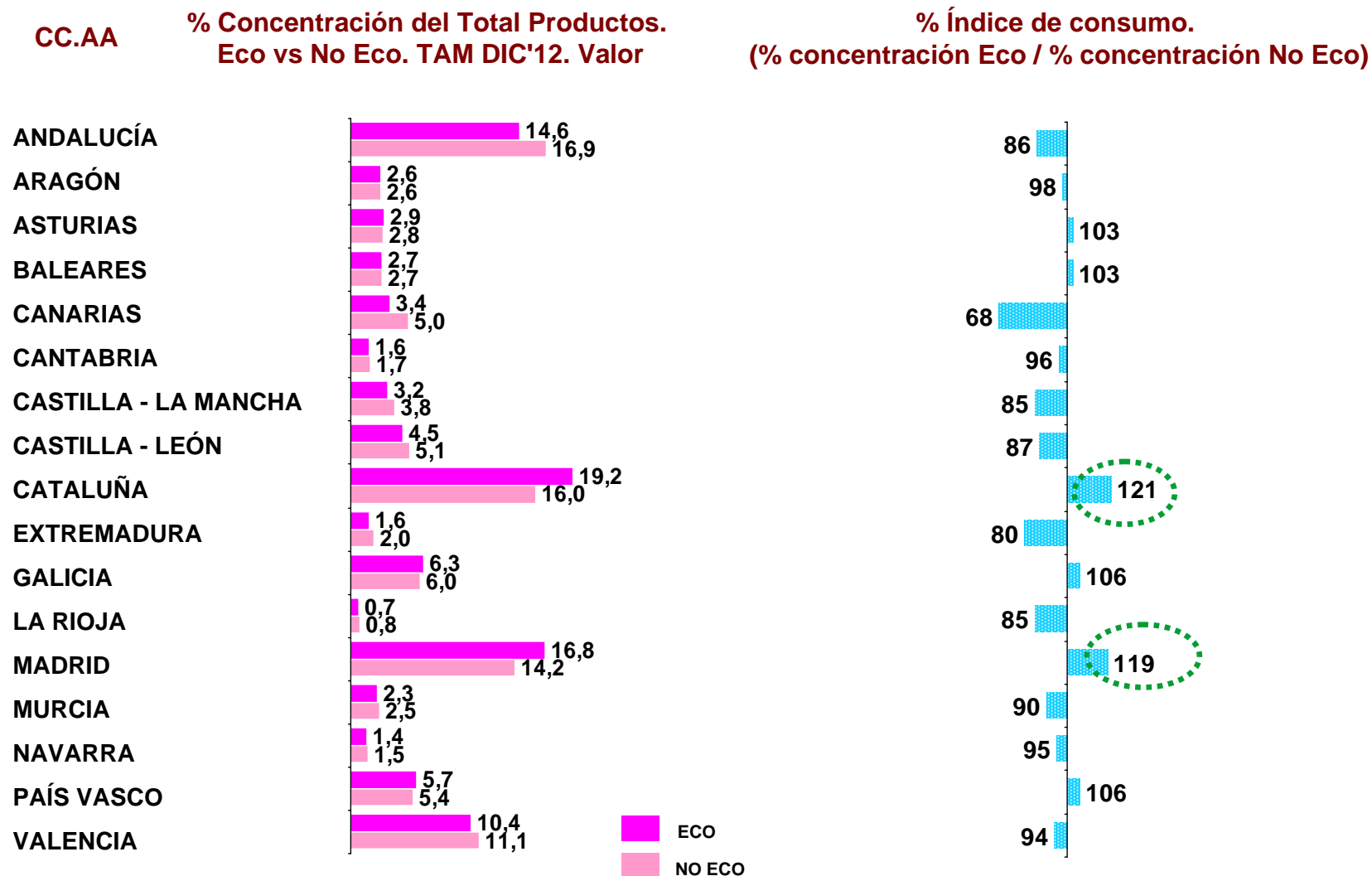
Baleares, Valencia y Andalucía en menor medida son las únicas Comunidades en donde crecen las ventas.



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

Cataluña y Madrid son las que presentan los mayores índices de consumo para los productos ecológicos. Galicia, País Vasco, Asturias y Baleares también son “buenos” consumidores.



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

---

# Información por categoría

---

**Vino elaborado a partir de uva ecológica**

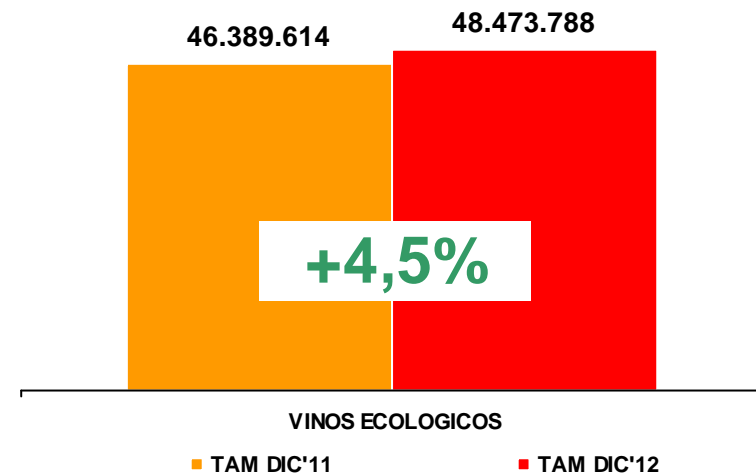
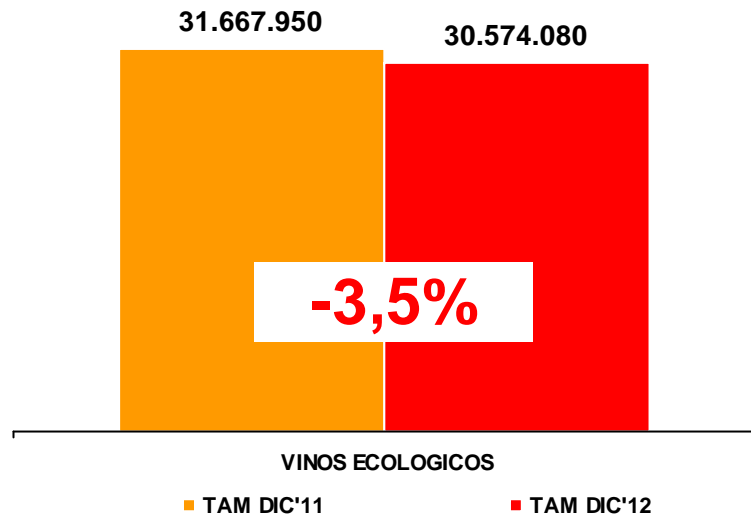


# Vino elaborado a partir de uva ecológica

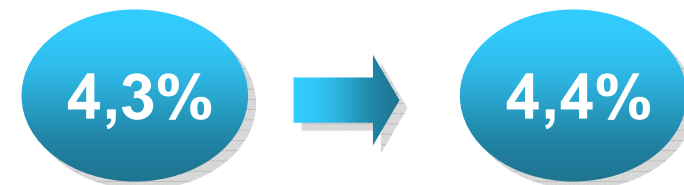
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 30.574.080 l**

**Valor 48.473.788 €**



### Porcentaje sobre la categoría

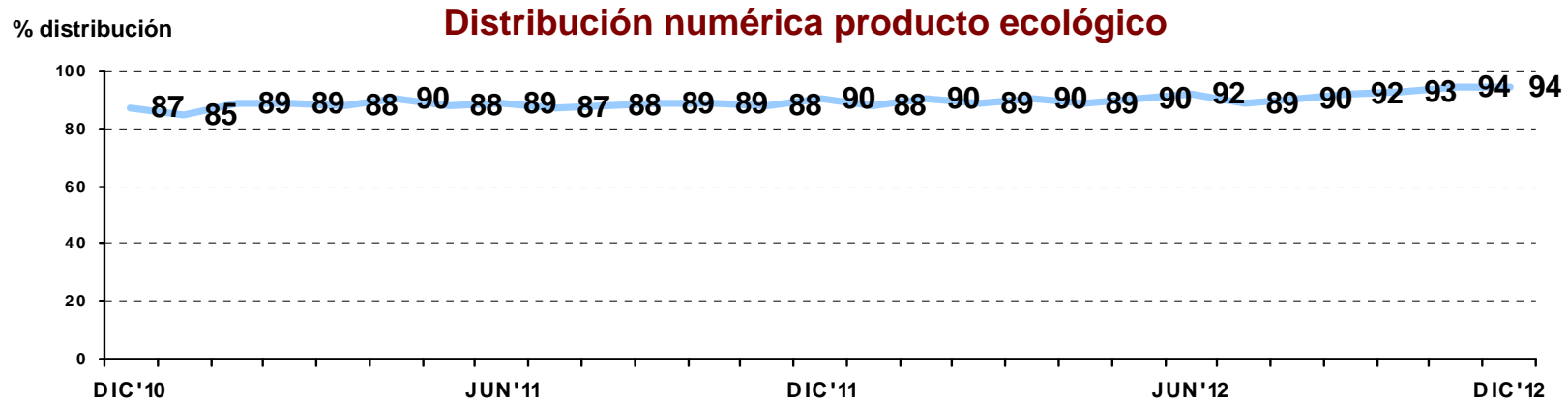


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

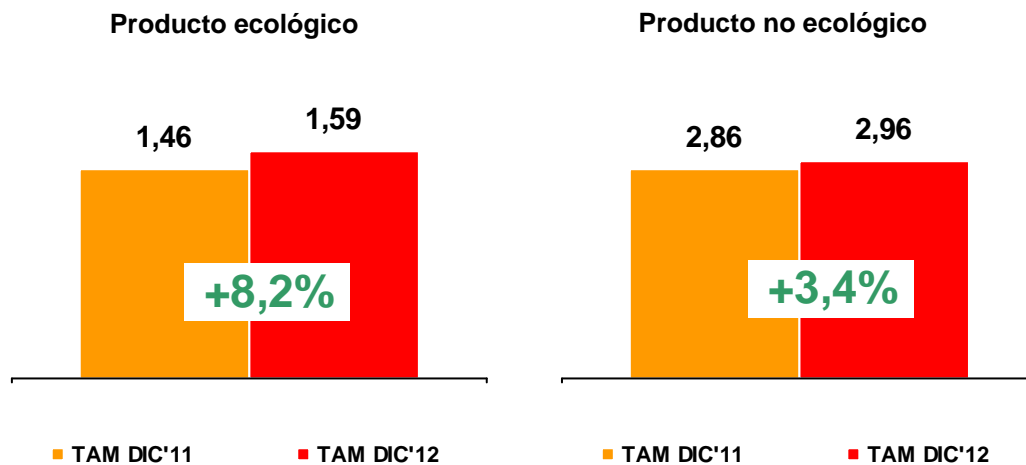
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

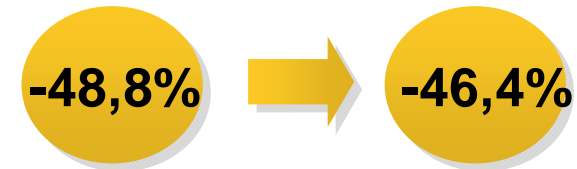
## Distribución y precios



### Evolución del precio medio (€/l) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



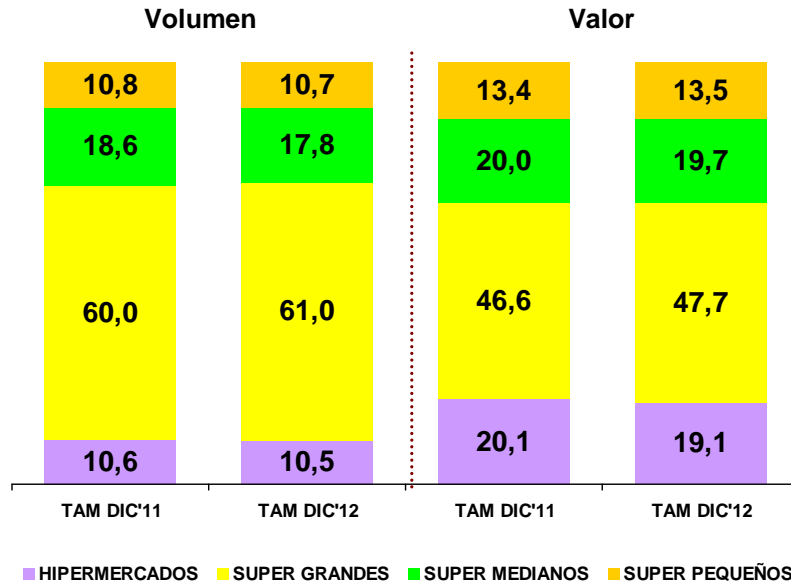
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

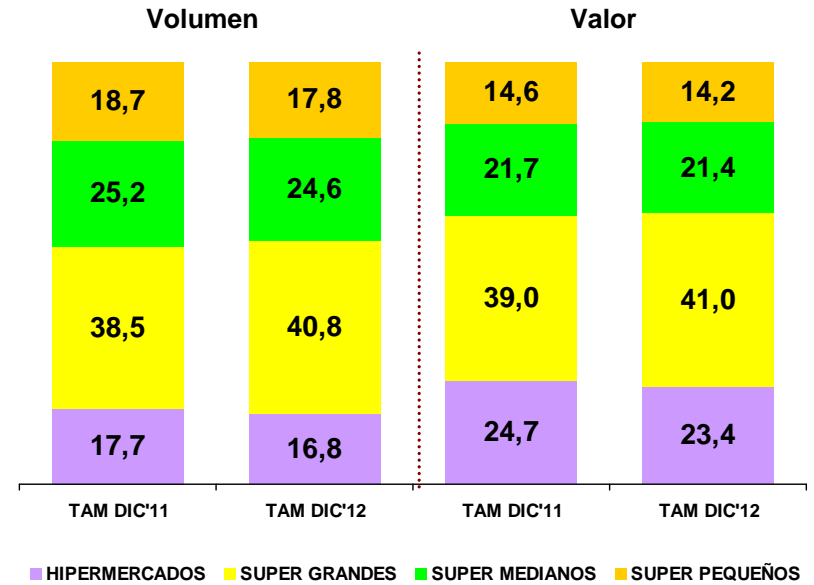
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Canales

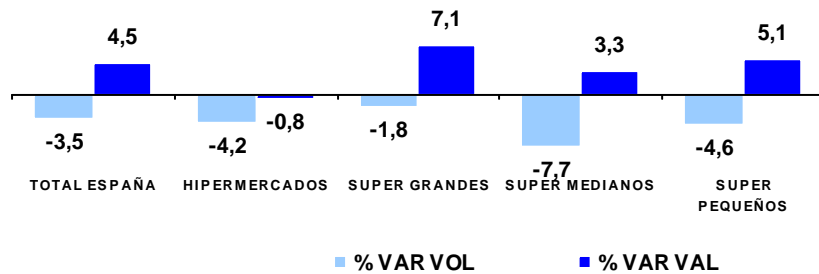
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



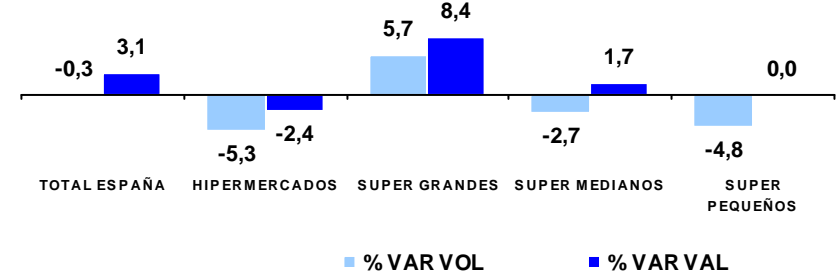
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

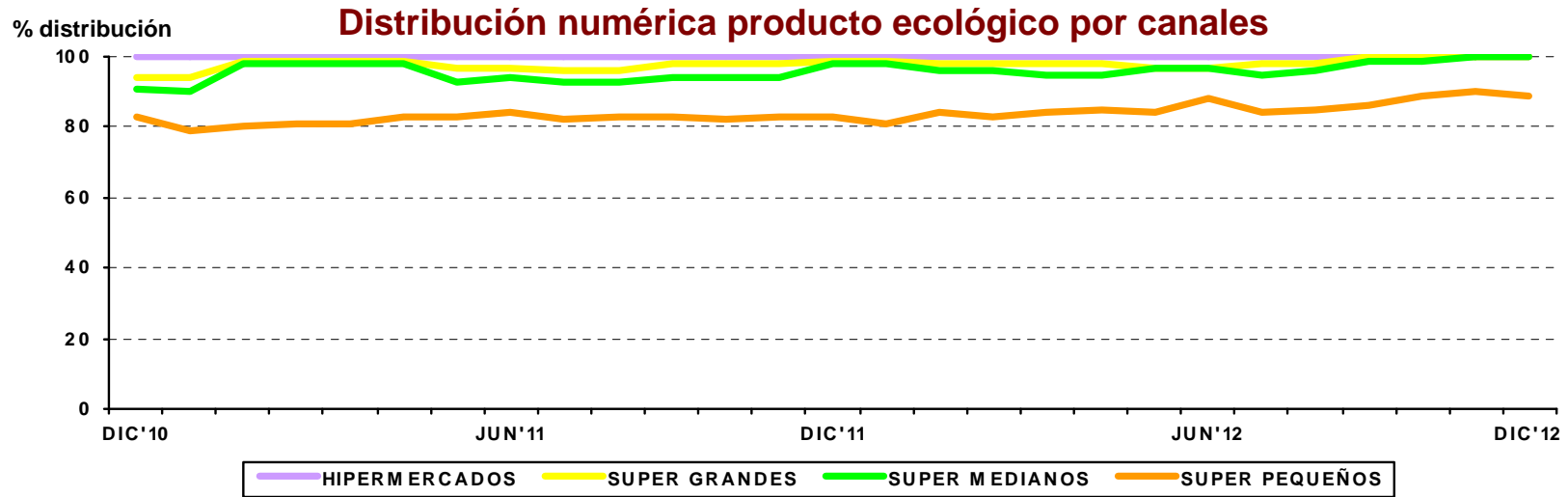


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

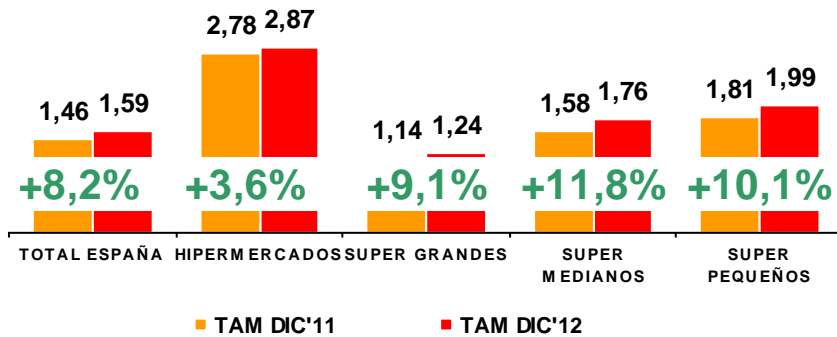
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

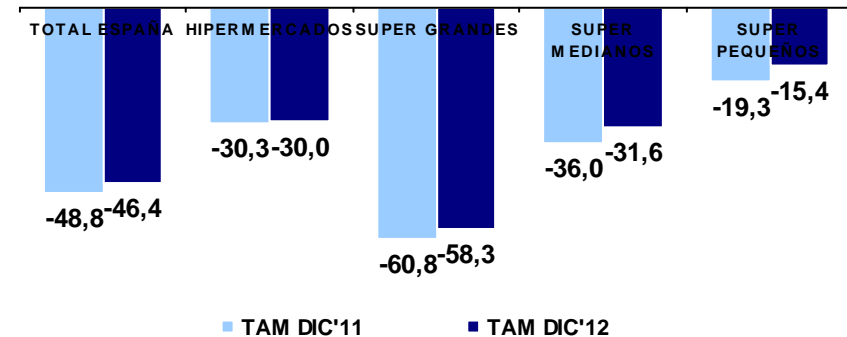
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-3,5%	100,0	100,0	4,5%	1,46	1,59	8,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,2	26,4	1,0%	18,5	19,7	10,8%	1,08	1,18	9,7%	165,3	170,4
ARAGÓN	1,5	1,5	-2,8%	1,6	1,6	4,9%	1,54	1,66	7,9%	47,9	48,4
ASTURIAS	2,7	2,9	2,5%	2,9	3,1	12,2%	1,56	1,71	9,4%	78,2	83,9
BALEARES	2,4	2,6	2,2%	2,6	2,9	17,0%	1,59	1,82	14,5%	74,5	71,3
CANARIAS	3,5	3,6	-0,6%	3,7	3,9	10,0%	1,57	1,74	10,7%	76,5	77,5
CANTABRIA	1,2	1,4	4,9%	1,6	1,7	12,7%	1,88	2,02	7,5%	57,7	63,5
CASTILLA - LA MANCHA	5,5	5,5	-3,7%	4,3	4,1	-0,8%	1,13	1,17	3,0%	181,6	185,4
CASTILLA - LEÓN	4,8	4,8	-3,5%	3,8	3,9	7,4%	1,15	1,27	11,3%	86,1	89,5
CATALUÑA	12,2	12,0	-5,0%	15,8	15,8	4,4%	1,89	2,08	9,9%	71,9	71,8
EXTREMADURA	1,8	2,0	3,7%	1,2	1,3	15,8%	0,92	1,03	11,6%	141,1	155,4
GALICIA	5,8	5,6	-7,0%	6,5	6,1	-2,6%	1,64	1,72	4,7%	79,2	79,0
LA RIOJA	0,4	0,4	3,1%	0,3	0,3	10,3%	1,31	1,40	6,9%	62,0	67,9
MADRID	13,0	12,5	-6,7%	16,7	15,7	-1,5%	1,88	1,99	5,6%	104,3	101,4
MURCIA	2,8	2,6	-9,5%	2,2	2,1	0,5%	1,16	1,29	11,1%	136,8	133,5
NAVARRA	0,6	0,6	-4,4%	1,0	1,0	2,8%	2,32	2,50	7,5%	45,4	45,1
PAÍS VASCO	3,0	2,9	-4,7%	4,0	3,9	2,9%	1,95	2,11	7,9%	47,5	47,0
VALENCIA	13,5	12,7	-9,0%	13,4	12,9	1,0%	1,45	1,61	11,0%	120,6	109,7

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

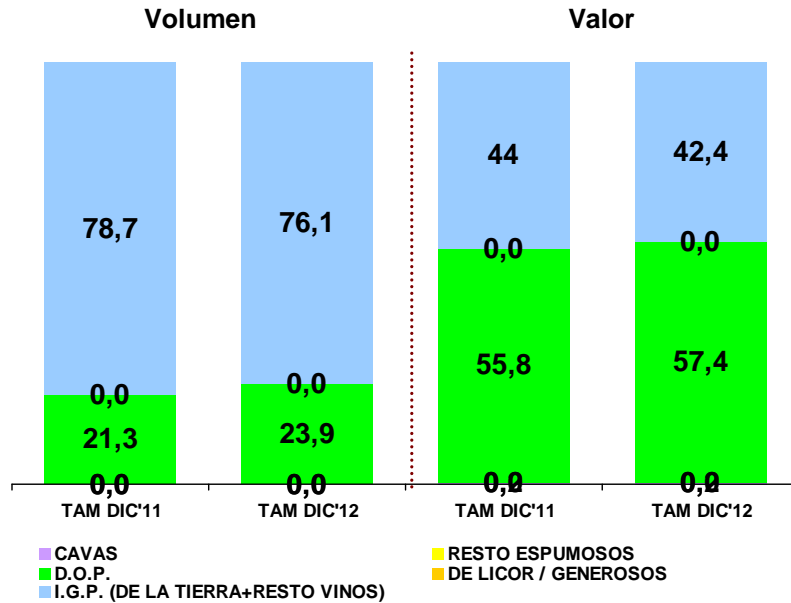
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

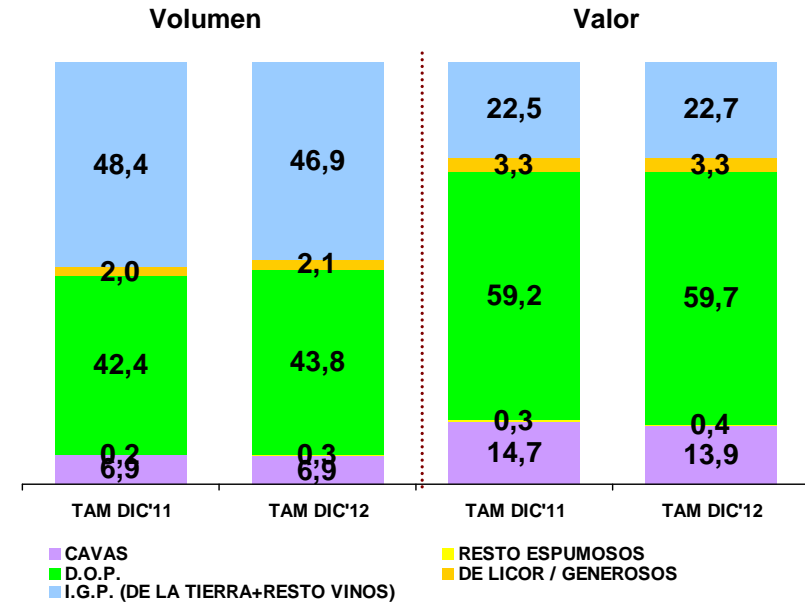
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Segmentos

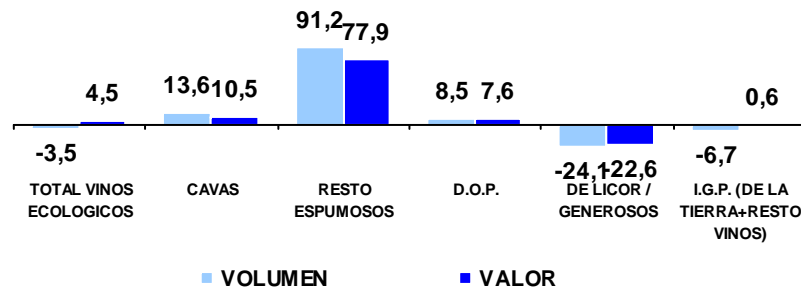
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



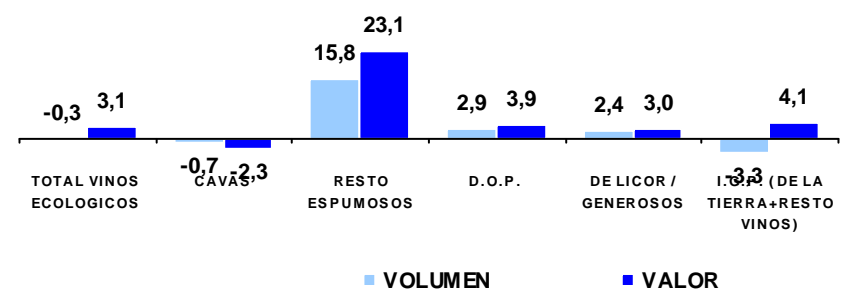
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

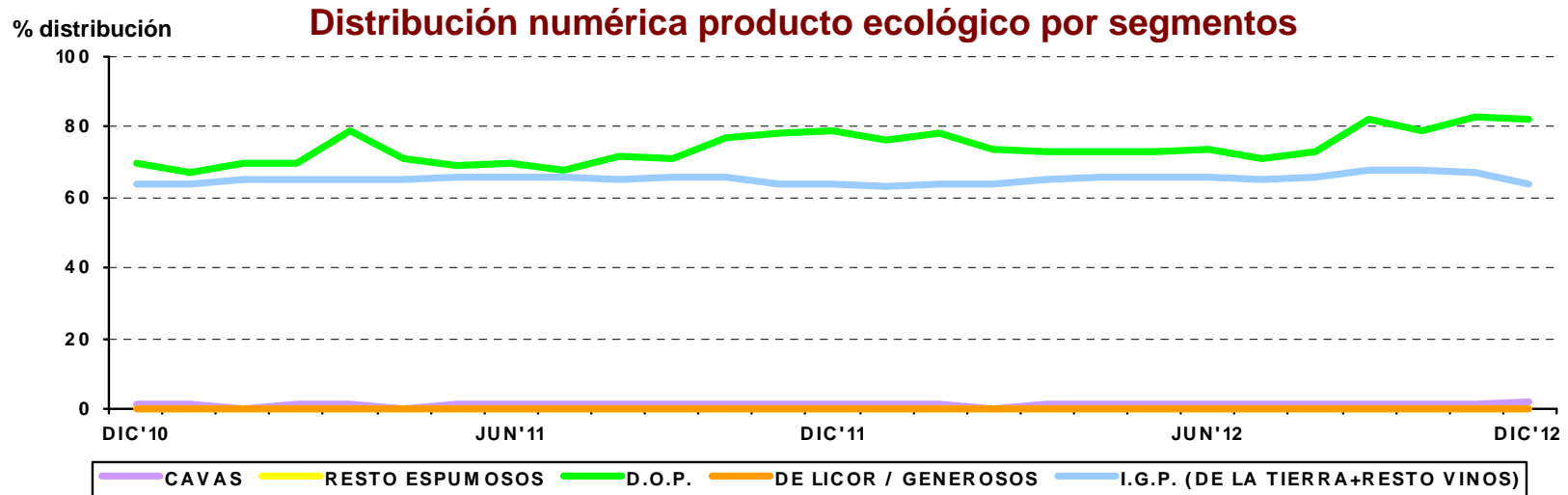


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

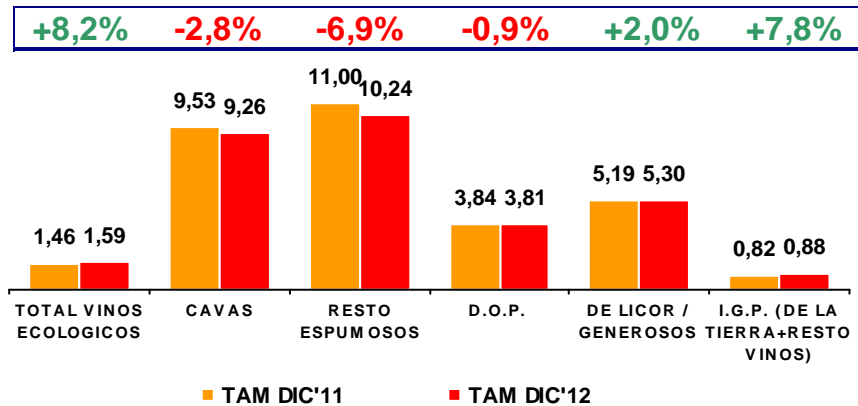
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

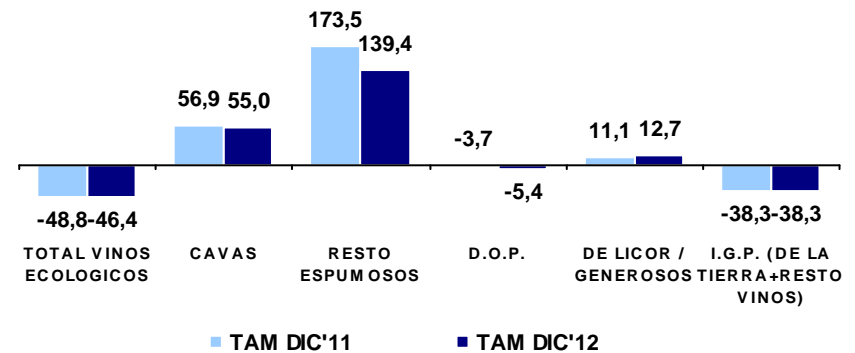
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

# Yogures y leches fermentadas

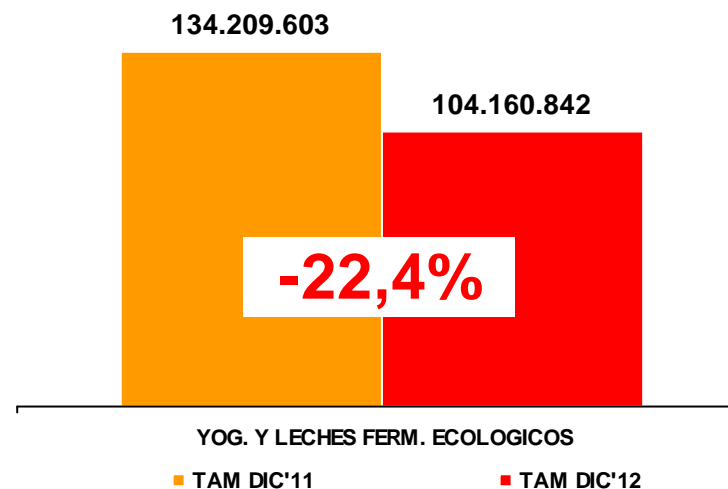
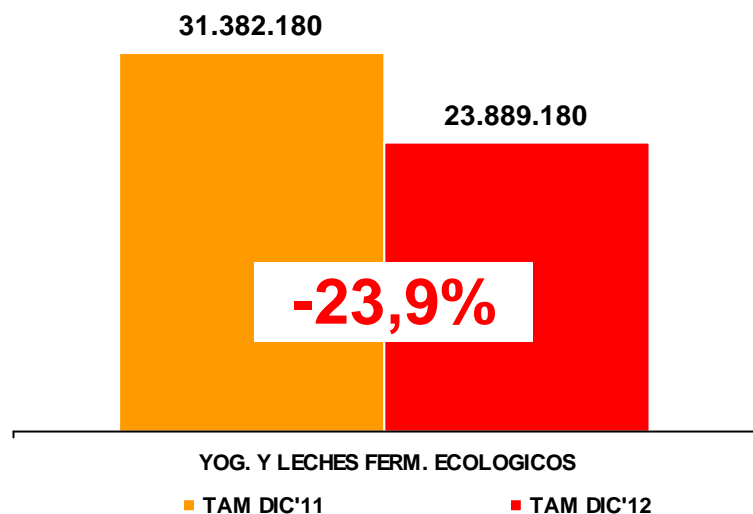


# Yogures y leches fermentadas

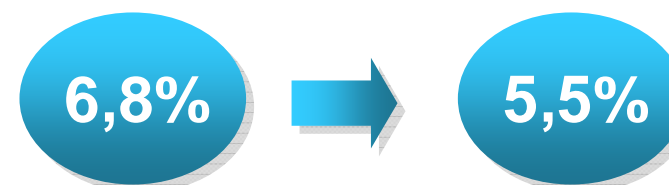
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 23.889.180 kg**

**Valor 104.160.842 €**



### Porcentaje sobre la categoría



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

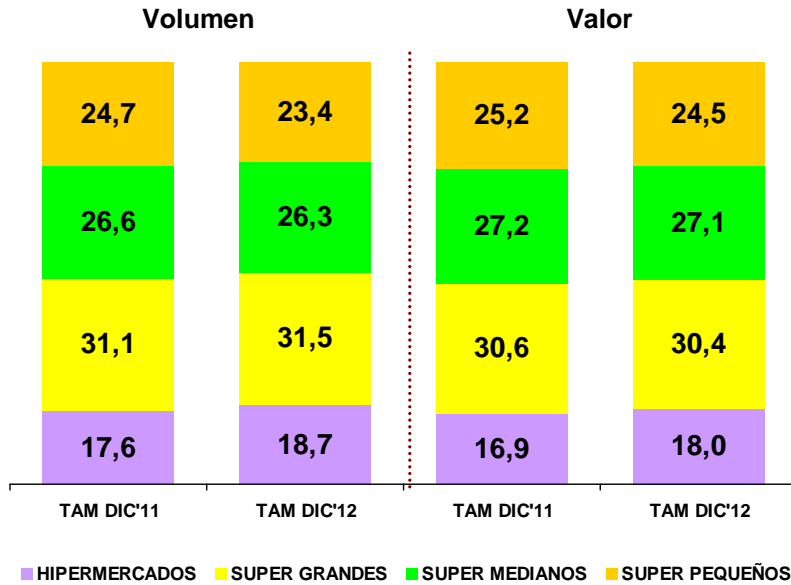
**Productos ecológicos**



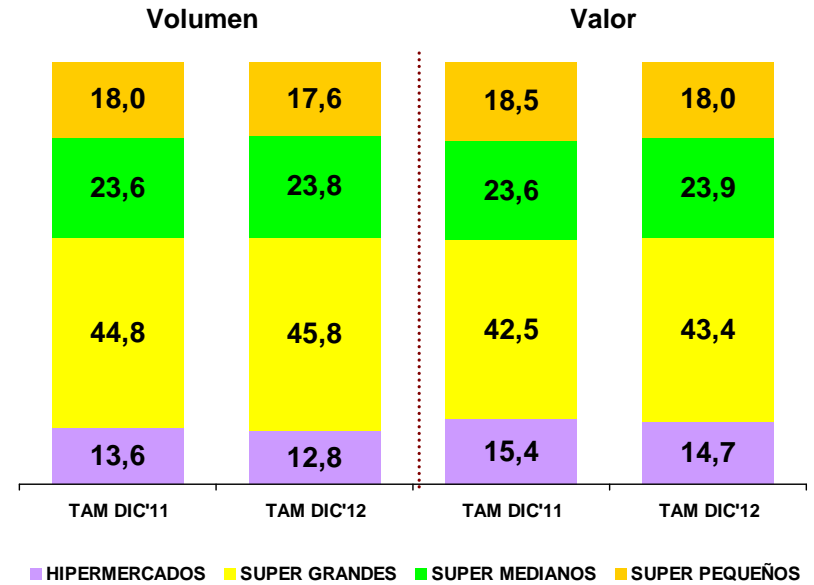
# Yogures y leches fermentadas

## Canales

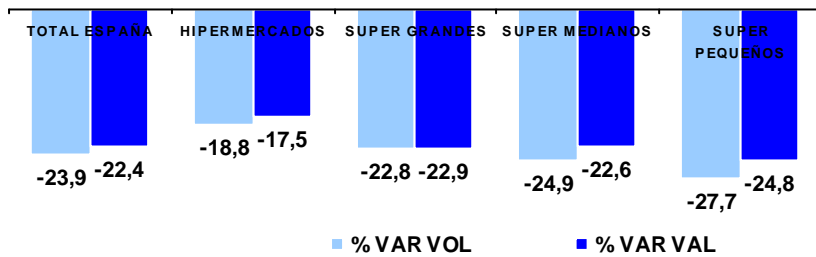
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



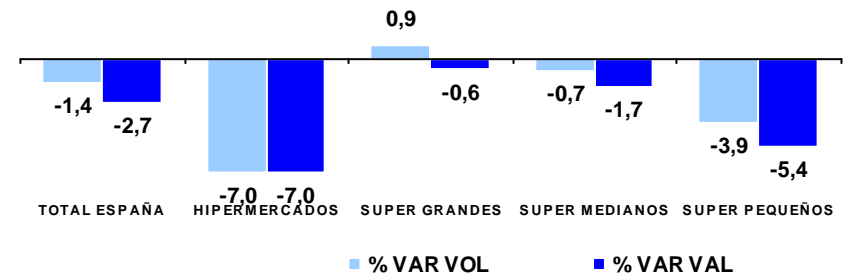
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

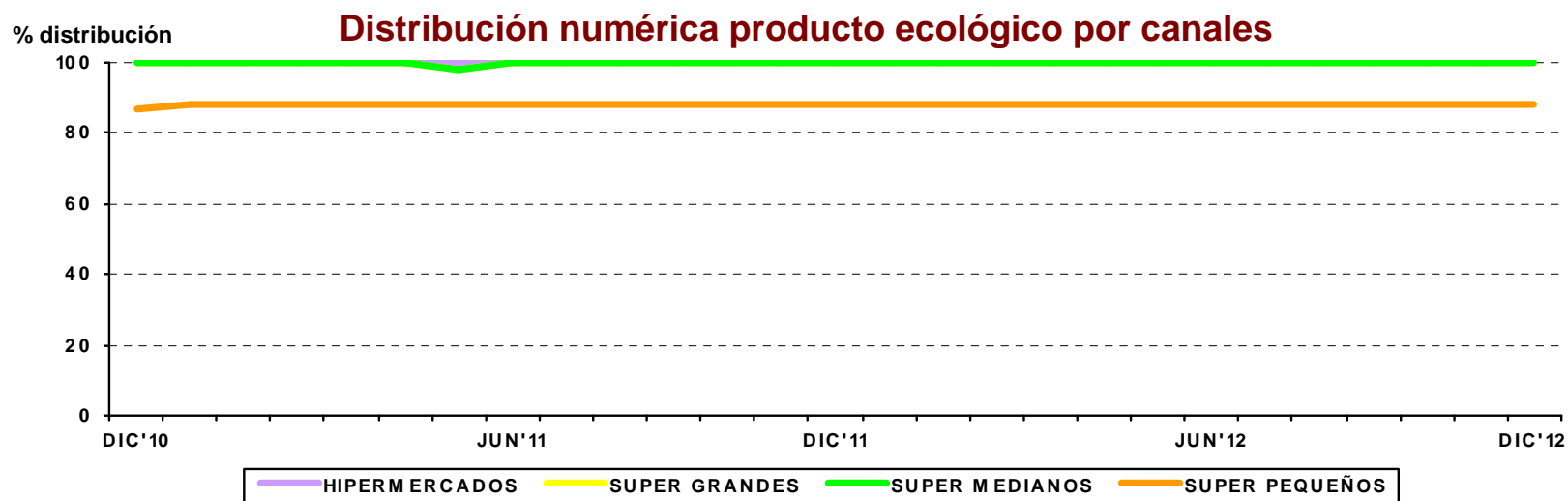


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

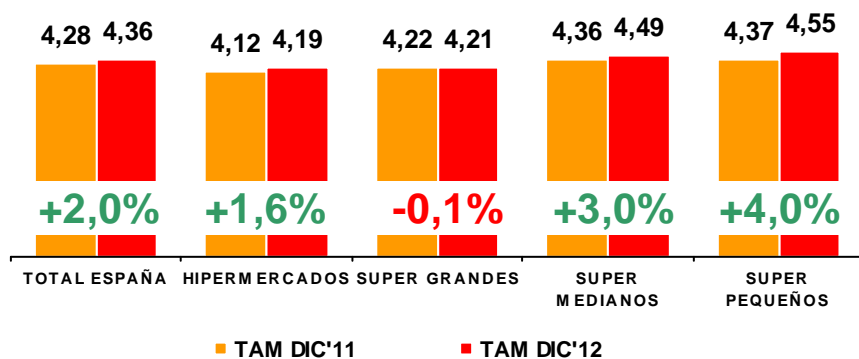
**Productos ecológicos**

# Yogures y leches fermentadas

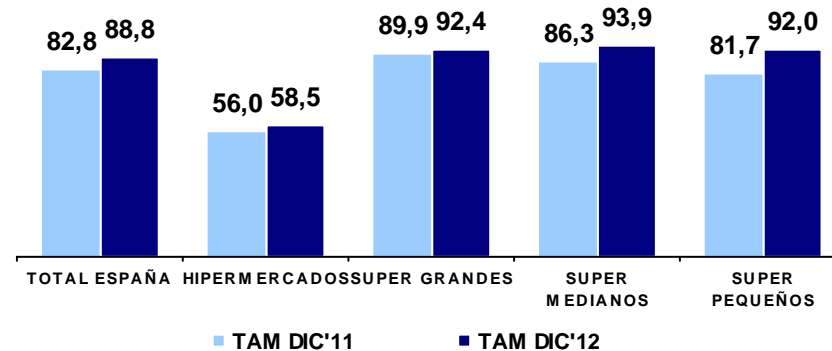
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Yogures y leches fermentadas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-23,9%	100,0	100,0	-22,4%	4,28	4,36	2,0%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	11,3	11,8	-20,4%	11,1	11,5	-19,2%	4,19	4,25	1,5%	59,9	62,9
ARAGÓN	2,7	2,9	-19,0%	2,6	2,8	-16,1%	4,04	4,18	3,5%	113,2	120,1
ASTURIAS	4,1	3,9	-27,7%	4,2	4,0	-26,0%	4,40	4,50	2,3%	135,7	129,8
BALEARES	2,1	2,3	-18,6%	2,1	2,2	-16,1%	4,20	4,32	3,1%	103,7	107,8
CANARIAS	3,8	3,8	-22,1%	4,9	4,8	-23,1%	5,53	5,46	-1,3%	72,5	75,9
CANTABRIA	2,0	2,0	-22,1%	2,1	2,2	-19,6%	4,44	4,59	3,3%	110,3	112,4
CASTILLA - LA MANCHA	3,2	2,7	-35,5%	3,3	2,7	-36,7%	4,41	4,33	-1,9%	81,7	70,0
CASTILLA - LEÓN	5,6	5,3	-28,8%	5,7	5,3	-28,0%	4,30	4,35	1,1%	103,4	95,3
CATALUÑA	20,1	19,5	-26,2%	20,1	19,7	-23,9%	4,27	4,40	3,1%	137,1	134,2
EXTREMADURA	1,5	1,5	-22,9%	1,5	1,6	-21,3%	4,48	4,57	2,0%	62,4	61,6
GALICIA	8,9	8,6	-26,1%	8,9	8,7	-23,8%	4,27	4,41	3,2%	139,2	134,4
LA RIOJA	0,8	0,8	-22,7%	0,8	0,8	-22,3%	4,08	4,11	0,6%	99,7	95,6
MADRID	15,0	15,0	-23,8%	15,3	15,1	-23,7%	4,37	4,38	0,0%	115,9	115,1
MURCIA	1,8	1,7	-27,1%	1,7	1,7	-25,2%	4,12	4,22	2,6%	64,4	63,7
NAVARRA	1,6	1,8	-16,0%	1,5	1,7	-13,1%	3,96	4,10	3,4%	108,4	118,6
PAÍS VASCO	7,5	8,3	-15,3%	6,8	7,7	-12,1%	3,89	4,04	3,8%	128,7	142,7
VALENCIA	8,1	8,1	-23,9%	7,6	7,7	-20,8%	4,02	4,18	4,1%	80,2	79,5

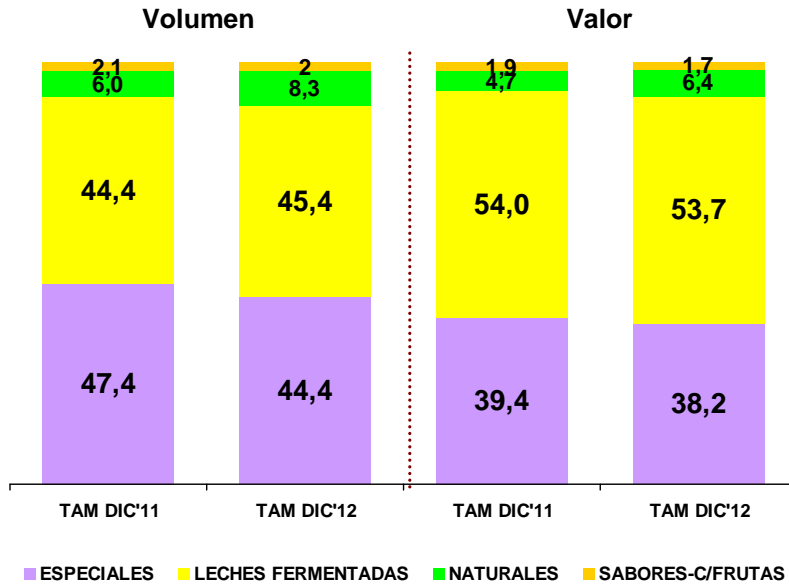
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

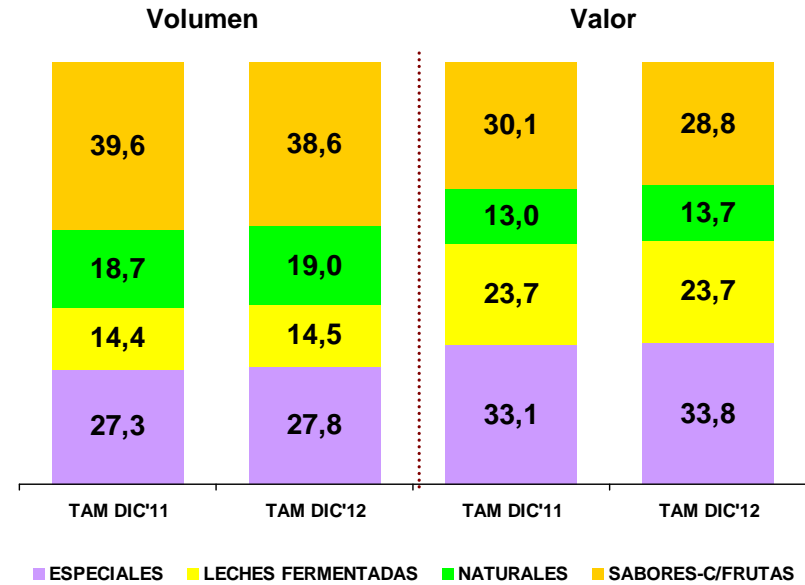
Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas Segmentos

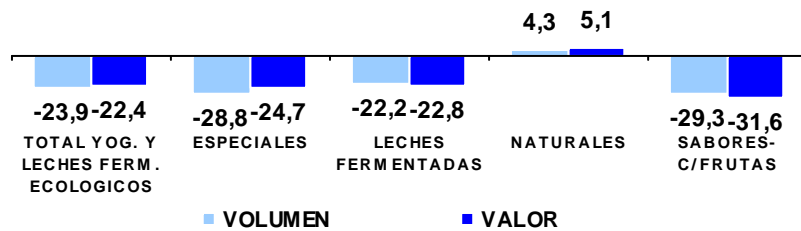
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



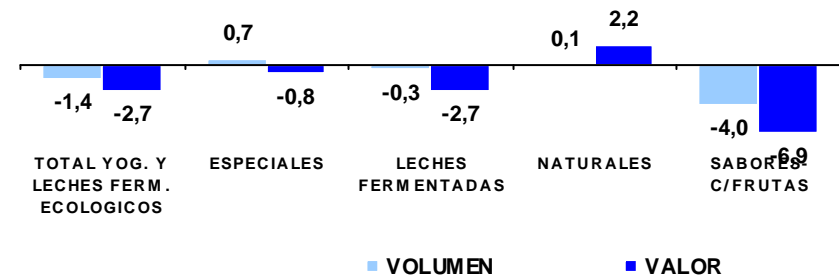
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

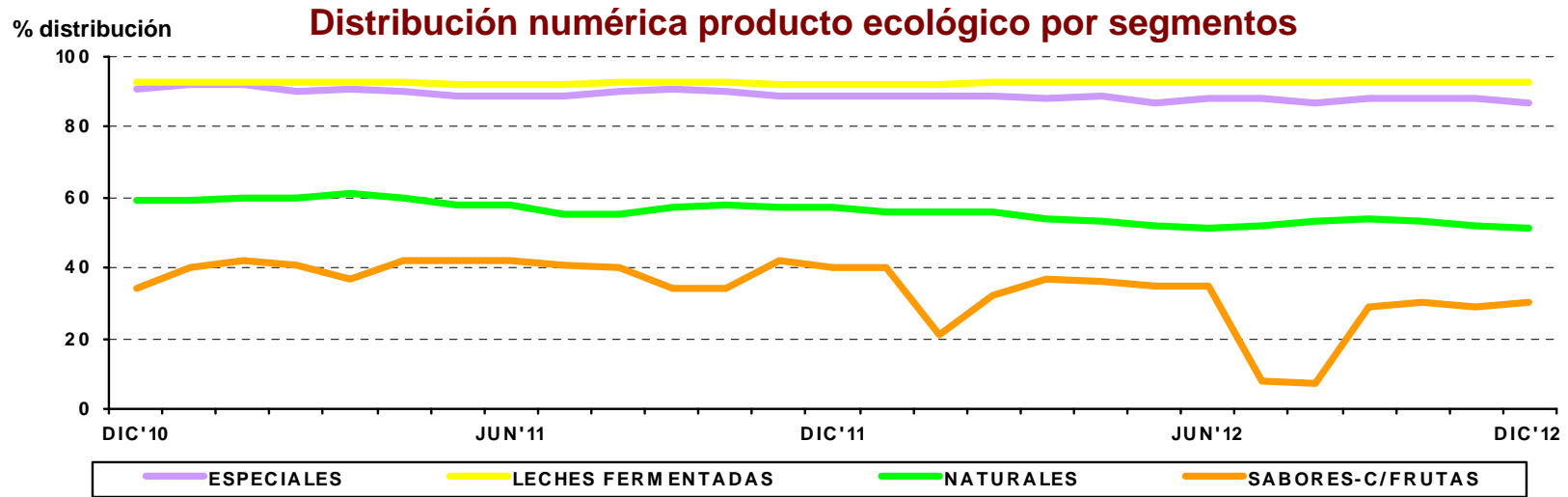


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

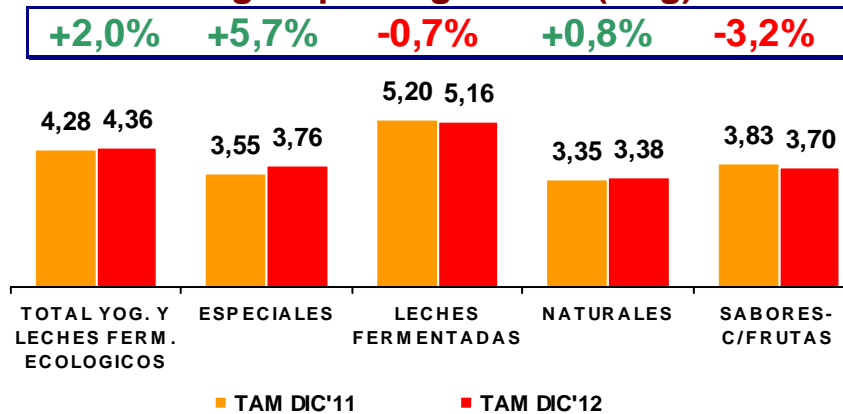
## Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas

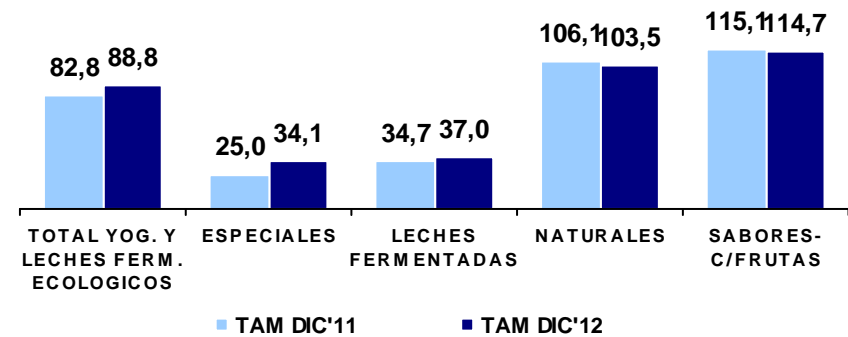
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

# **Aceite de oliva virgen+virgen extra**

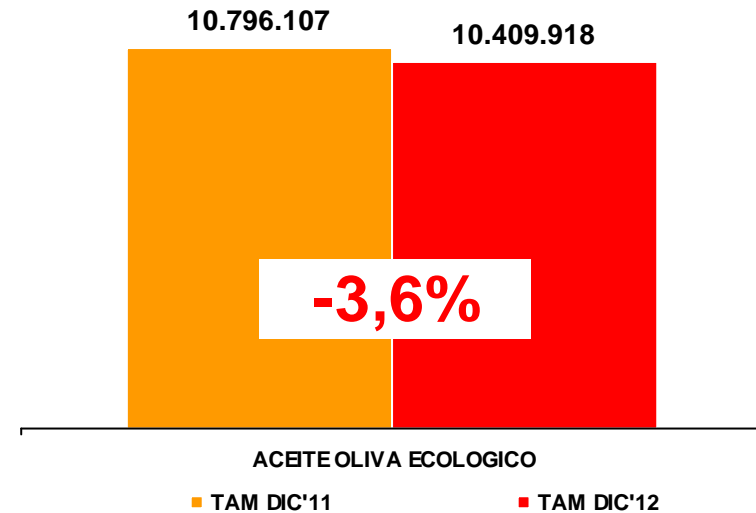
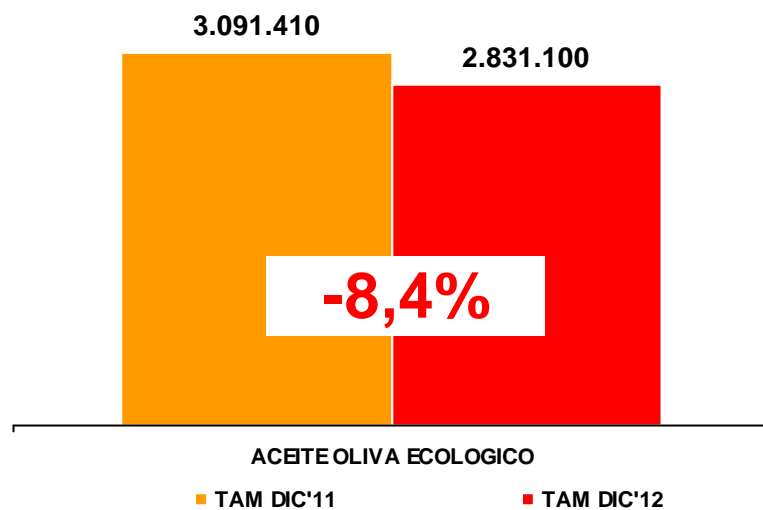


# Aceite de oliva virgen+virgen extra

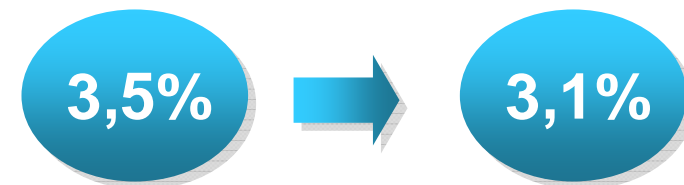
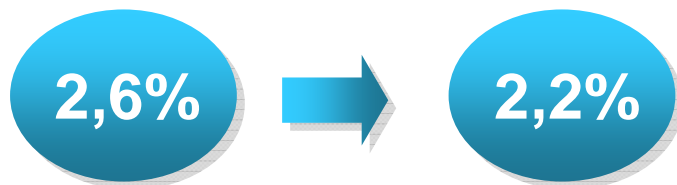
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 2.831.100 l**

**Valor 10.409.918 €**



**Porcentaje sobre la categoría**

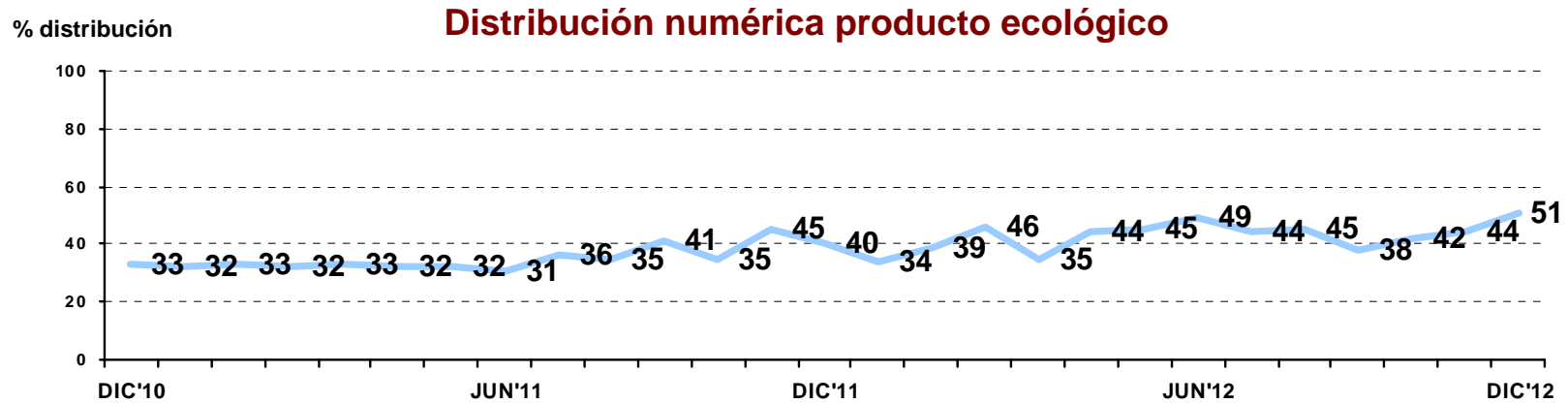


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

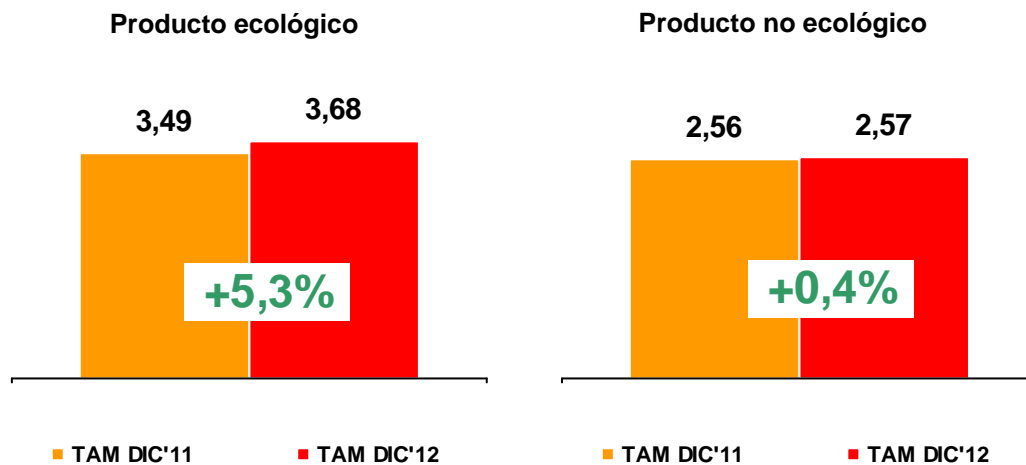
**Productos ecológicos**

# Aceite de oliva virgen+virgen extra

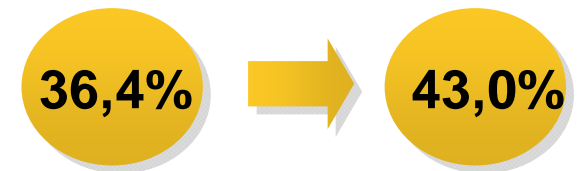
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



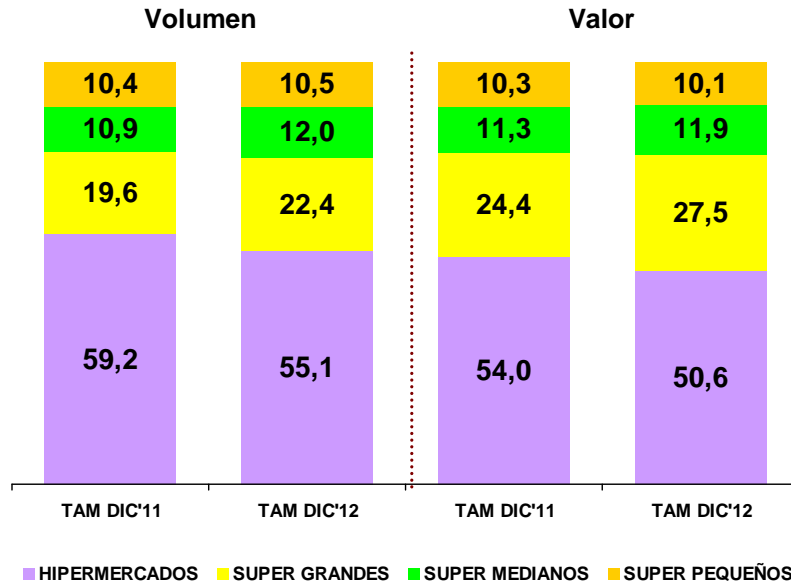
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

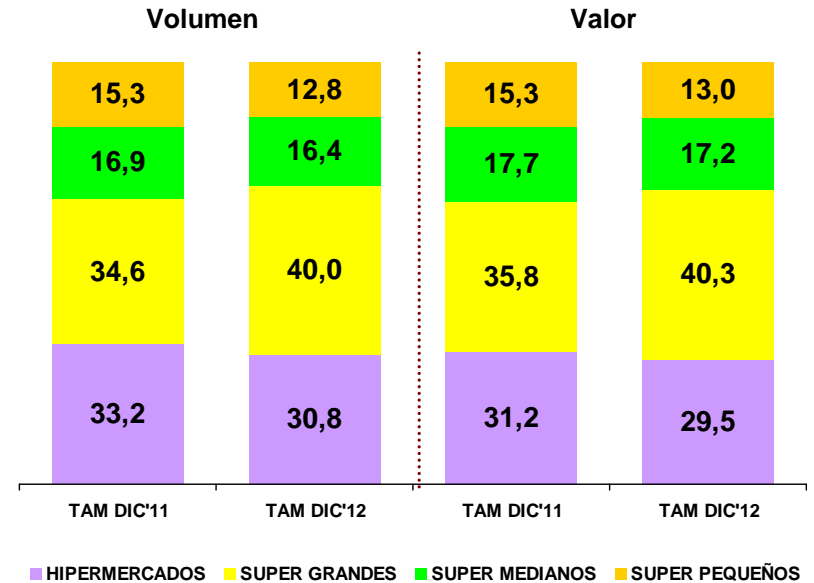
# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Canales

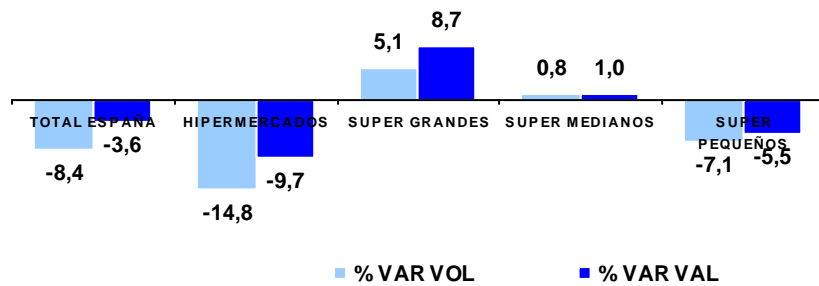
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



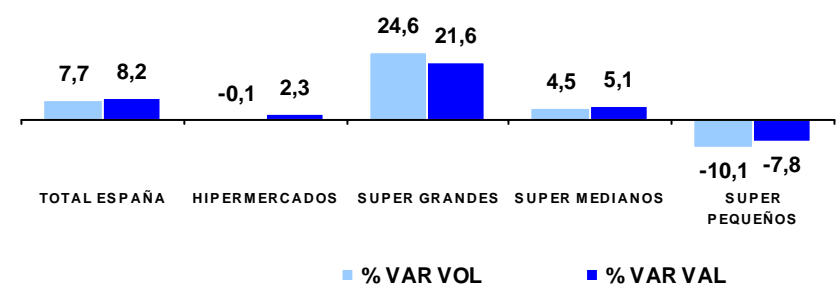
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

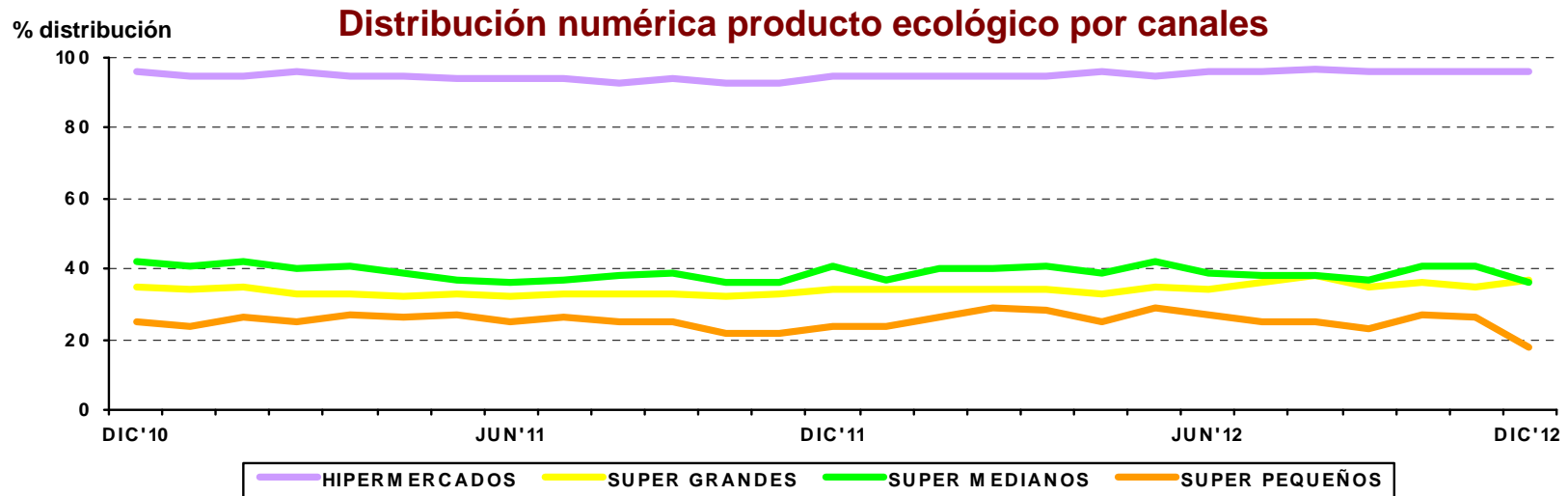


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

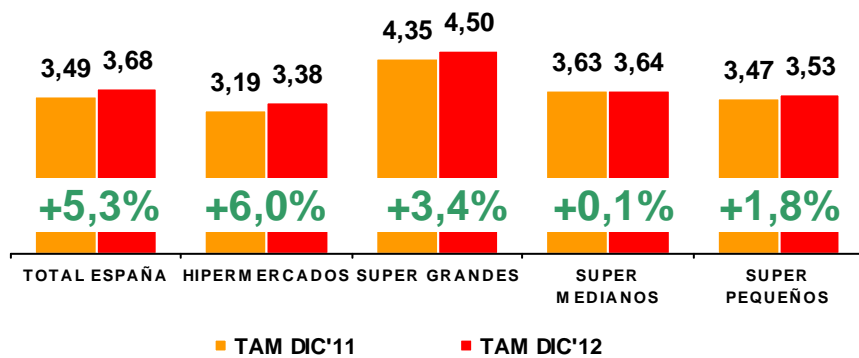
## Productos ecológicos

# Aceite de oliva virgen+virgen extra

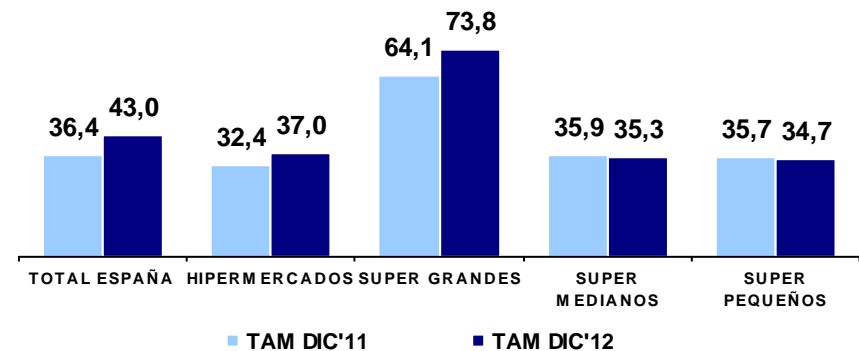
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Aceite de oliva virgen+virgen extra Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-8,4%	100,0	100,0	-3,6%	3,49	3,68	5,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	11,2	12,1	-1,6%	11,5	12,3	3,1%	3,58	3,75	4,7%	40,8	45,0
ARAGÓN	3,1	3,8	12,1%	2,8	3,2	12,2%	3,14	3,14	0,1%	114,5	139,8
ASTURIAS	4,3	4,0	-14,6%	4,3	4,0	-10,4%	3,49	3,67	5,0%	176,4	157,6
BALEARES	1,3	1,2	-13,7%	1,7	1,6	-4,7%	4,42	4,88	10,5%	95,1	88,6
CANARIAS	2,1	2,8	20,3%	3,0	3,7	19,8%	4,90	4,88	-0,4%	102,3	135,0
CANTABRIA	1,7	1,7	-9,4%	1,7	1,6	-7,2%	3,42	3,50	2,4%	101,6	94,0
CASTILLA - LA MANCHA	2,2	2,1	-11,9%	2,0	1,9	-10,8%	3,20	3,24	1,3%	64,0	61,0
CASTILLA - LEÓN	10,7	9,7	-17,6%	9,0	7,9	-15,1%	2,93	3,02	3,1%	166,9	151,4
CATALUÑA	11,9	12,1	-6,7%	13,9	14,2	-1,6%	4,09	4,31	5,5%	94,9	94,1
EXTREMADURA	2,1	2,0	-11,5%	1,7	1,7	-6,1%	2,92	3,10	6,1%	85,3	81,0
GALICIA	5,4	5,2	-11,2%	6,1	5,9	-6,3%	3,93	4,14	5,5%	119,1	120,2
LA RIOJA	1,2	1,3	-0,2%	1,0	1,0	0,9%	3,00	3,03	1,1%	121,5	130,6
MADRID	21,6	21,9	-6,9%	22,0	22,3	-2,6%	3,56	3,73	4,7%	149,6	153,9
MURCIA	1,8	1,6	-16,9%	1,6	1,4	-12,5%	3,09	3,26	5,3%	104,2	86,8
NAVARRA	2,7	2,3	-20,3%	2,5	2,1	-17,8%	3,19	3,29	3,1%	172,7	154,3
PAÍS VASCO	8,4	8,4	-8,9%	8,0	8,1	-1,8%	3,30	3,56	7,8%	147,5	153,9
VALENCIA	8,3	7,7	-14,4%	7,3	7,0	-8,2%	3,09	3,32	7,3%	98,2	85,6

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

---

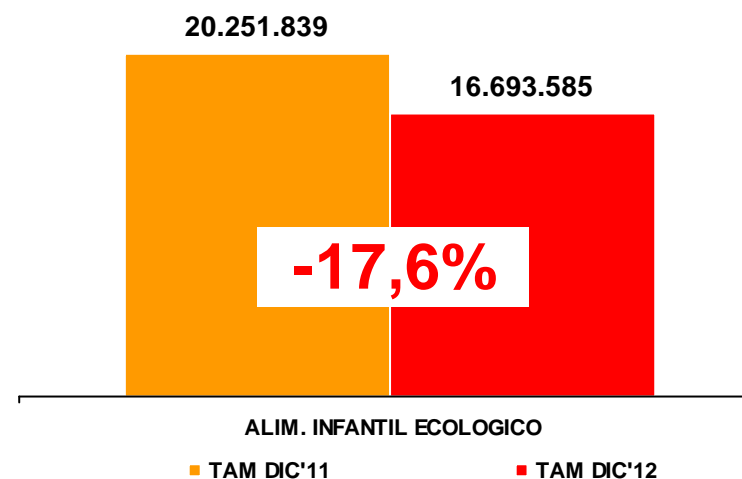
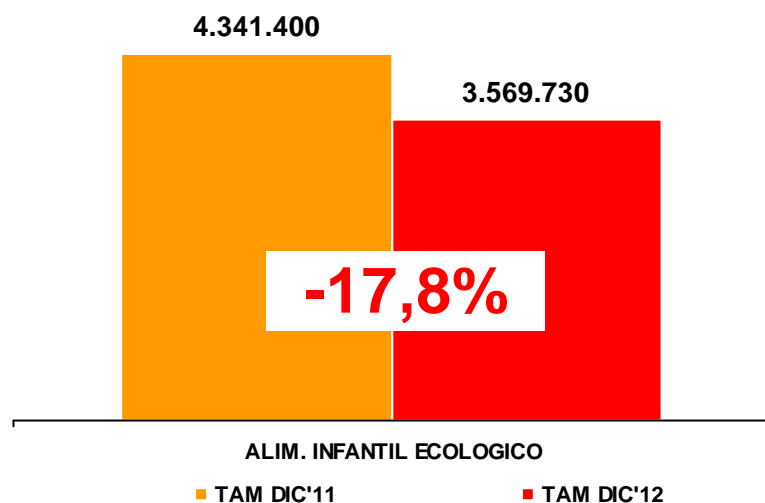
# **Alimentación infantil**

# Alimentación infantil

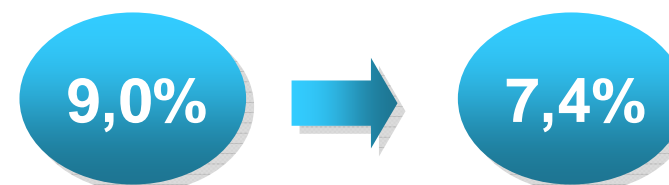
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.569.730 kg**

**Valor 16.693.585 €**



### Porcentaje sobre la categoría

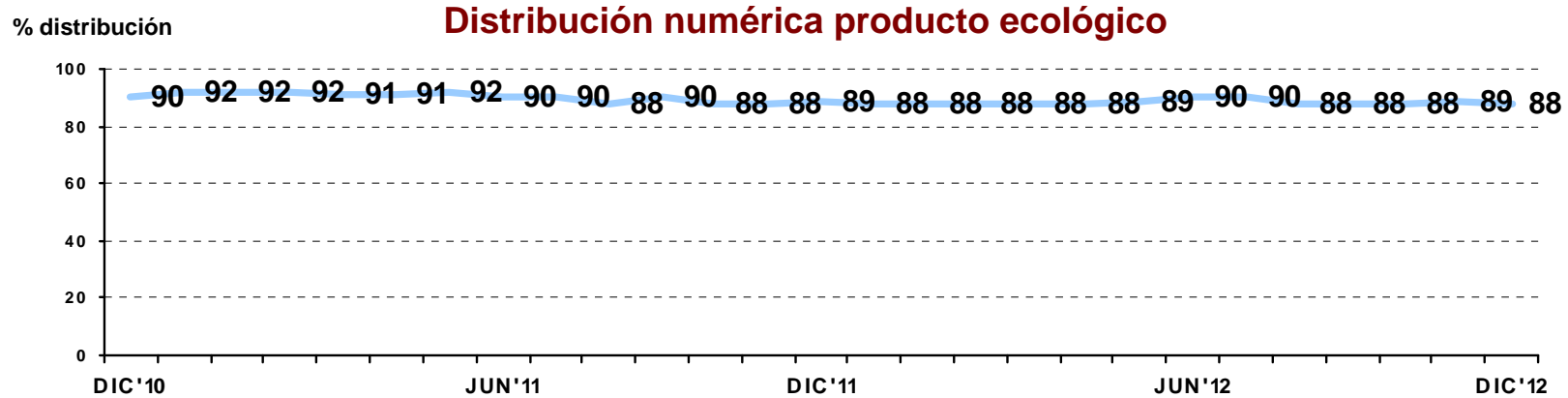


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

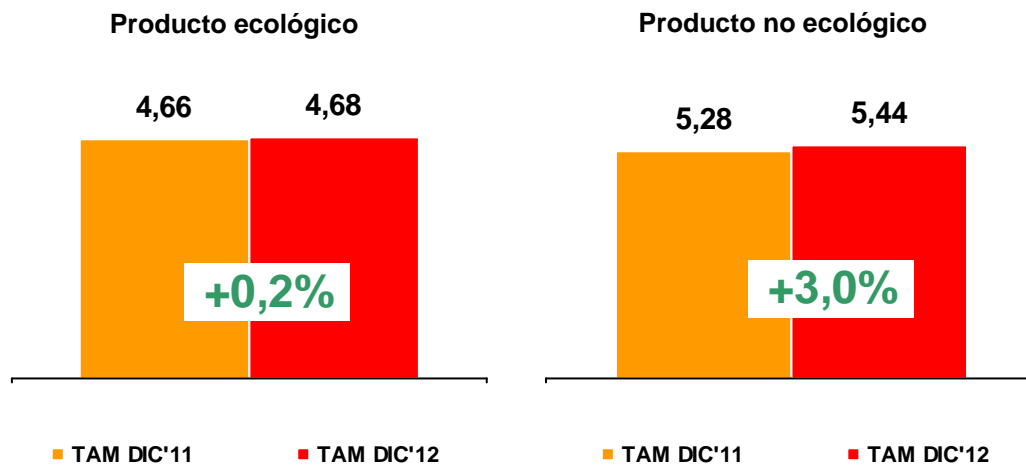
**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil

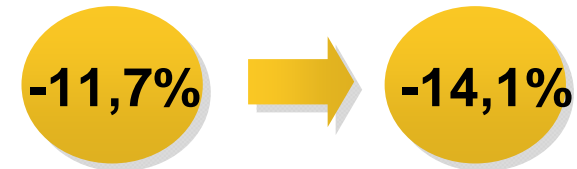
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

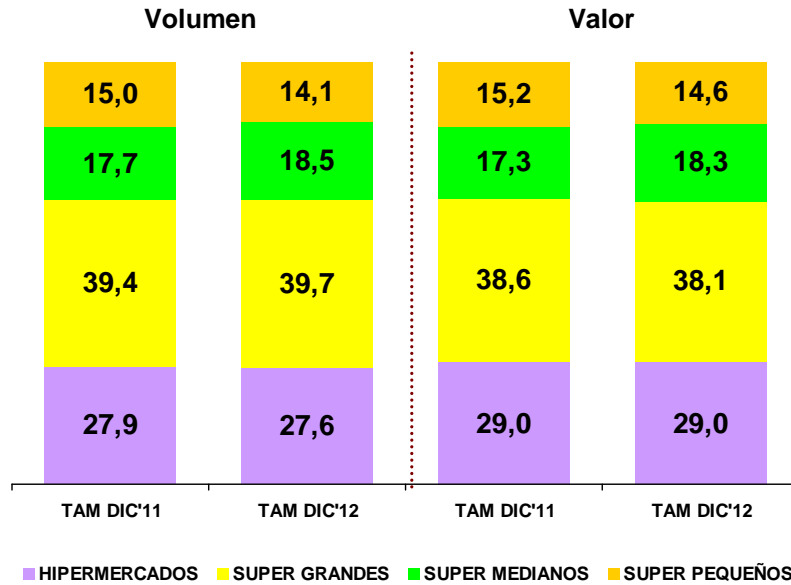
**Productos ecológicos**



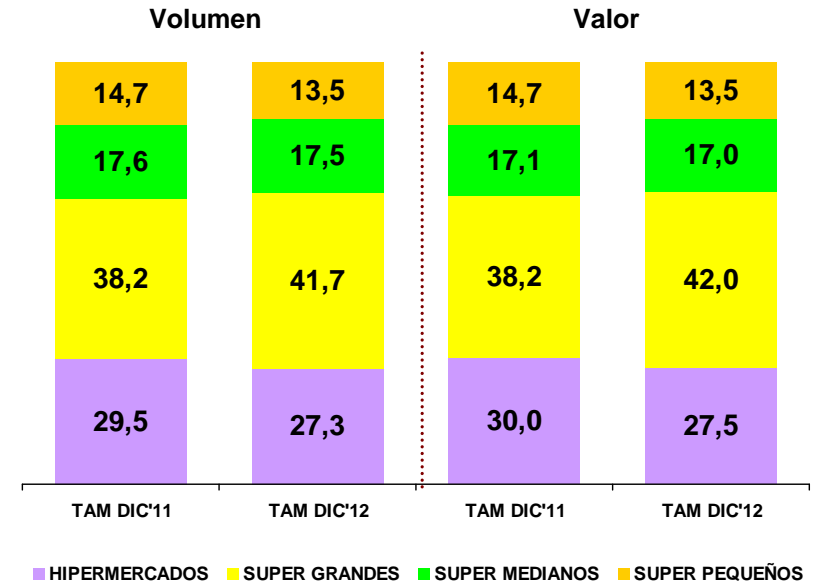
# Alimentación infantil

## Canales

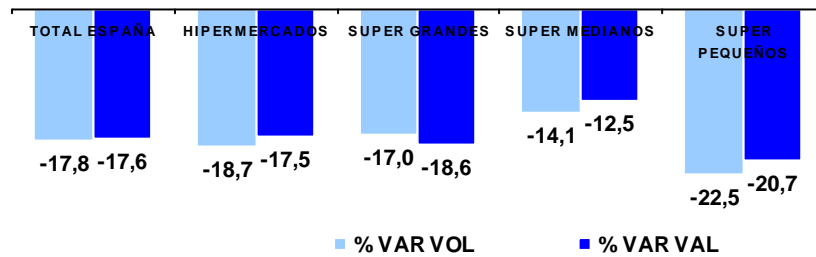
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



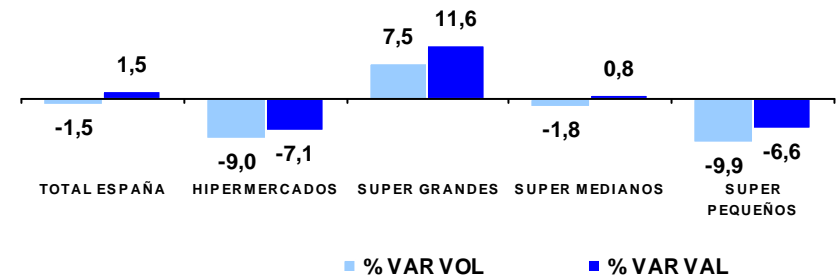
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

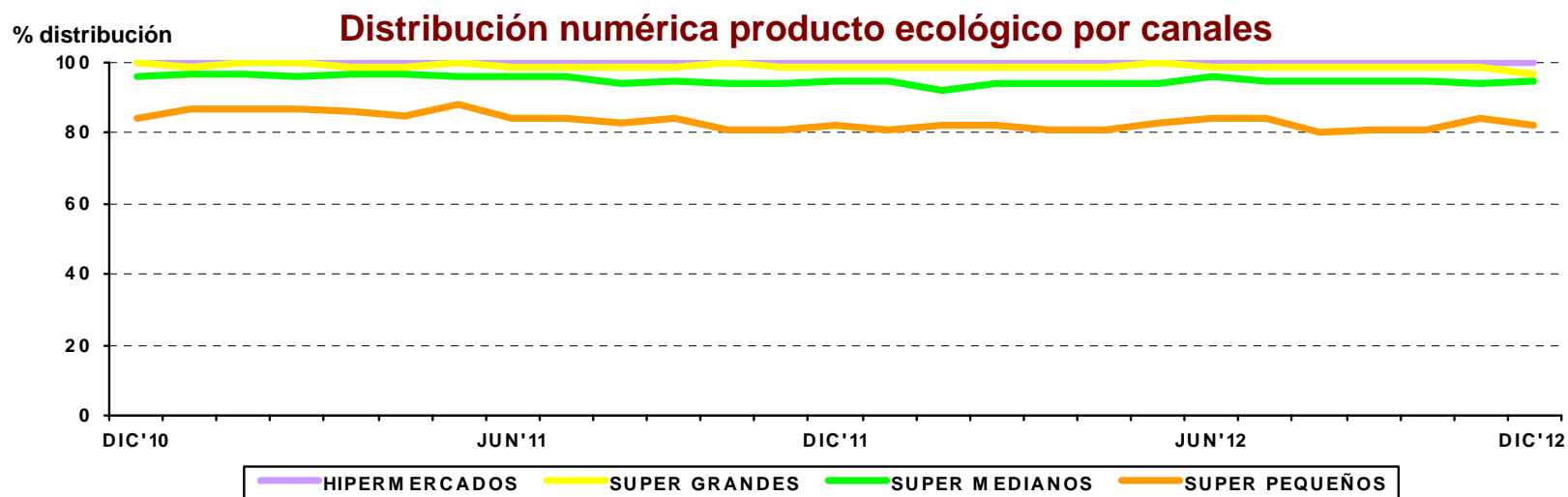


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

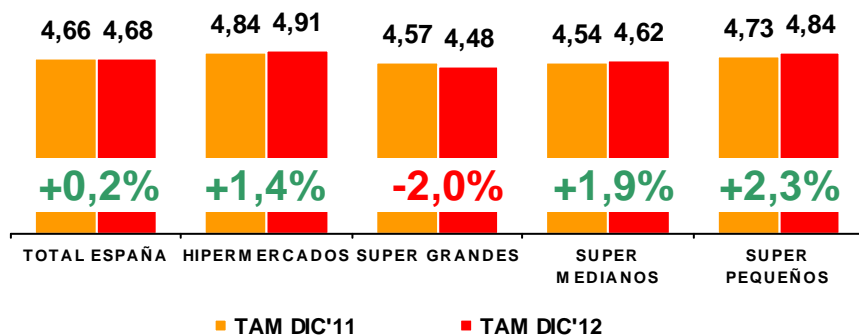
**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil

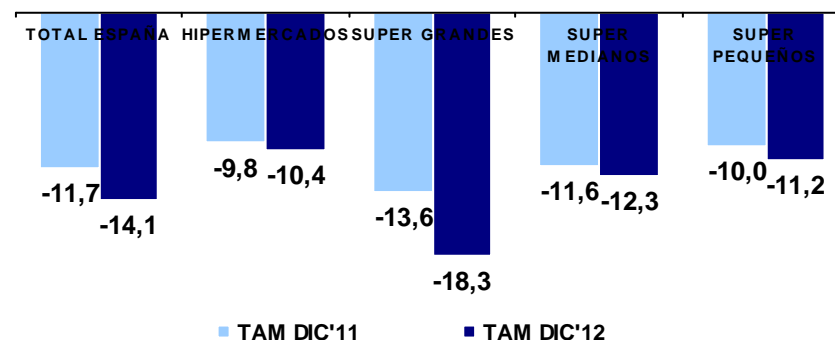
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

# Alimentación infantil

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-17,8%	100,0	100,0	-17,6%	4,66	4,68	0,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,6	24,8	-20,1%	24,8	23,8	-20,7%	4,52	4,49	-0,7%	98,6	95,5
ARAGÓN	1,9	1,9	-17,6%	1,9	2,0	-16,4%	4,71	4,77	1,4%	103,1	100,0
ASTURIAS	1,3	1,2	-22,3%	1,3	1,3	-21,9%	4,83	4,86	0,6%	69,8	65,1
BALEARES	2,6	2,6	-17,9%	2,9	2,9	-15,8%	5,15	5,27	2,5%	135,1	125,6
CANARIAS	4,4	3,9	-26,8%	4,6	3,9	-30,4%	4,90	4,67	-4,8%	84,1	73,1
CANTABRIA	0,9	0,8	-27,7%	1,0	0,9	-24,5%	4,76	4,97	4,4%	69,4	63,4
CASTILLA - LA MANCHA	5,7	6,0	-12,3%	5,4	5,8	-11,1%	4,42	4,48	1,4%	112,3	119,0
CASTILLA - LEÓN	3,3	3,2	-20,4%	3,3	3,2	-19,7%	4,66	4,71	1,0%	83,6	81,3
CATALUÑA	12,6	12,6	-17,6%	13,2	13,4	-16,4%	4,88	4,95	1,5%	107,3	110,2
EXTREMADURA	2,9	3,0	-13,3%	2,8	2,9	-12,7%	4,51	4,54	0,7%	95,4	101,3
GALICIA	4,0	4,2	-14,7%	4,2	4,3	-15,5%	4,84	4,79	-1,0%	88,7	92,8
LA RIOJA	0,6	0,6	-15,7%	0,6	0,6	-13,2%	4,57	4,71	3,0%	98,6	98,3
MADRID	12,2	12,4	-16,4%	12,5	12,6	-16,9%	4,78	4,75	-0,6%	94,3	94,9
MURCIA	5,1	5,0	-19,9%	4,8	4,7	-19,6%	4,41	4,43	0,4%	109,3	117,3
NAVARRA	0,8	0,7	-19,0%	0,8	0,8	-15,9%	5,00	5,19	3,9%	84,9	84,2
PAÍS VASCO	4,0	3,7	-23,4%	4,1	4,1	-16,1%	4,81	5,26	9,5%	99,0	97,7
VALENCIA	12,2	13,2	-11,2%	11,9	12,7	-12,0%	4,55	4,51	-0,9%	116,8	120,9

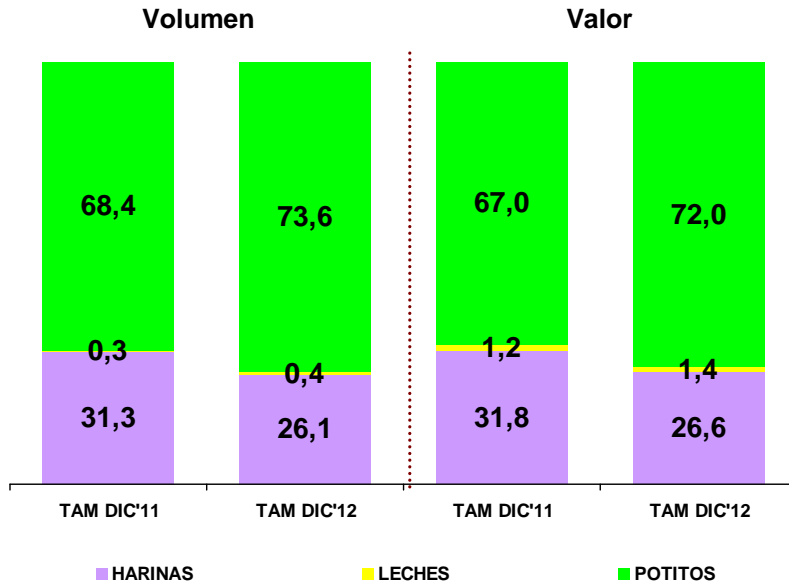
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

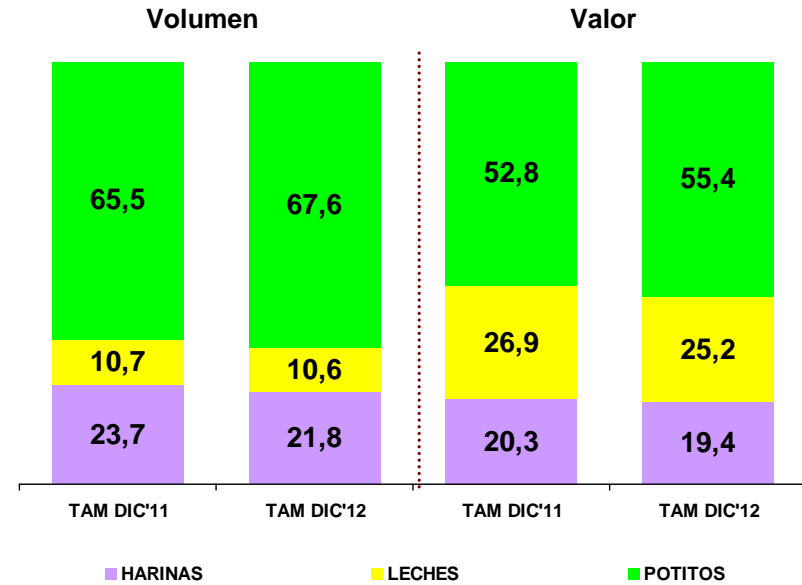
**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil Segmentos

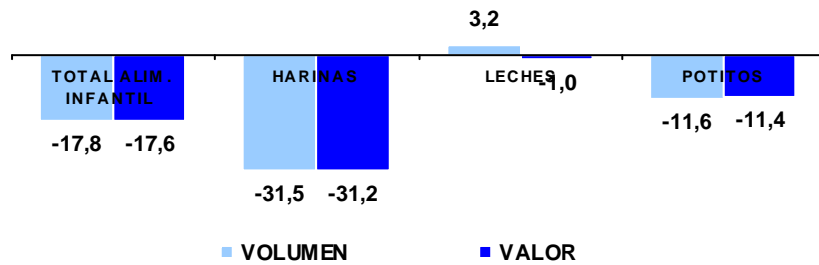
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



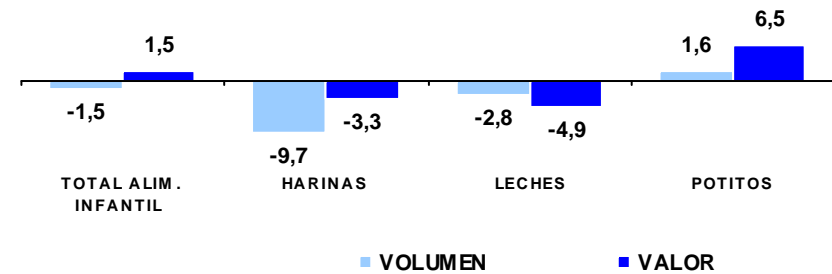
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

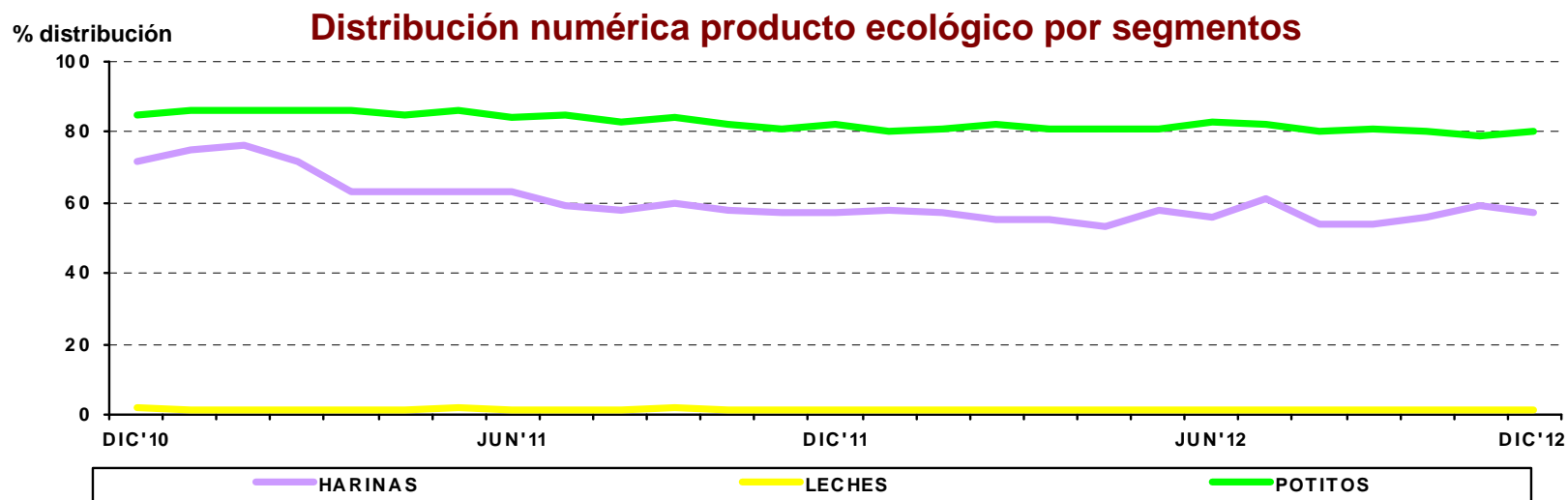


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

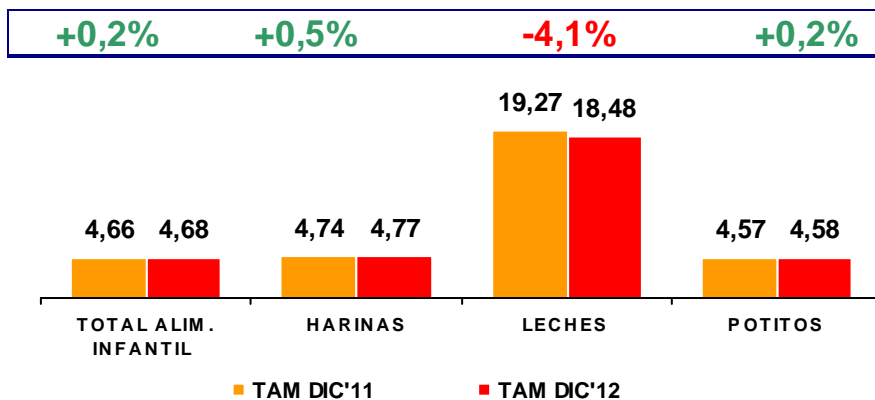
**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil

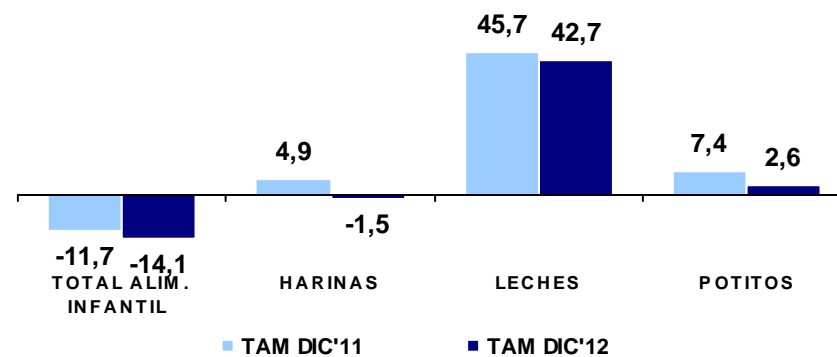
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

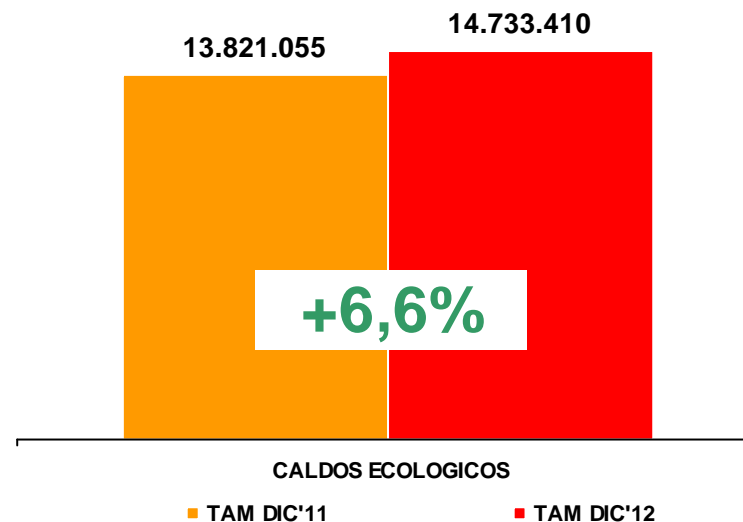
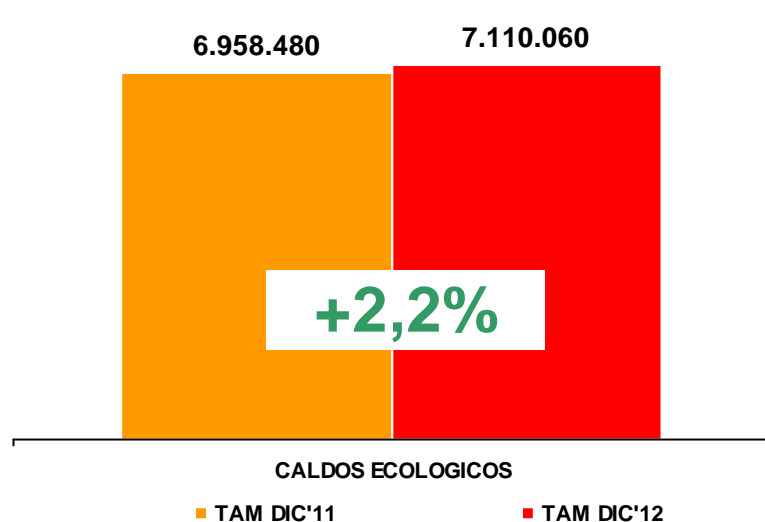
# **Caldos**

# Caldos

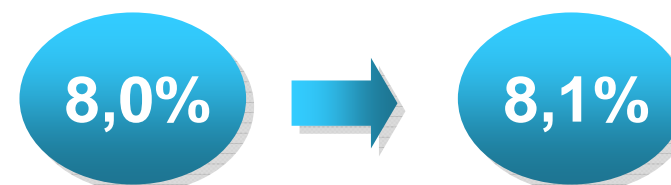
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 7.110.060 l**

**Valor 14.733.410 €**



### Porcentaje sobre la categoría

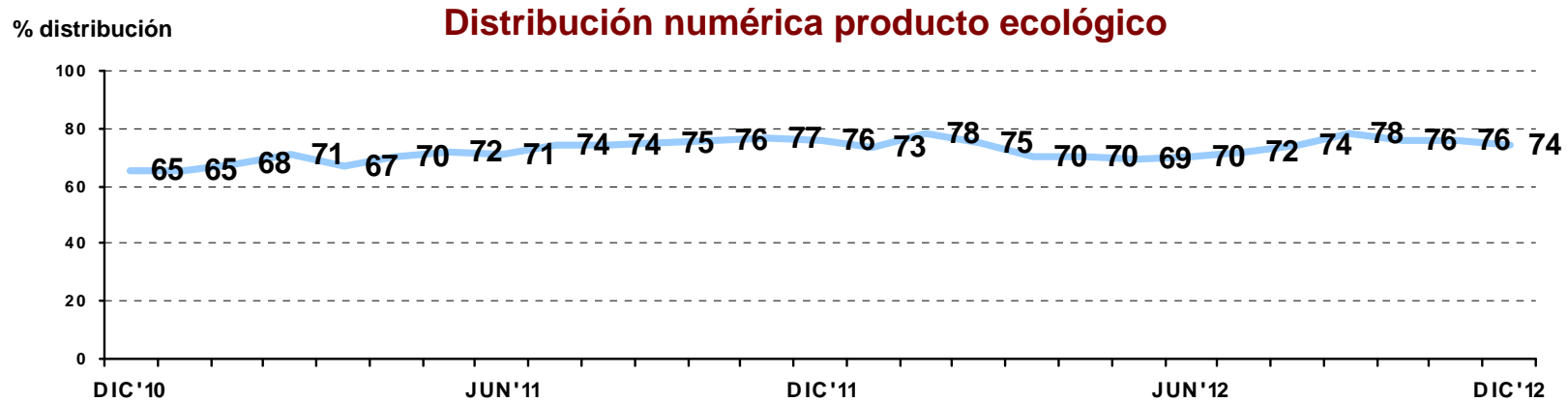


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

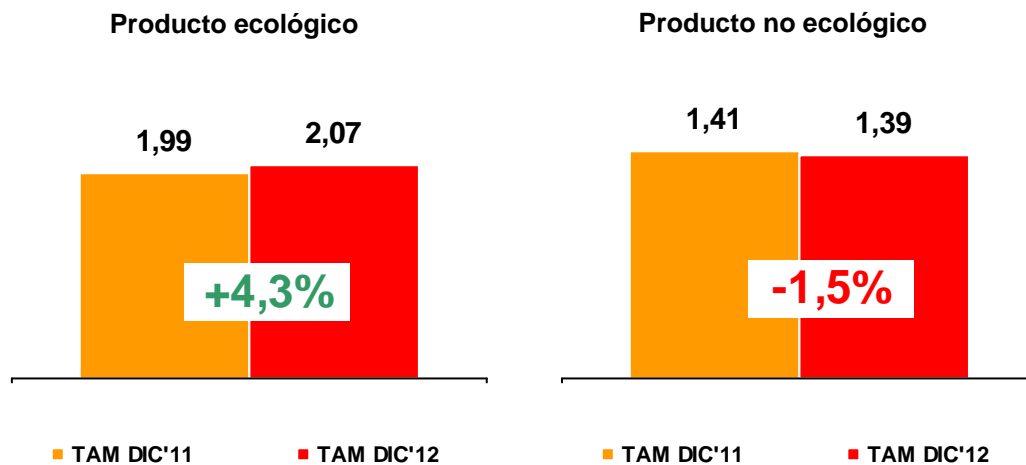
**Productos ecológicos**

# Caldos

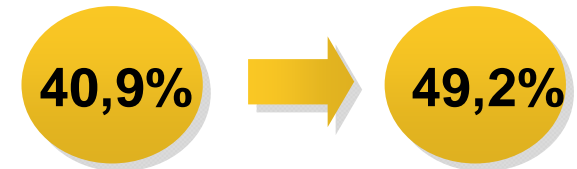
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



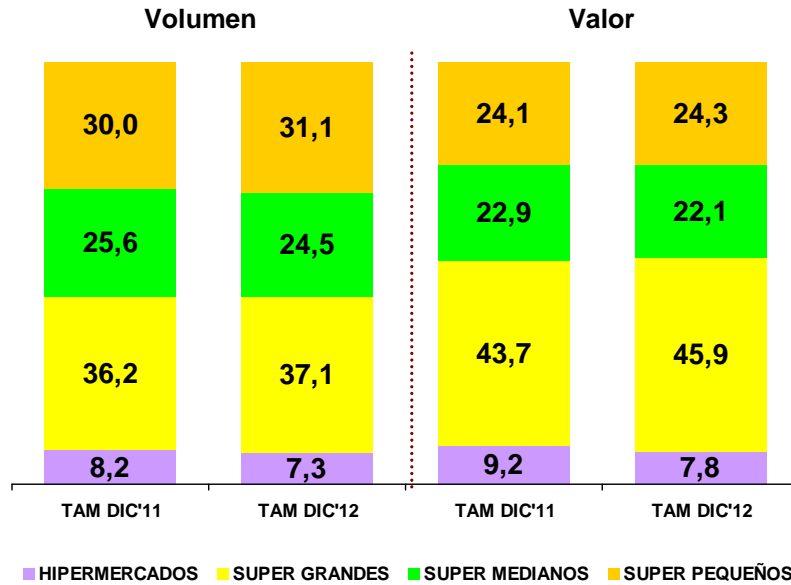
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

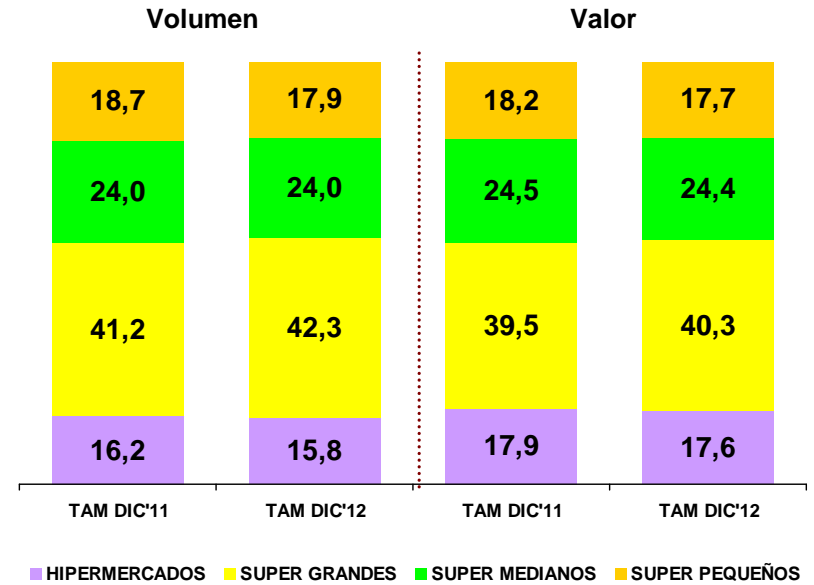


# Caldos Canales

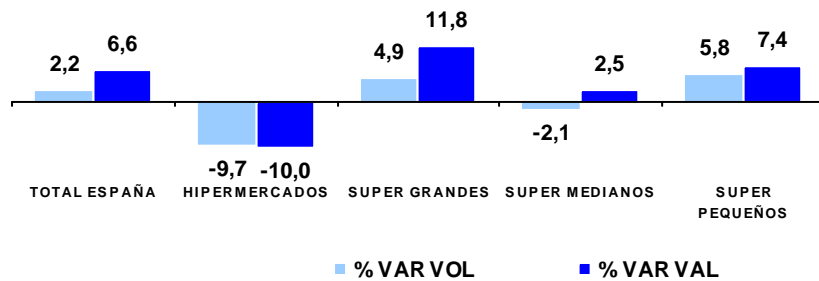
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



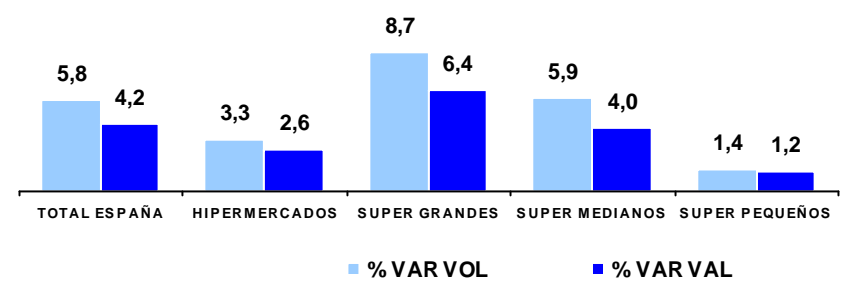
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

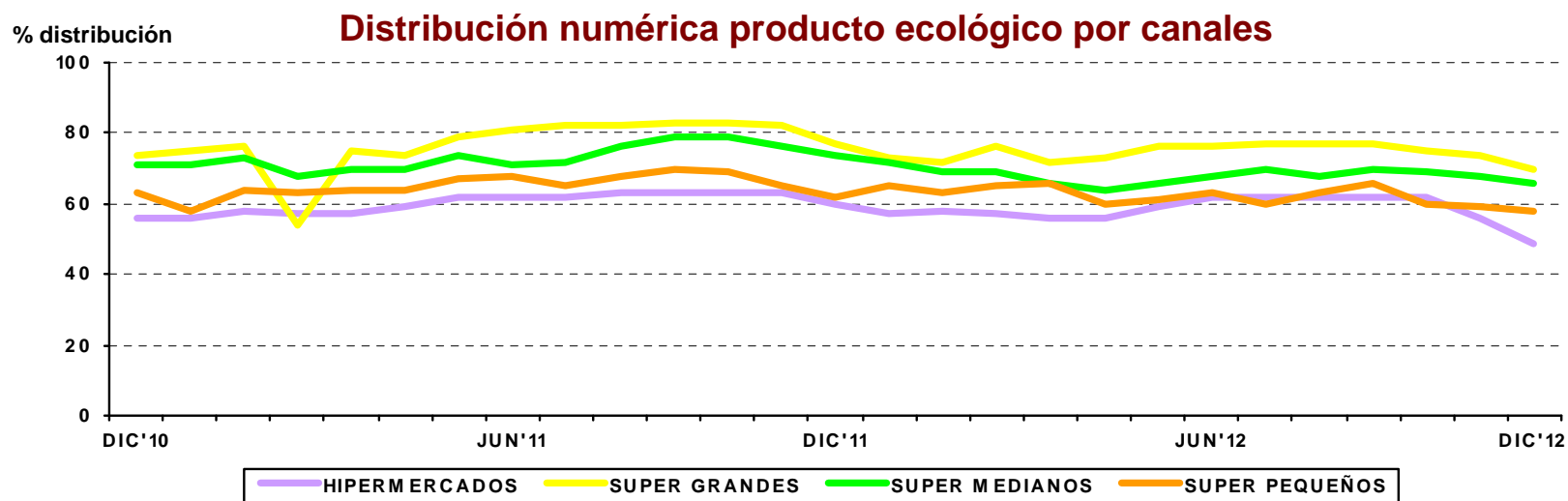


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

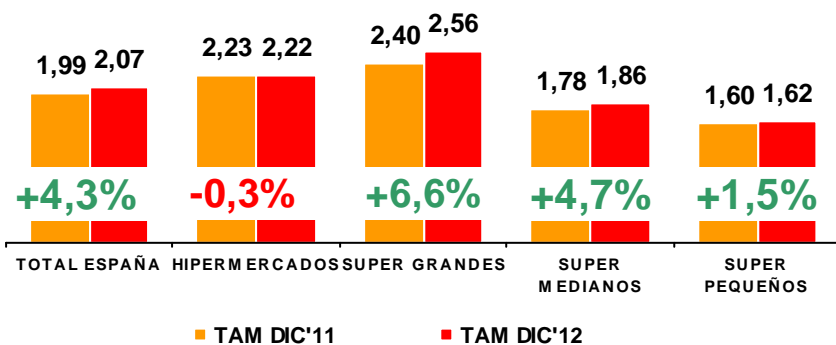
## Productos ecológicos

# Caldos

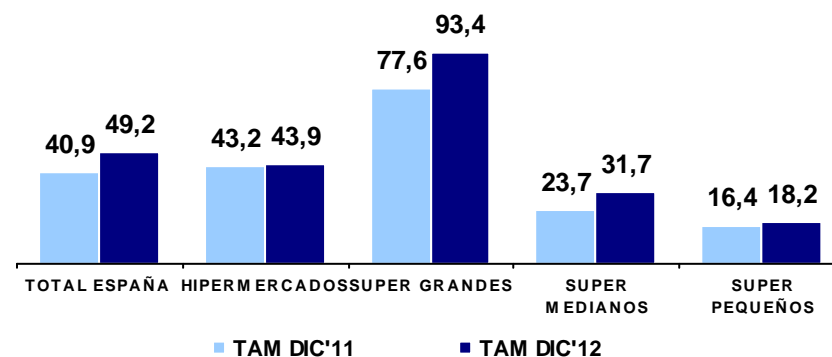
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Caldos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	2,2%	100,0	100,0	6,6%	1,99	2,07	4,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	26,2	27,7	8,1%	25,3	26,3	10,4%	1,92	1,96	2,1%	177,7	190,7
ARAGÓN	2,6	2,7	7,6%	2,7	2,8	8,8%	2,09	2,11	1,1%	71,8	75,3
ASTURIAS	4,0	3,8	-4,5%	3,5	3,3	0,3%	1,71	1,80	5,1%	226,0	213,0
BALEARES	2,2	2,3	9,1%	2,6	2,8	13,7%	2,39	2,49	4,2%	72,0	74,2
CANARIAS	5,8	5,3	-5,7%	5,8	5,2	-4,7%	2,00	2,02	1,0%	262,8	260,0
CANTABRIA	1,2	1,0	-10,9%	1,2	1,1	-4,6%	2,02	2,16	7,1%	95,2	83,8
CASTILLA - LA MANCHA	3,8	4,2	12,0%	4,0	4,2	11,6%	2,06	2,05	-0,3%	85,6	95,0
CASTILLA - LEÓN	4,0	3,7	-5,1%	4,1	3,8	-0,5%	2,05	2,15	4,9%	80,8	76,8
CATALUÑA	14,7	15,2	5,3%	14,6	15,9	16,2%	1,97	2,18	10,4%	59,4	60,5
EXTREMADURA	2,5	3,0	21,1%	2,7	3,0	16,9%	2,13	2,06	-3,5%	116,3	133,5
GALICIA	5,9	4,8	-17,2%	5,2	4,5	-8,9%	1,75	1,92	10,0%	173,4	143,6
LA RIOJA	0,7	0,7	0,7%	0,8	0,8	8,9%	2,01	2,17	8,2%	117,7	113,0
MADRID	10,1	10,4	4,6%	11,0	10,9	5,2%	2,16	2,17	0,5%	72,5	73,7
MURCIA	2,7	2,6	-1,5%	2,8	2,7	3,0%	2,11	2,20	4,6%	144,2	141,4
NAVARRA	0,8	0,7	-14,2%	0,9	0,7	-22,1%	2,09	1,90	-9,2%	74,0	61,4
PAÍS VASCO	1,9	1,6	-15,8%	1,9	1,4	-17,3%	1,95	1,92	-1,8%	57,6	46,7
VALENCIA	10,7	10,2	-2,5%	10,8	10,8	6,2%	2,00	2,18	8,8%	84,7	81,0

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

---

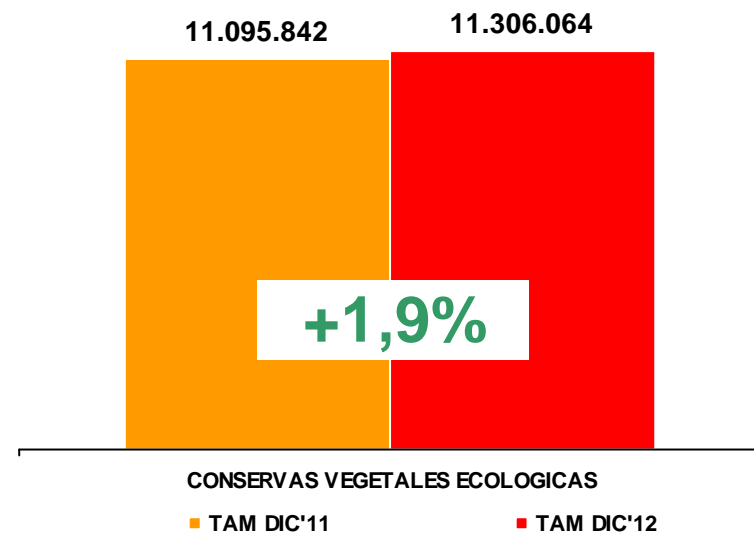
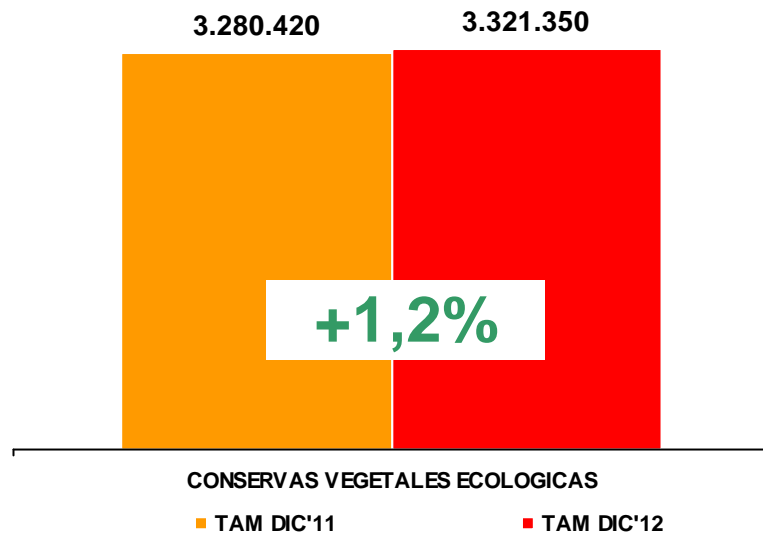
# Conservas vegetales

# Conservas vegetales

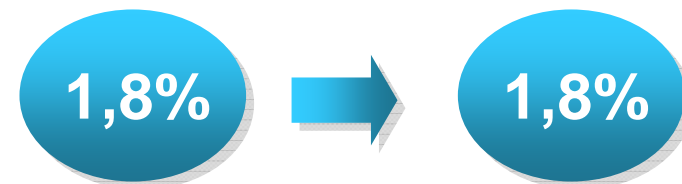
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.321.350 kg**

**Valor 11.306.064 €**



### Porcentaje sobre la categoría

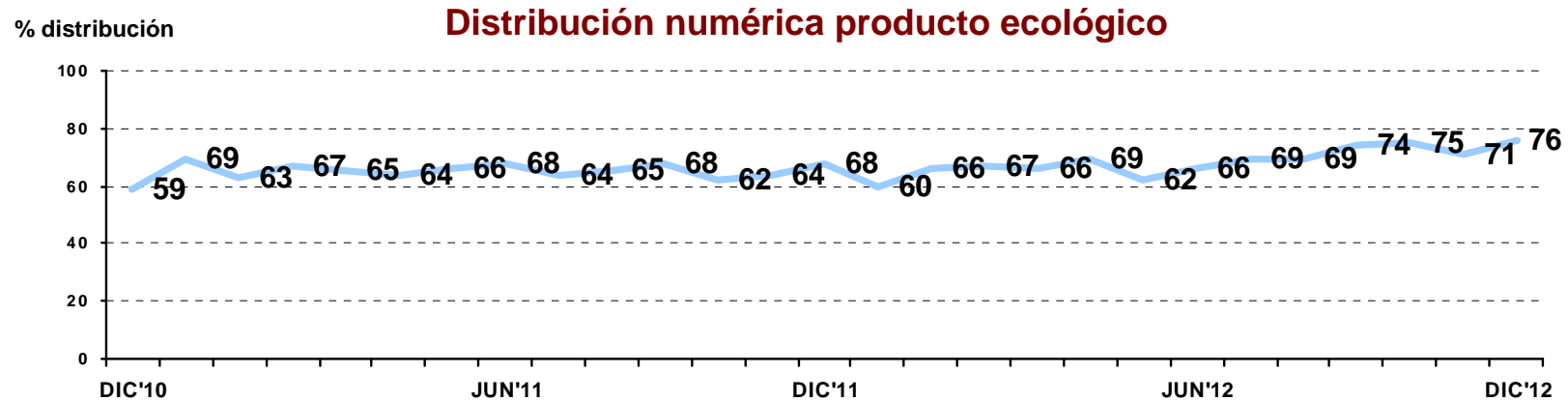


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

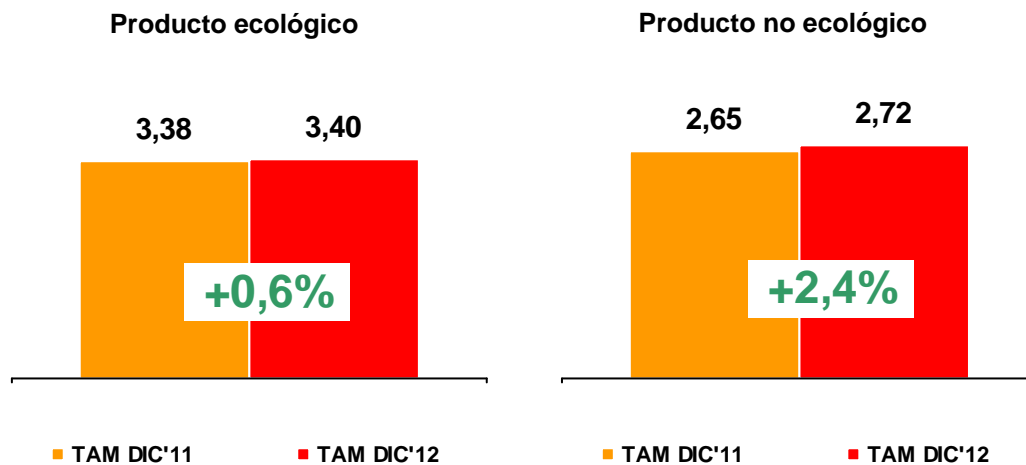
**Productos ecológicos**

# Conservas vegetales

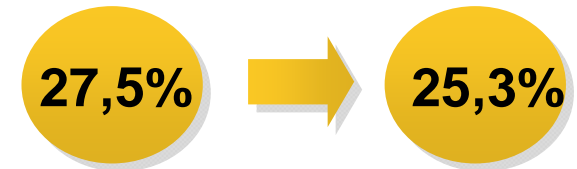
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



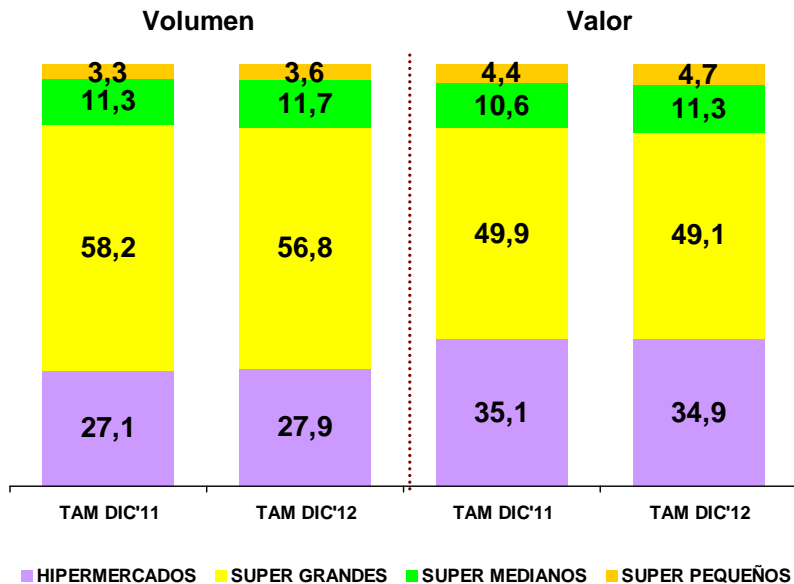
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

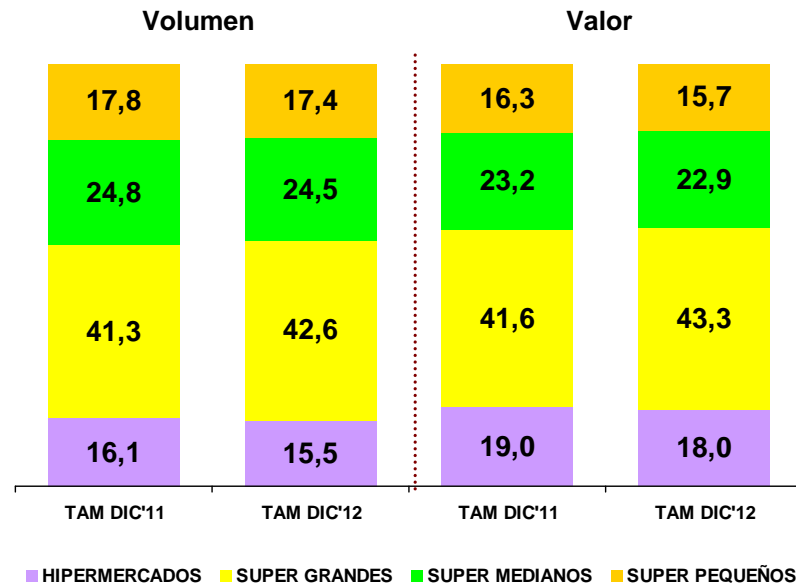
# Conservas vegetales

## Canales

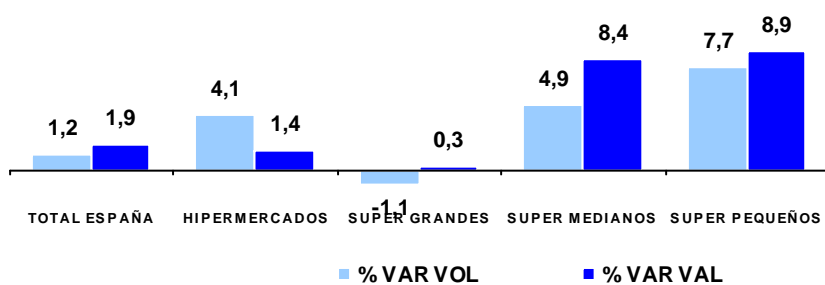
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



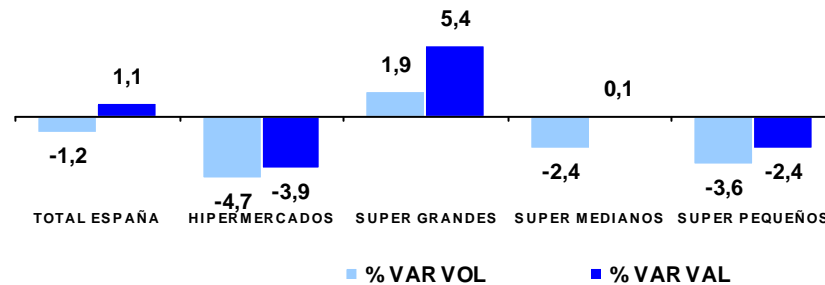
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

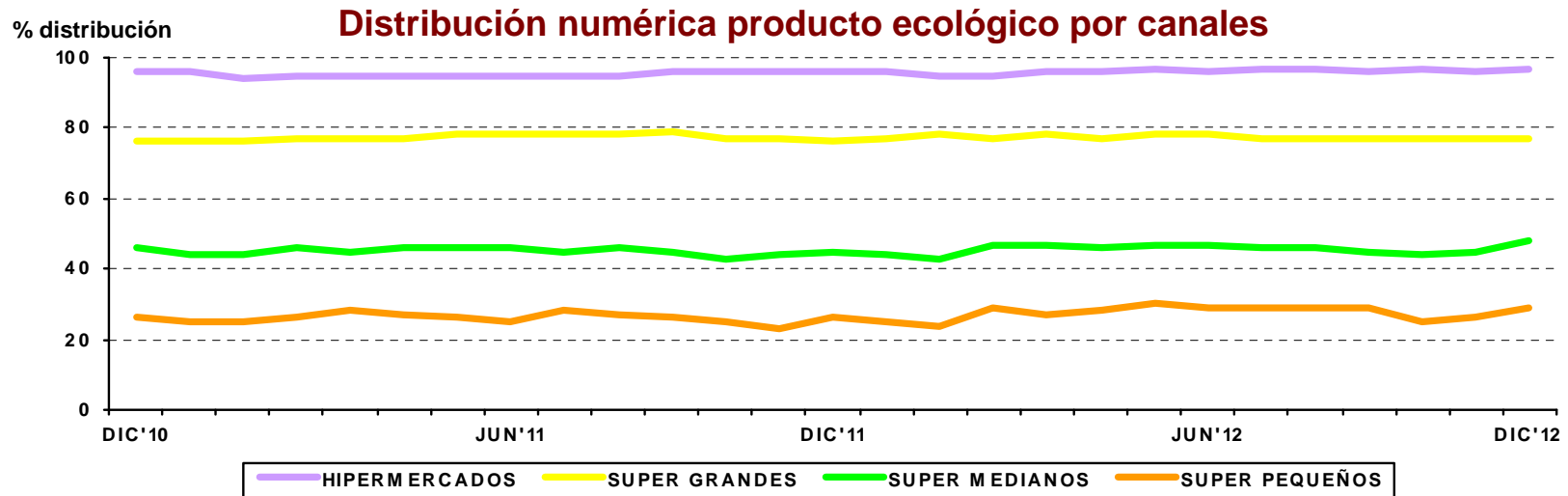


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

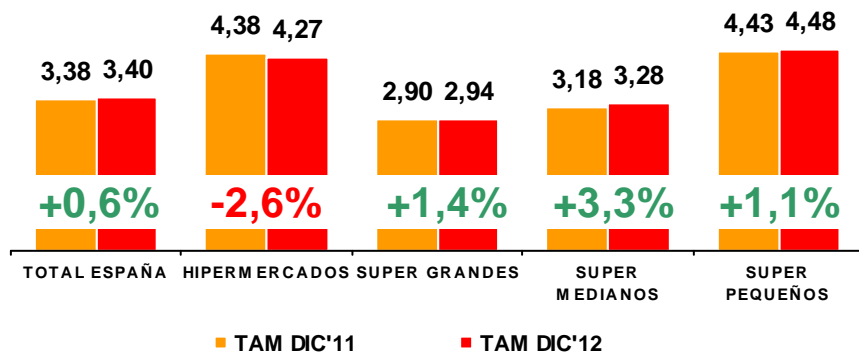
**Productos ecológicos**

# Conservas vegetales

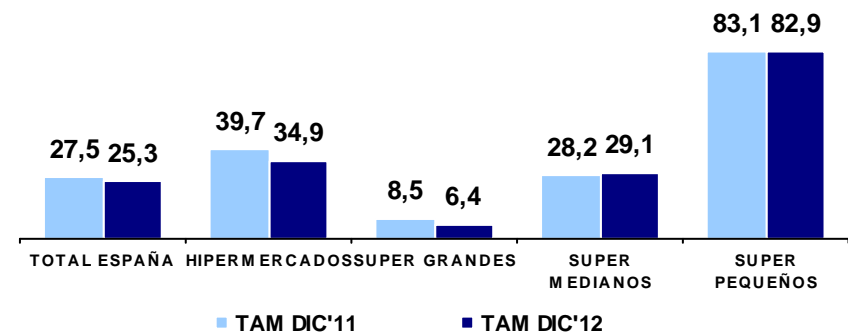
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**



# Conservas vegetales

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	1,2%	100,0	100,0	1,9%	3,38	3,40	0,6%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	14,5	14,5	1,2%	12,7	13,1	5,1%	2,96	3,07	3,8%	88,8	86,9
ARAGÓN	2,6	2,6	2,6%	2,5	2,4	0,9%	3,22	3,17	-1,6%	78,1	79,1
ASTURIAS	1,6	1,6	2,1%	2,1	2,2	2,7%	4,46	4,48	0,5%	74,2	76,9
BALEARES	3,0	2,9	-1,8%	2,3	2,3	1,8%	2,62	2,72	3,7%	129,5	119,7
CANARIAS	3,2	4,4	38,4%	3,9	4,6	19,4%	4,07	3,51	-13,7%	99,6	135,4
CANTABRIA	1,1	1,0	-11,3%	1,6	1,4	-9,1%	4,58	4,69	2,5%	69,3	60,7
CASTILLA - LA MANCHA	5,2	5,2	0,6%	4,8	4,8	1,3%	3,12	3,14	0,7%	105,0	104,5
CASTILLA - LEÓN	4,3	4,1	-2,8%	4,7	4,4	-3,4%	3,70	3,67	-0,6%	88,8	87,8
CATALUÑA	15,9	16,8	6,8%	15,4	16,2	7,5%	3,27	3,29	0,6%	93,7	100,3
EXTREMADURA	1,6	1,5	-5,0%	1,5	1,4	-5,2%	3,17	3,16	-0,1%	74,7	68,6
GALICIA	2,8	2,8	0,7%	3,7	3,7	1,7%	4,45	4,49	1,0%	64,9	65,1
LA RIOJA	0,6	0,6	11,7%	0,8	0,9	18,3%	4,53	4,79	5,9%	63,4	72,2
MADRID	17,5	17,3	0,4%	20,9	20,3	-1,1%	4,05	3,99	-1,5%	122,0	120,3
MURCIA	3,0	2,8	-5,8%	2,8	2,6	-3,1%	3,11	3,20	2,9%	106,7	100,3
NAVARRA	0,5	0,4	-6,8%	0,9	0,8	-10,5%	6,63	6,36	-4,0%	27,9	26,3
PAÍS VASCO	2,4	2,5	3,9%	4,2	4,1	-1,2%	5,97	5,67	-5,0%	47,5	49,1
VALENCIA	20,1	18,8	-5,2%	15,3	14,8	-1,4%	2,57	2,67	4,1%	156,2	146,1

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

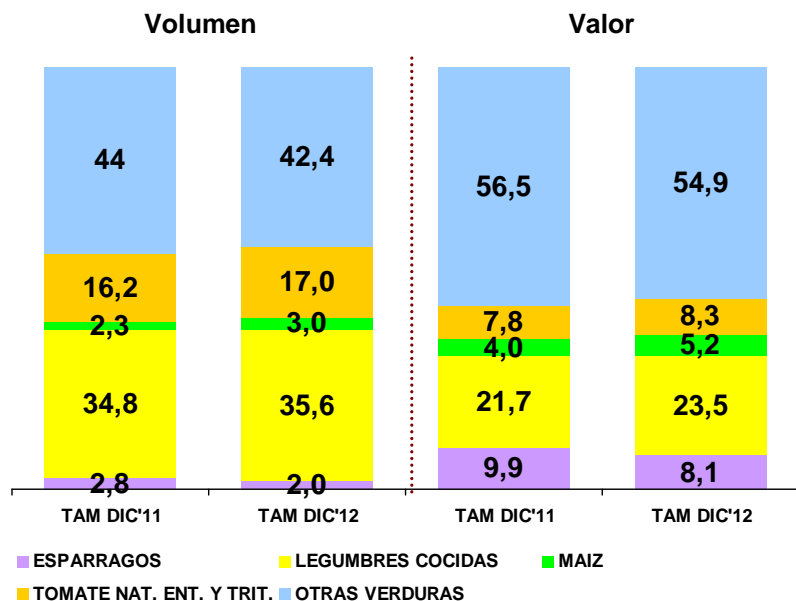
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

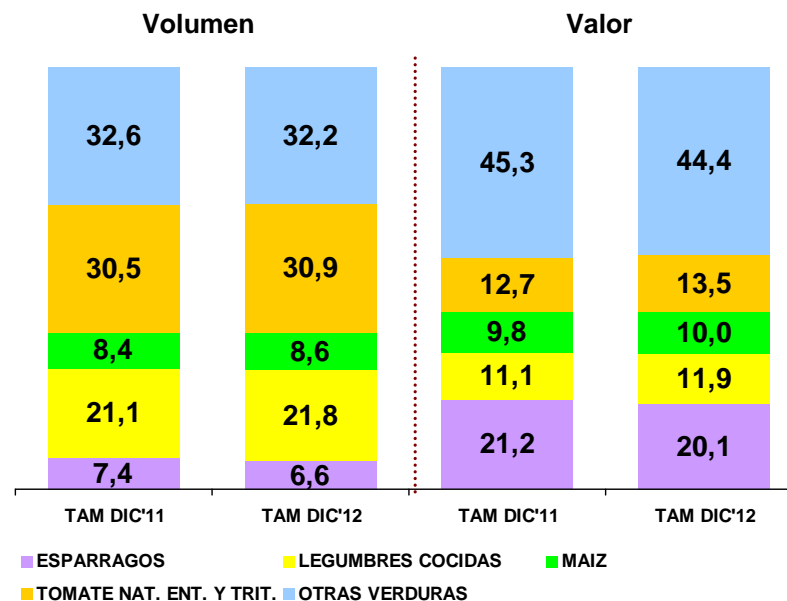
# Conservas vegetales

## Segmentos

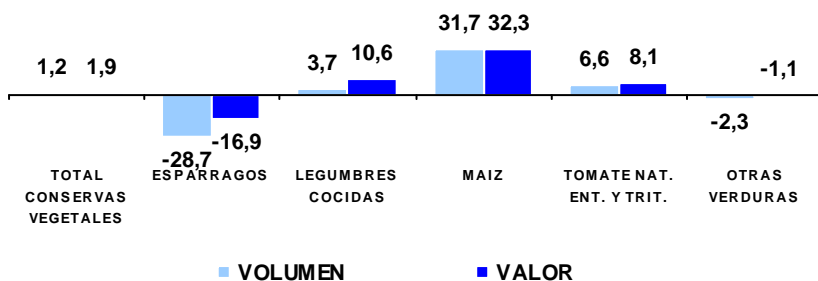
### Producto ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



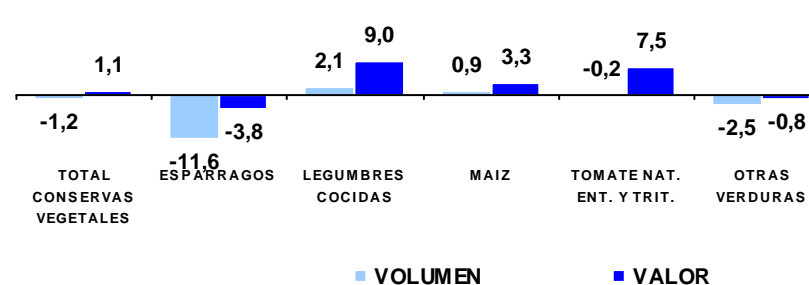
### Producto no ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

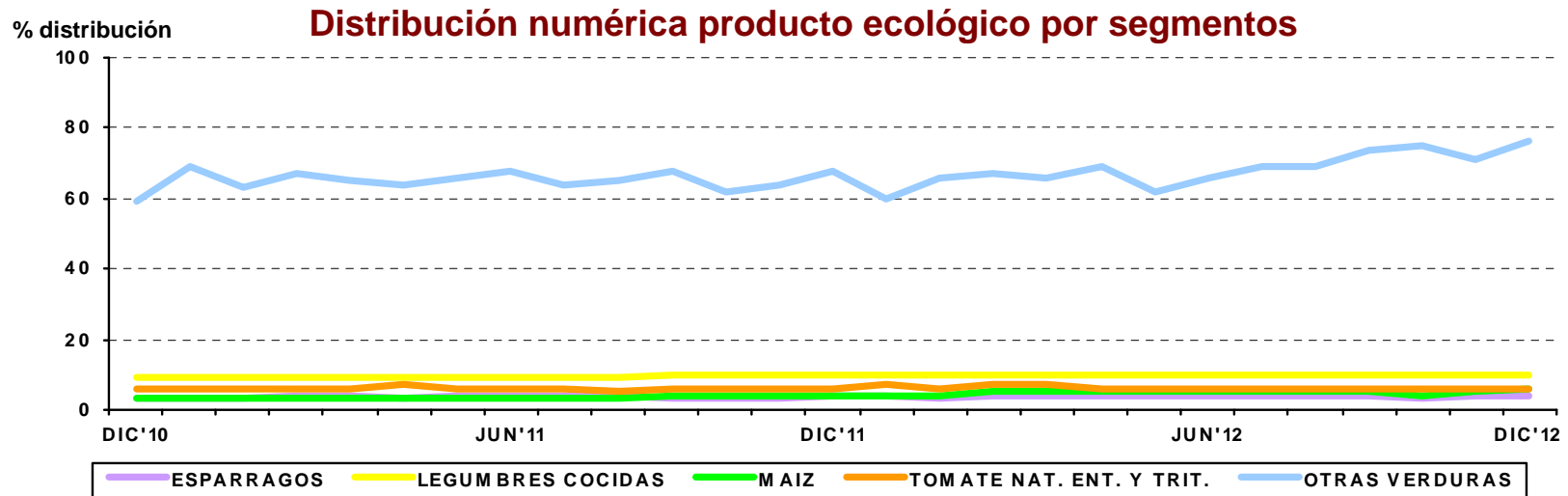


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

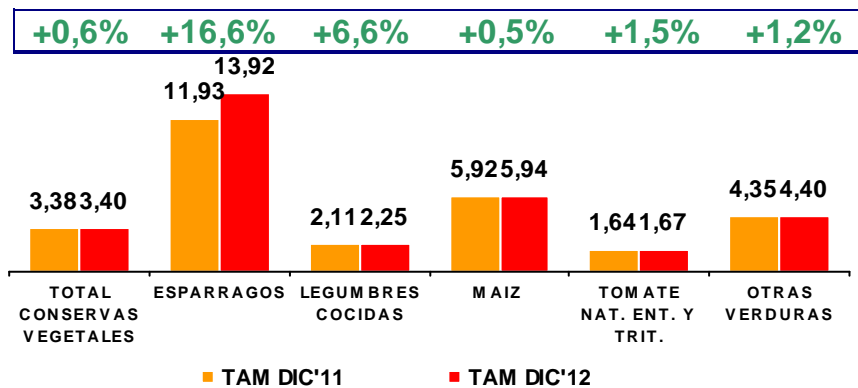
## Productos ecológicos

# Conservas vegetales

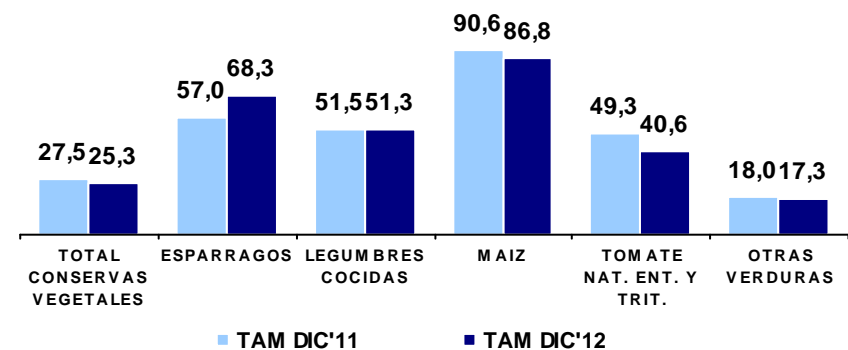
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

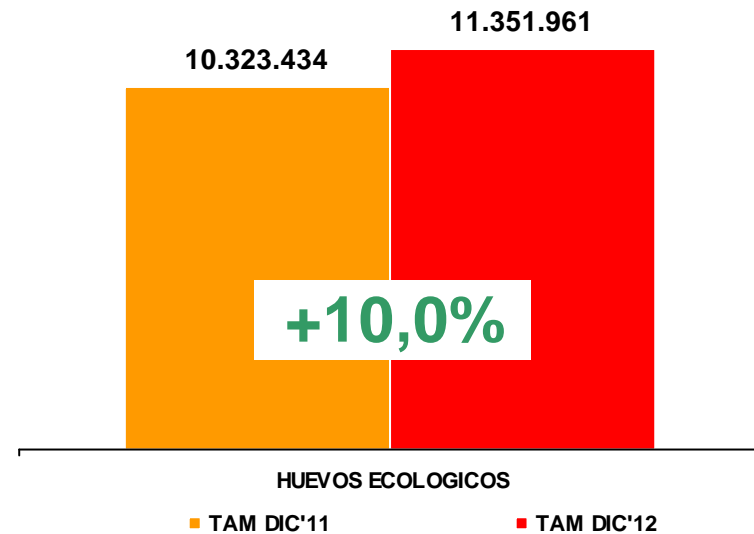
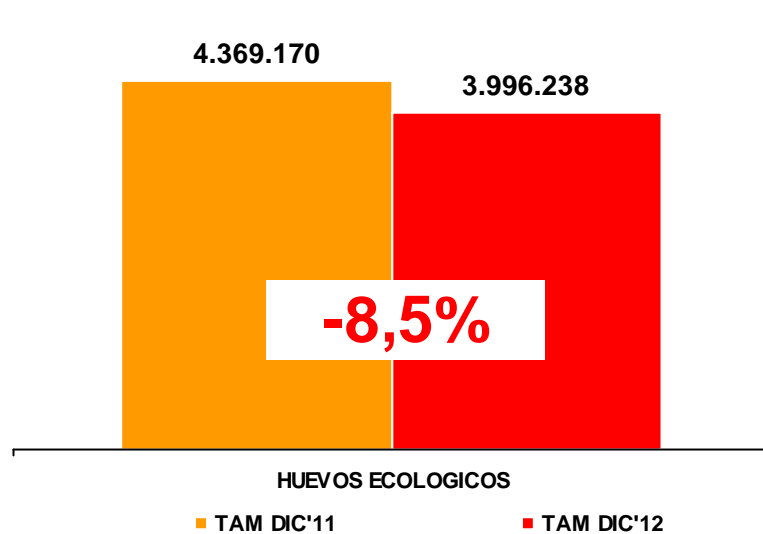
# Huevos

# Huevos

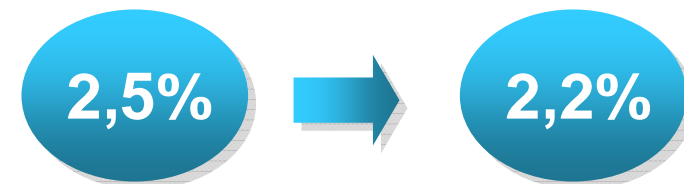
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.996.238 docena**

**Valor 11.351.961 €**



### Porcentaje sobre la categoría

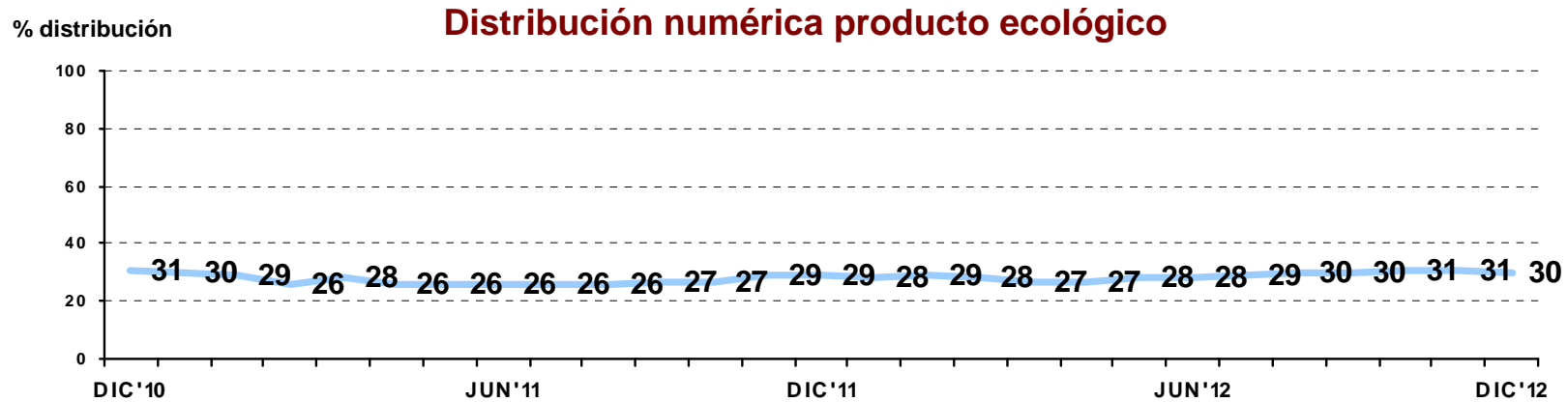


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

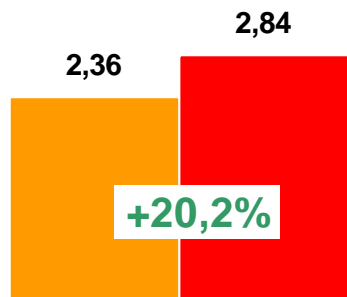
# Huevos

## Distribución y precios



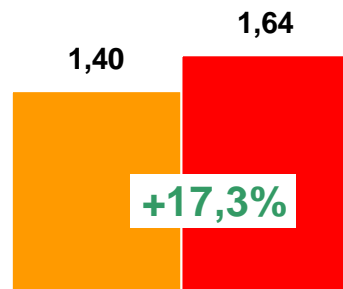
**Evolución del precio (€/docena)**  
Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico



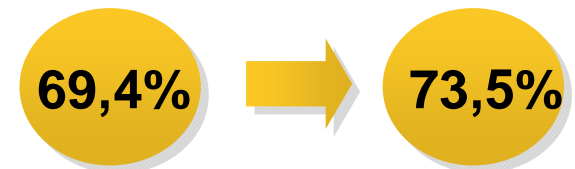
■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

Producto no ecológico



■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

**Evolución del diferencial de precio**

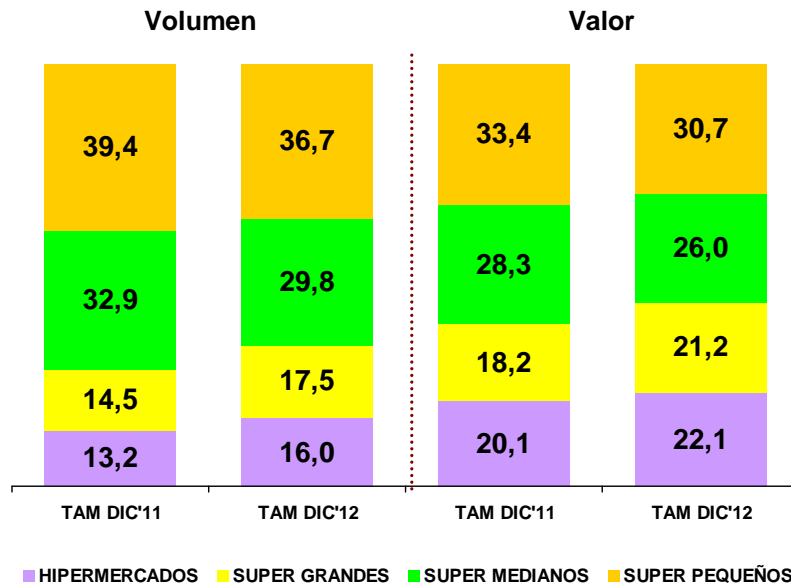


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

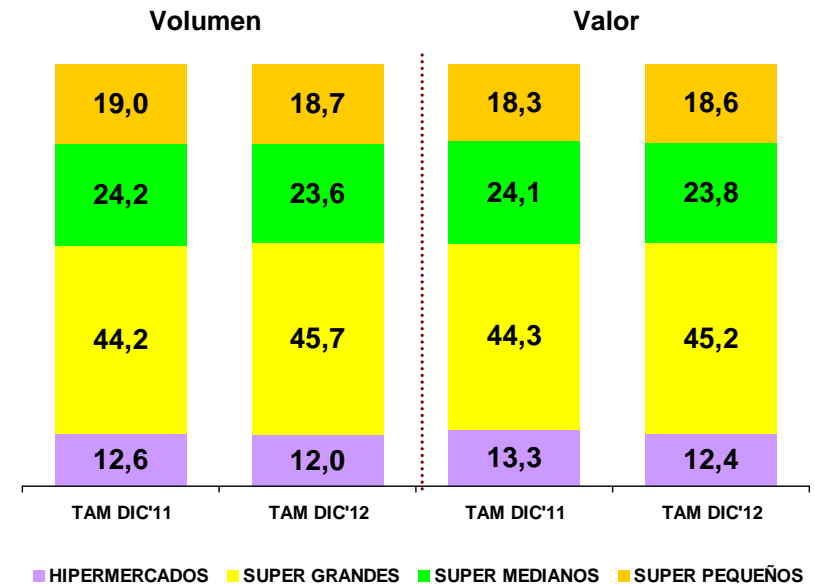
**Productos ecológicos**

# Huevos Canales

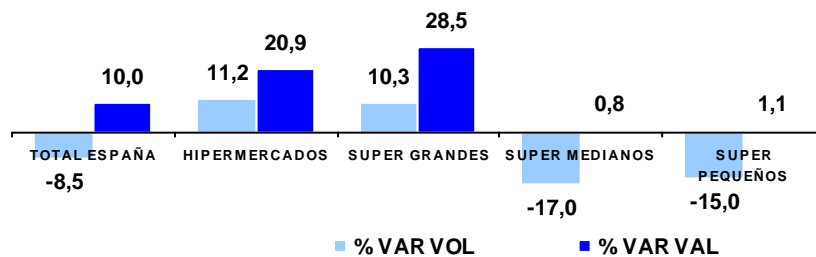
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



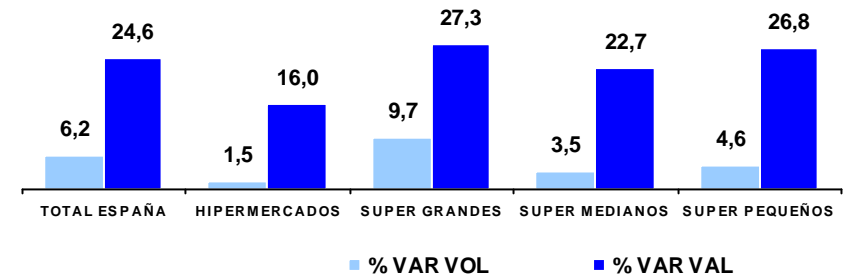
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

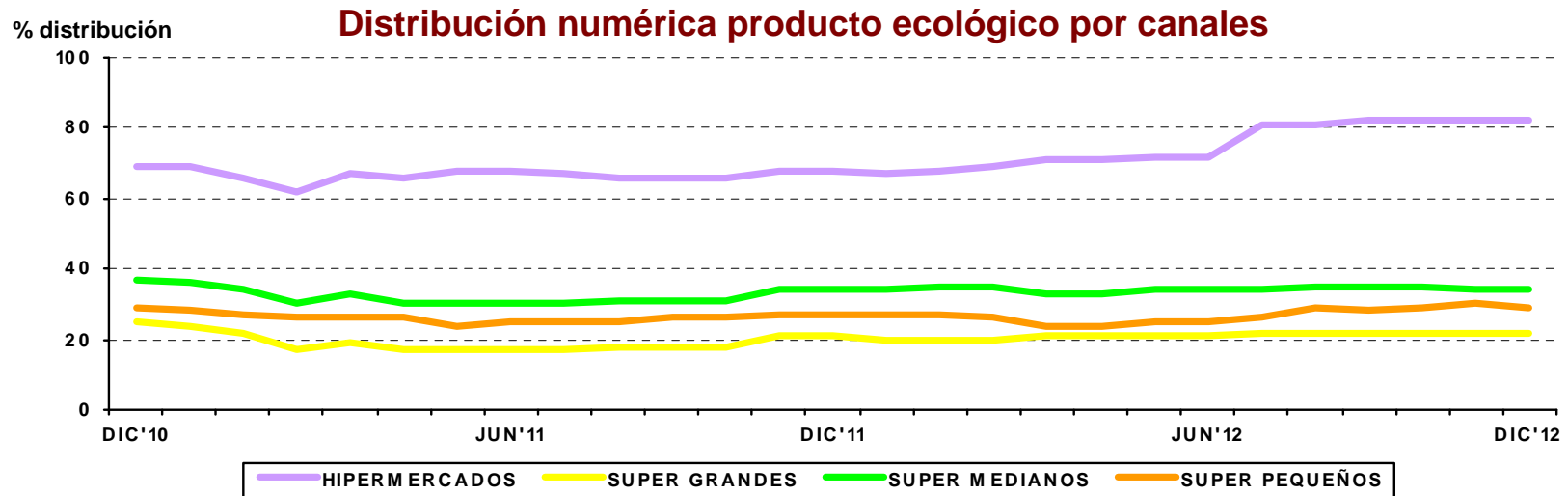


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

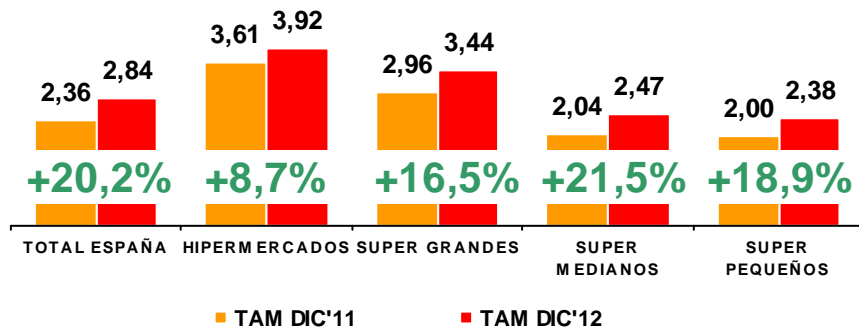
## Productos ecológicos

# Huevos

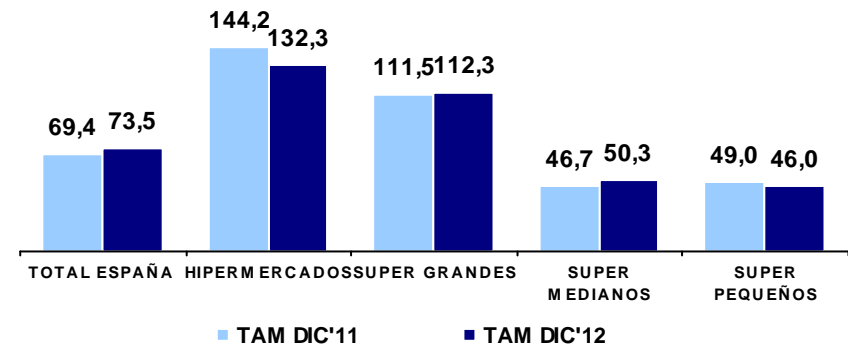
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/docena)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**



# Huevos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-8,5%	100,0	100,0	10,0%	2,36	2,84	20,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	15,4	15,6	-7,3%	14,0	14,2	11,6%	2,15	2,59	20,4%	88,4	86,4
ARAGÓN	2,9	2,8	-11,6%	3,1	3,1	12,7%	2,51	3,20	27,5%	92,5	90,4
ASTURIAS	3,0	3,0	-6,5%	2,7	2,6	6,6%	2,12	2,41	13,9%	110,6	119,0
BALEARES	4,0	5,7	30,4%	4,5	5,7	39,1%	2,67	2,85	6,7%	138,1	190,6
CANARIAS	0,0	0,0	3154,0%	0,0	0,1	11866,1%	1,35	4,98	267,7%	0,0	1,3
CANTABRIA	2,0	1,8	-15,6%	1,8	1,6	-4,4%	2,21	2,50	13,3%	106,6	100,2
CASTILLA - LA MANCHA	3,4	2,7	-27,3%	2,8	2,3	-11,6%	1,98	2,40	21,6%	72,3	56,1
CASTILLA - LEÓN	6,0	5,3	-18,8%	5,0	4,4	-2,7%	1,95	2,34	19,9%	111,1	97,0
CATALUÑA	14,3	14,0	-10,2%	14,9	16,2	19,6%	2,47	3,28	33,1%	113,9	115,5
EXTREMADURA	1,5	1,5	-7,4%	1,2	1,2	11,7%	1,87	2,26	20,6%	76,3	75,2
GALICIA	6,7	8,2	12,3%	6,8	8,0	28,7%	2,41	2,76	14,7%	165,5	205,4
LA RIOJA	0,7	0,7	-11,9%	0,7	0,7	8,1%	2,44	2,99	22,7%	70,0	67,5
MADRID	18,8	18,5	-10,0%	21,0	20,5	7,4%	2,64	3,14	19,3%	124,6	121,8
MURCIA	1,5	1,6	-3,8%	1,3	1,4	17,5%	2,03	2,48	22,2%	51,8	54,5
NAVARRA	2,4	2,1	-19,9%	2,4	2,1	-4,1%	2,34	2,80	19,6%	131,6	112,0
PAÍS VASCO	13,5	12,7	-14,4%	14,0	12,6	-1,4%	2,45	2,82	15,2%	230,7	213,6
VALENCIA	3,9	3,6	-15,0%	3,7	3,3	-2,6%	2,25	2,58	14,6%	29,8	28,5

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

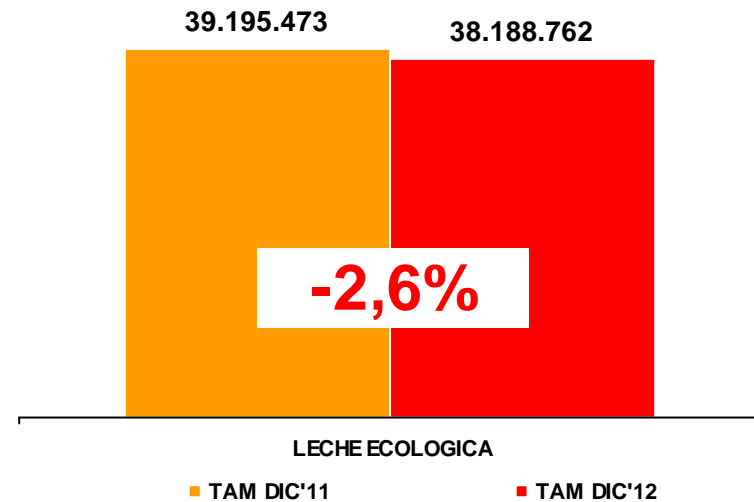
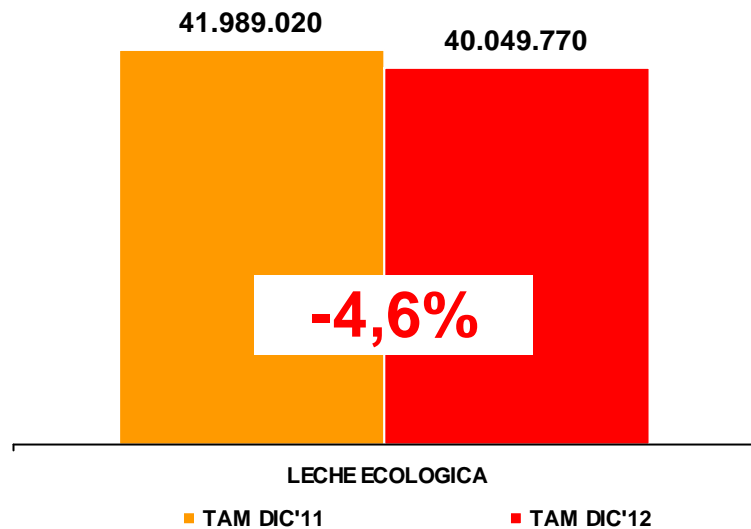
# Leche

# Leche

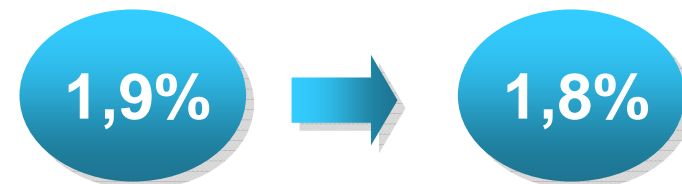
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 40.049.770 l**

**Valor 38.188.762 €**



### Porcentaje sobre la categoría

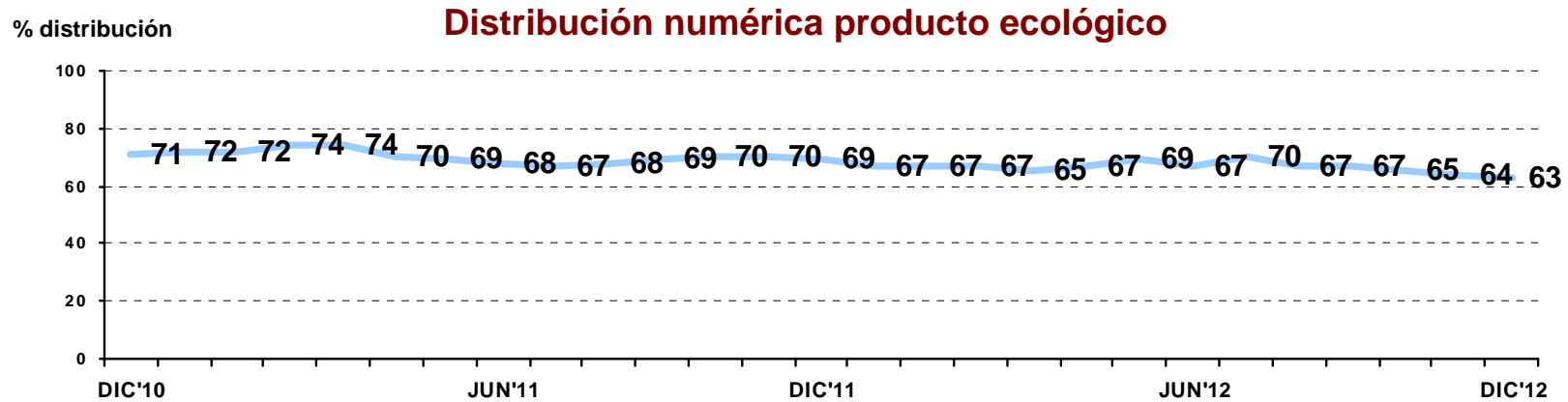


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

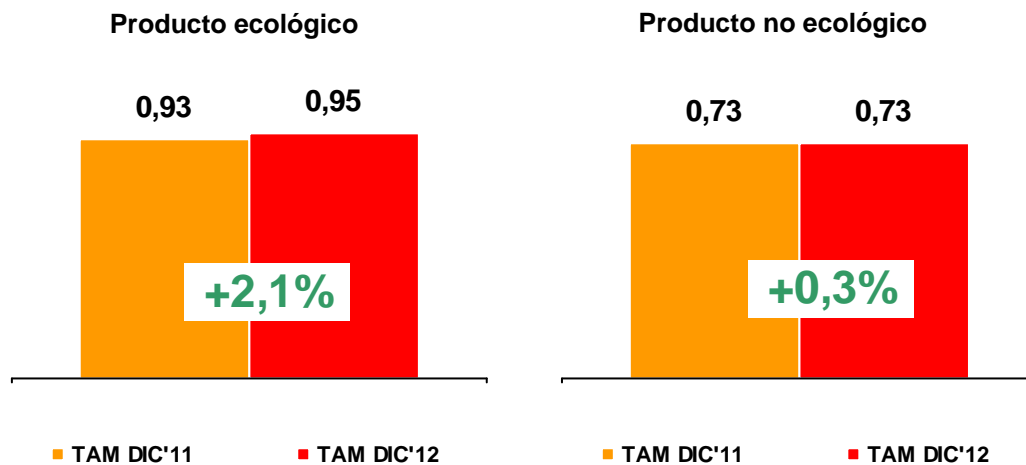
**Productos ecológicos**

# Leche

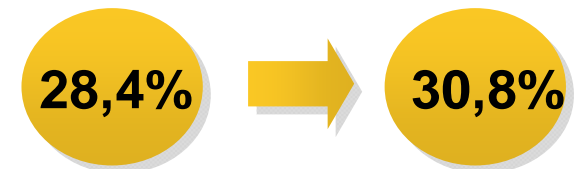
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio

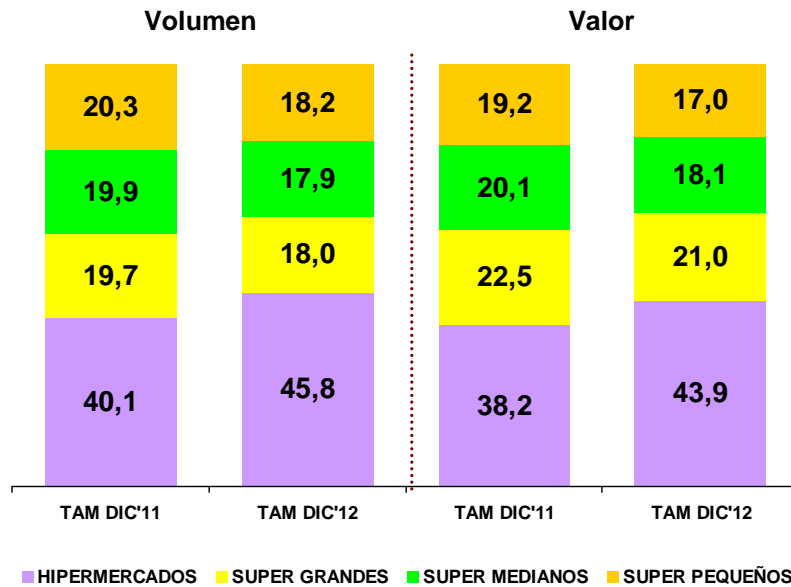


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

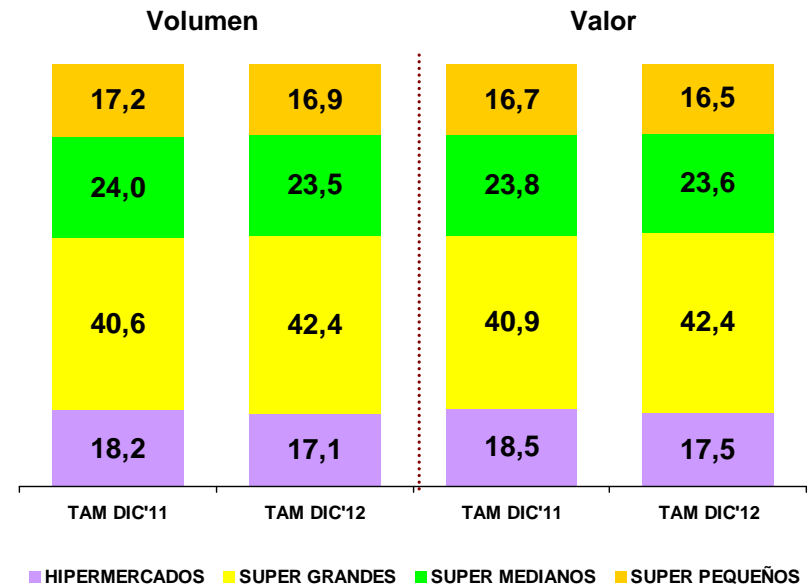
**Productos ecológicos**

# Leche Canales

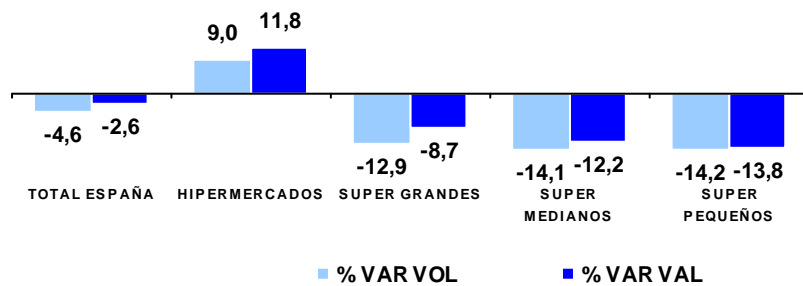
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



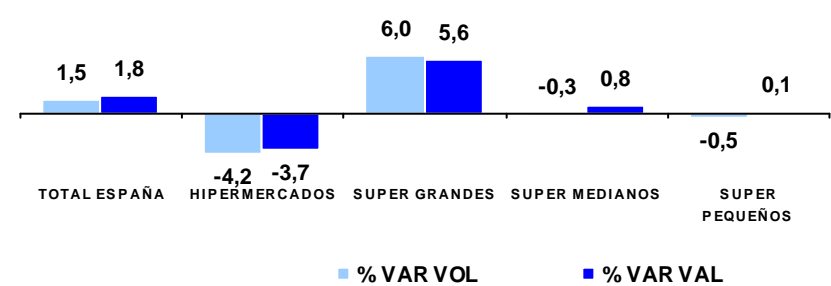
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

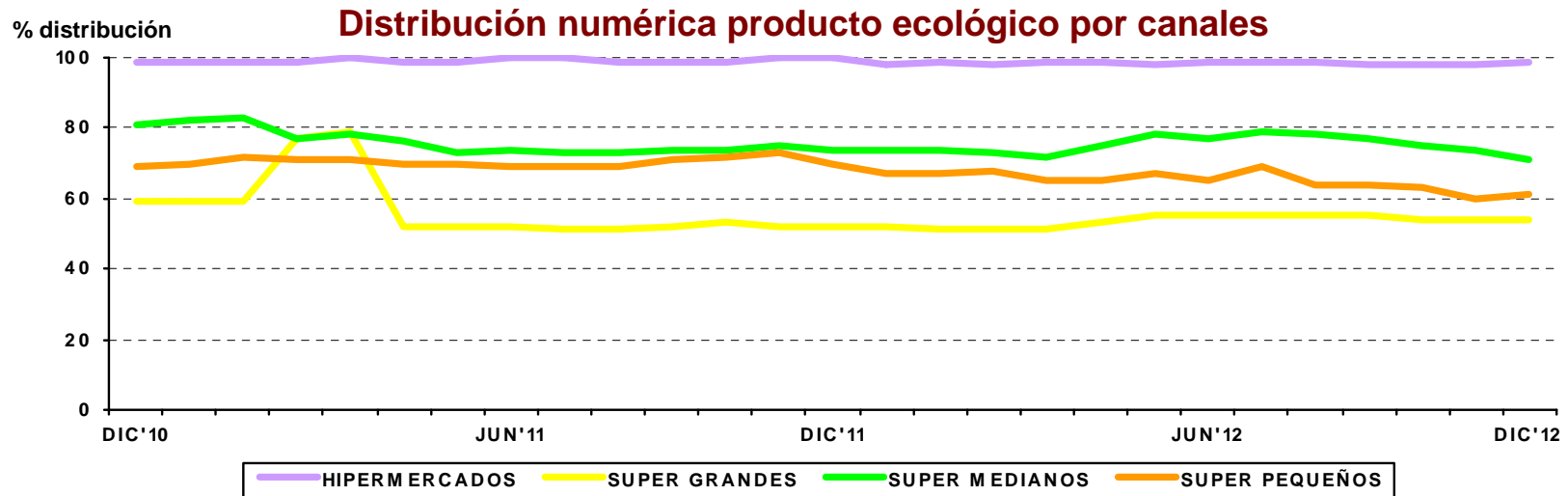


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

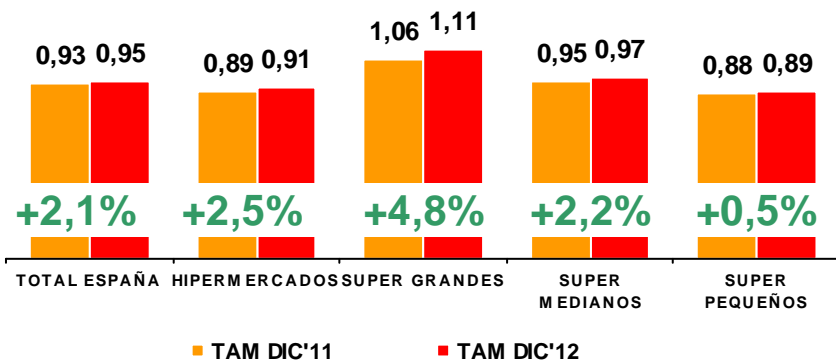
## Productos ecológicos

# Leche

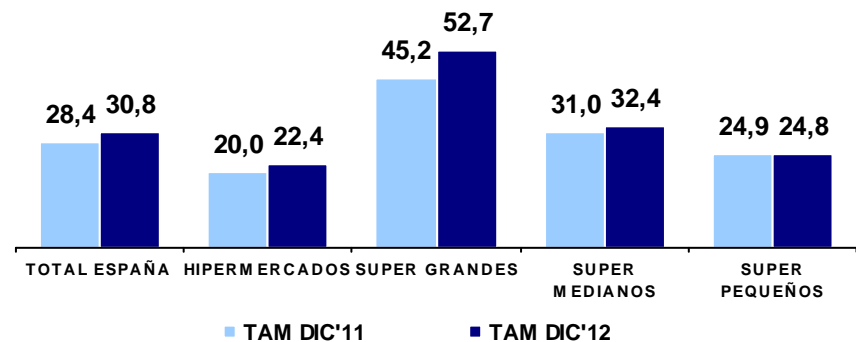
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Leche

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-4,6%	100,0	100,0	-2,6%	0,93	0,95	2,1%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	8,4	9,2	4,3%	9,1	9,7	4,1%	1,01	1,01	-0,2%	52,2	56,1
ARAGÓN	2,9	2,8	-8,0%	2,7	2,7	-5,6%	0,88	0,90	2,7%	101,7	97,6
ASTURIAS	0,9	1,0	4,5%	1,0	1,1	7,9%	1,07	1,11	3,2%	31,3	34,5
BALEARES	1,5	2,4	47,3%	1,8	2,8	53,7%	1,07	1,11	4,3%	77,4	116,1
CANARIAS	0,6	1,0	64,4%	0,7	1,3	68,0%	1,22	1,25	2,2%	12,5	21,7
CANTABRIA	0,7	0,9	14,2%	0,8	1,0	18,4%	0,98	1,02	3,7%	41,5	49,7
CASTILLA - LA MANCHA	3,2	2,9	-14,4%	3,0	2,6	-16,0%	0,89	0,88	-1,9%	63,7	56,7
CASTILLA - LEÓN	5,4	4,6	-18,6%	5,0	4,3	-16,5%	0,86	0,88	2,5%	80,0	67,9
CATALUÑA	23,8	24,7	-0,7%	23,7	24,6	0,9%	0,93	0,95	1,6%	181,7	191,5
EXTREMADURA	3,1	2,6	-18,0%	2,6	2,2	-16,2%	0,78	0,79	2,1%	117,2	99,2
GALICIA	4,4	4,0	-13,9%	4,7	4,4	-8,6%	0,99	1,05	6,2%	69,1	62,2
LA RIOJA	0,6	0,6	-17,4%	0,6	0,5	-12,8%	0,88	0,93	5,6%	67,8	57,2
MADRID	27,5	24,4	-15,4%	27,2	23,8	-14,5%	0,92	0,93	1,1%	189,8	168,0
MURCIA	1,9	2,1	4,4%	1,9	2,0	4,5%	0,93	0,93	0,1%	71,6	82,9
NAVARRA	1,3	1,4	1,7%	1,3	1,4	4,7%	0,96	0,99	3,0%	80,9	87,2
PAÍS VASCO	4,9	5,0	-1,7%	4,8	5,2	5,5%	0,92	0,99	7,4%	90,9	93,7
VALENCIA	8,8	10,4	13,0%	8,9	10,3	11,7%	0,95	0,94	-1,1%	80,7	97,3

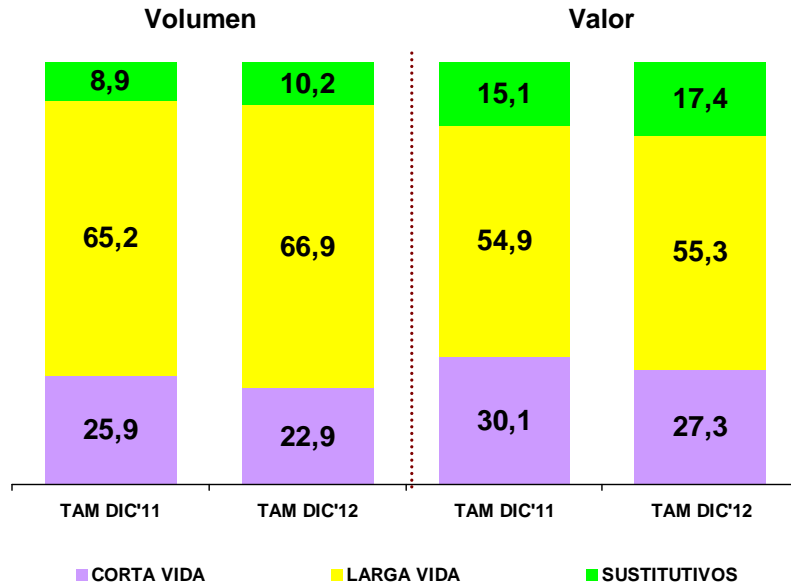
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

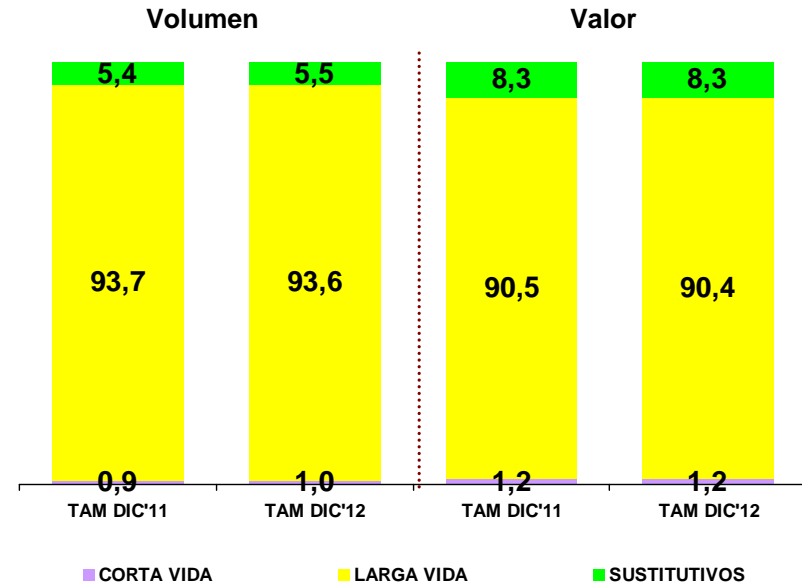
### Productos ecológicos

# Leche Segmentos

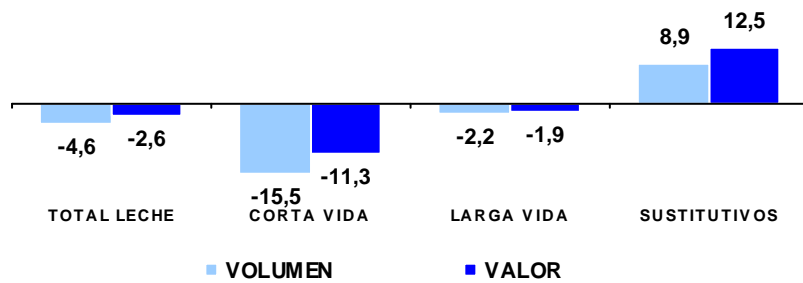
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



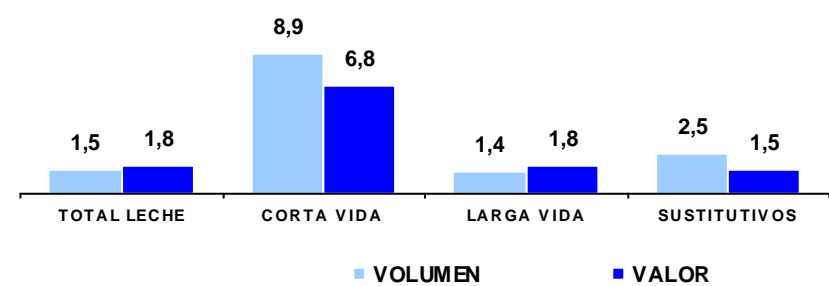
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



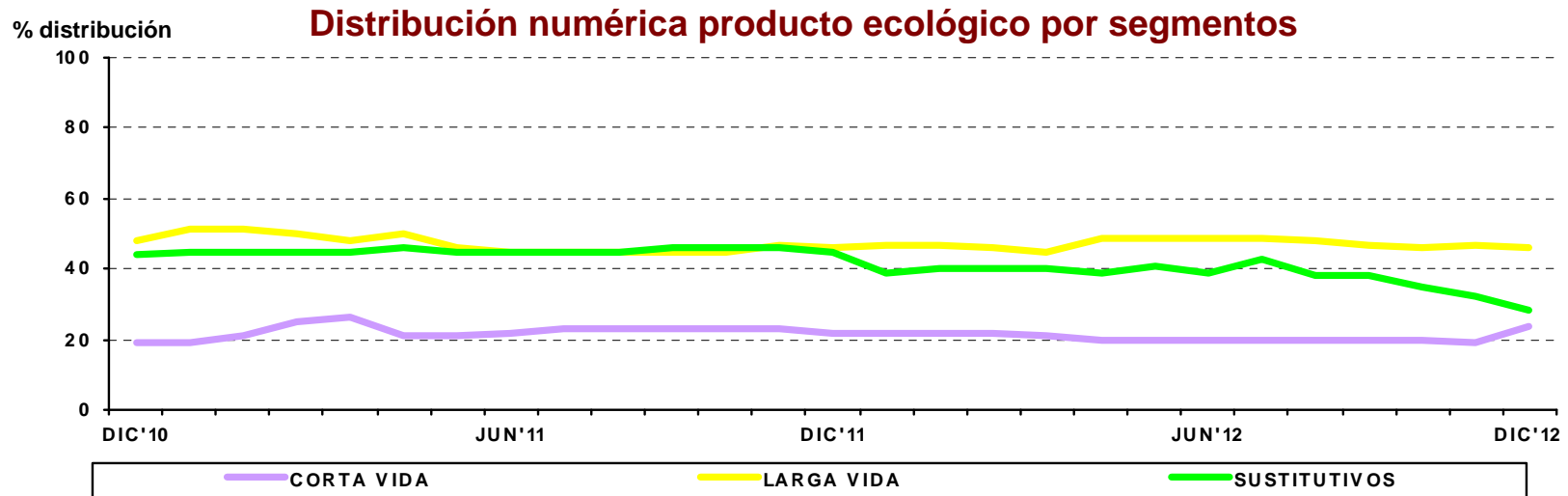
Datos TAM S52'12 (30/12/12)

## Productos ecológicos

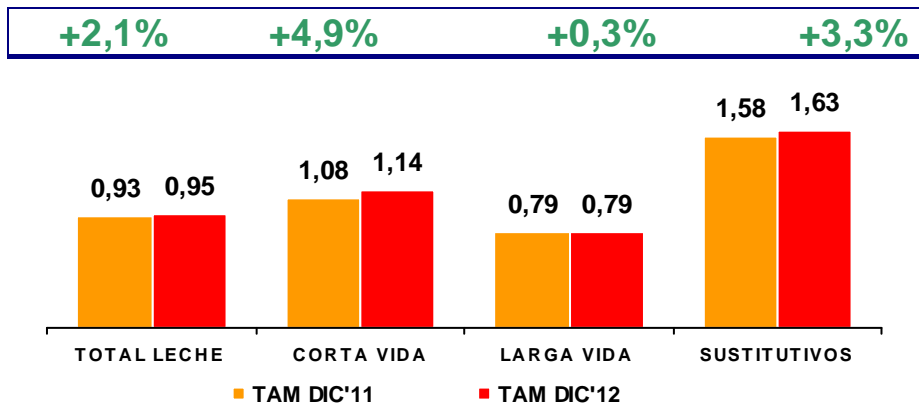


# Leche

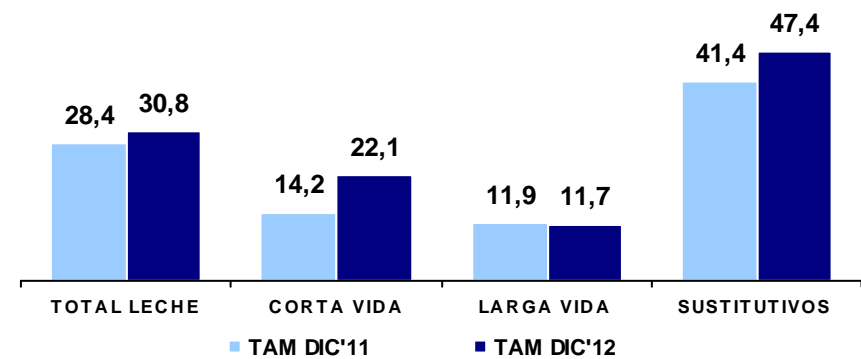
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/l)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

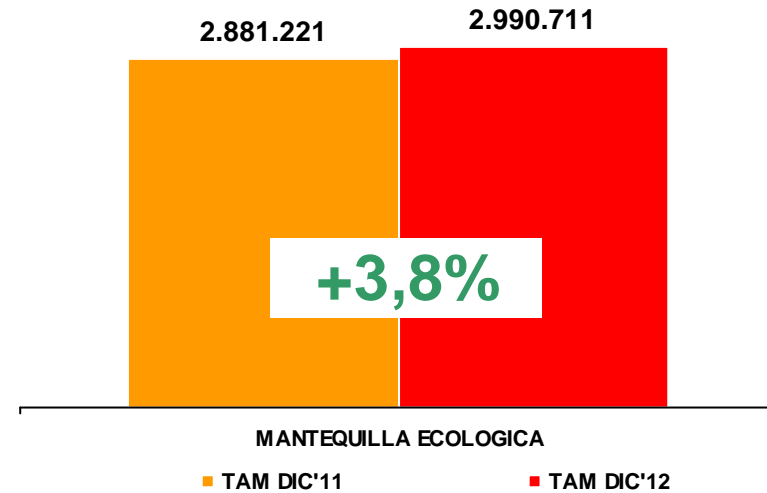
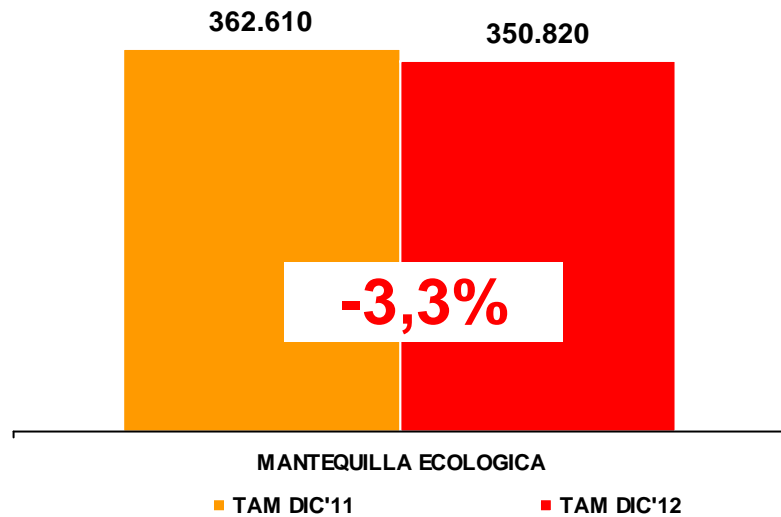
# Mantequilla

# Mantequilla

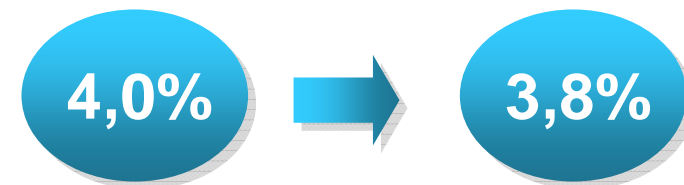
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 350.820 kg**

**Valor 2.990.711 €**



### Porcentaje sobre la categoría

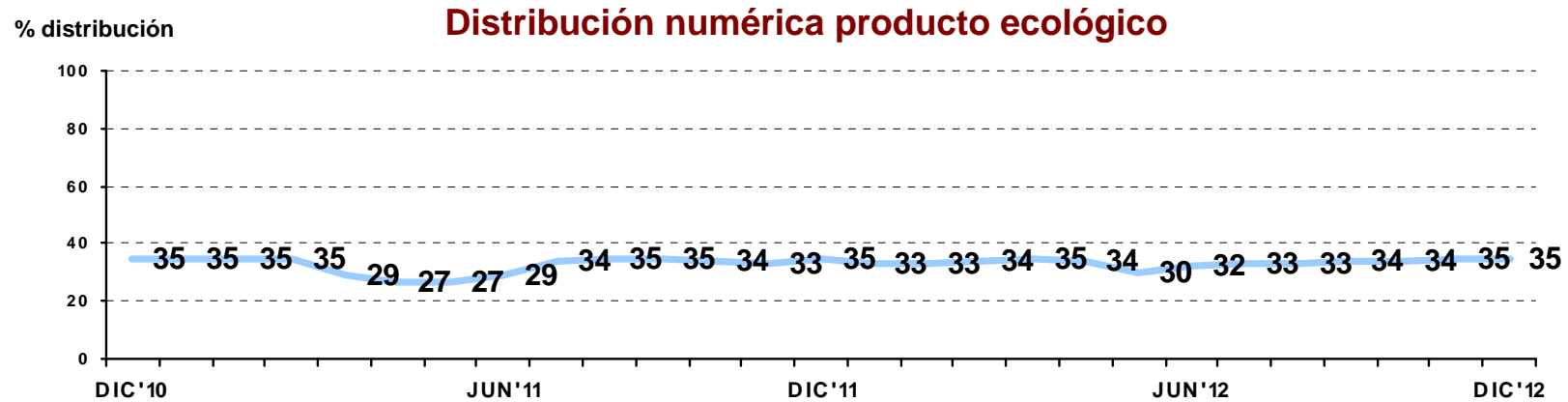


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

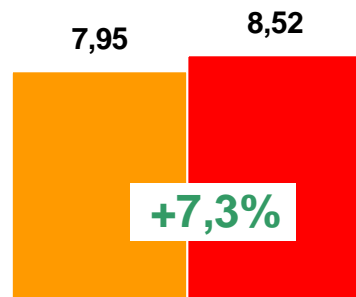
# Mantequilla

## Distribución y precios



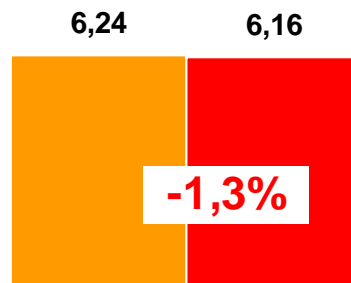
### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico



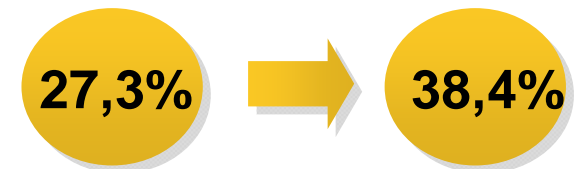
■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

Producto no ecológico



■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

### Evolución del diferencial de precio

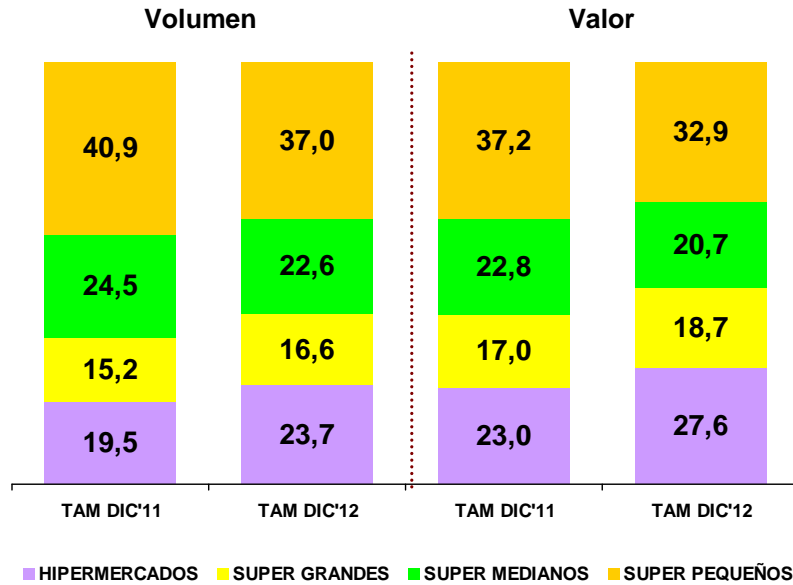


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

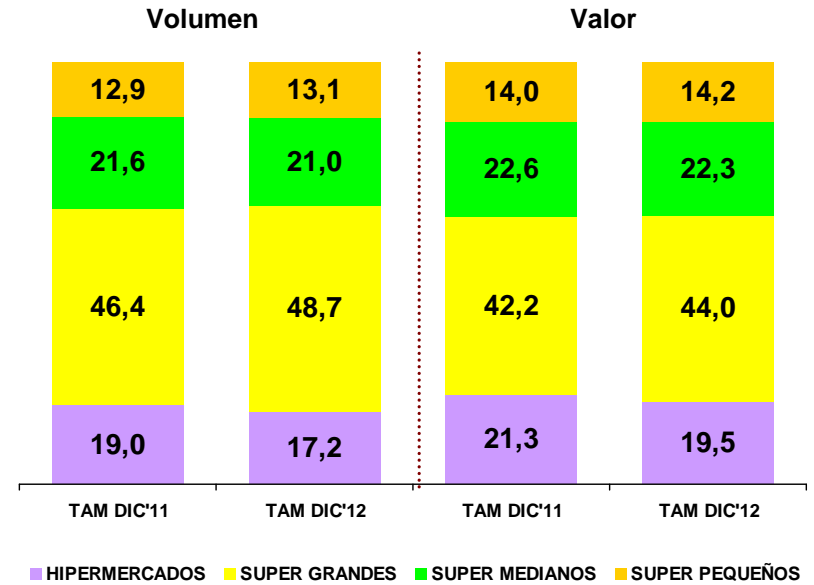
**Productos ecológicos**

# Mantequilla Canales

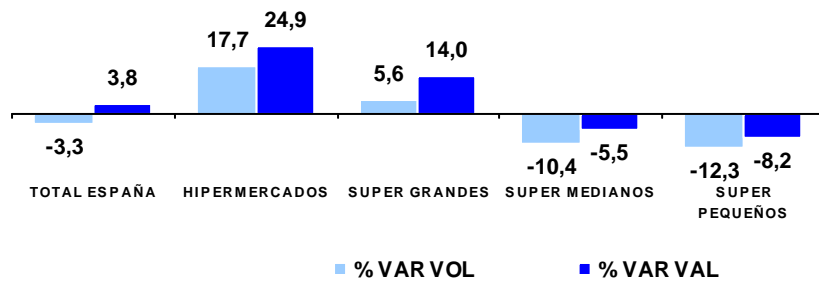
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



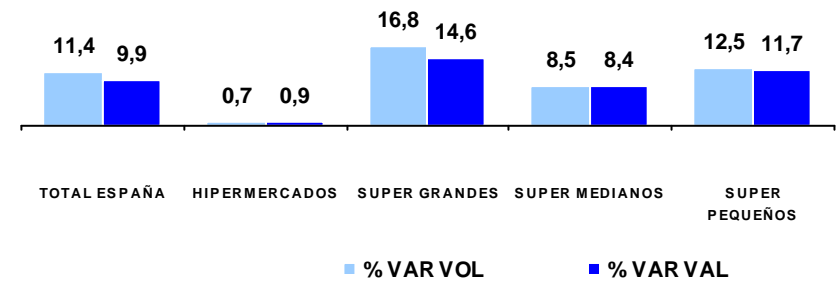
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

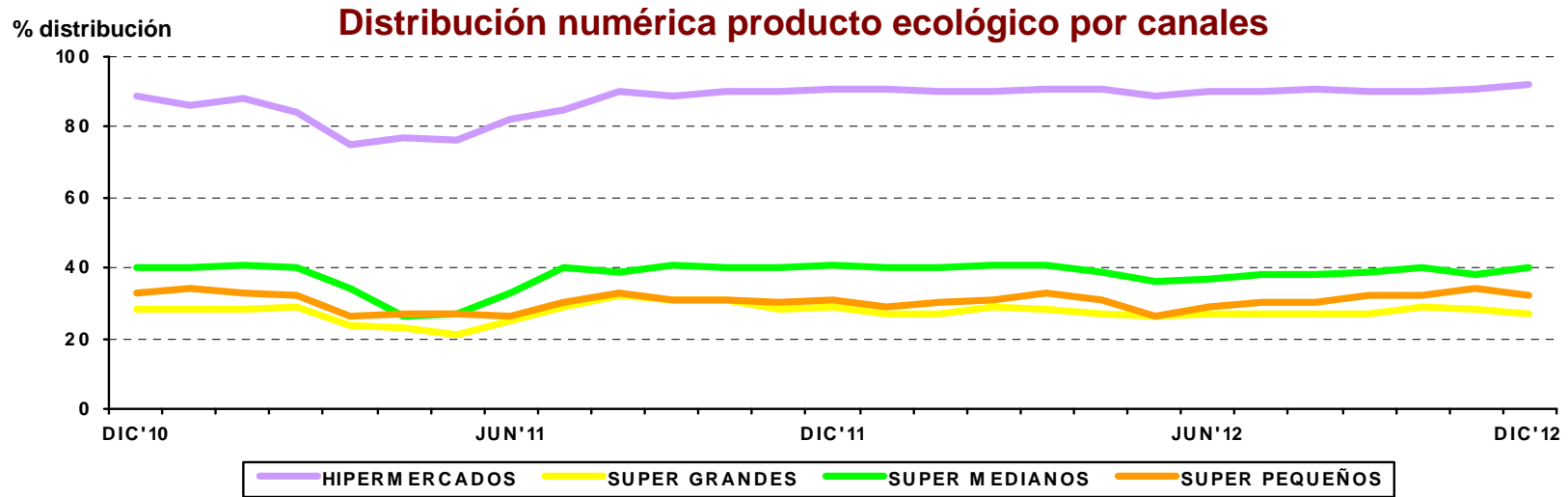


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

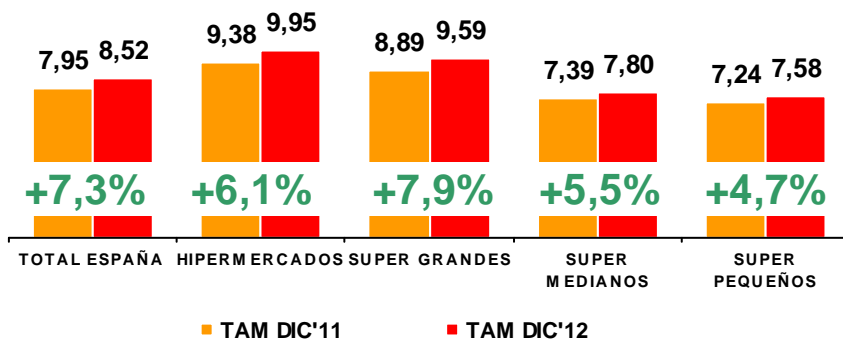
**Productos ecológicos**

# Mantequilla

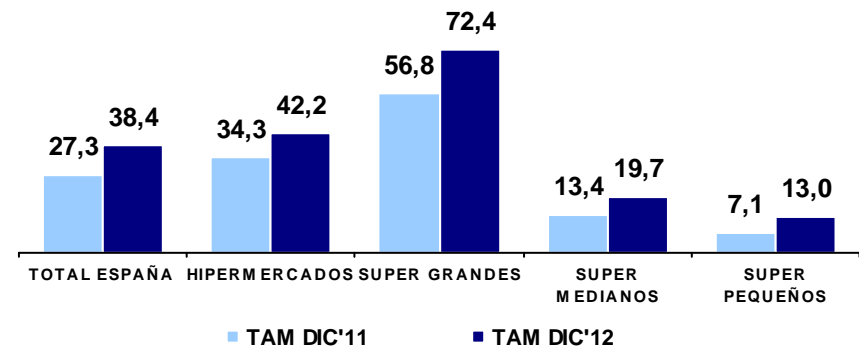
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Mantequilla

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-3,3%	100,0	100,0	3,8%	7,95	8,52	7,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	17,5	18,1	0,1%	17,6	18,2	7,4%	8,00	8,58	7,3%	89,2	93,6
ARAGÓN	3,4	3,8	7,7%	3,4	3,9	17,4%	7,92	8,63	8,9%	168,6	186,6
ASTURIAS	2,2	1,5	-35,2%	2,1	1,5	-26,1%	7,70	8,78	14,1%	70,0	45,7
BALEARES	1,9	2,4	23,8%	2,2	2,8	29,0%	9,46	9,86	4,2%	48,8	57,3
CANARIAS	0,8	0,8	1,4%	1,0	1,0	5,5%	10,50	10,92	4,0%	9,1	10,6
CANTABRIA	3,7	3,4	-10,5%	3,7	3,5	-1,1%	7,85	8,68	10,6%	187,8	183,9
CASTILLA - LA MANCHA	3,0	2,1	-32,1%	2,7	2,0	-25,5%	7,27	7,98	9,7%	140,1	93,9
CASTILLA - LEÓN	5,7	5,9	-0,7%	5,4	5,4	4,1%	7,52	7,89	4,9%	161,3	166,3
CATALUÑA	11,7	11,9	-2,0%	11,7	12,0	6,9%	7,93	8,65	9,0%	69,5	72,1
EXTREMADURA	1,8	1,6	-17,9%	1,8	1,5	-12,9%	7,64	8,10	6,0%	128,2	107,9
GALICIA	7,1	6,5	-11,4%	7,0	6,3	-6,1%	7,83	8,31	6,0%	166,5	145,8
LA RIOJA	1,0	0,9	-12,0%	0,9	0,8	-5,2%	7,53	8,11	7,7%	153,5	133,8
MADRID	23,4	24,4	1,3%	23,3	24,3	7,8%	7,94	8,46	6,4%	172,6	180,5
MURCIA	1,7	1,7	0,2%	1,7	1,7	7,1%	7,95	8,51	7,0%	76,9	76,1
NAVARRA	2,7	2,2	-22,1%	2,6	2,1	-17,2%	7,85	8,35	6,3%	206,4	165,6
PAÍS VASCO	7,5	6,5	-16,5%	7,6	6,4	-12,2%	7,98	8,39	5,2%	167,9	145,7
VALENCIA	5,0	6,4	24,1%	5,2	6,5	30,0%	8,26	8,66	4,8%	47,5	57,0

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

---

# Mermeladas

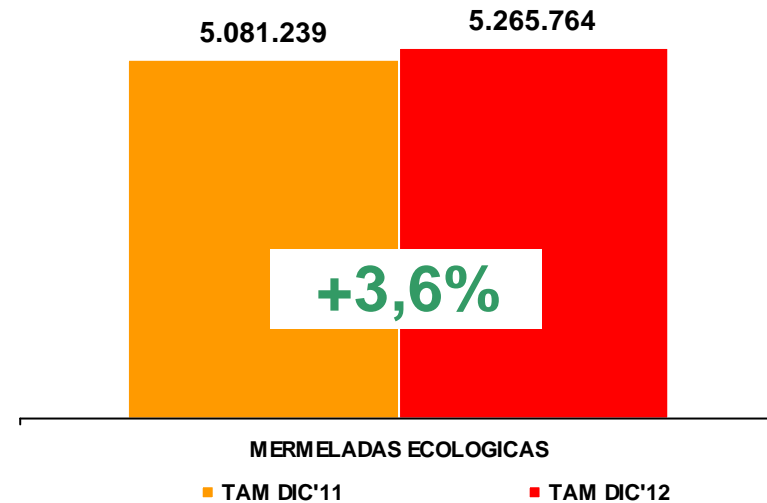
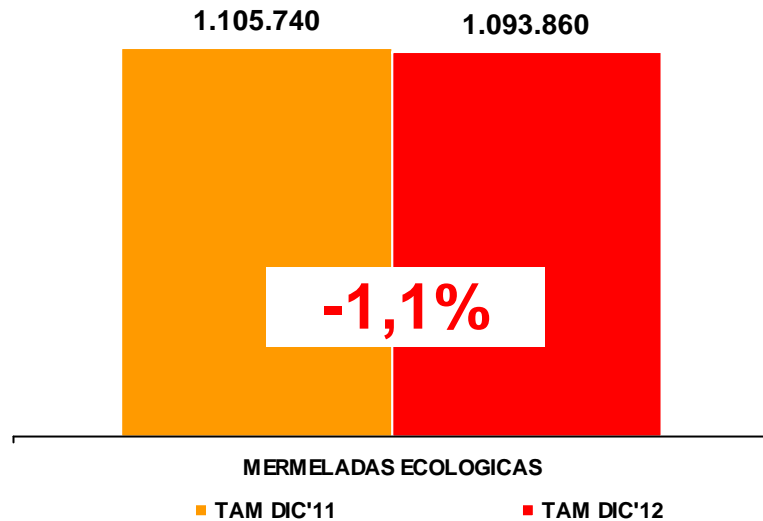


# Mermeladas

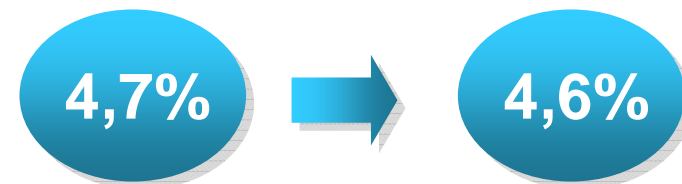
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.093.860 kg**

**Valor 5.265.764 €**



### Porcentaje sobre la categoría

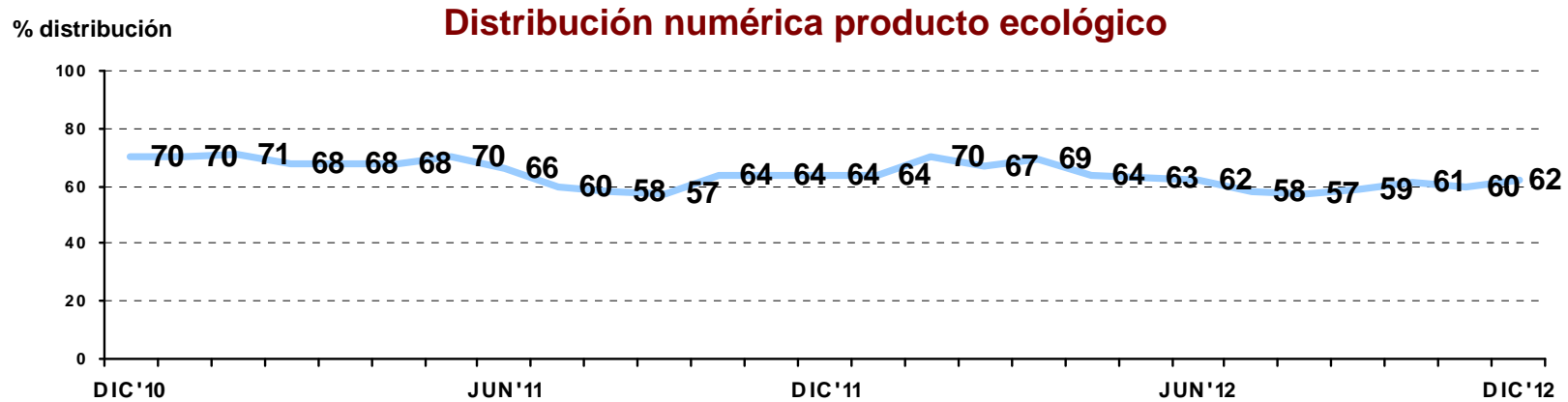


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

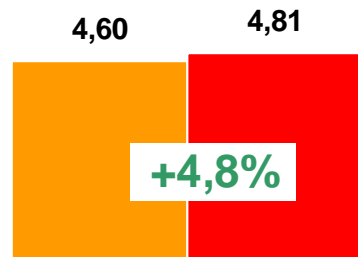
# Mermeladas

## Distribución y precios



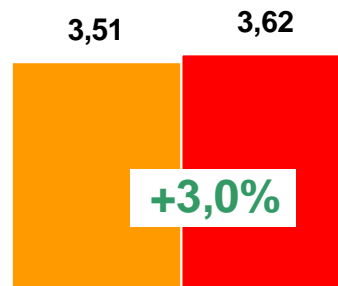
### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico



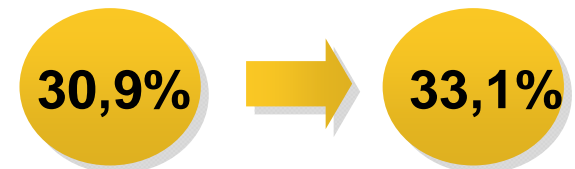
■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

Producto no ecológico



■ TAM DIC'11 ■ TAM DIC'12

### Evolución del diferencial de precio

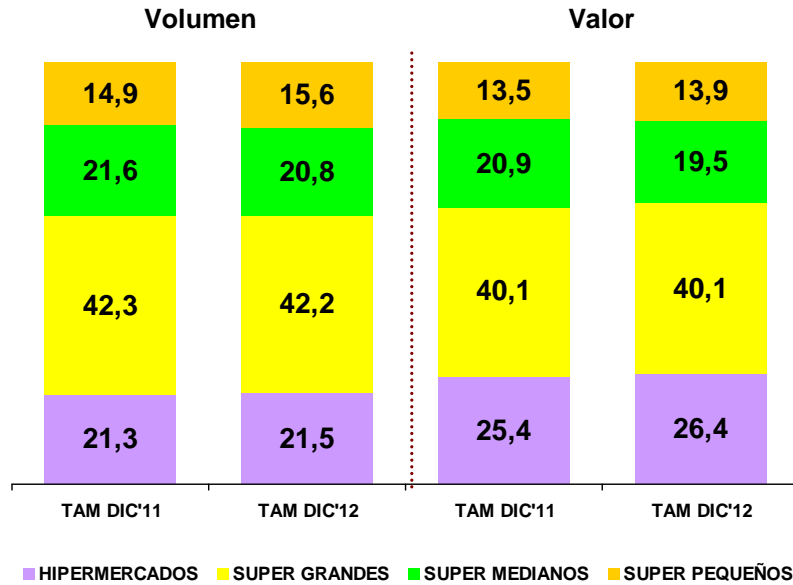


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

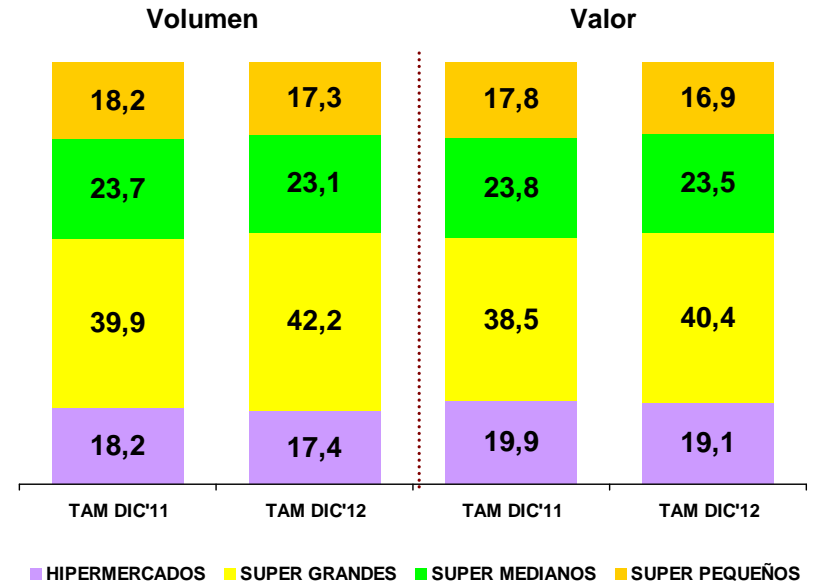
**Productos ecológicos**

# Mermeladas Canales

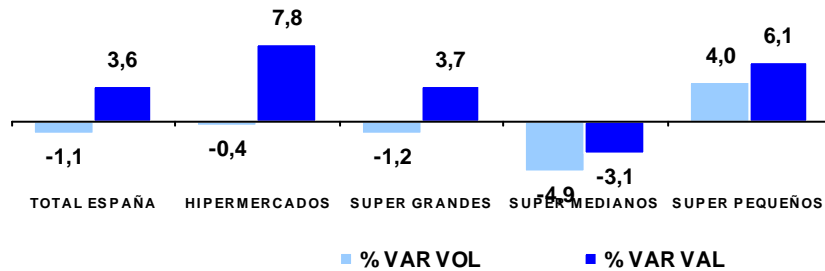
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



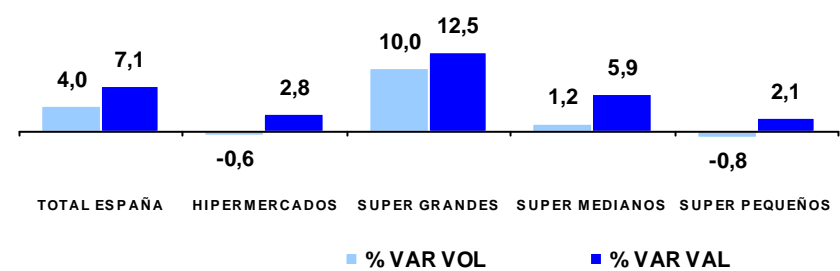
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

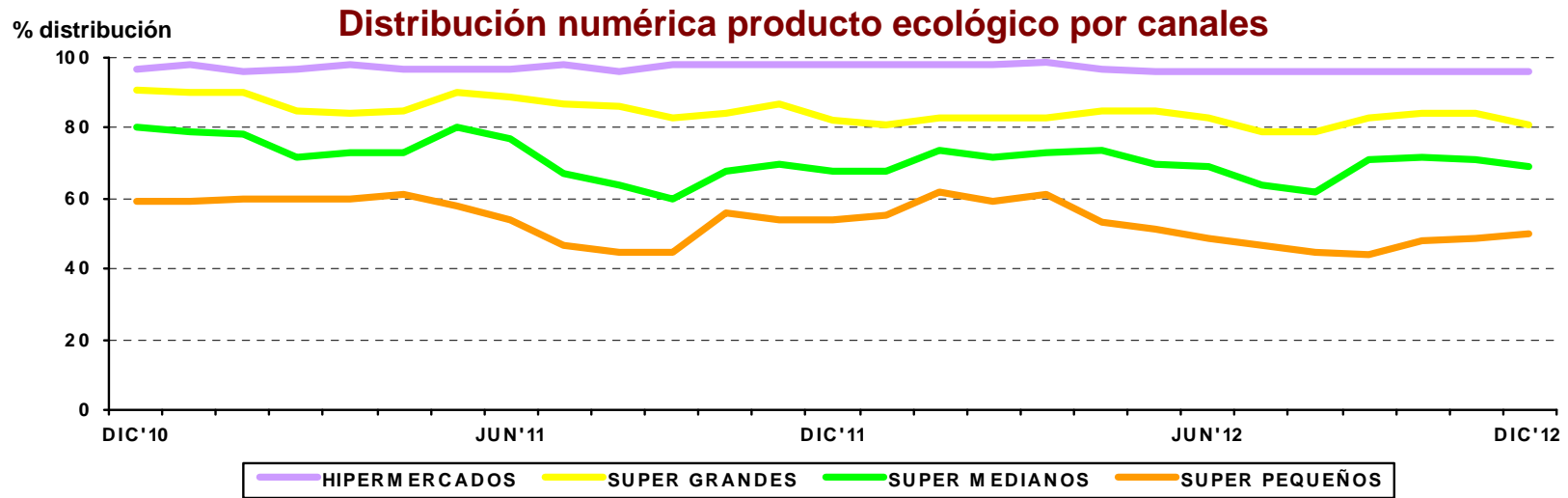


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

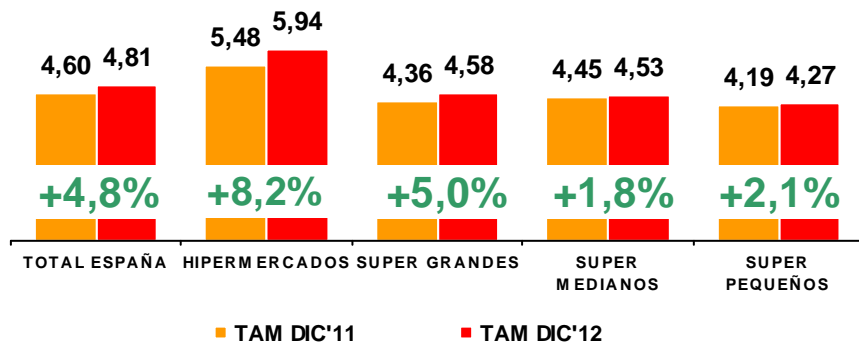
**Productos ecológicos**

# Mermeladas

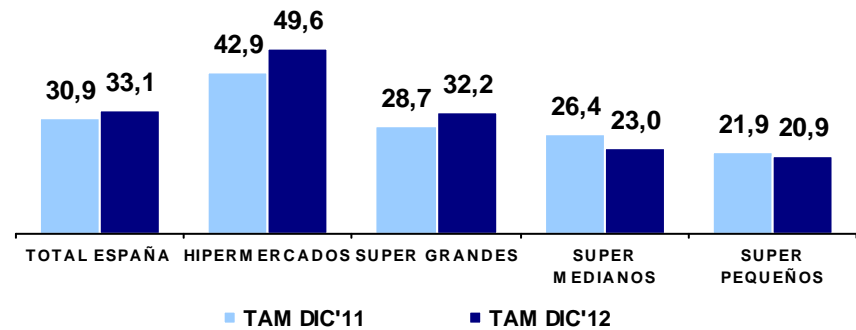
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Mermeladas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-1,1%	100,0	100,0	3,6%	4,60	4,81	4,8%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	12,3	11,8	-5,5%	11,6	11,1	-0,6%	4,31	4,53	5,2%	111,1	103,2
ARAGÓN	3,0	3,3	9,0%	2,9	3,1	10,6%	4,49	4,55	1,4%	98,9	108,6
ASTURIAS	2,7	3,0	9,9%	2,7	2,9	11,4%	4,59	4,65	1,3%	82,2	94,3
BALEARES	3,0	3,4	10,2%	2,9	3,2	16,2%	4,39	4,63	5,4%	125,3	130,3
CANARIAS	4,5	4,1	-10,3%	4,7	4,3	-4,8%	4,75	5,03	6,1%	80,1	75,1
CANTABRIA	2,0	2,0	-2,5%	1,8	1,9	5,0%	4,15	4,48	7,8%	91,5	93,7
CASTILLA - LA MANCHA	3,3	3,2	-4,2%	2,9	2,8	0,1%	4,08	4,27	4,5%	88,6	87,7
CASTILLA - LEÓN	4,2	4,3	1,1%	4,1	4,2	5,7%	4,46	4,67	4,5%	72,3	74,3
CATALUÑA	21,9	21,5	-2,6%	22,6	22,6	3,6%	4,75	5,05	6,4%	136,1	133,7
EXTREMADURA	1,1	1,0	-14,9%	1,0	0,9	-7,5%	4,15	4,51	8,7%	67,0	55,6
GALICIA	4,7	4,6	-4,7%	5,7	5,4	-1,0%	5,49	5,71	3,9%	69,9	69,6
LA RIOJA	0,7	0,7	0,8%	0,7	0,7	2,0%	4,56	4,62	1,2%	83,4	81,9
MADRID	15,8	16,2	1,9%	16,0	16,2	5,3%	4,66	4,81	3,3%	100,8	102,2
MURCIA	3,2	3,0	-8,1%	2,9	2,7	-4,2%	4,09	4,27	4,2%	141,2	135,5
NAVARRA	1,4	1,4	-4,9%	1,5	1,4	1,3%	4,68	4,98	6,5%	84,5	84,7
PAÍS VASCO	4,1	4,6	10,7%	5,0	5,5	13,4%	5,58	5,72	2,4%	55,8	63,9
VALENCIA	11,8	11,9	-0,5%	11,0	11,0	3,8%	4,29	4,47	4,3%	114,7	113,7

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

---

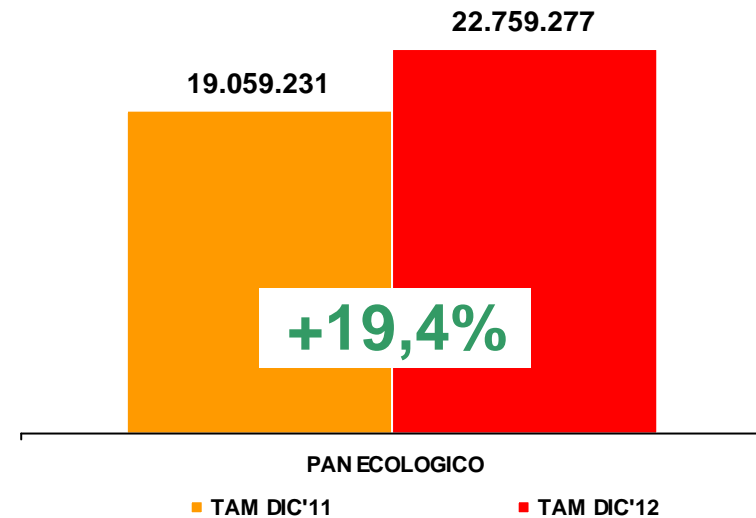
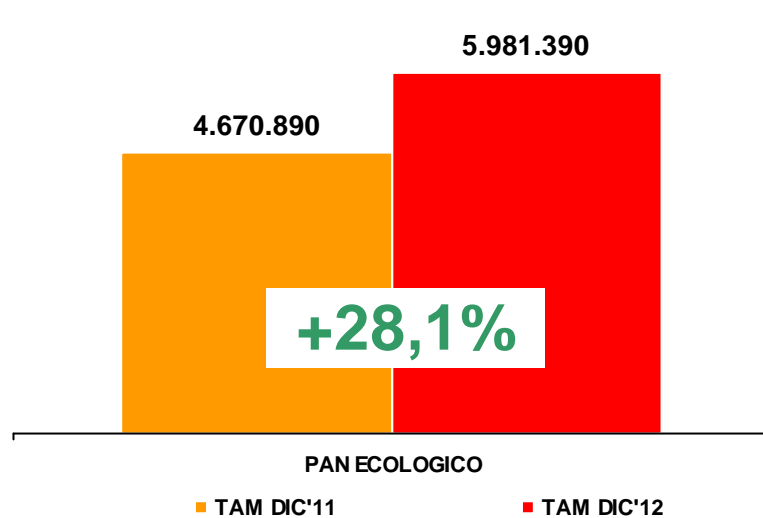
# **Pan envasado**

# Pan envasado

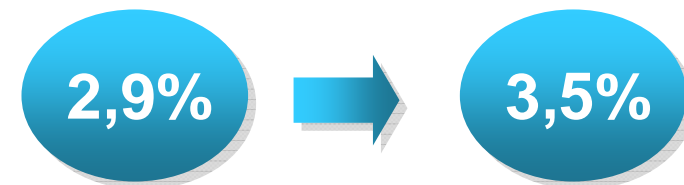
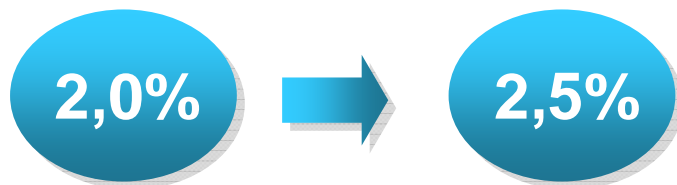
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 5.981.390 kg**

**Valor 22.759.277 €**



### Porcentaje sobre la categoría

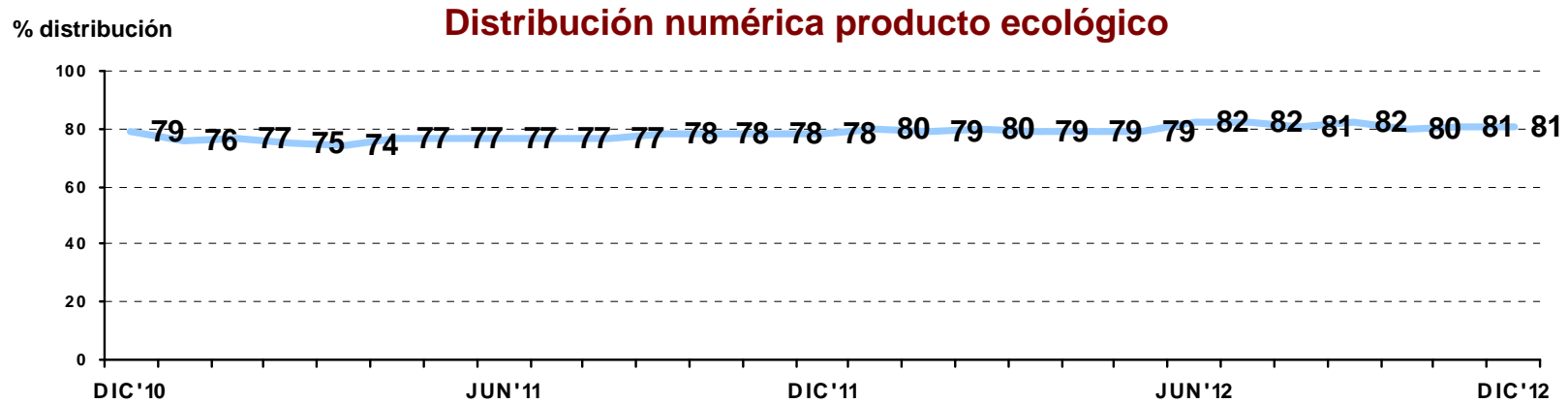


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

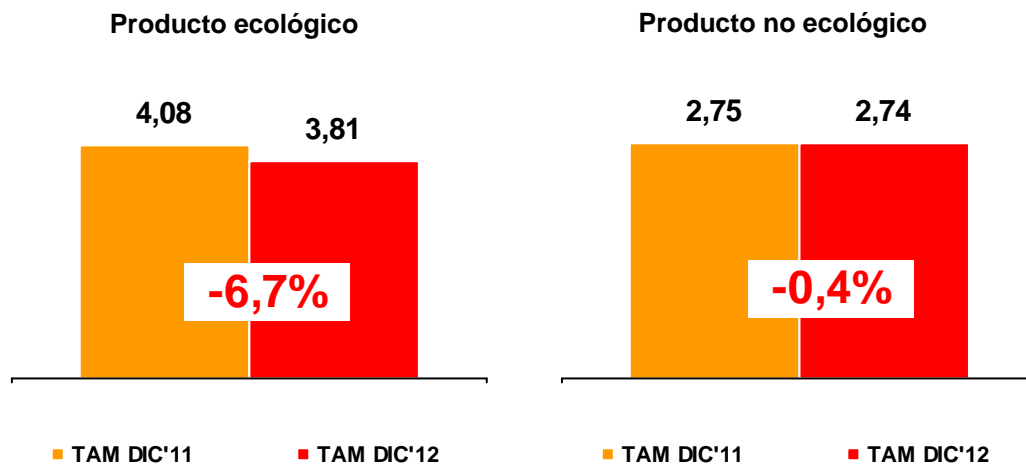
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

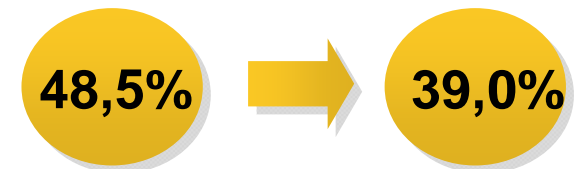
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

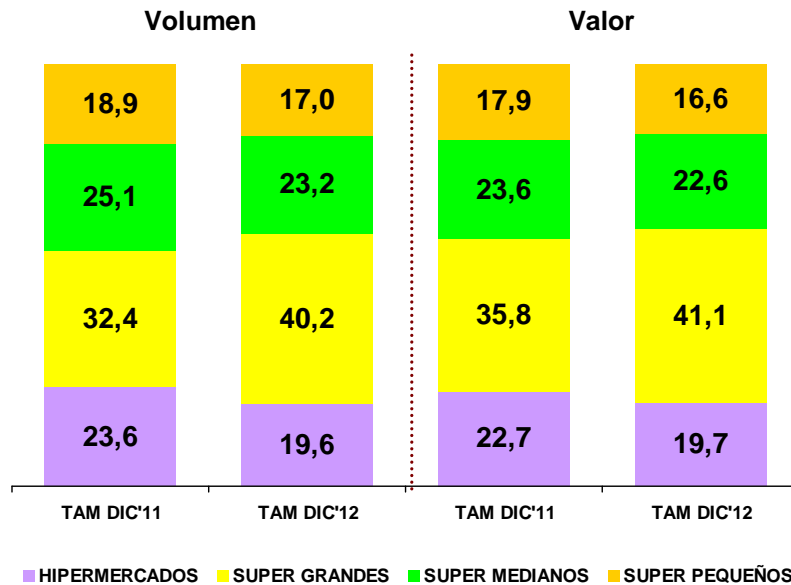
**Productos ecológicos**



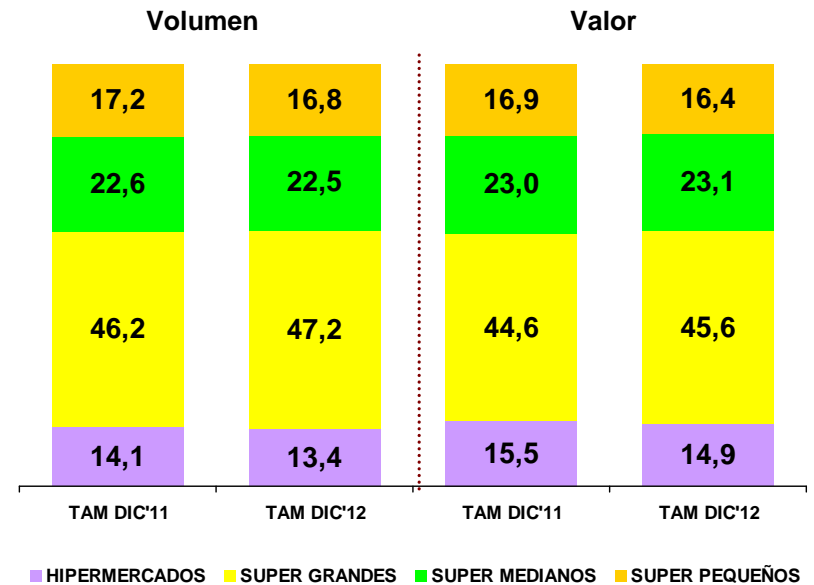
# Pan envasado

## Canales

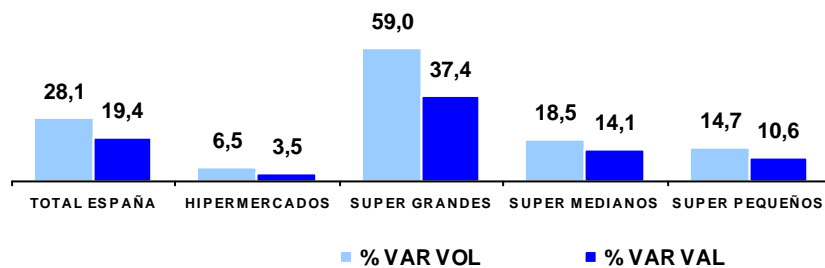
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



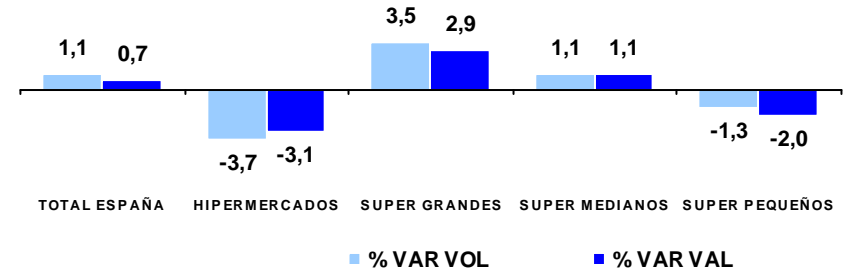
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

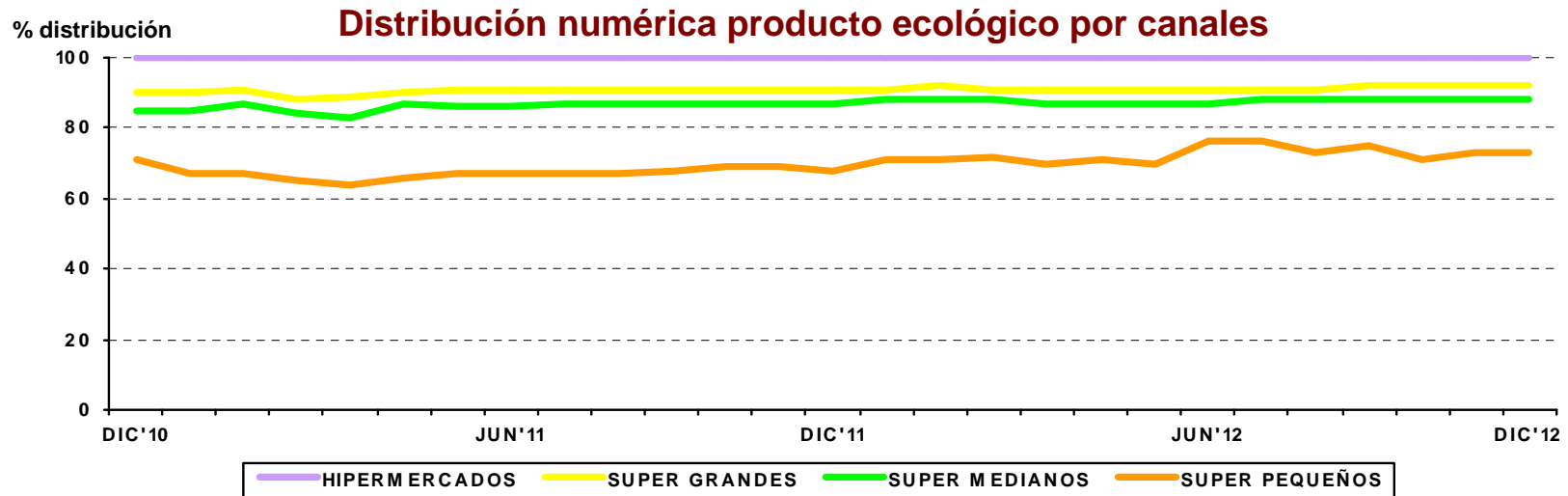


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

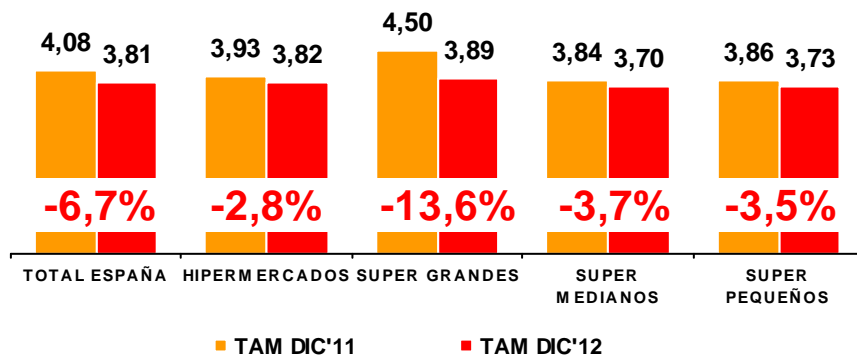
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

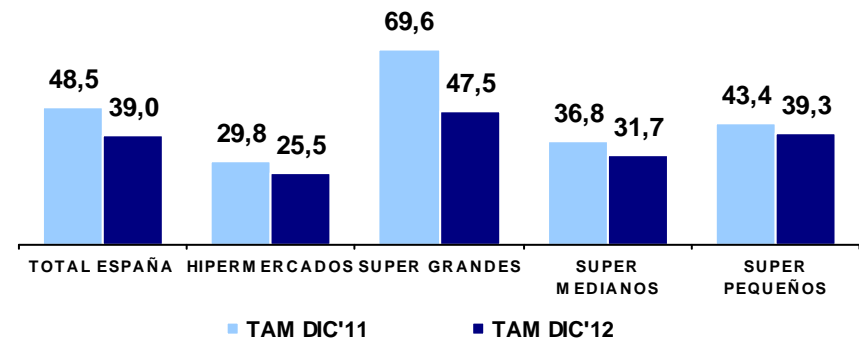
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Pan envasado

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	28,1%	100,0	100,0	19,4%	4,08	3,81	-6,7%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	10,1	11,5	45,4%	10,6	11,6	30,9%	4,26	3,84	-10,0%	55,4	64,3
ARAGÓN	2,0	2,2	42,3%	2,1	2,2	27,2%	4,20	3,75	-10,7%	86,6	95,0
ASTURIAS	4,3	4,3	28,3%	4,0	4,0	20,4%	3,79	3,56	-6,2%	183,0	188,6
BALEARES	2,0	2,3	45,3%	2,1	2,3	31,7%	4,29	3,89	-9,4%	89,0	96,6
CANARIAS	0,9	1,0	38,2%	1,3	1,2	11,3%	5,75	4,63	-19,5%	15,9	17,5
CANTABRIA	2,0	1,9	20,7%	1,9	1,9	16,1%	3,87	3,73	-3,8%	128,3	122,8
CASTILLA - LA MANCHA	3,5	3,5	28,9%	3,6	3,6	17,6%	4,25	3,88	-8,7%	84,0	83,8
CASTILLA - LEÓN	4,1	4,3	34,9%	4,0	4,2	25,2%	3,98	3,69	-7,2%	87,2	92,2
CATALUÑA	22,4	20,2	15,3%	22,2	20,4	9,9%	4,05	3,86	-4,7%	154,1	138,9
EXTREMADURA	1,2	1,1	25,7%	1,3	1,2	11,4%	4,43	3,93	-11,4%	50,3	51,5
GALICIA	8,9	8,5	22,2%	8,3	8,1	16,6%	3,80	3,63	-4,6%	168,2	160,6
LA RIOJA	0,5	0,8	94,9%	0,5	0,8	90,9%	3,90	3,82	-2,1%	66,2	96,7
MADRID	22,1	21,2	22,9%	22,2	21,4	15,1%	4,11	3,85	-6,4%	138,8	131,4
MURCIA	1,6	1,8	46,4%	1,7	1,8	29,2%	4,32	3,82	-11,7%	56,7	65,5
NAVARRA	1,5	1,5	30,7%	1,4	1,5	30,7%	3,87	3,87	0,0%	130,5	132,5
PAÍS VASCO	5,8	5,3	16,5%	5,2	5,1	17,3%	3,63	3,66	0,7%	130,5	116,1
VALENCIA	7,1	8,6	54,6%	7,7	8,7	34,9%	4,39	3,83	-12,7%	63,3	74,9

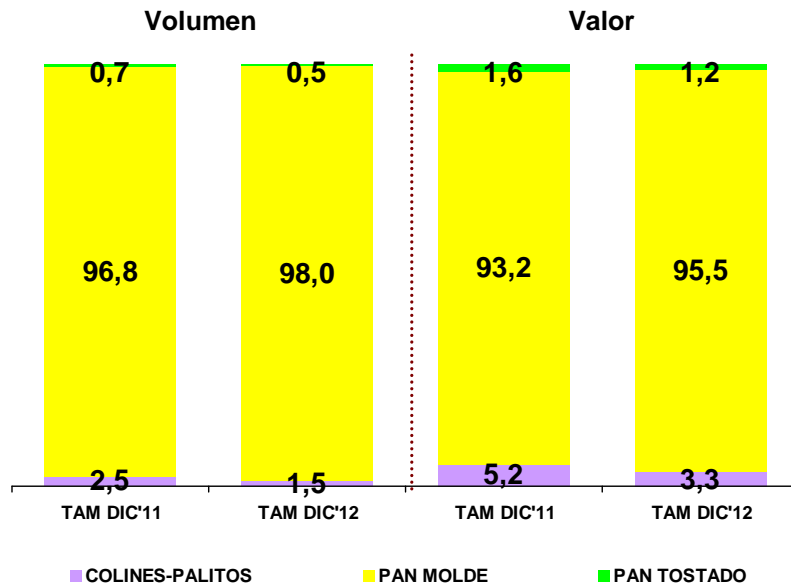
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

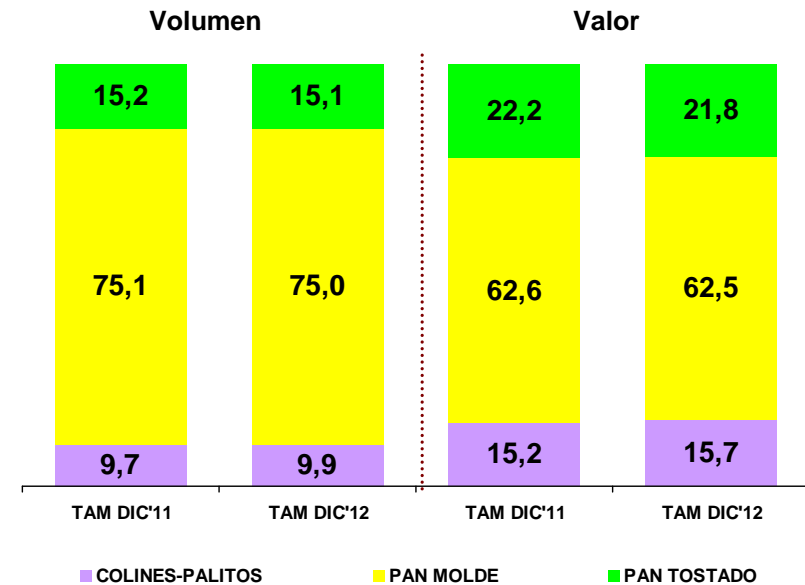
Productos ecológicos

# Pan envasado Segmentos

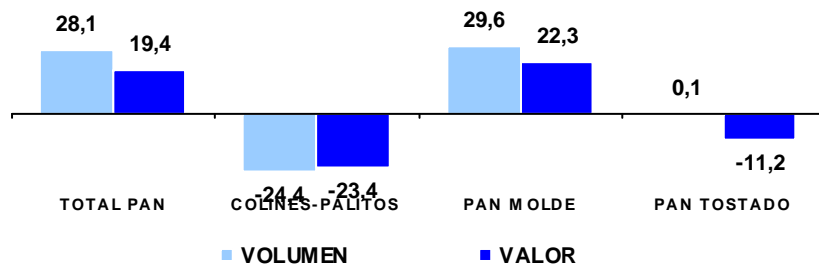
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



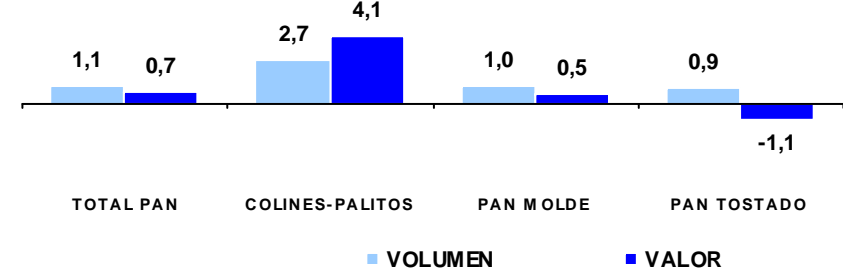
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

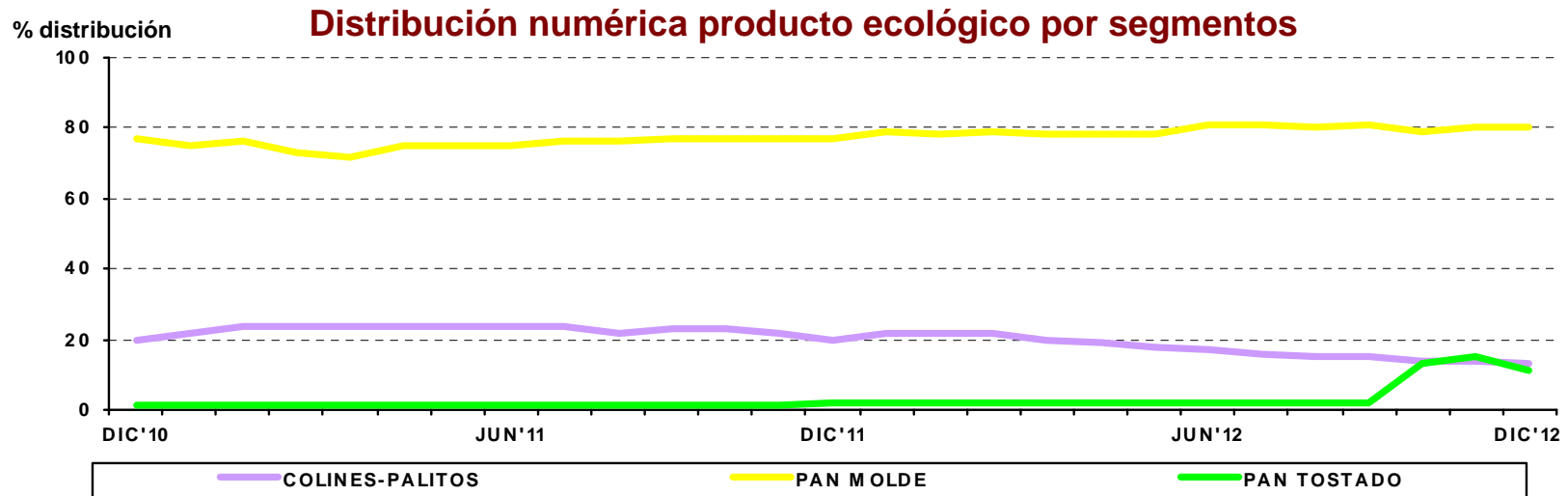


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

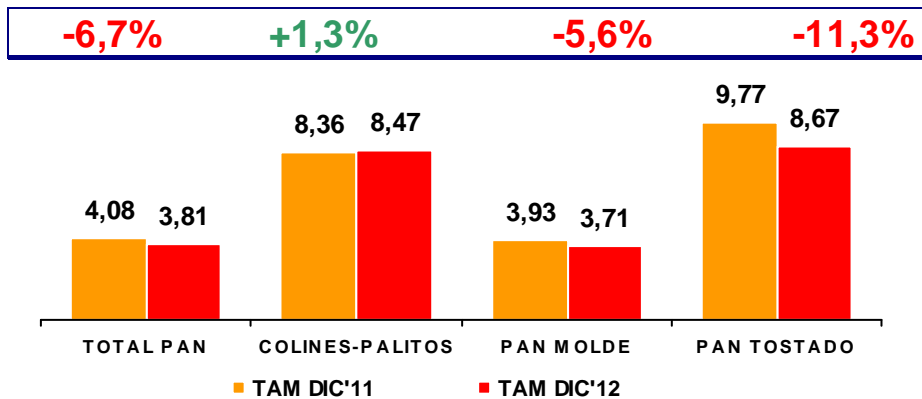
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

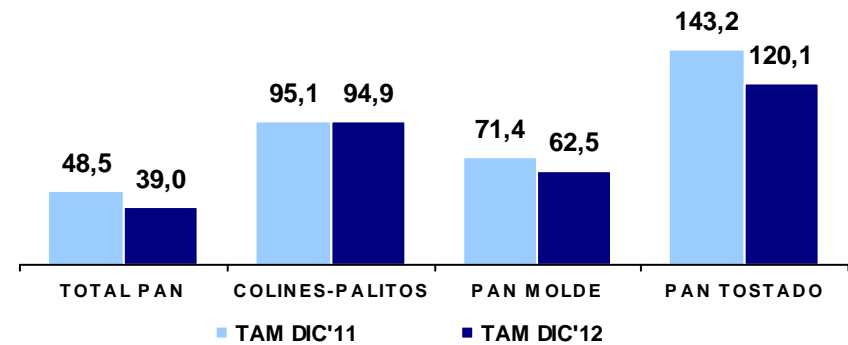
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

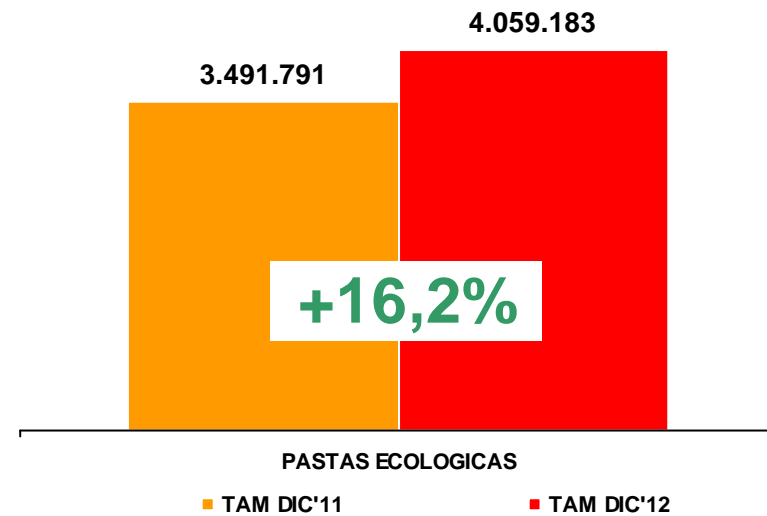
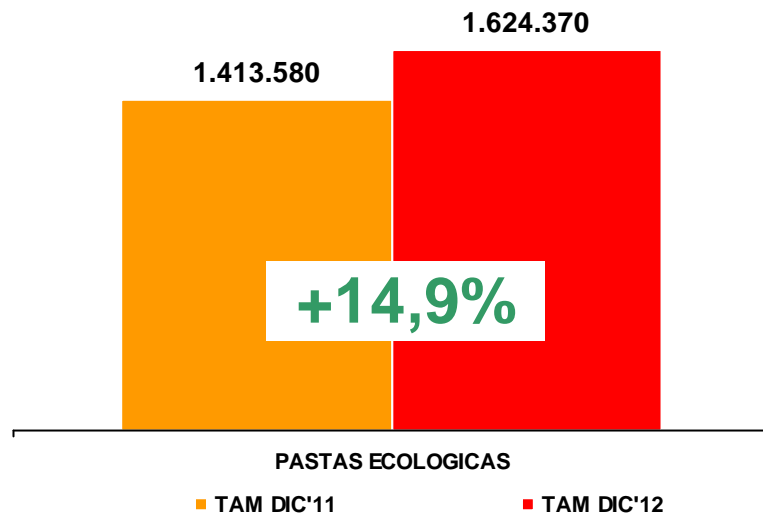
# **Pastas alimenticias**

# Pastas alimenticias

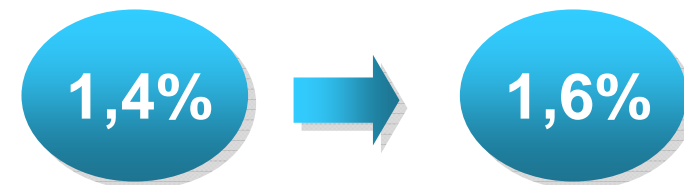
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.624.370 kg**

**Valor 4.059.183 €**



### Porcentaje sobre la categoría

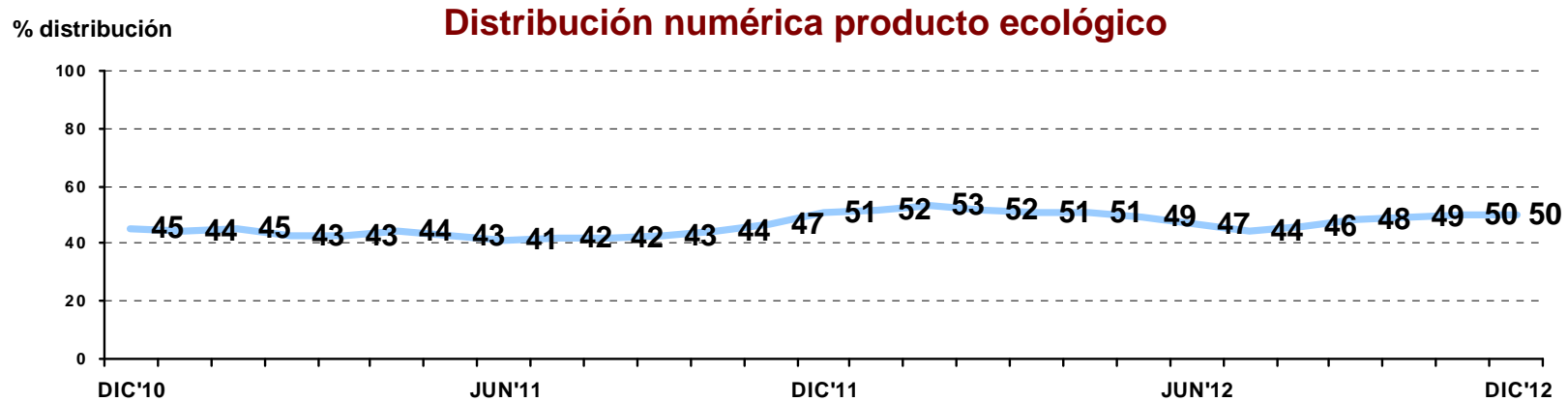


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

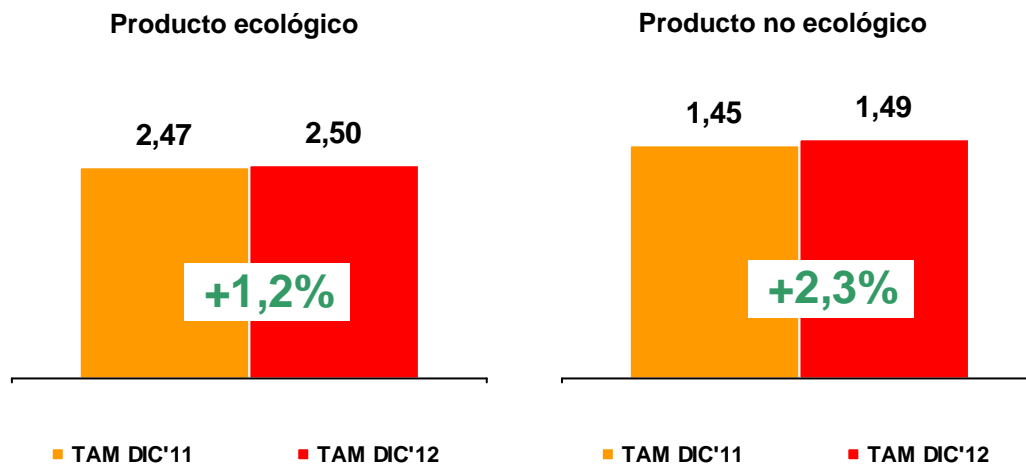
**Productos ecológicos**

# Pastas alimenticias

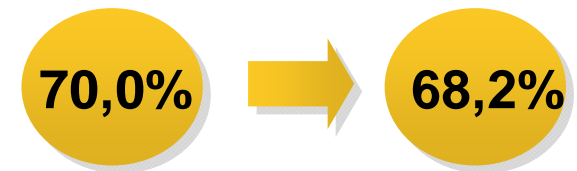
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

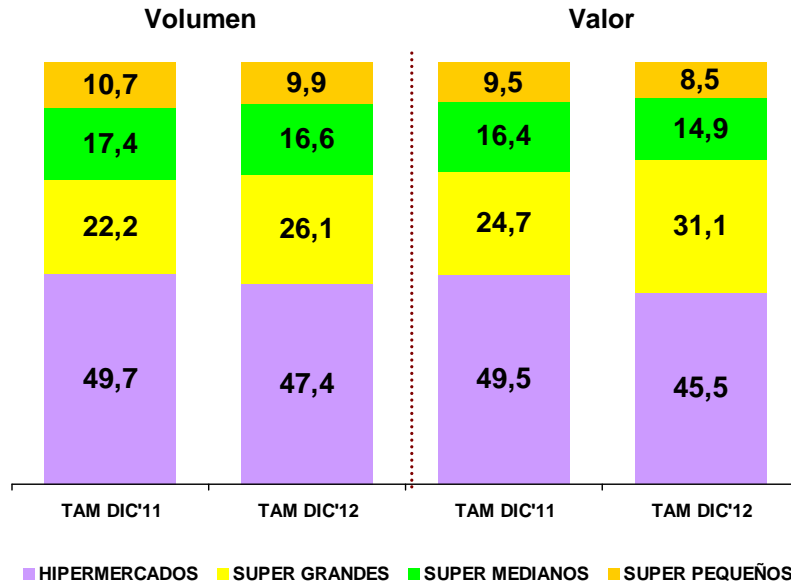
**Productos ecológicos**



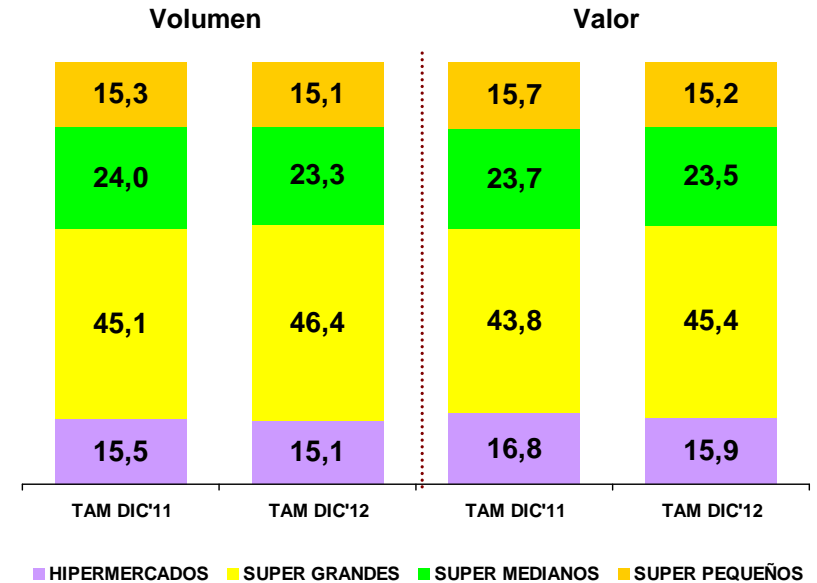
# Pastas alimenticias

## Canales

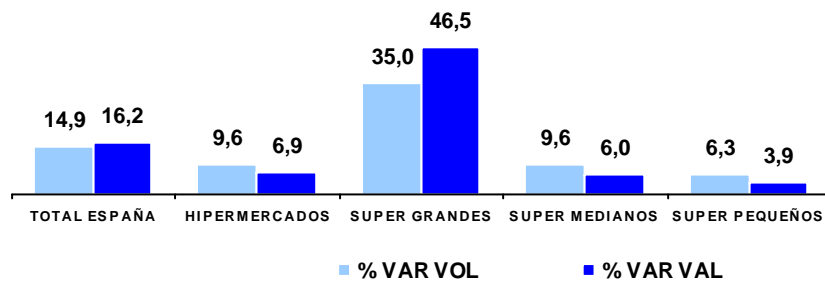
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



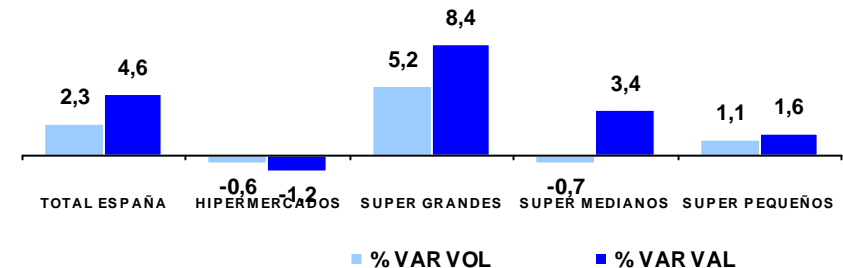
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

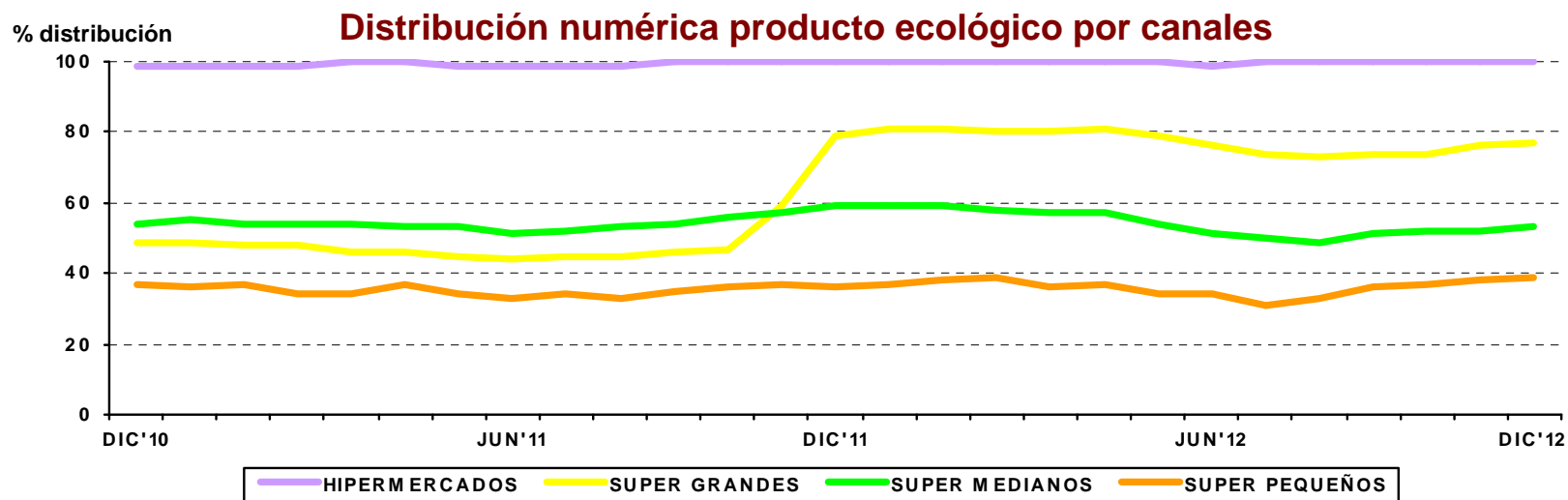


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

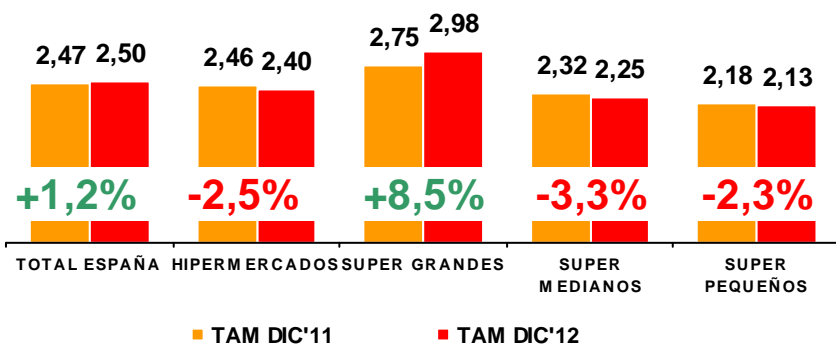
Productos ecológicos

# Pastas alimenticias

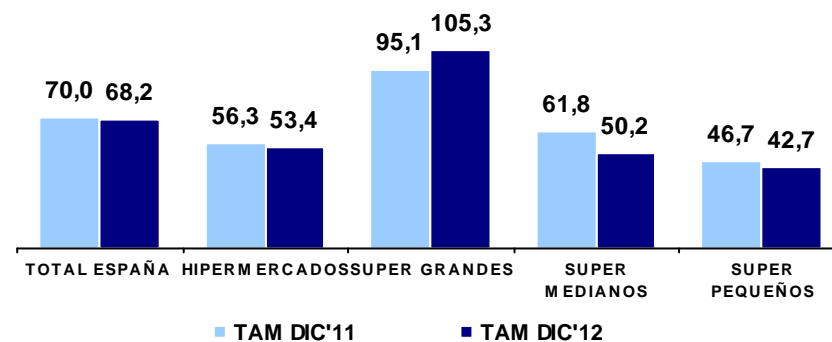
## Canales - Distribución y precios



**Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)**



**Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)**



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

# Pastas alimenticias

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	14,9%	100,0	100,0	16,2%	2,47	2,50	1,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	9,0	9,5	21,8%	9,5	10,7	31,6%	2,60	2,81	8,0%	57,3	59,8
ARAGÓN	3,5	3,4	10,1%	3,8	3,4	4,5%	2,64	2,50	-5,1%	132,3	124,9
ASTURIAS	3,6	3,3	6,0%	3,4	3,2	8,6%	2,31	2,37	2,5%	174,8	162,5
BALEARES	4,5	4,2	6,5%	4,5	4,2	9,2%	2,45	2,51	2,6%	153,7	137,1
CANARIAS	1,1	1,5	53,3%	1,4	2,1	76,2%	3,08	3,54	15,0%	32,0	42,5
CANTABRIA	1,4	1,3	9,4%	1,4	1,3	6,0%	2,56	2,48	-3,1%	98,7	94,9
CASTILLA - LA MANCHA	2,2	2,0	6,3%	2,0	1,9	12,3%	2,26	2,38	5,7%	53,1	49,3
CASTILLA - LEÓN	4,8	4,6	8,6%	4,7	4,4	9,5%	2,38	2,40	0,8%	101,7	96,3
CATALUÑA	18,3	18,8	18,1%	18,2	19,6	24,9%	2,46	2,60	5,8%	93,4	97,0
EXTREMADURA	1,6	1,6	15,0%	1,5	1,5	19,6%	2,33	2,42	4,1%	81,4	81,1
GALICIA	12,4	12,7	17,6%	11,7	10,9	7,9%	2,34	2,15	-8,2%	193,7	198,5
LA RIOJA	0,9	0,9	20,1%	0,8	0,8	14,1%	2,29	2,17	-5,0%	143,1	145,1
MADRID	16,1	14,3	2,6%	16,9	15,5	6,5%	2,60	2,70	3,8%	128,0	113,3
MURCIA	1,7	1,8	21,3%	1,6	1,8	29,7%	2,35	2,52	6,9%	59,5	65,4
NAVARRA	2,3	2,5	26,4%	2,4	2,3	11,8%	2,63	2,32	-11,5%	188,2	201,9
PAÍS VASCO	7,9	9,4	36,7%	7,9	7,9	15,5%	2,48	2,09	-15,5%	195,2	233,3
VALENCIA	8,7	8,1	7,1%	8,2	8,4	19,1%	2,34	2,60	11,2%	63,9	60,5

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

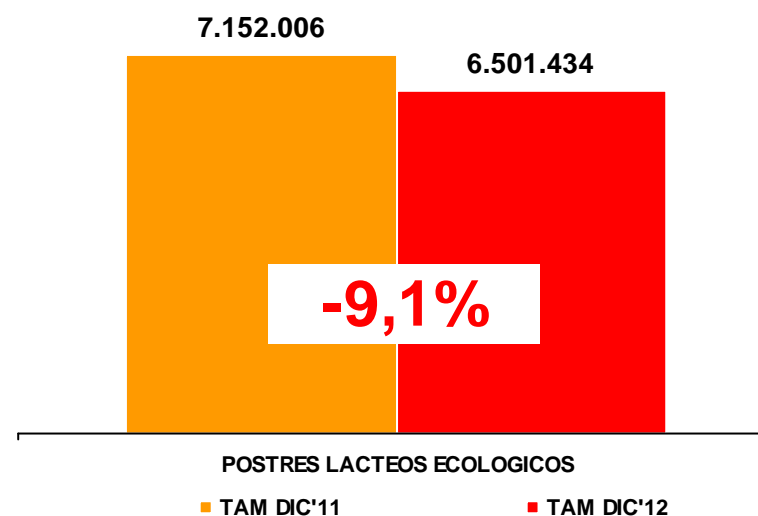
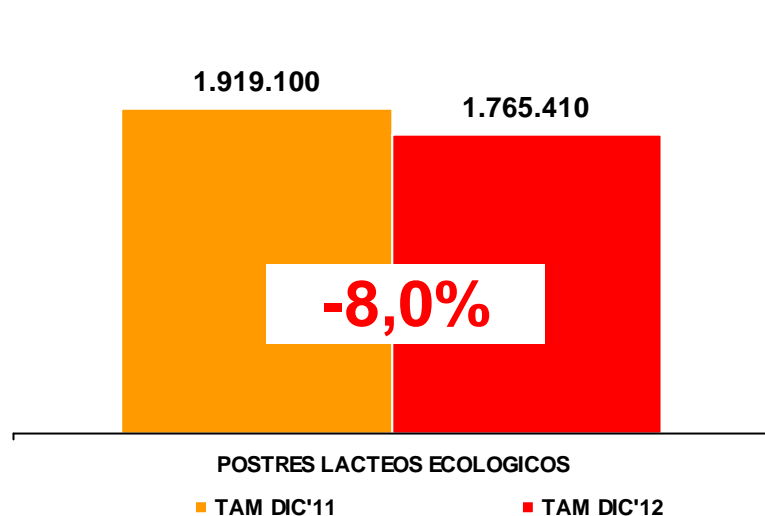
# Postres lácteos

# Postres lácteos

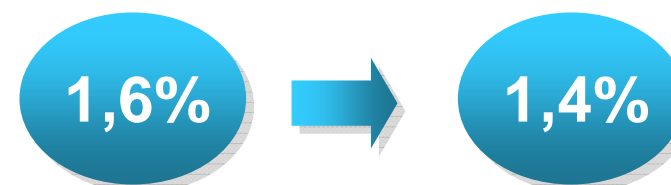
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.765.410 kg**

**Valor 6.501.434 €**



### Porcentaje sobre la categoría

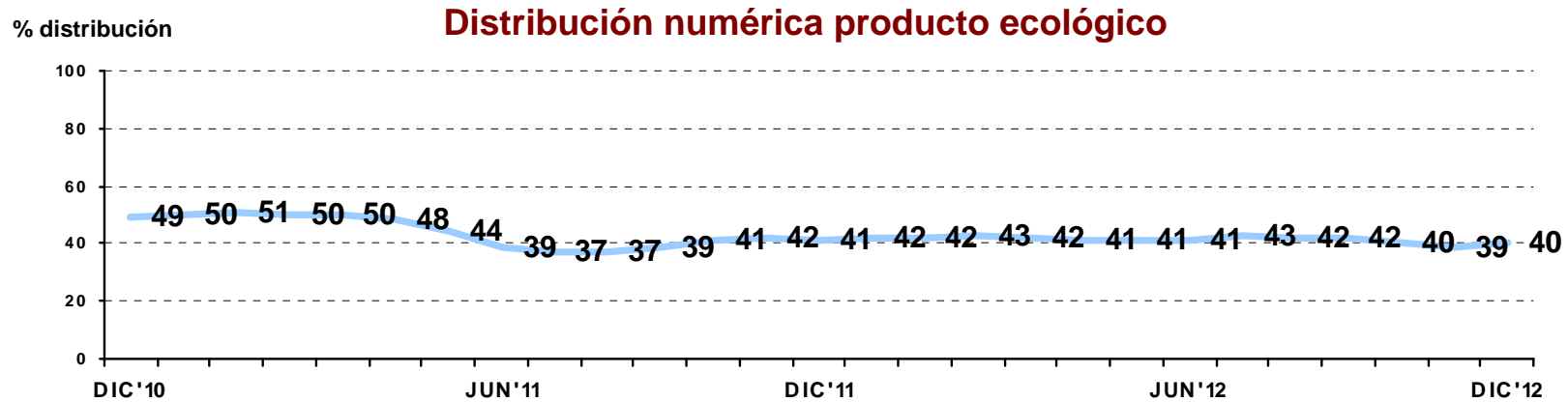


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

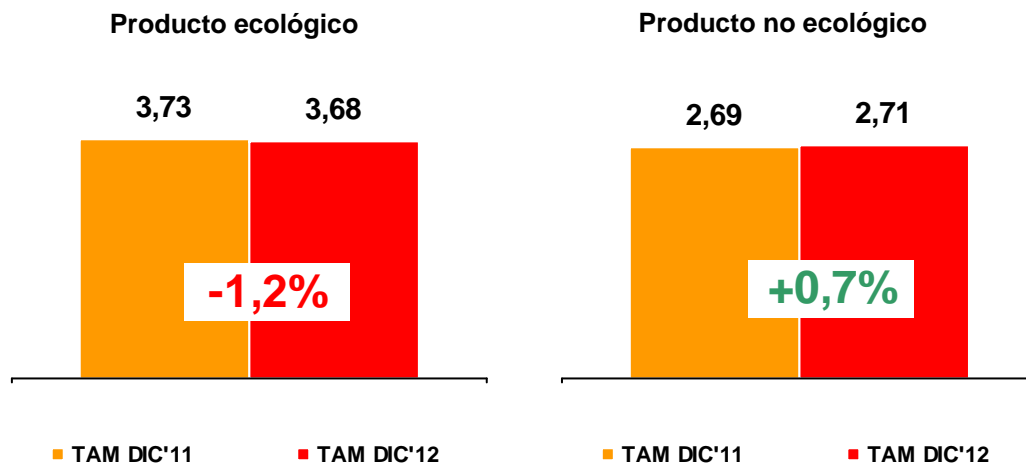
**Productos ecológicos**

# Postres lácteos

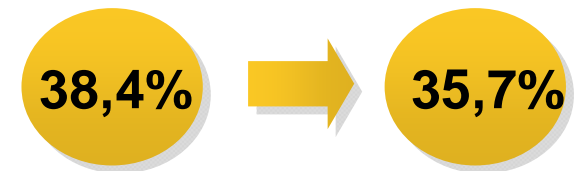
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio

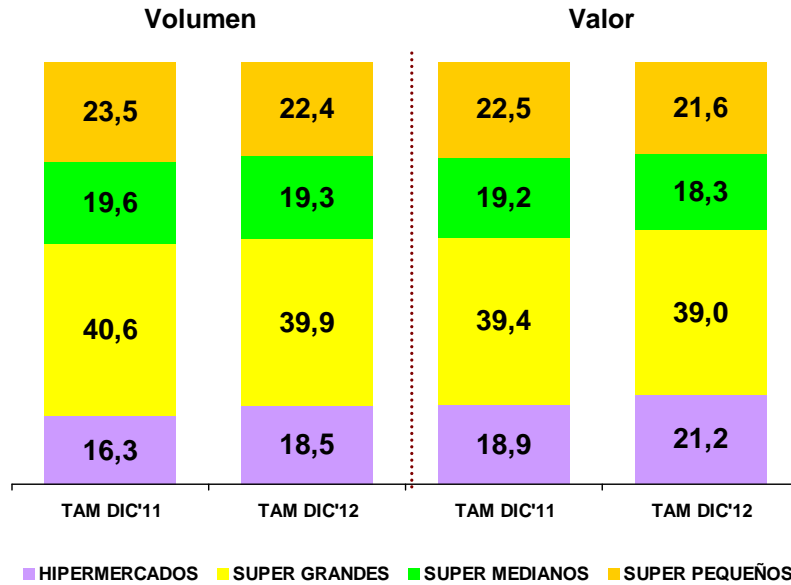


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

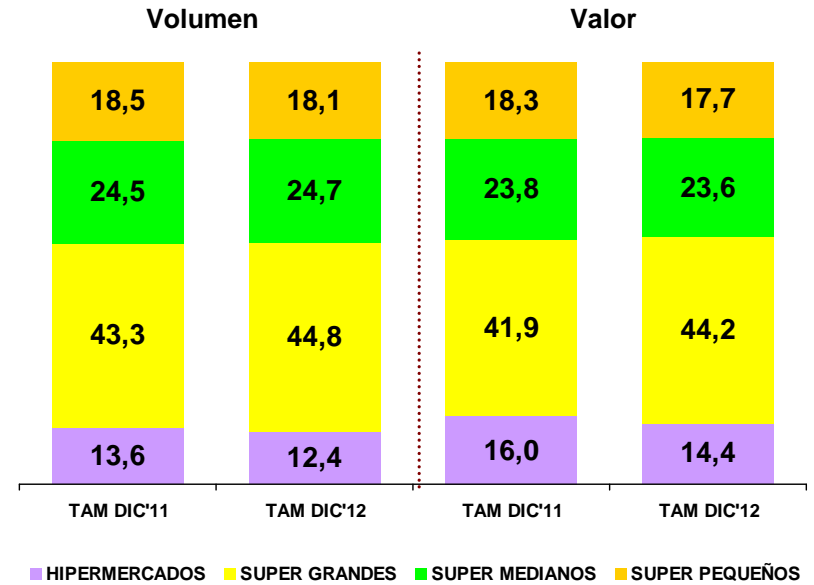
**Productos ecológicos**

# Postres lácteos Canales

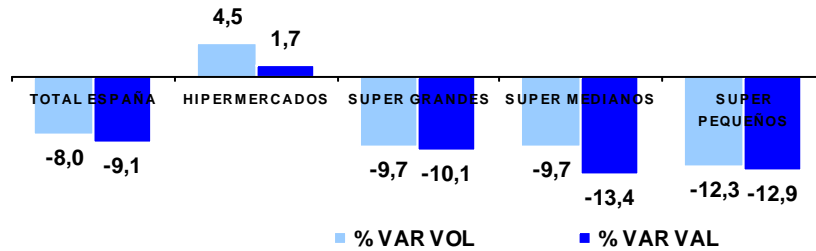
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



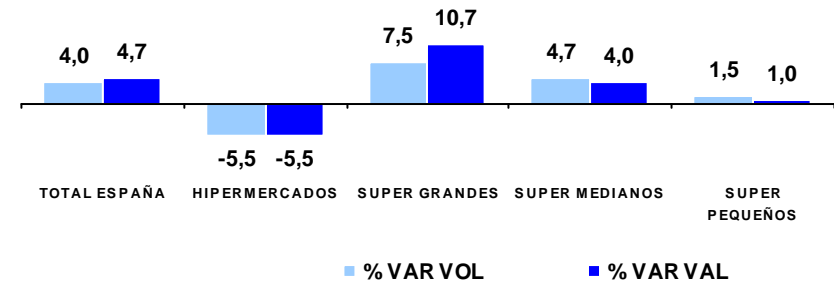
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

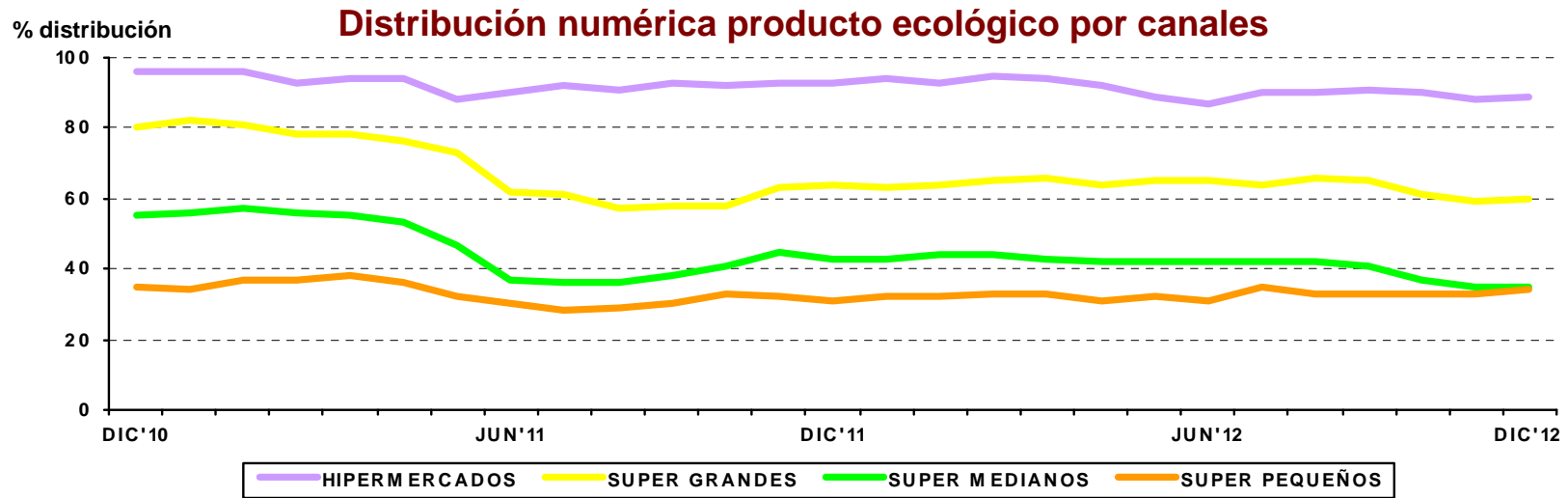


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

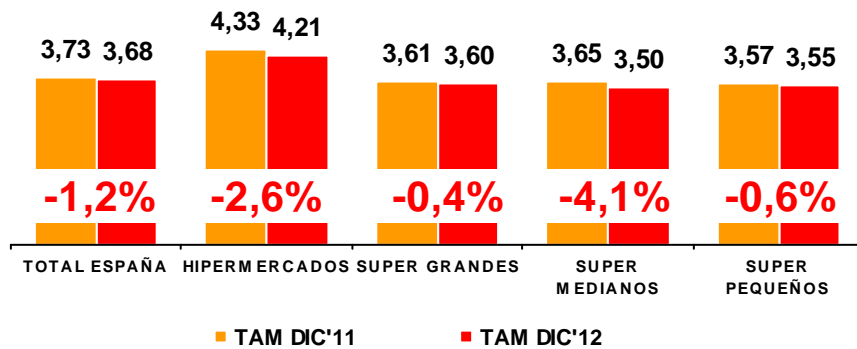
## Productos ecológicos

# Postres lácteos

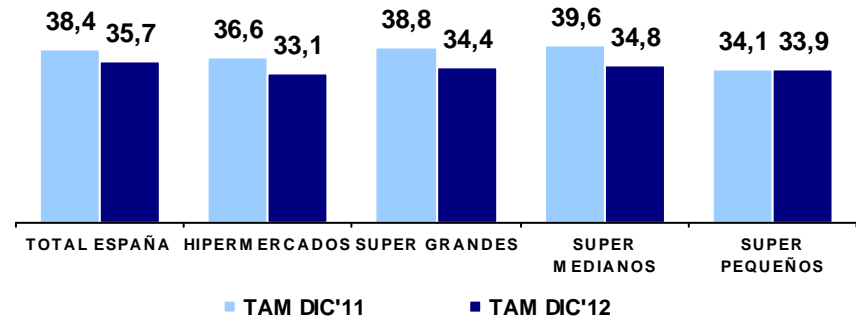
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**



# Postres lácteos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-8,0%	100,0	100,0	-9,1%	3,73	3,68	-1,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	14,5	14,0	-10,9%	13,9	13,5	-11,6%	3,57	3,54	-0,8%	70,8	68,4
ARAGÓN	3,6	3,8	-3,2%	3,5	3,8	-1,6%	3,59	3,65	1,7%	138,3	147,4
ASTURIAS	2,4	1,7	-35,5%	2,9	2,0	-37,1%	4,56	4,44	-2,5%	107,1	75,1
BALEARES	1,3	1,5	3,9%	1,4	1,5	1,0%	3,98	3,87	-2,8%	61,7	67,5
CANARIAS	1,9	1,8	-11,2%	2,1	2,0	-12,3%	4,20	4,15	-1,2%	37,1	35,5
CANTABRIA	2,0	1,7	-24,0%	2,7	2,2	-27,4%	4,95	4,73	-4,5%	127,7	106,6
CASTILLA - LA MANCHA	3,8	3,9	-7,0%	3,5	3,6	-6,1%	3,38	3,41	0,9%	84,6	87,3
CASTILLA - LEÓN	5,7	5,4	-11,7%	5,6	5,4	-11,8%	3,66	3,66	-0,1%	115,6	113,2
CATALUÑA	15,8	15,5	-9,7%	15,3	15,0	-10,8%	3,59	3,55	-1,2%	105,5	104,4
EXTREMADURA	1,8	1,7	-10,7%	1,7	1,6	-12,5%	3,51	3,44	-2,0%	71,9	68,2
GALICIA	6,4	6,0	-12,8%	6,8	6,5	-13,9%	4,01	3,96	-1,3%	117,1	110,8
LA RIOJA	0,8	0,9	-2,0%	0,8	0,9	-0,5%	3,57	3,63	1,5%	111,8	116,5
MADRID	12,8	13,4	-4,1%	14,0	14,4	-6,6%	4,06	3,96	-2,6%	105,8	113,8
MURCIA	4,0	3,3	-23,7%	3,8	3,1	-24,2%	3,49	3,47	-0,6%	133,2	112,4
NAVARRA	1,3	1,5	12,9%	1,3	1,7	13,9%	4,01	4,05	0,9%	80,2	98,7
PAÍS VASCO	5,5	5,5	-7,1%	6,2	6,3	-7,3%	4,21	4,20	-0,2%	101,9	104,0
VALENCIA	16,5	18,3	2,4%	14,7	16,6	2,9%	3,32	3,33	0,5%	151,4	159,7

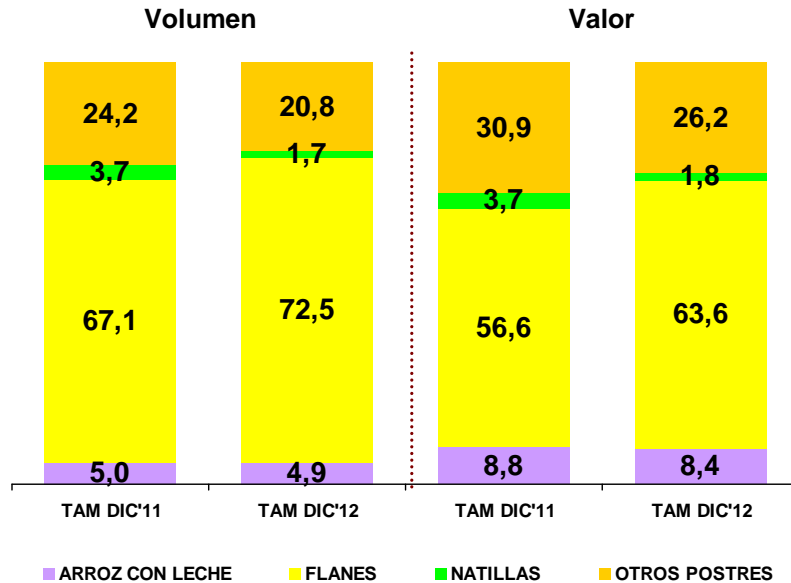
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

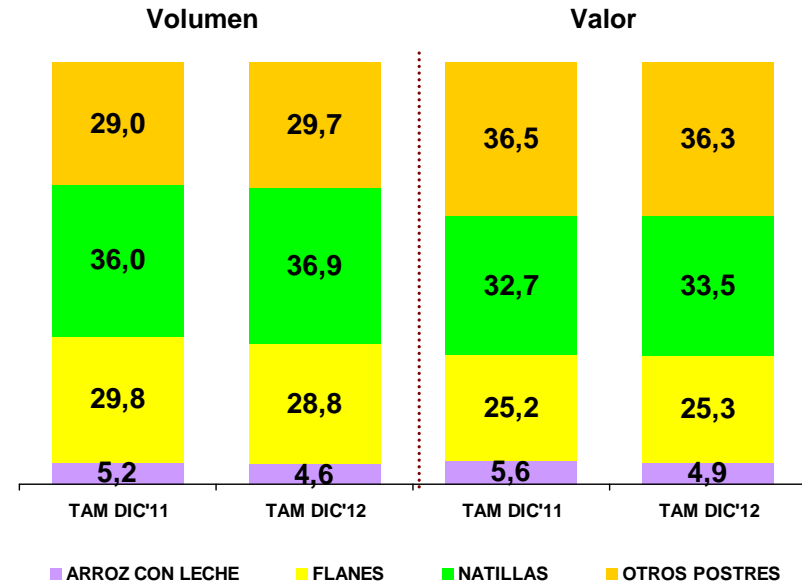
Productos ecológicos

# Postres lácteos Segmentos

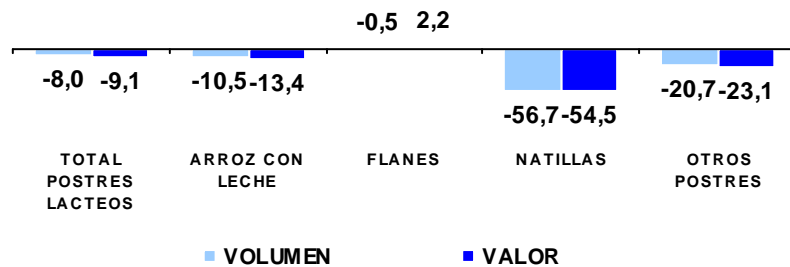
## Producto ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



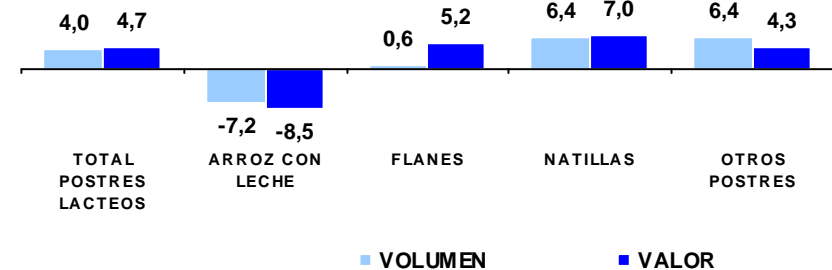
## Producto no ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



## Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



## Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

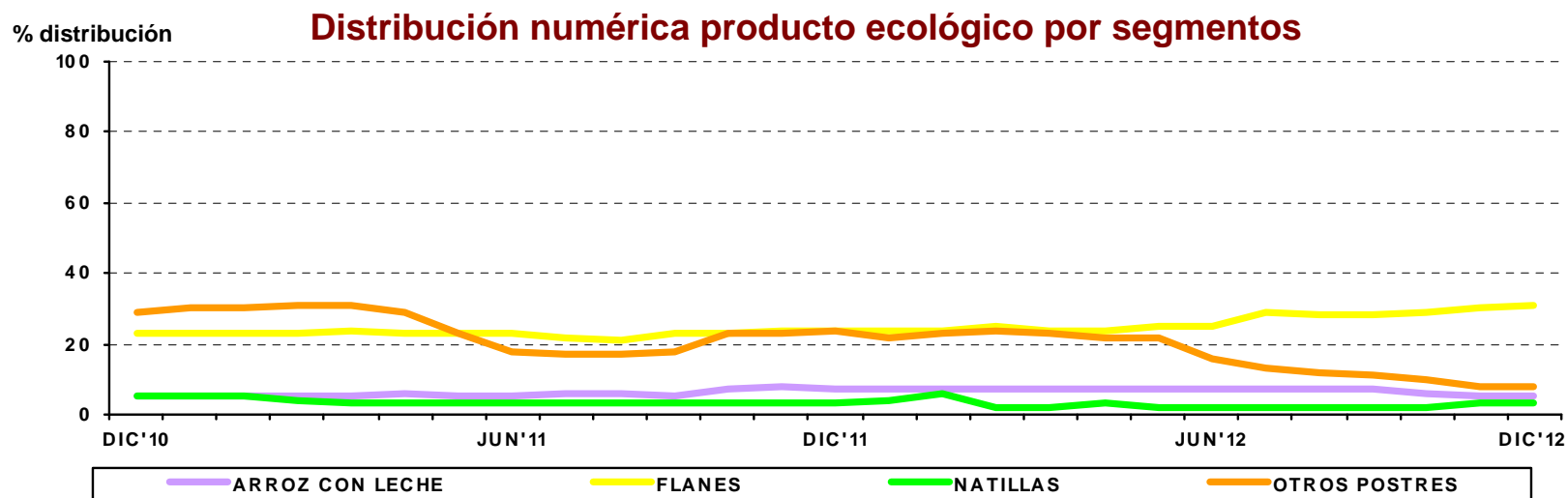


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

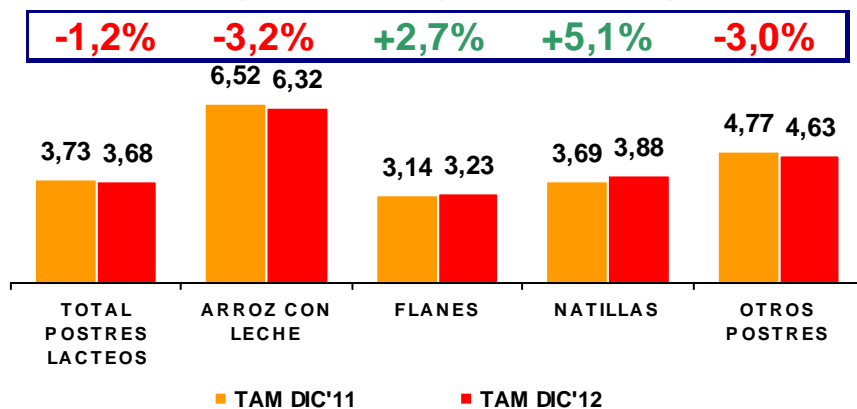
Productos ecológicos

# Postres lácteos

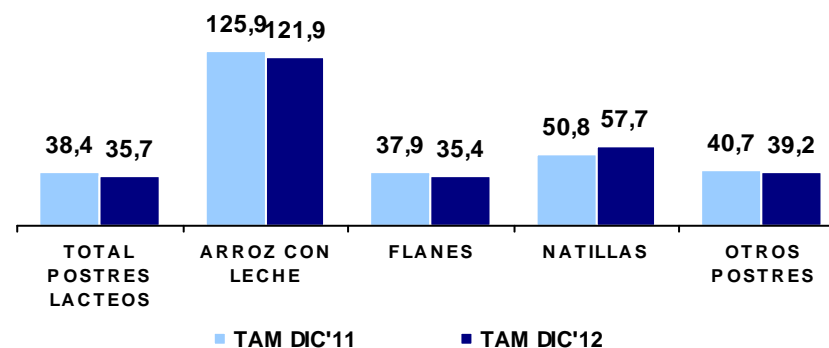
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**

---

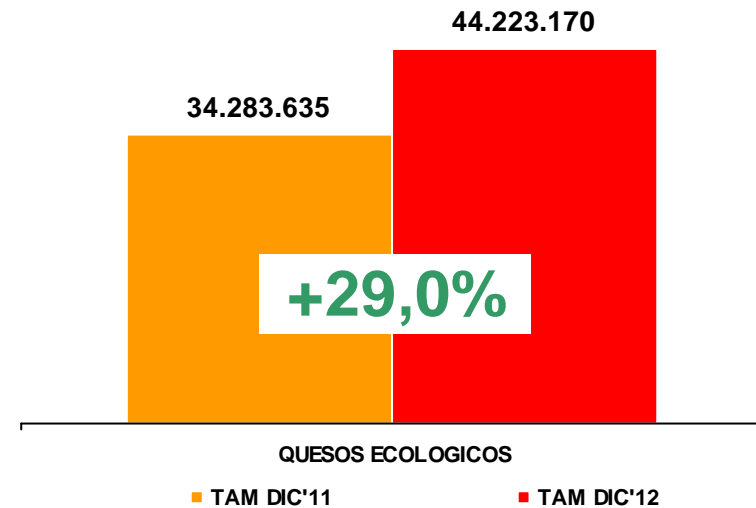
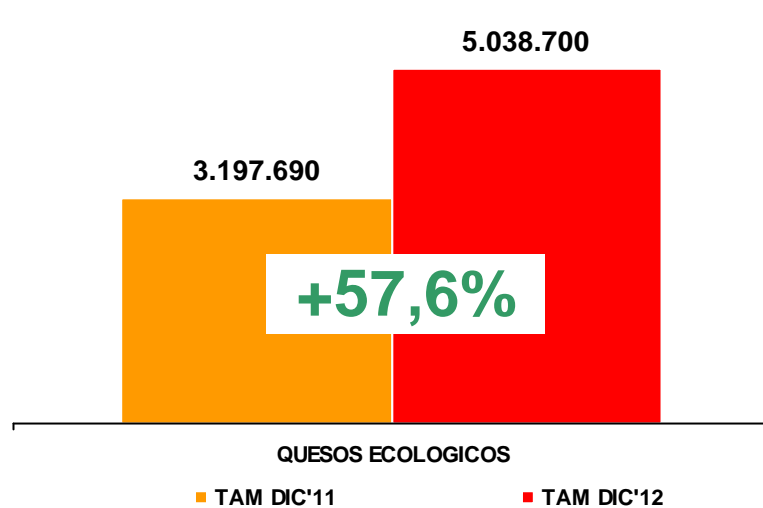
# **Quesos**

# Quesos

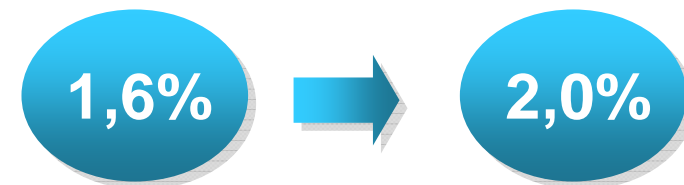
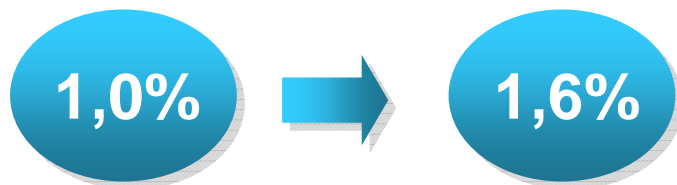
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 5.038.700 kg**

**Valor 44.223.170 €**



### Porcentaje sobre la categoría

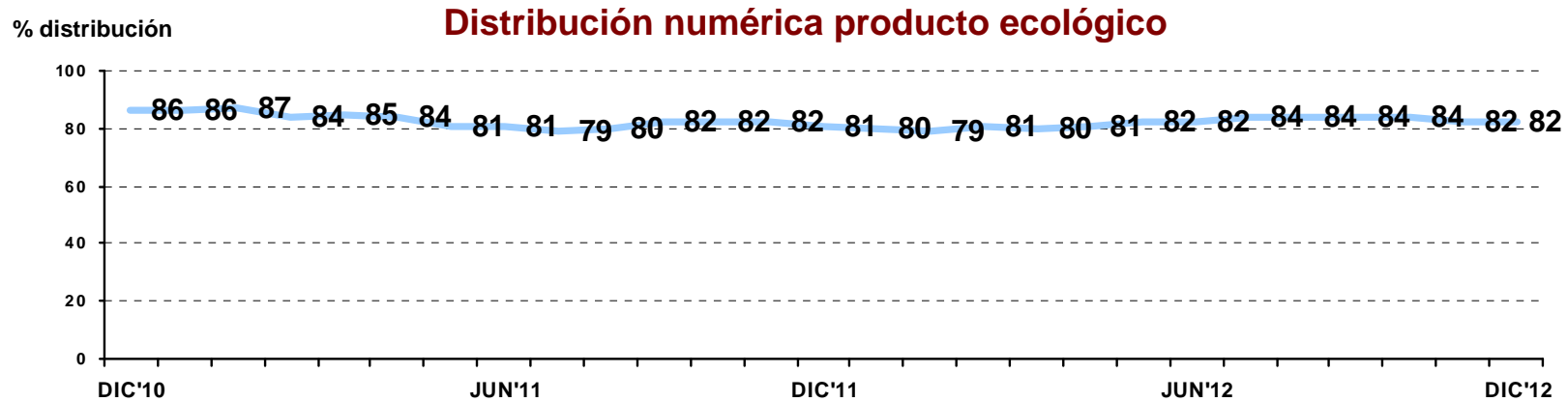


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

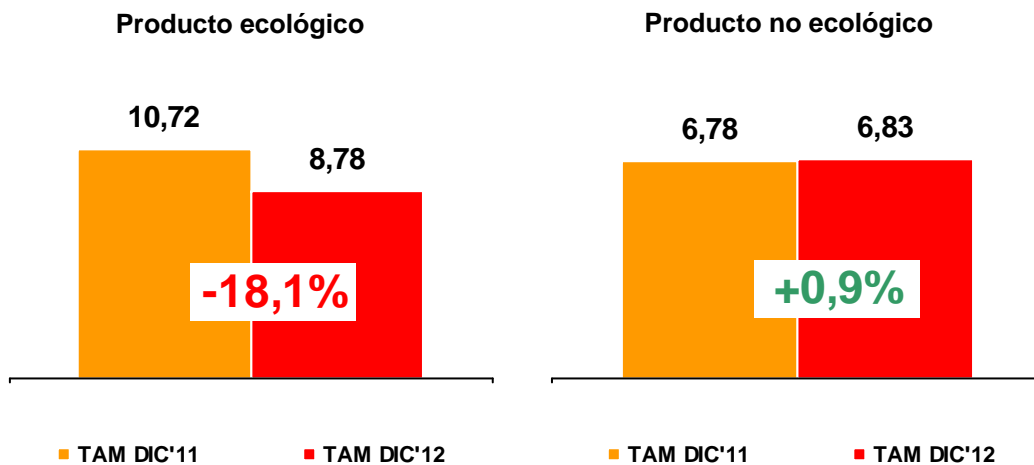
**Productos ecológicos**

# Quesos

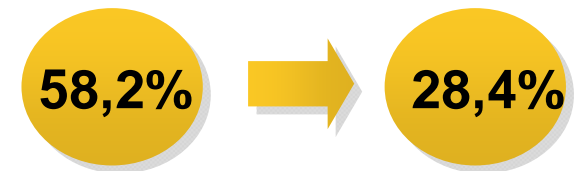
## Distribución y precios



### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico



### Evolución del diferencial de precio

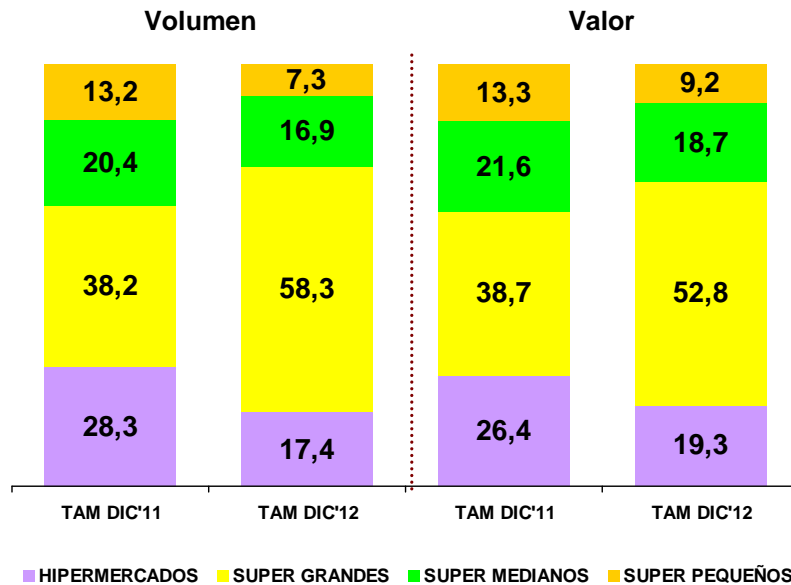


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

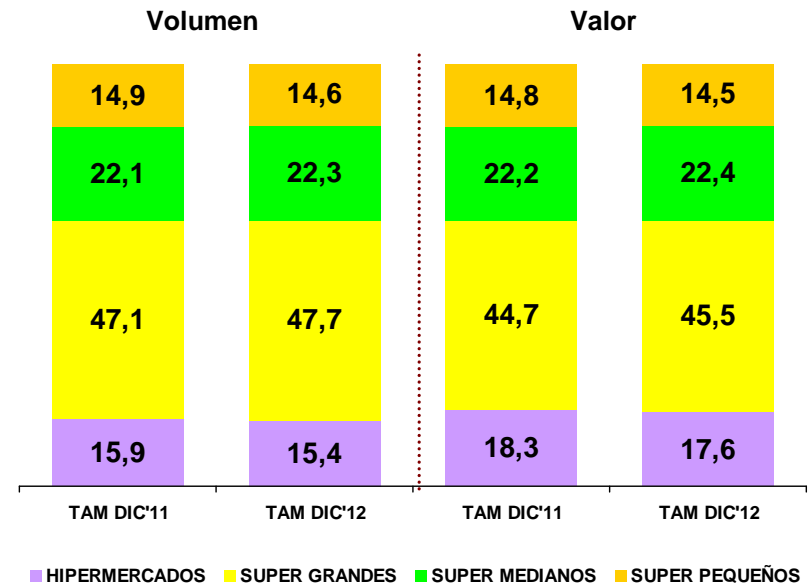
**Productos ecológicos**

# Quesos Canales

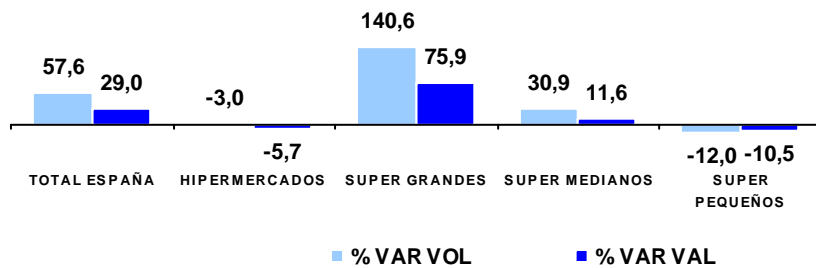
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



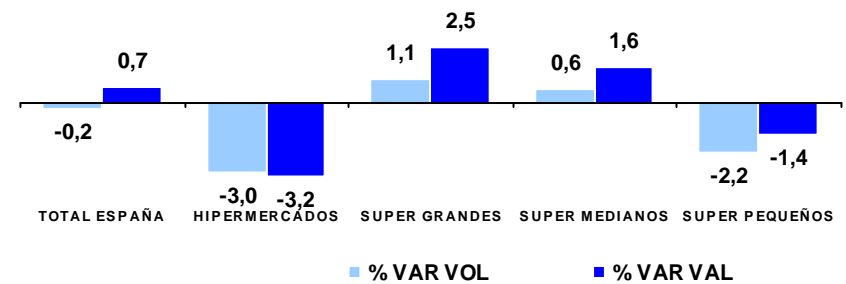
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

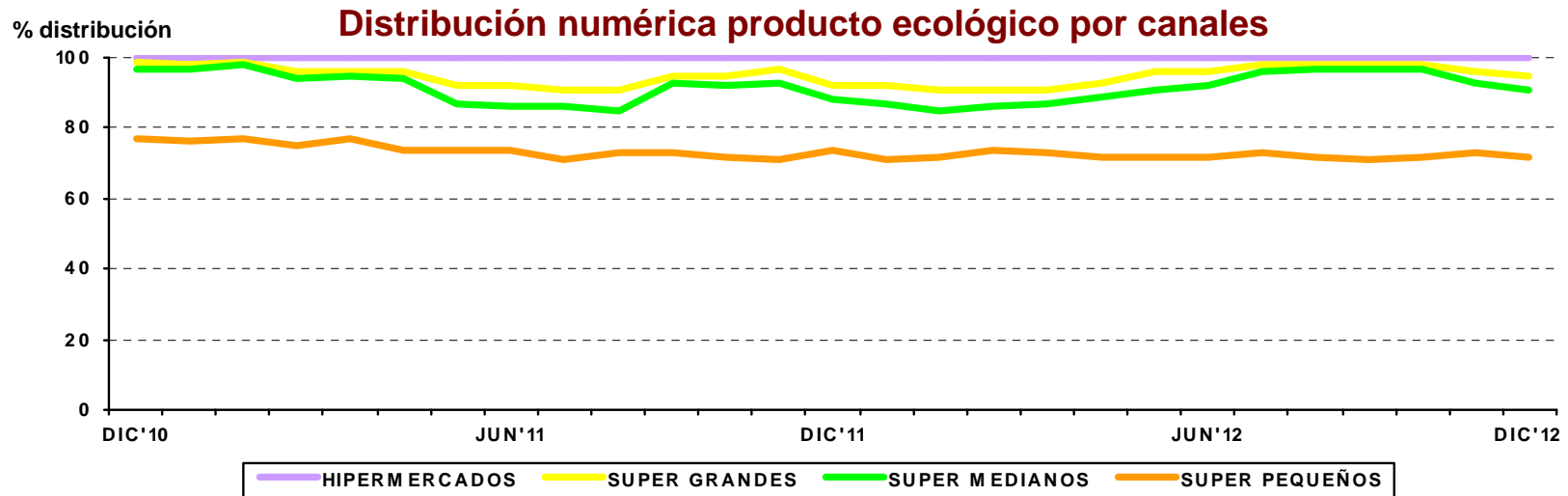


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

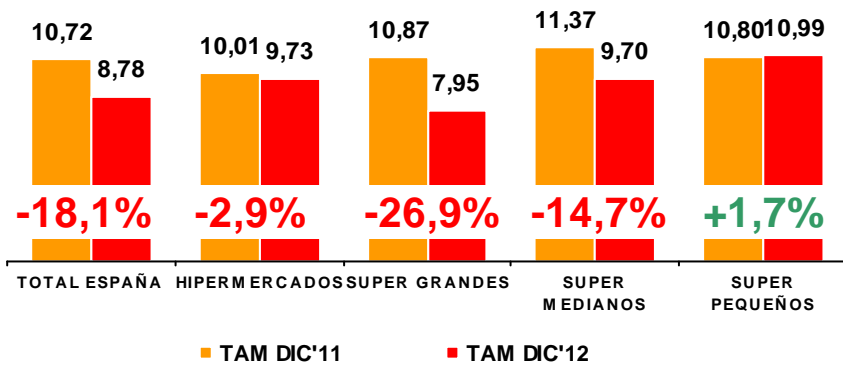
## Productos ecológicos

# Quesos

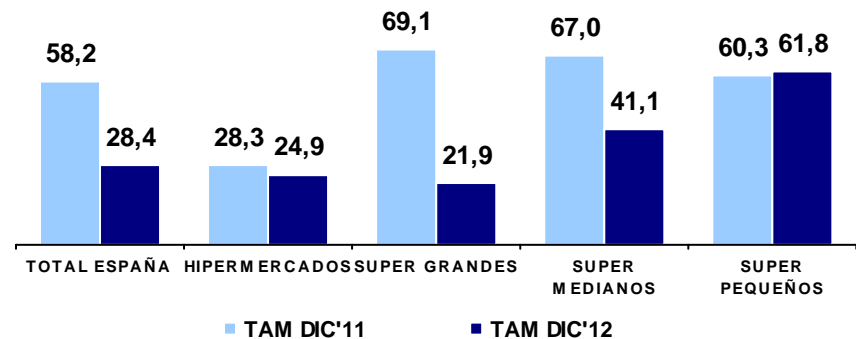
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

**Productos ecológicos**



# Quesos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VOL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR VAL	TAM DIC'11	TAM DIC'12	% VAR PRECIO	TAM DIC'11	TAM DIC'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	57,6%	100,0	100,0	29,0%	10,72	8,78	-18,1%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	16,6	17,4	65,0%	15,3	16,0	34,6%	9,89	8,07	-18,4%	92,3	97,2
ARAGÓN	2,9	2,7	49,5%	3,0	3,0	27,8%	11,38	9,73	-14,5%	116,3	110,8
ASTURIAS	1,7	1,3	18,6%	1,7	1,5	9,8%	10,75	9,96	-7,4%	66,0	50,1
BALEARES	3,2	2,8	37,9%	3,5	3,4	23,5%	11,95	10,71	-10,4%	119,0	99,3
CANARIAS	2,8	2,3	31,9%	2,9	2,6	16,2%	11,13	9,81	-11,9%	52,2	42,7
CANTABRIA	1,5	1,1	16,7%	1,3	1,1	6,9%	9,94	9,10	-8,4%	100,1	73,4
CASTILLA - LA MANCHA	2,8	3,0	65,5%	2,6	2,8	36,7%	9,93	8,21	-17,4%	78,1	83,8
CASTILLA - LEÓN	3,8	3,3	36,7%	3,5	3,3	21,9%	9,91	8,84	-10,8%	80,5	69,7
CATALUÑA	21,5	22,6	65,1%	23,9	23,5	26,6%	11,90	9,13	-23,3%	138,4	146,9
EXTREMADURA	1,7	1,4	30,0%	1,6	1,3	4,7%	9,62	7,75	-19,5%	77,2	62,7
GALICIA	4,6	3,0	3,0%	4,2	3,1	-5,2%	9,86	9,08	-7,9%	68,2	43,9
LA RIOJA	0,7	0,5	26,7%	0,7	0,6	18,4%	10,67	9,98	-6,5%	94,6	72,1
MADRID	15,9	12,8	27,5%	16,1	14,3	15,0%	10,87	9,80	-9,9%	121,6	98,0
MURCIA	2,5	4,1	151,1%	2,3	3,4	90,8%	9,81	7,46	-24,0%	82,7	137,7
NAVARRA	1,6	1,0	-5,7%	1,7	1,3	-7,6%	11,52	11,30	-2,0%	143,1	81,4
PAÍS VASCO	4,7	2,9	-2,3%	4,7	3,7	-0,4%	10,75	10,95	1,9%	122,3	74,0
VALENCIA	11,4	17,8	145,2%	10,7	15,1	82,5%	10,05	7,48	-25,6%	89,9	141,4

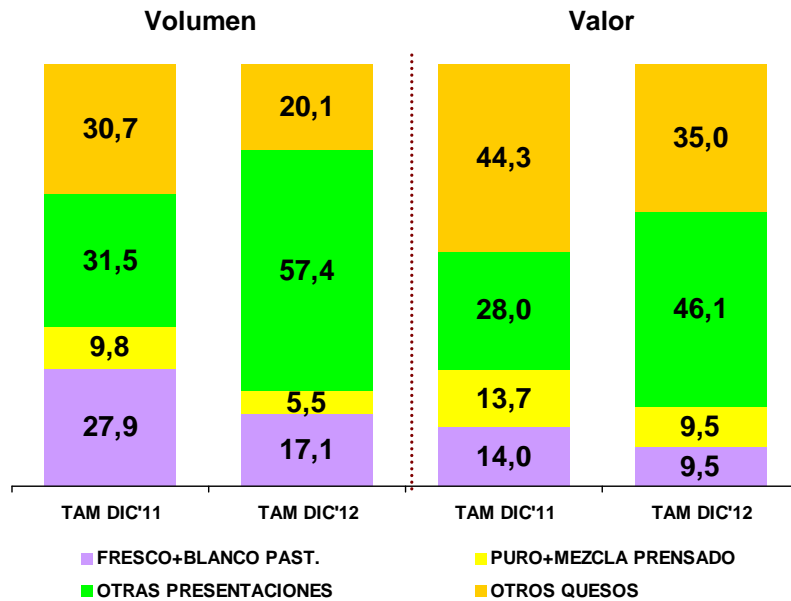
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S52'12 (30/12/12)

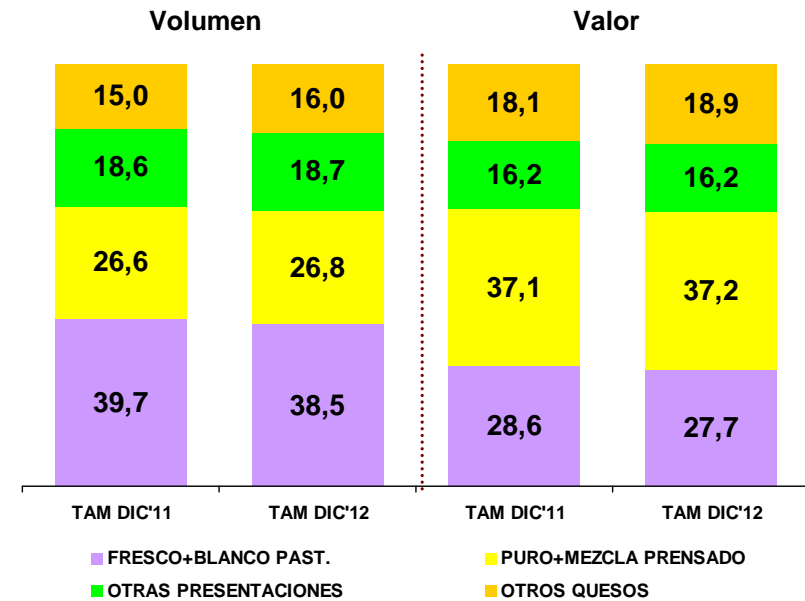
## Productos ecológicos

# Quesos Segmentos

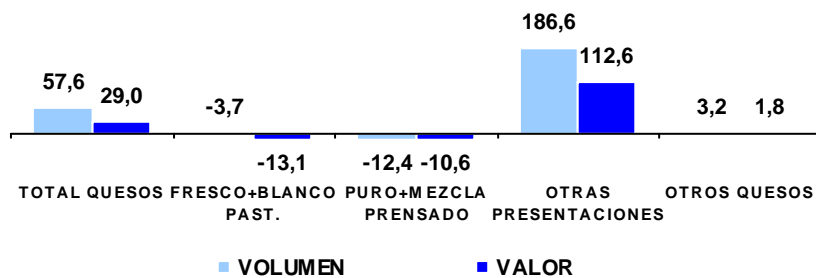
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



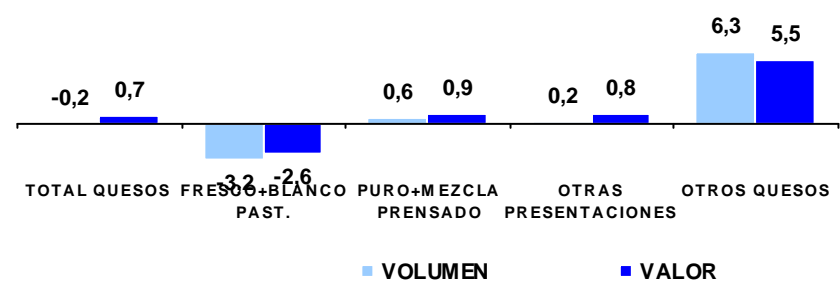
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

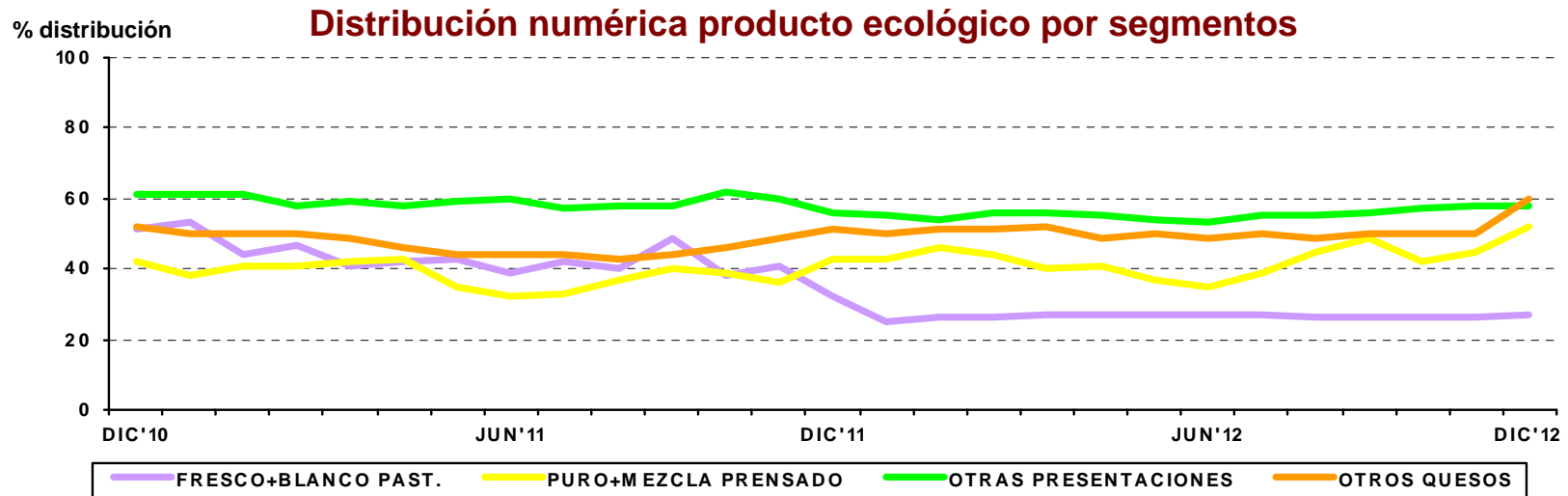


Datos TAM S52'12 (30/12/12)

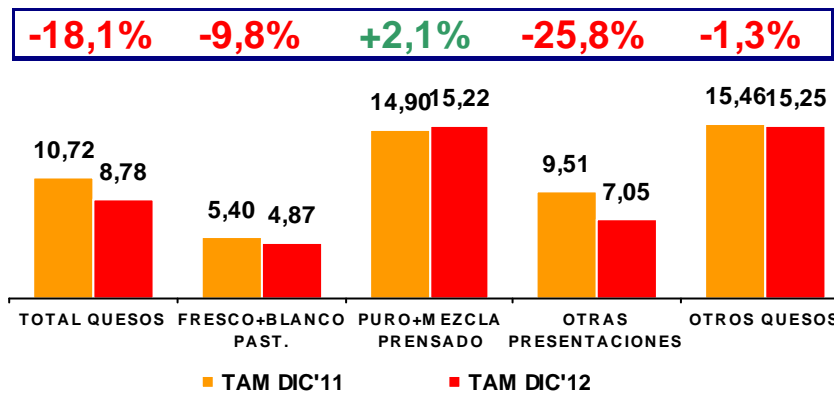
## Productos ecológicos

# Quesos

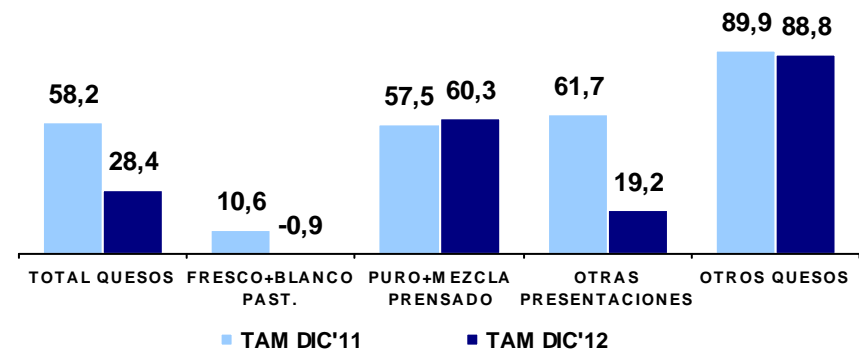
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



Datos TAM S52'12 (30/12/12)

Productos ecológicos

# **Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentaria en España (2º semestre 2012)**

**Evolución del mercado de Productos Ecológicos**  
(Evolución de las categorías en los establecimientos en régimen de libreservicio >100 m2)

**Información cerrada a Diciembre de 2012**



**Madrid, 2013**