

# **Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentaria en España (1º semestre 2013)**

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

**Información cerrada a Junio de 2013**



**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: 280-13-230-6

**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 26'13, que cierra el día 30 de junio de 2013.

# 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 Junio'12: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Julio 2011 y Junio de 2012, ambos incluidos.
  - TAM Junio'13: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Julio de 2012 y Junio de 2013, 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 JUN'12	TAM JUN'13		TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	18.817	19.003	1,0	100,0	100,0
HIPERMERCADOS	439	434	-1,1	2,3	2,3
SUPERMERCADOS 1000-2499 M2	3.259	3.376	3,6	17,3	17,8
SUPERMERCADOS 400-999 M2	5.079	5.104	0,5	27,0	26,9
SUPERMERCADOS 1000-399 M2	10.040	10.089	0,5	53,4	53,1
TOTAL ESPAÑA	18.817	19.003	1,0	100,0	100,0
ANDALUCÍA	3.425	3.428	0,1	18,2	18,0
ARAGÓN	715	709	-0,8	3,8	3,7
ASTURIAS	477	477	0,0	2,5	2,5
BALEARES	521	534	2,5	2,8	2,8
CANARIAS	904	892	-1,3	4,8	4,7
CANTABRIA	321	329	2,5	1,7	1,7
CASTILLA - LA MANCHA	869	893	2,8	4,6	4,7
CASTILLA - LEÓN	1.033	1.048	1,5	5,5	5,5
CATALUÑA	3.577	3.654	2,2	19,0	19,2
EXTREMADURA	475	481	1,3	2,5	2,5
GALICIA	1.340	1.341	0,1	7,1	7,1
LA RIOJA	137	141	2,9	0,7	0,7
MADRID	1.658	1.674	1,0	8,8	8,8
MURCIA	428	443	3,5	2,3	2,3
NAVARRA	338	336	-0,6	1,8	1,8
PAÍS VASCO	759	769	1,3	4,0	4,0
VALENCIA	1.840	1.854	0,8	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.

---

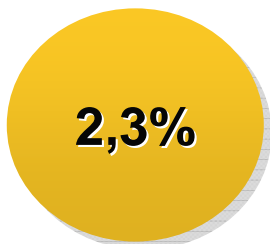
## FACTURACIÓN TOTAL DEL SEGMENTO ECOLÓGICO – TAM JUN'12

**331,9 millones €**

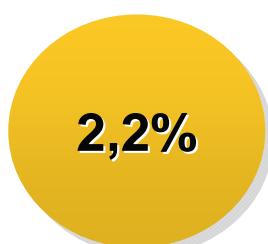
## PESO SOBRE EL TOTAL MERCADO ANALIZADO

**Volumen**

TAM JUN'21



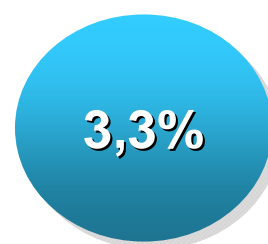
TAM JUN'13



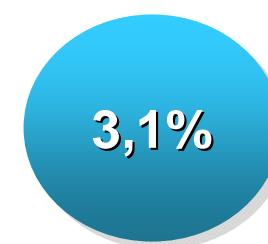
**Variación ventas -4,3%** (No eco +0,9%)

**Valor**

TAM JUN'12



TAM JUN'13



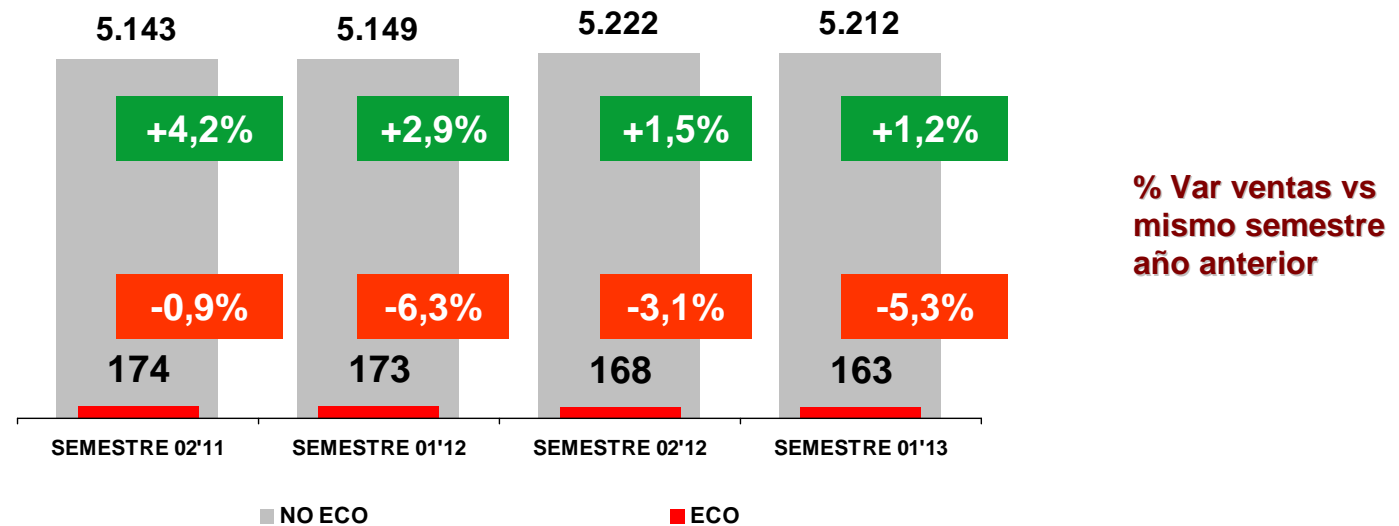
**Variación ventas -4,2%** (No eco +1,4%)

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

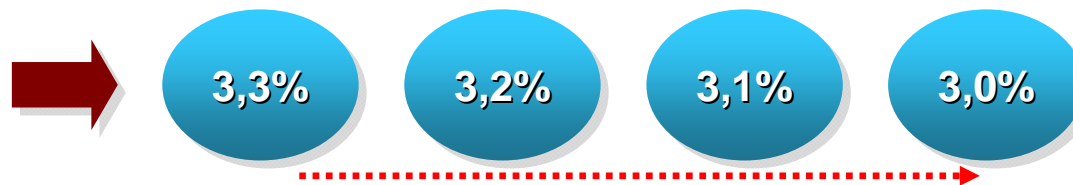
**Productos ecológicos**

Si se analiza de manera semestral se observa como la pérdida de importancia del segmento es paulatina.

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



% Peso del segmento eco. Valor

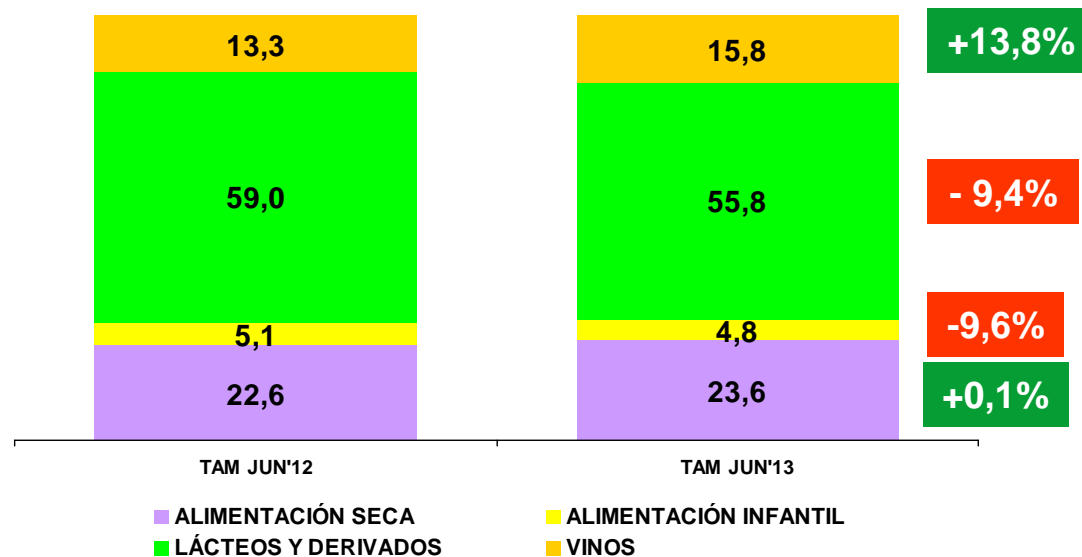


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

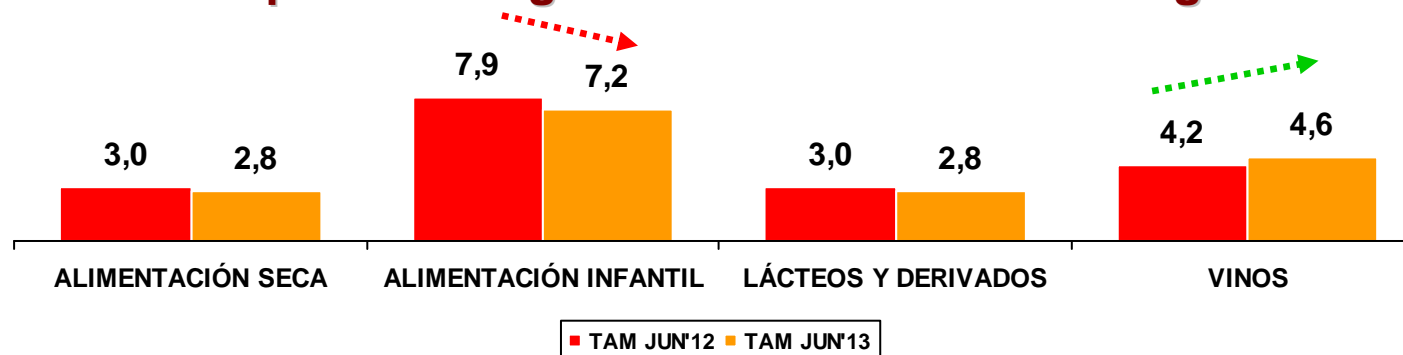
Productos ecológicos

Por categorías, el segmento únicamente gana peso en los vinos (D.O.P)

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



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

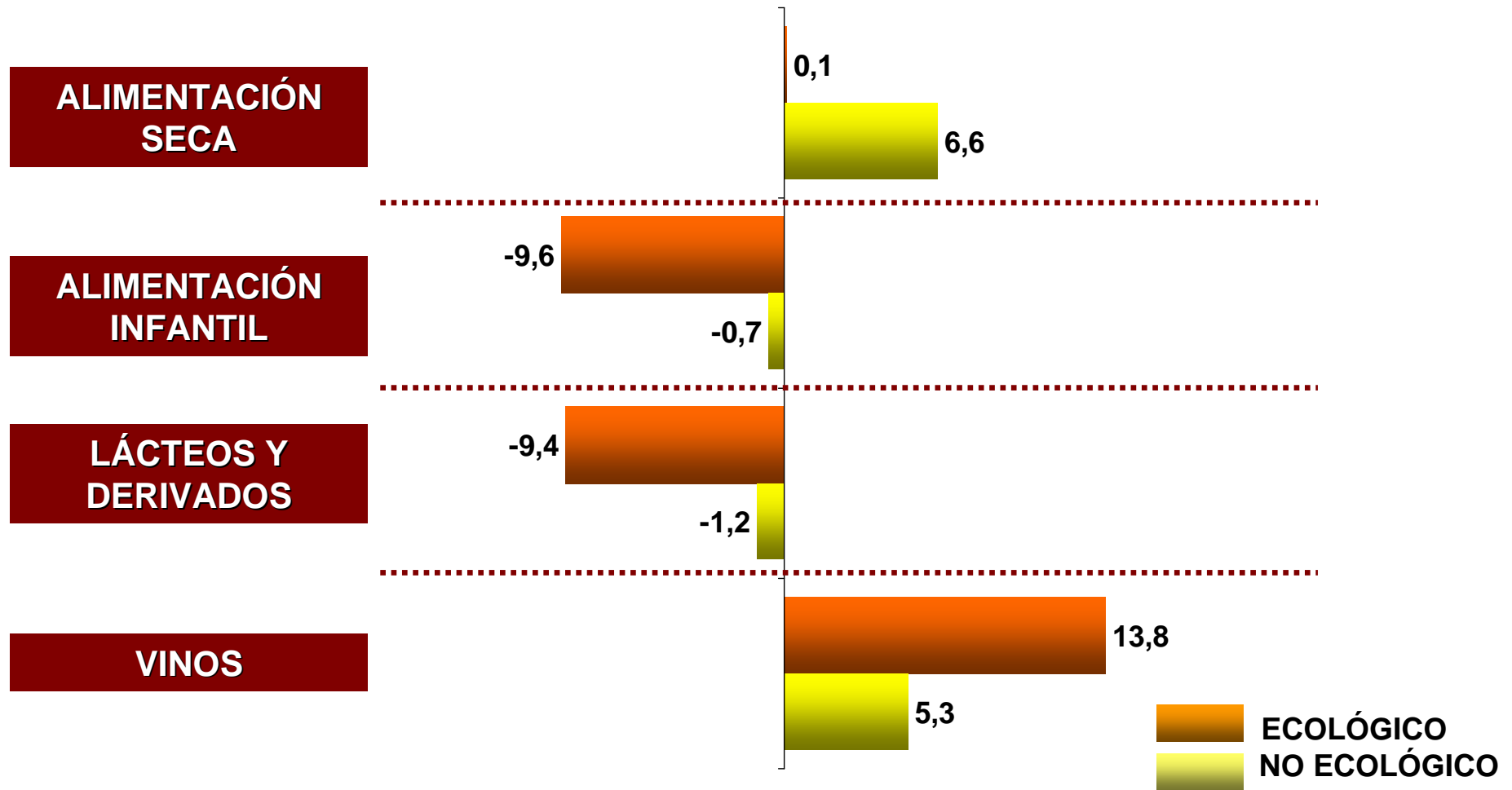


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

La evolución de la gama ecológica en alimentación infantil y en lácteos es muy negativa.

**Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico.  
TAM JUN'13 vs. TAM JUN'12. Valor (%)**



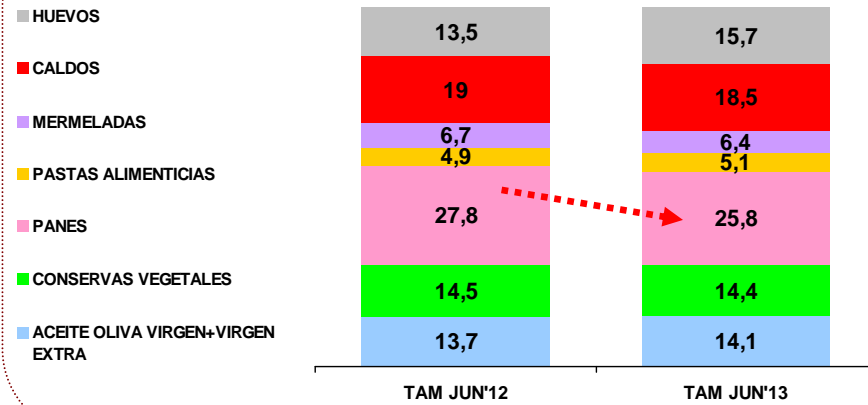
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

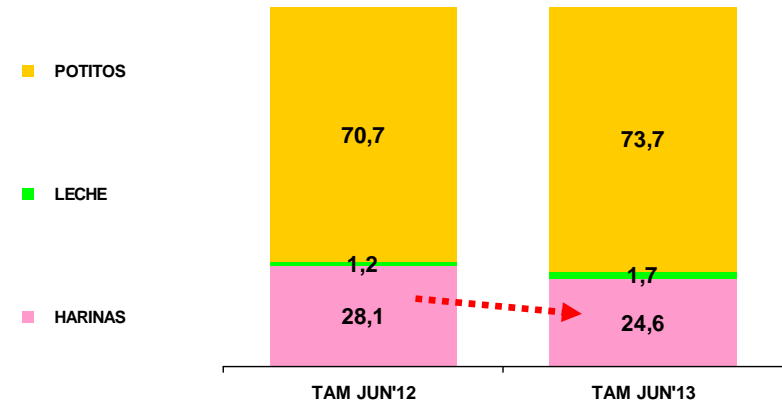
# Panes, que venían ganando terreno en alimentación, pierden peso. Los quesos evolucionan de manera importante.

Peso de los productos/familias dentro de cada categoría. TAM JUN'13 vs TAM JUN'12. Valor (%)

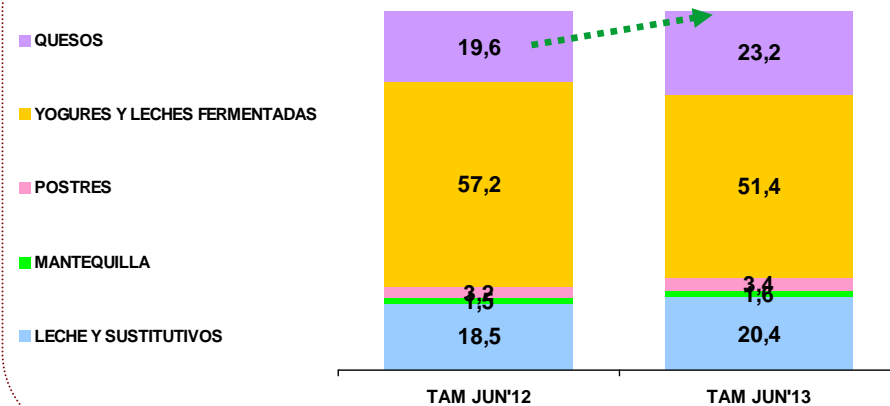
## ALIMENTACIÓN SECA. % ventas por productos. Valor



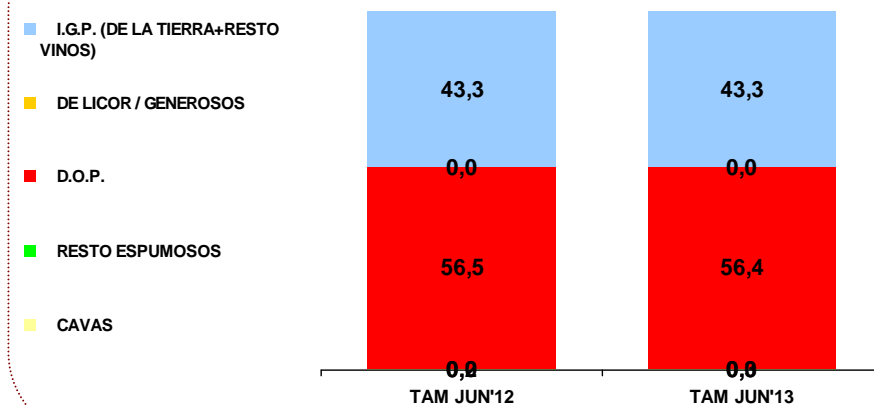
## ALIMENTACIÓN INFANTIL. % ventas por familia. Valor



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



## VINOS. % ventas por familia. Valor



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos

El pan envasado y los quesos marcan los mayores crecimientos en ventas.

**Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico.  
TAM JUN'13 vs. TAM JUN'12. % variación de las ventas (valor)**

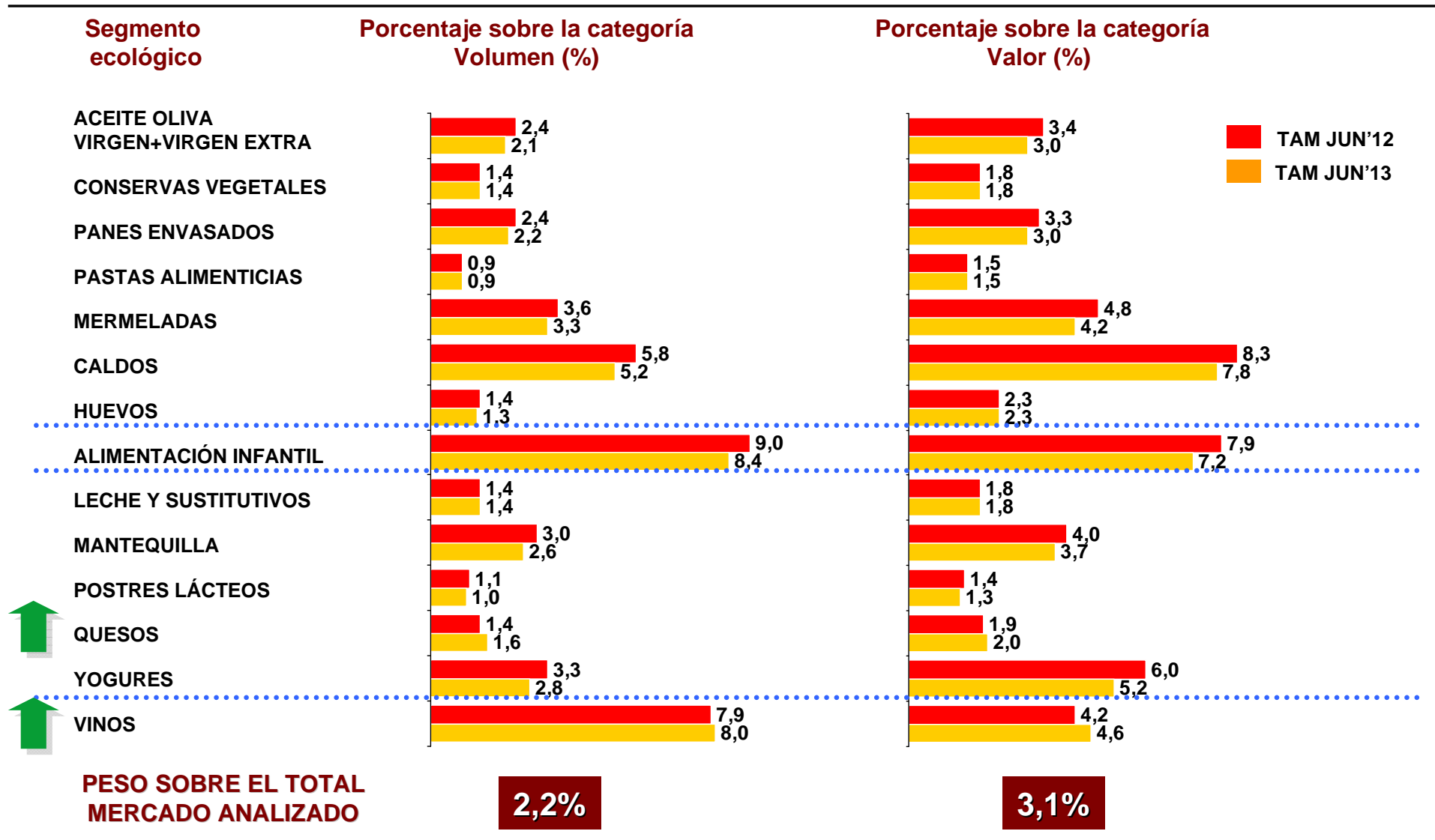
CATEGORÍA	VOLUMEN		VALOR	
	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO
ACEITE OLIVA VIRGEN+VIRGEN EXTRA	-10,3	1,9	3,1	14,7
CONSERVAS VEGETALES	-0,8	-1,0	-0,5	1,3
PANES	-2,8	3,3	-7,1	2,2
PASTAS ALIMENTICIAS	6,7	5,3	5,0	4,8
MERMELADAS	-4,1	5,7	-4,1	8,1
CALDOS	-6,9	4,8	-2,6	4,4
HUEVOS	-2,3	3,1	16,5	16,1
ALIMENTACIÓN INFANTIL	-9,6	-1,8	-9,6	-0,7
LECHE	-0,7	1,3	0,1	0,6
MANTEQUILLA	-4,6	11,3	-1,1	9,4
POSTRES LÁCTEOS	-2,1	4,7	-4,7	2,1
QUESOS	17,3	0,4	6,9	0,3
YOGURES	-18,3	-2,8	-18,6	-6,2
VINOS	0,5	-1,4	13,8	5,3

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Quesos y vinos son las únicas familias que presentan una mejor evolución en la gama ecológica.

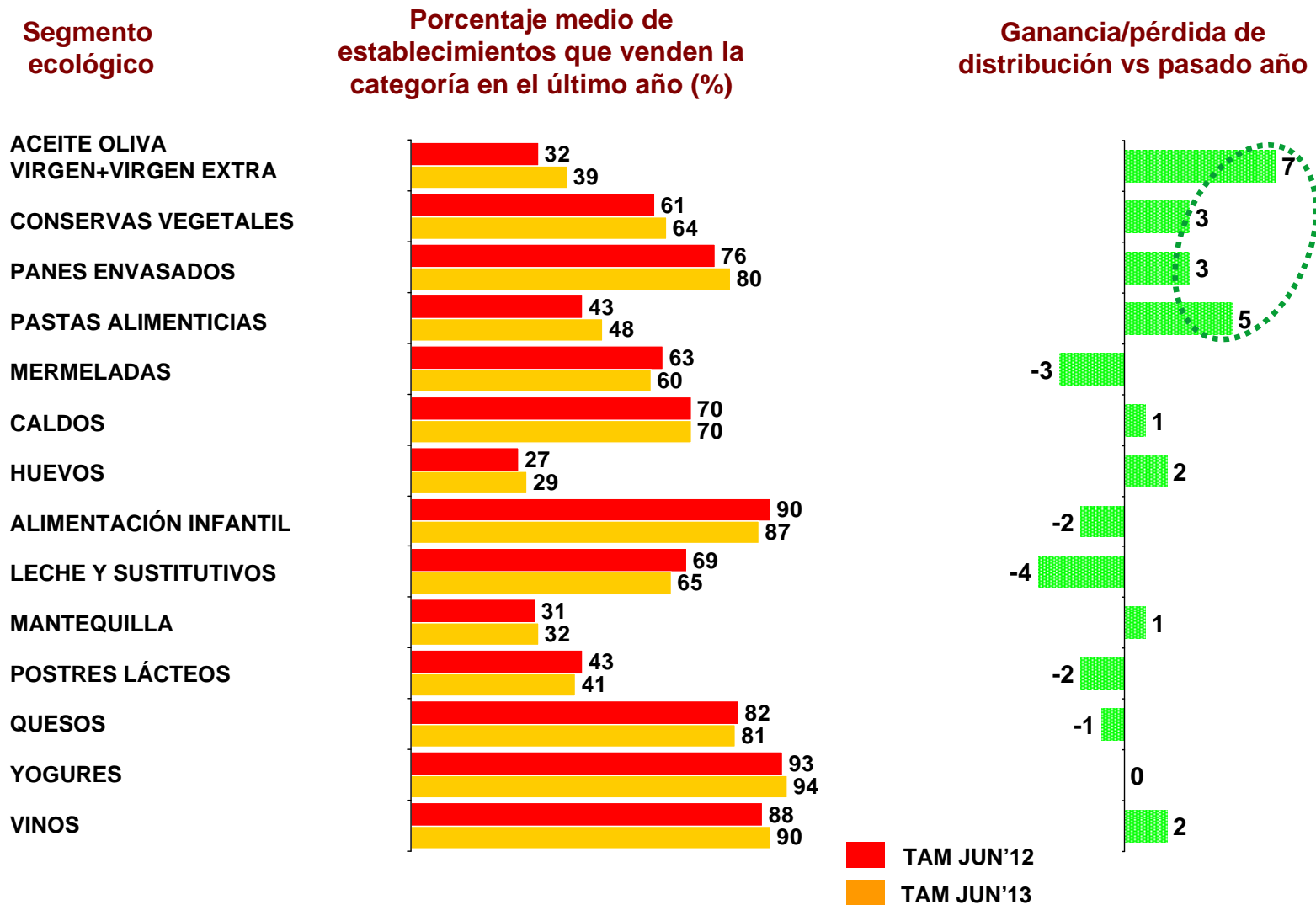


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos



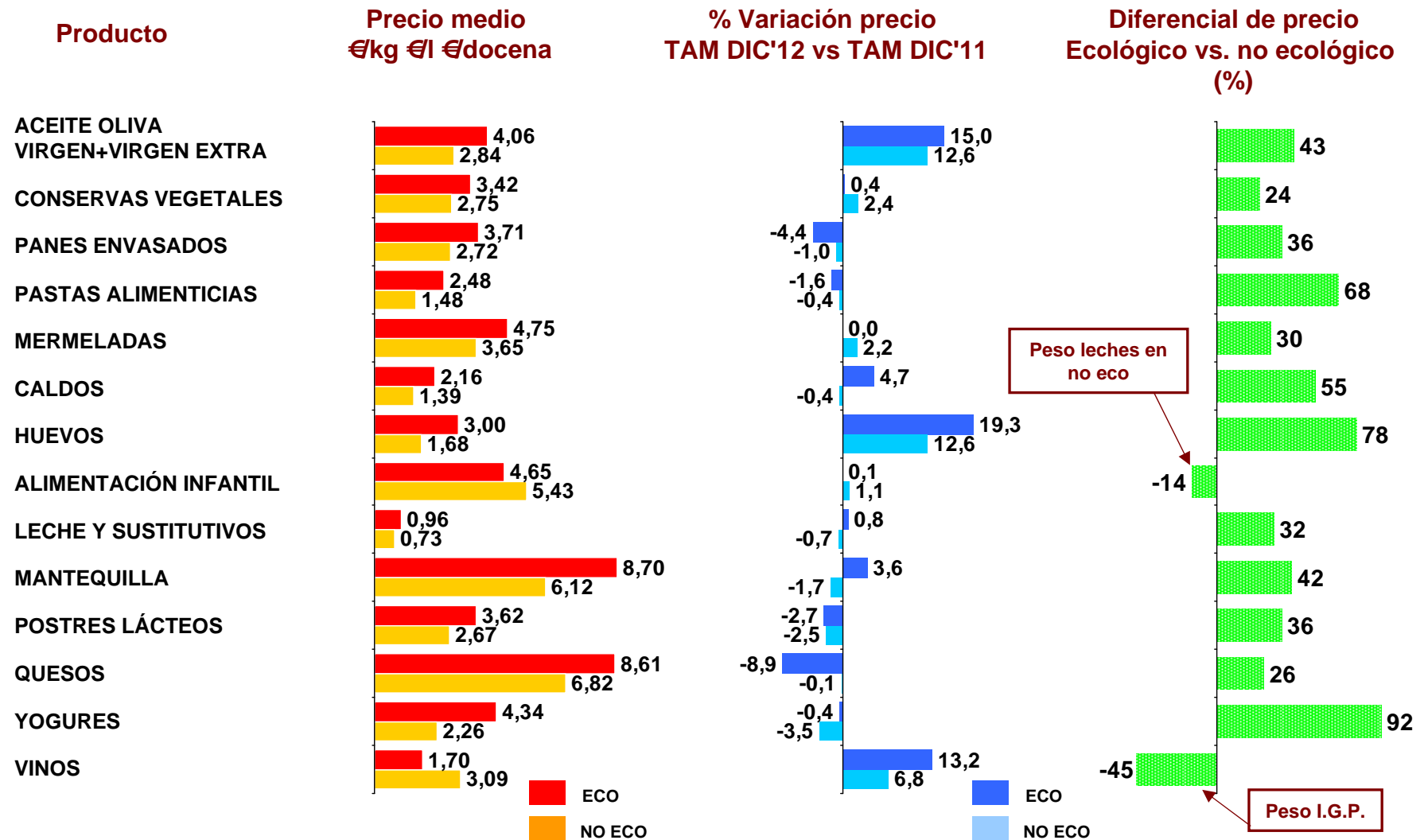
Las mayores ganancias de puntos de venta se dan en aceite, pastas , conservas y panes. Los huevos todavía tienen niveles de distribución muy reducidos.



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos

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



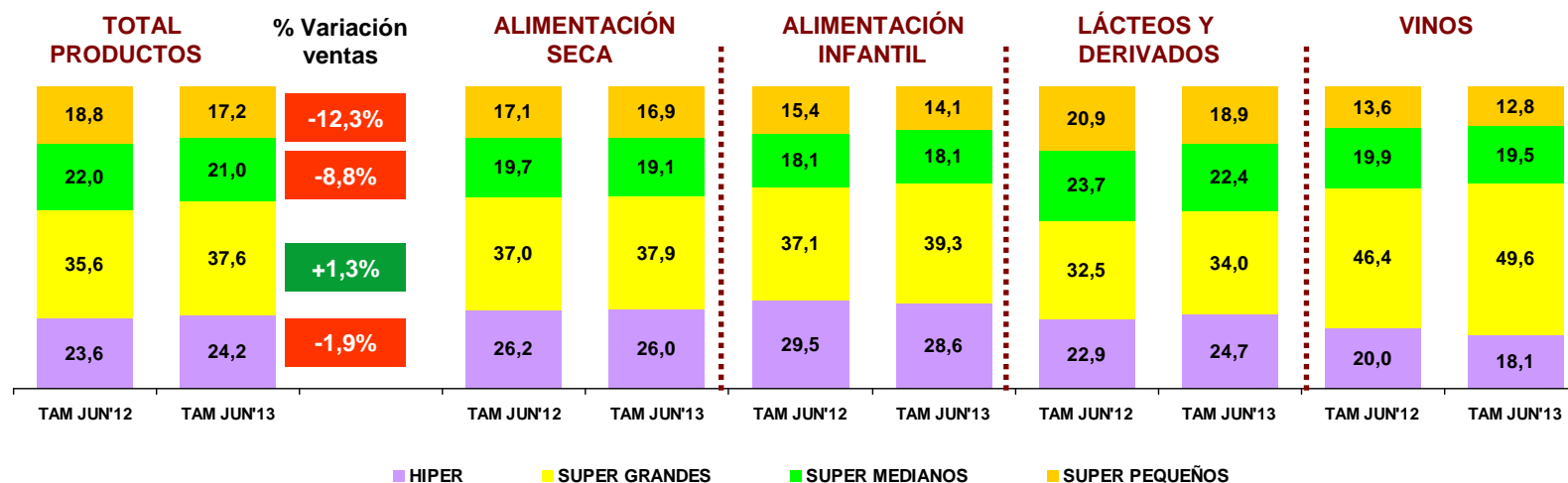
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos

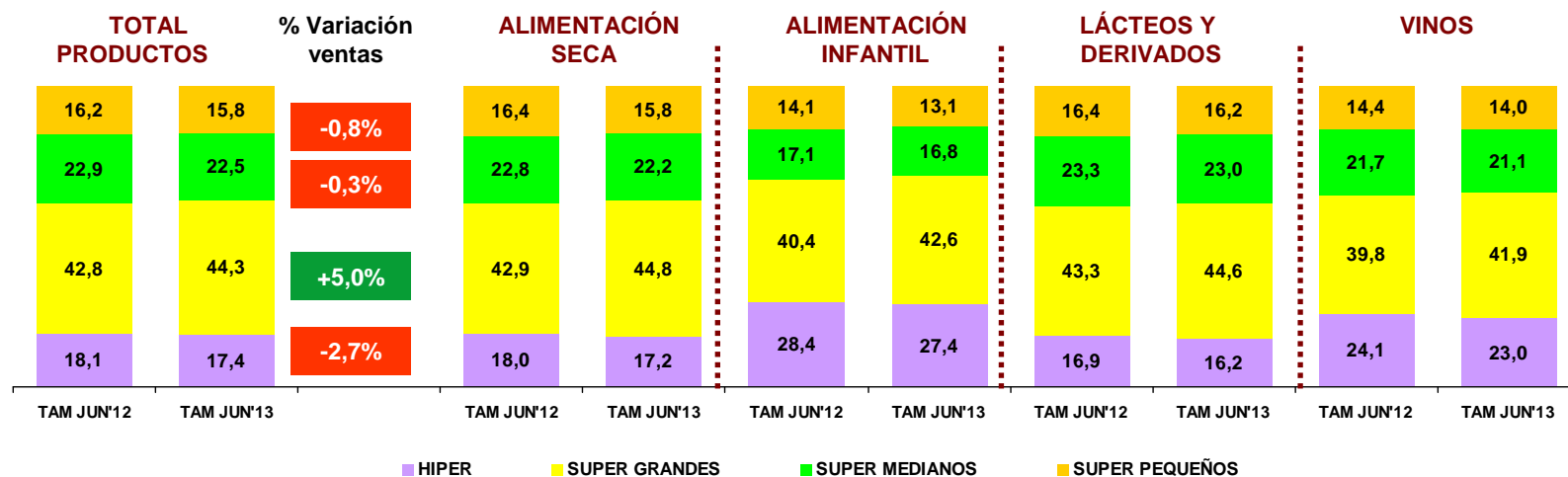
Por canales, los super grandes siguen marcando la mejor evolución. Los super medianos y pequeños optimizan surtido y prescinden de productos eco.

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

**ECOLÓGICOS**



**NO ECOLÓGICOS**



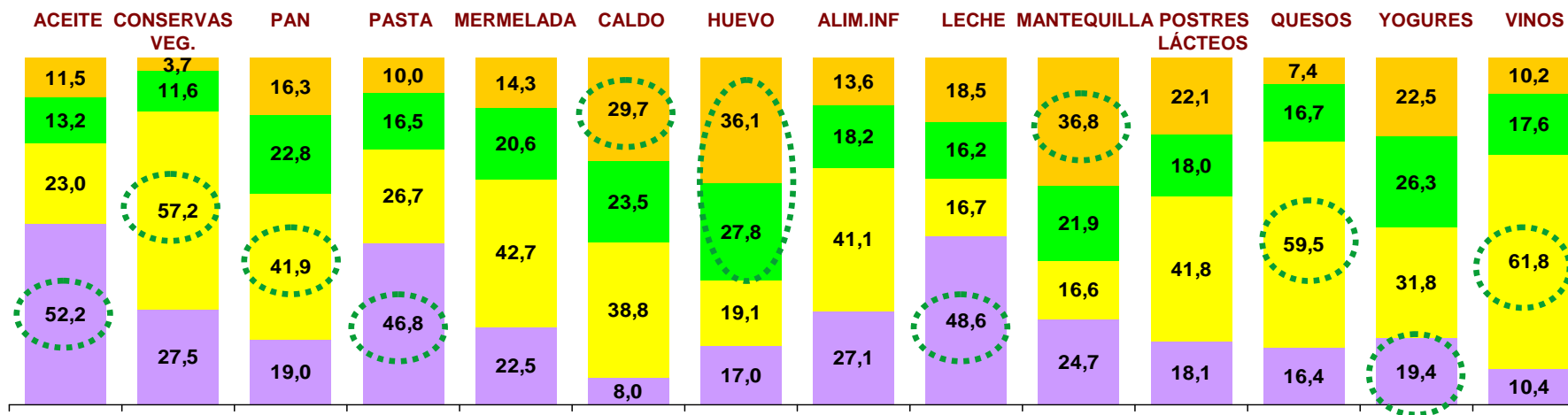
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

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

Porcentaje de la venta en VOLUMEN que concentra cada canal (%). TAM JUN'13

**ECOLÓGICOS**



■ HIPER      ■ SUPER GRANDES      ■ SUPER MEDIANOS      ■ SUPER PEQUEÑOS

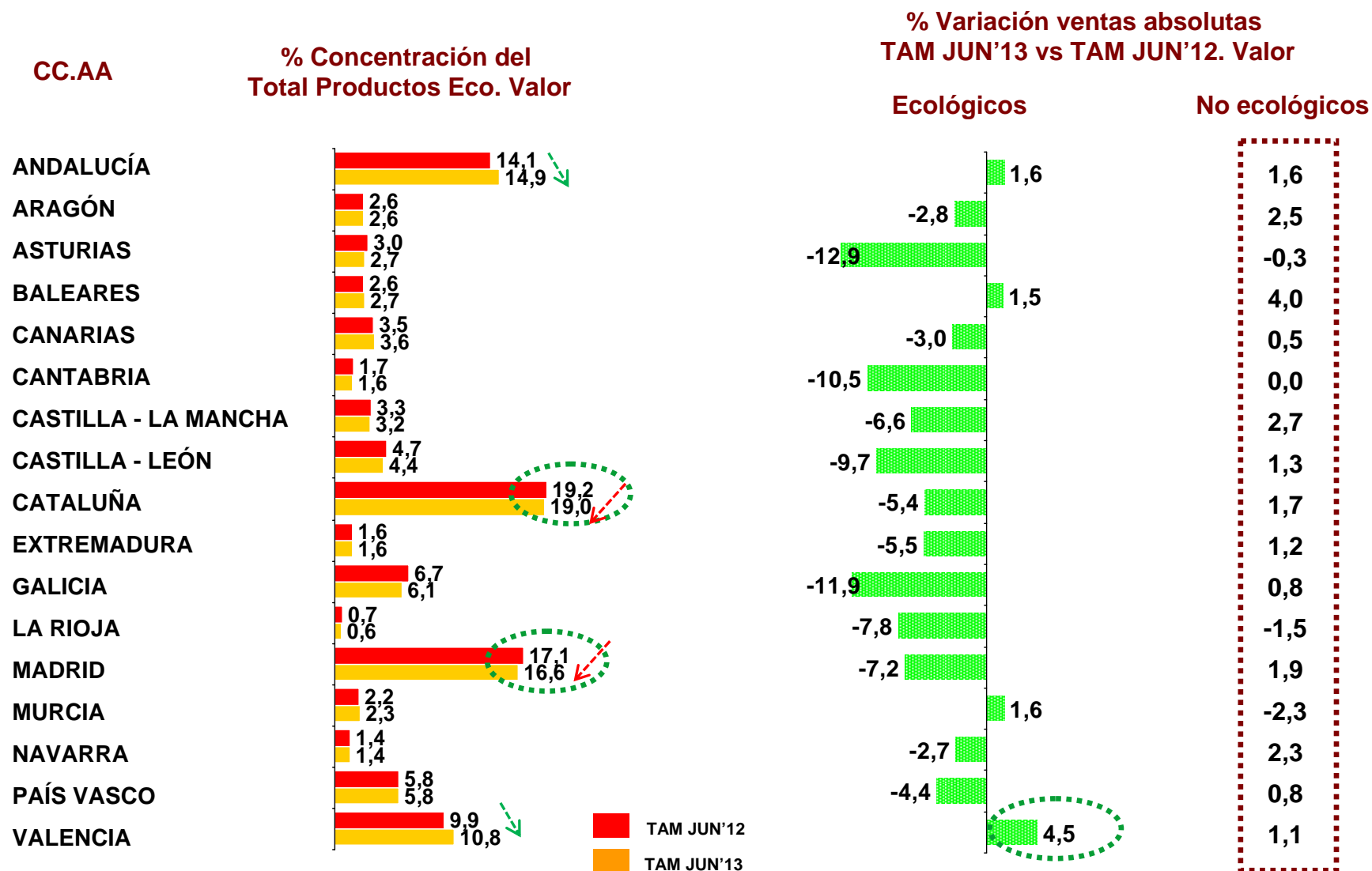
**NO ECOLÓGICOS**



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

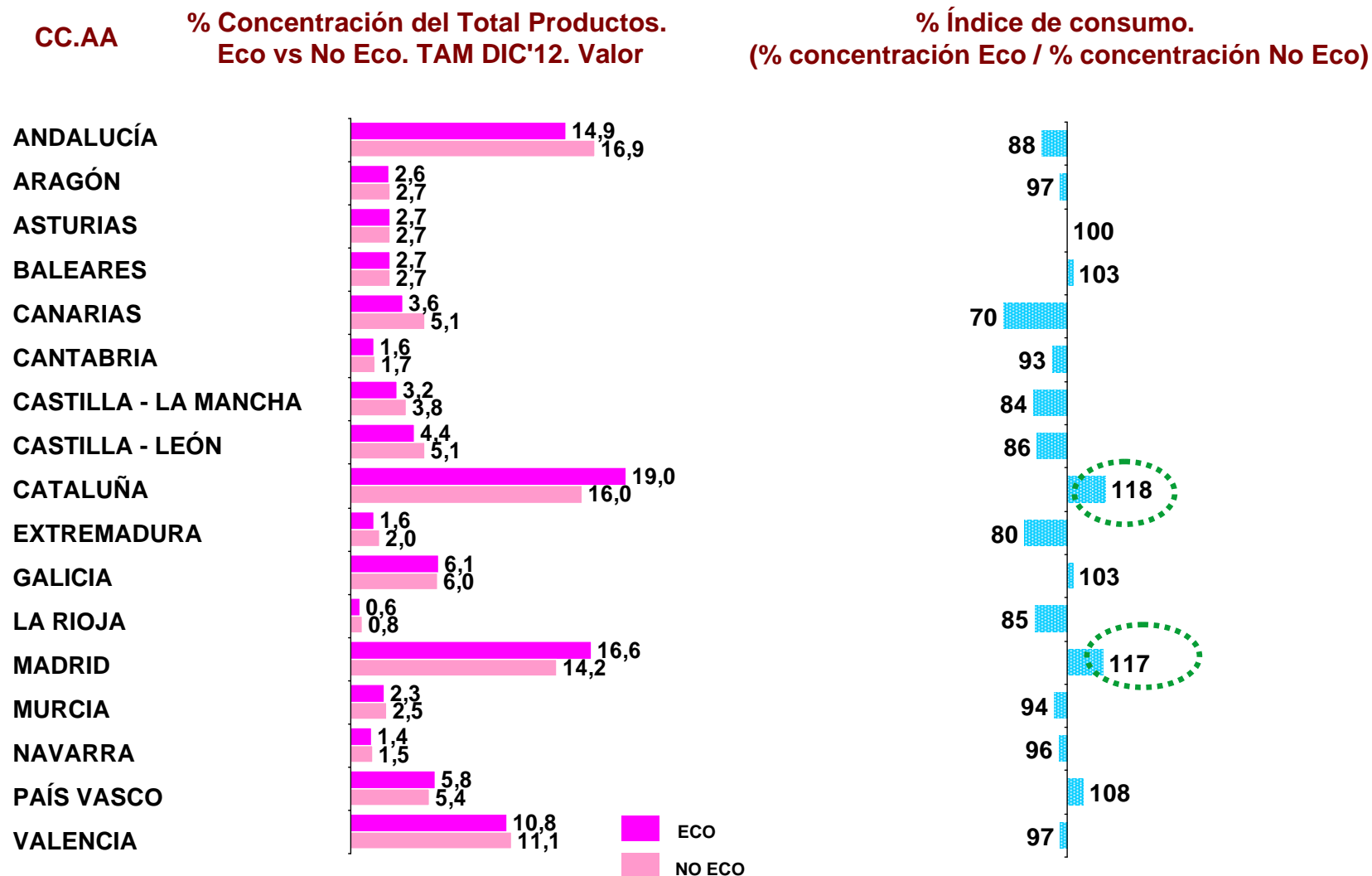
Andalucía, Baleares, Murcia y Valencia son las únicas Comunidades en donde crecen las ventas. Cataluña y Madrid siguen siendo las más importantes para la gama.



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos

---

# Información por categoría

---

**Vino elaborado a partir de uva ecológica**

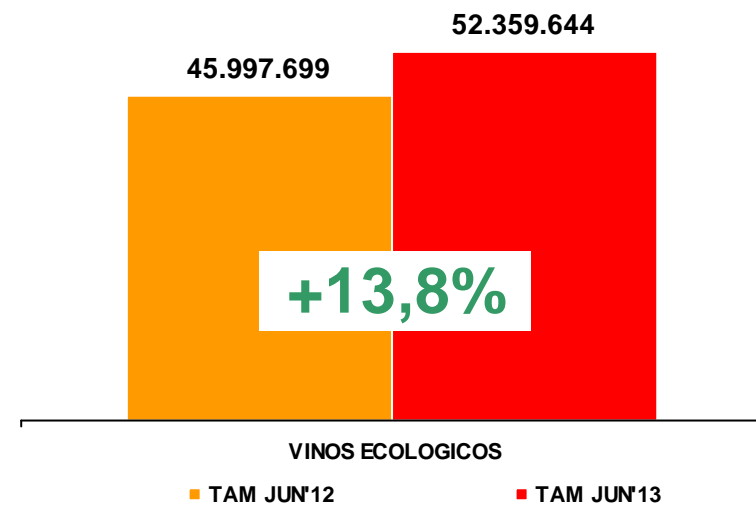
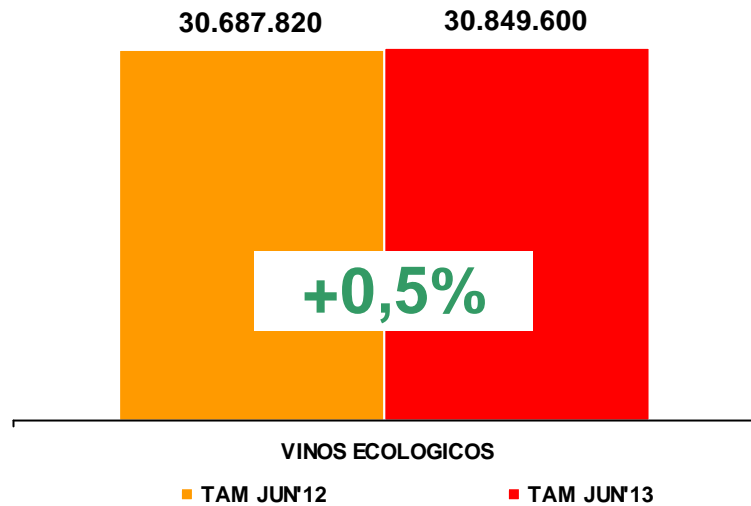


# Vino elaborado a partir de uva ecológica

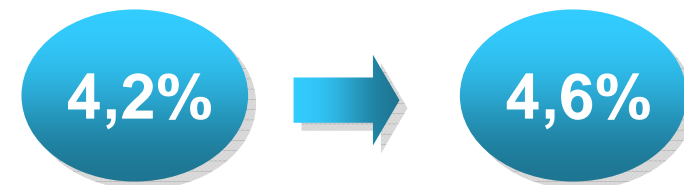
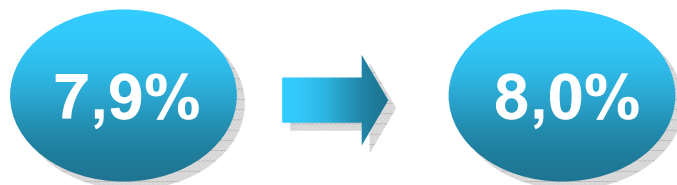
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 30.849.600 l**

**Valor 52.359.644 €**



### Porcentaje sobre la categoría

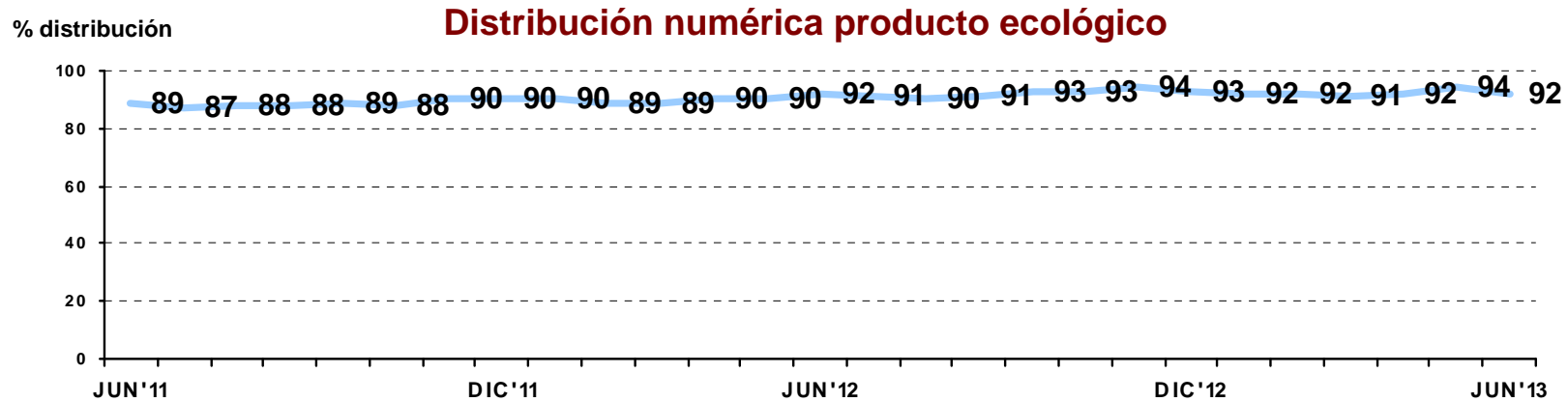


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

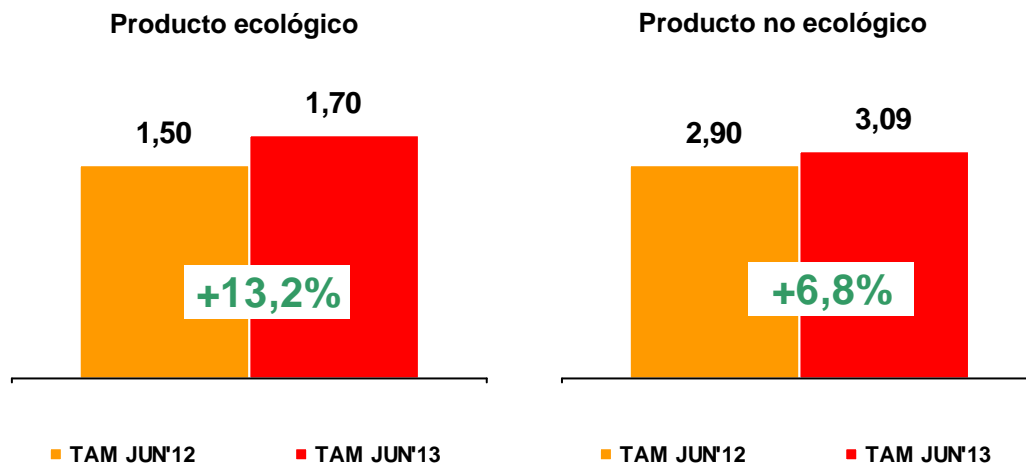
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

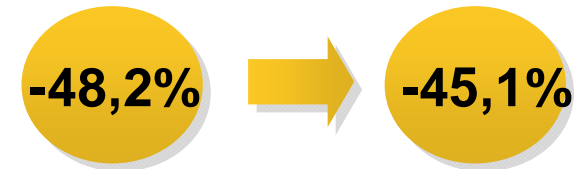
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



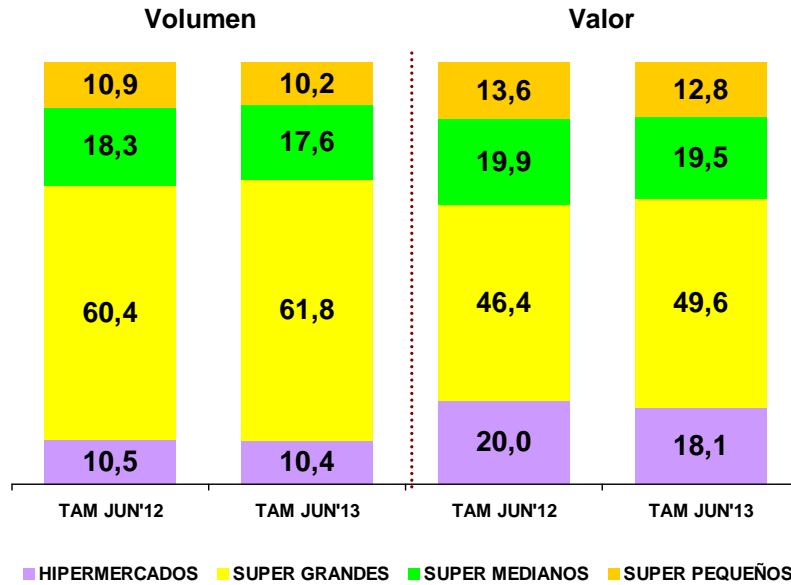
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

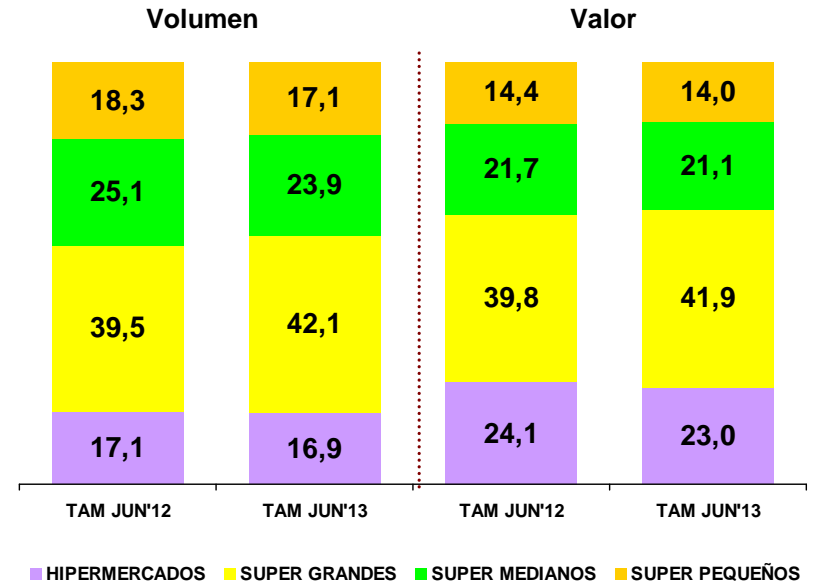
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Canales

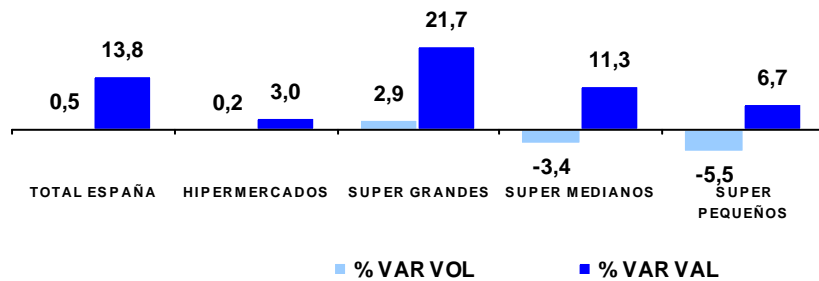
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



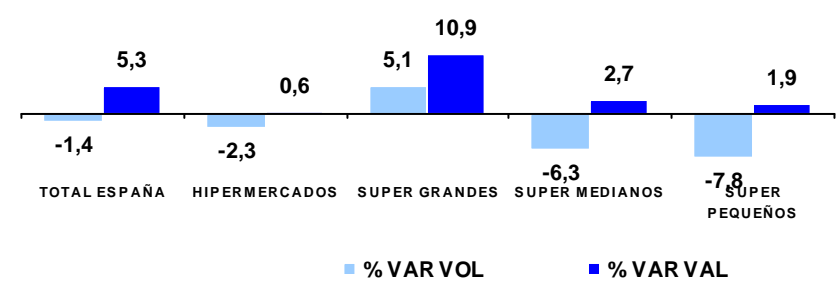
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

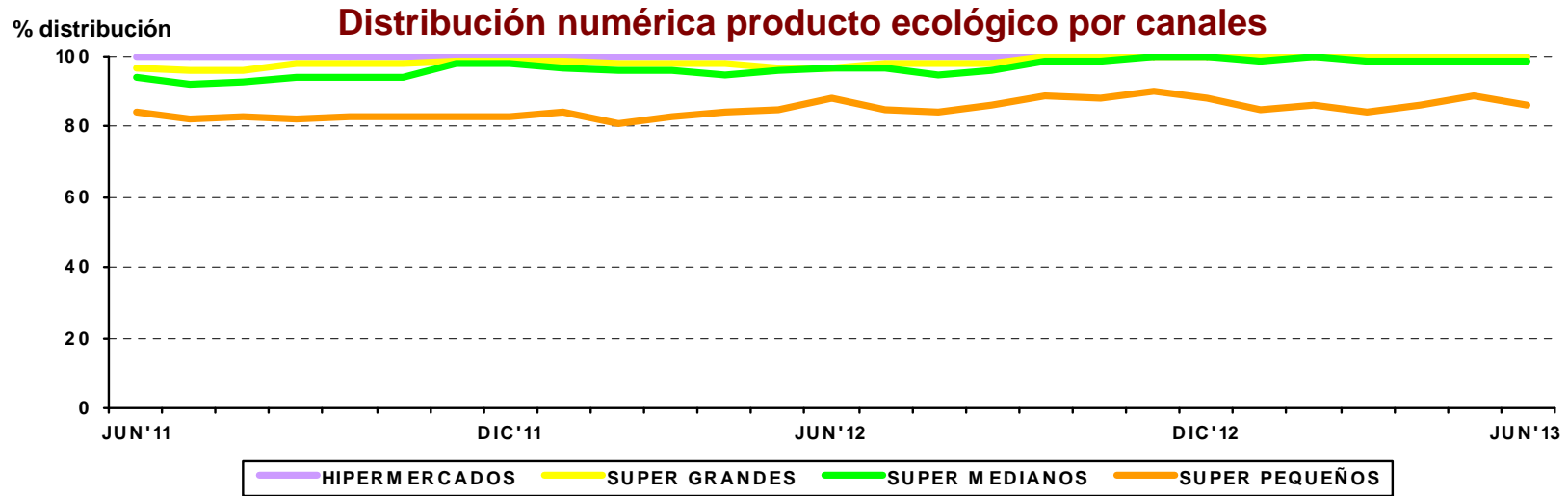


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

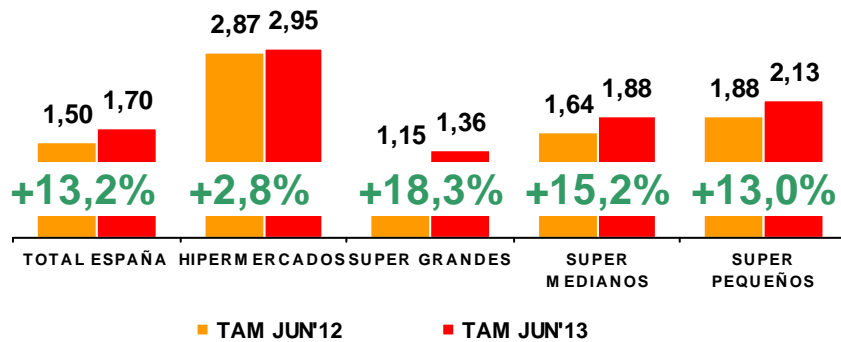
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

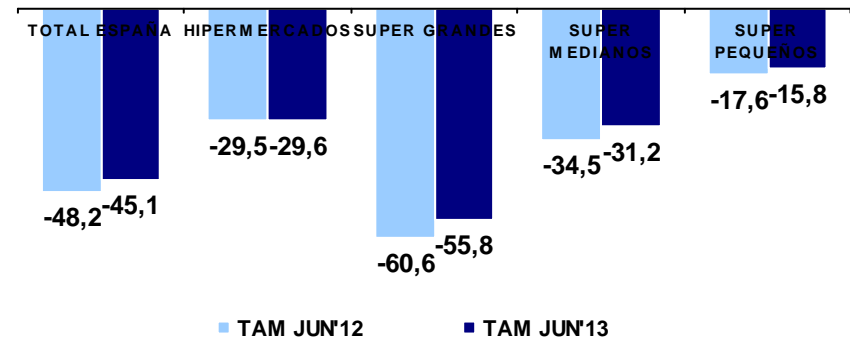
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	0,5%	100,0	100,0	13,8%	1,50	1,70	13,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,9	26,6	3,6%	19,0	20,5	22,7%	1,10	1,31	18,5%	168,2	170,6
ARAGÓN	1,5	1,5	-2,6%	1,6	1,5	6,6%	1,60	1,75	9,4%	48,3	47,0
ASTURIAS	2,8	2,9	1,6%	3,1	3,1	14,9%	1,63	1,84	13,1%	82,3	83,9
BALEARES	2,5	2,6	4,2%	2,7	3,0	24,6%	1,66	1,99	19,6%	72,0	70,9
CANARIAS	3,6	3,7	2,1%	3,9	4,1	19,9%	1,64	1,92	17,4%	78,3	77,7
CANTABRIA	1,3	1,3	4,1%	1,7	1,7	14,9%	1,92	2,13	10,5%	60,5	63,8
CASTILLA - LA MANCHA	5,5	5,6	1,7%	4,1	4,2	17,6%	1,11	1,28	15,6%	183,3	188,4
CASTILLA - LEÓN	4,9	4,7	-2,6%	3,9	3,9	14,2%	1,18	1,39	17,3%	88,5	89,5
CATALUÑA	12,1	12,1	0,8%	15,9	15,1	7,4%	1,98	2,11	6,6%	72,0	72,5
EXTREMADURA	1,9	2,0	2,6%	1,2	1,3	24,0%	0,94	1,14	20,8%	148,6	157,1
GALICIA	5,9	5,1	-11,9%	6,5	5,6	-2,7%	1,66	1,83	10,5%	81,5	72,0
LA RIOJA	0,4	0,4	0,1%	0,3	0,3	13,3%	1,33	1,50	13,2%	65,1	69,1
MADRID	12,4	12,9	4,5%	15,8	15,6	12,4%	1,91	2,05	7,5%	100,3	104,1
MURCIA	2,7	2,6	-2,7%	2,1	2,2	19,3%	1,19	1,46	22,6%	132,9	133,2
NAVARRA	0,6	0,7	4,2%	1,0	1,0	13,1%	2,41	2,61	8,5%	44,9	47,1
PAÍS VASCO	3,0	2,9	-2,1%	4,0	3,8	7,3%	2,03	2,23	9,6%	47,1	47,0
VALENCIA	13,1	12,5	-3,9%	13,1	13,1	14,0%	1,50	1,78	18,6%	115,0	107,5

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

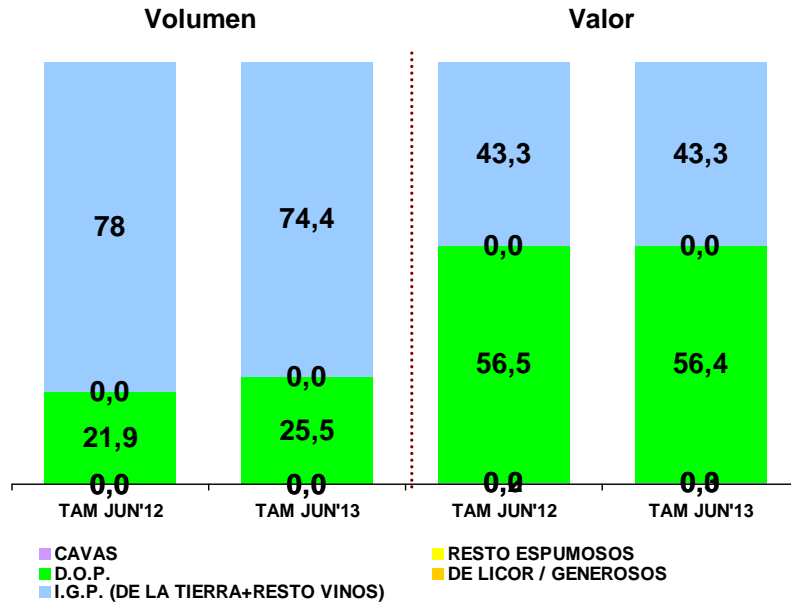
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

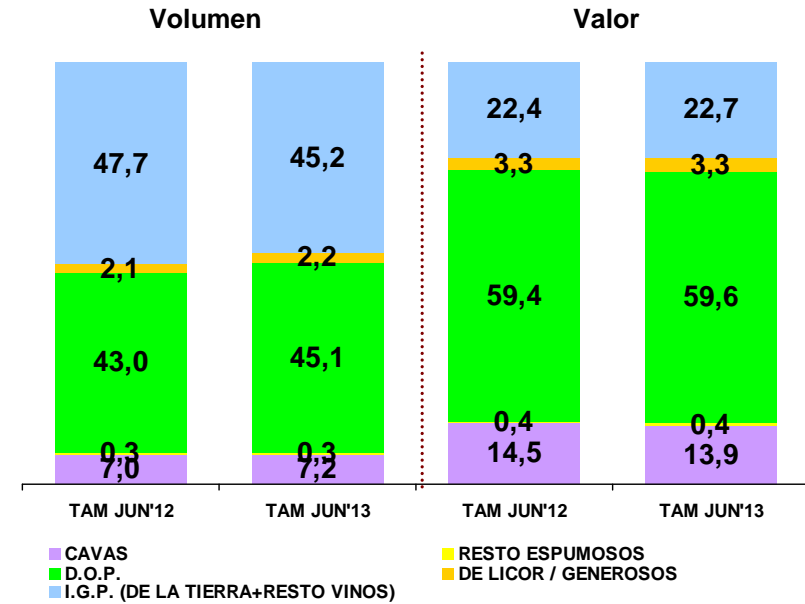
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Segmentos

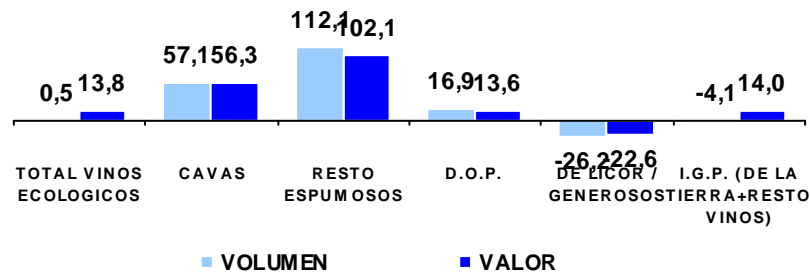
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



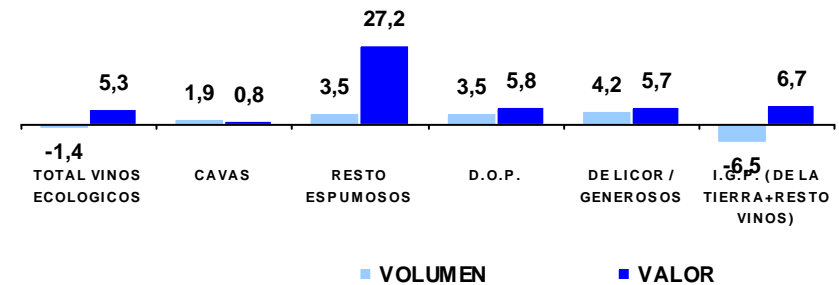
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

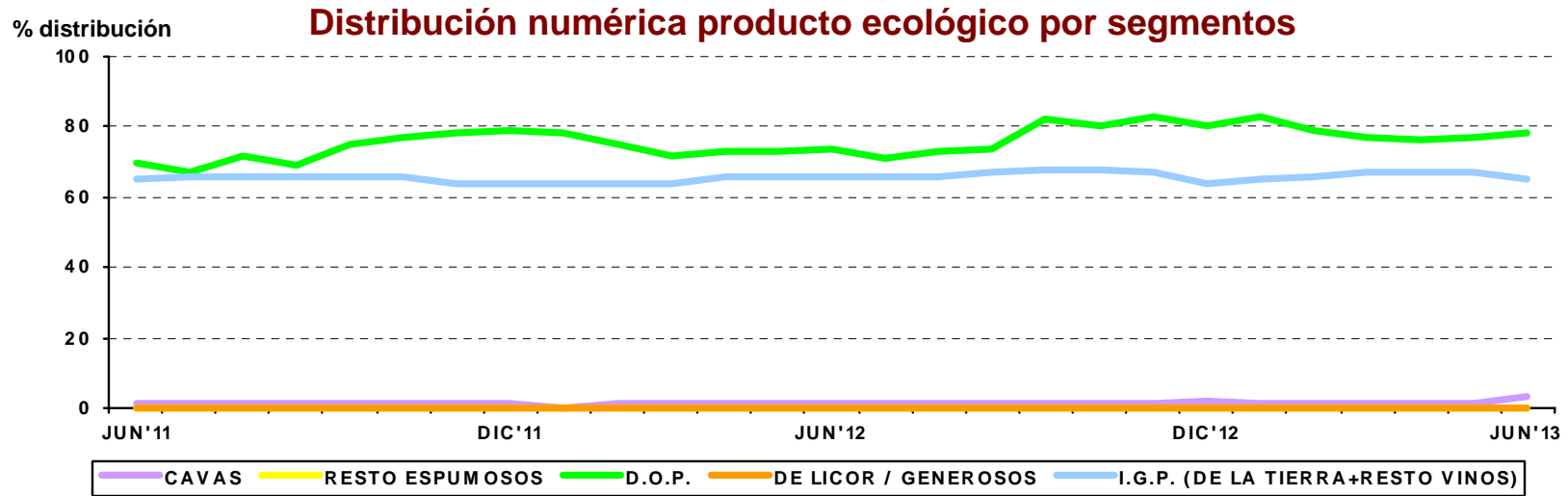


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

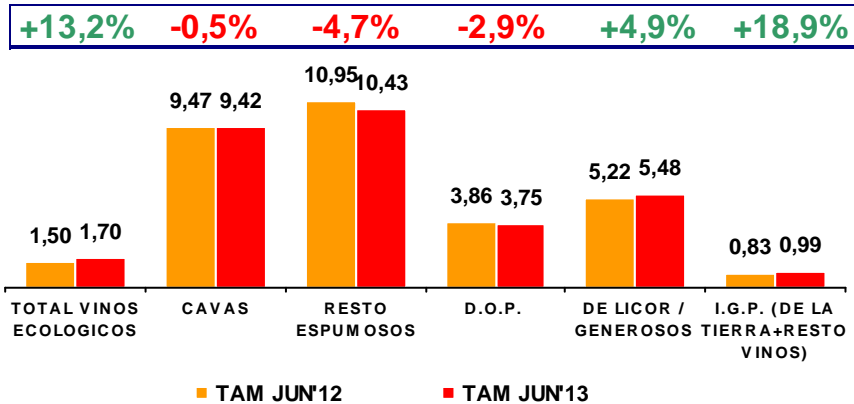
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

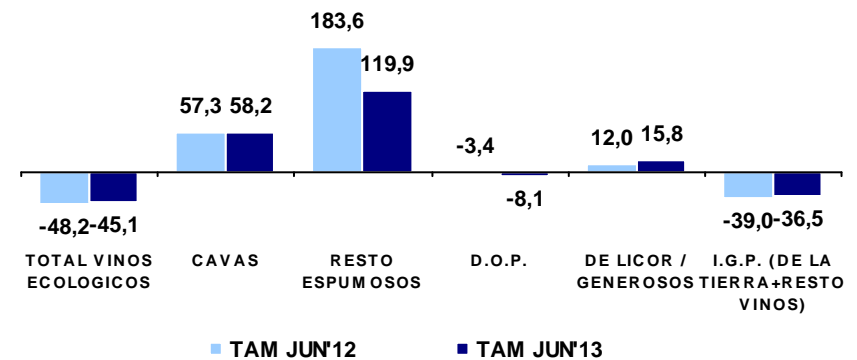
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

# Yogures y leches fermentadas

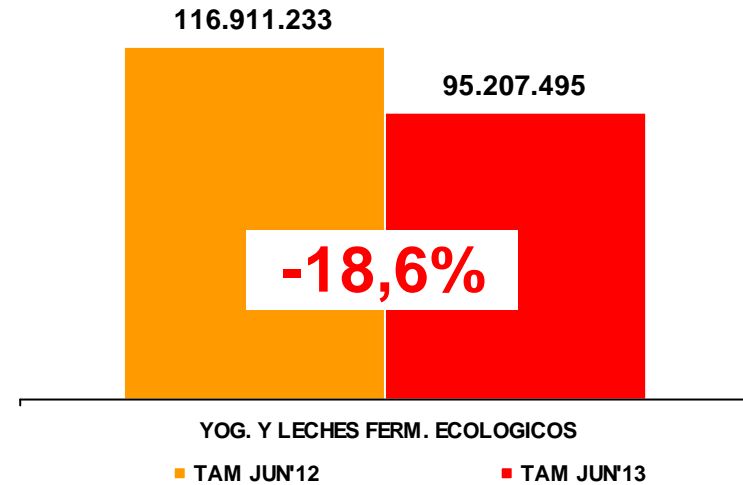
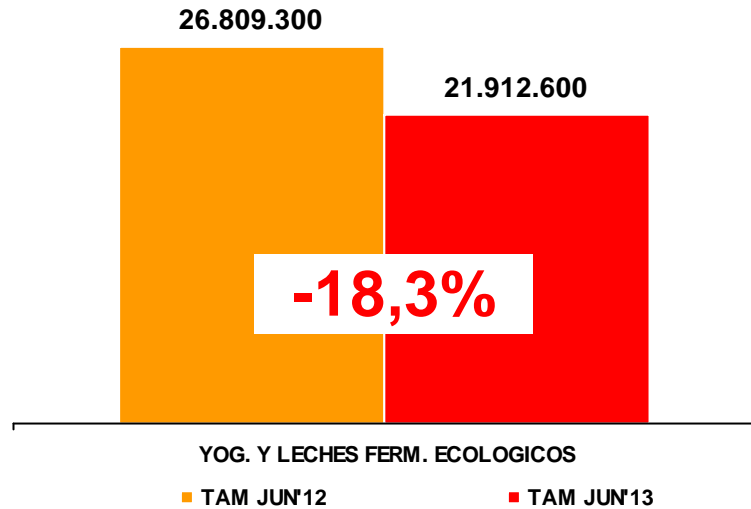


# Yogures y leches fermentadas

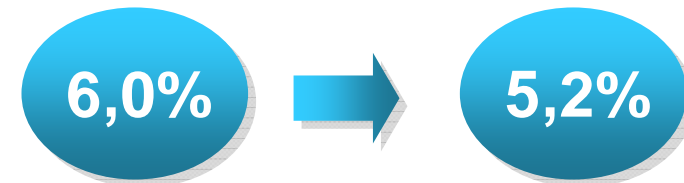
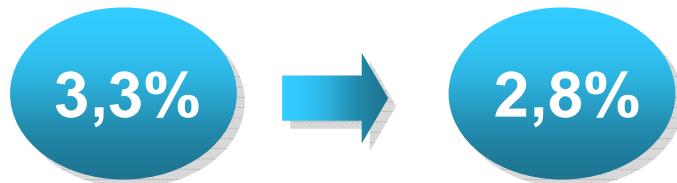
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 21.912.600 kg**

**Valor 95.207.495 €**



### Porcentaje sobre la categoría



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

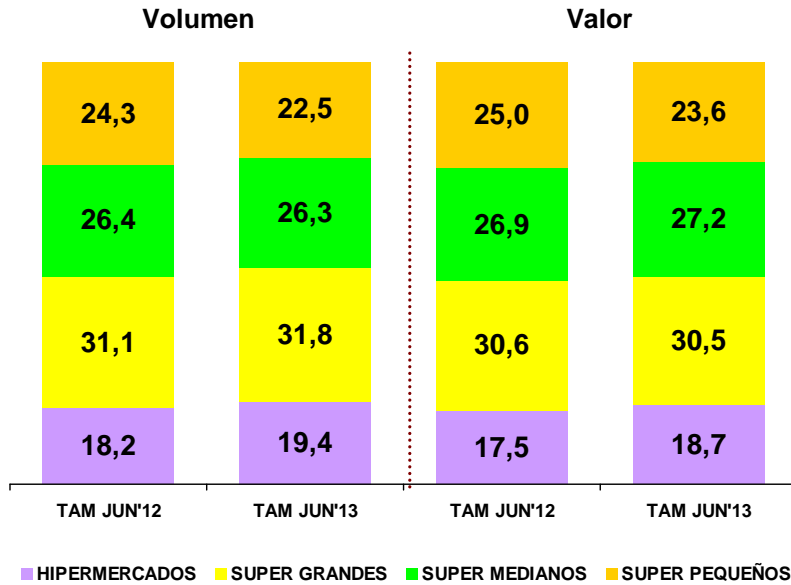
**Productos ecológicos**



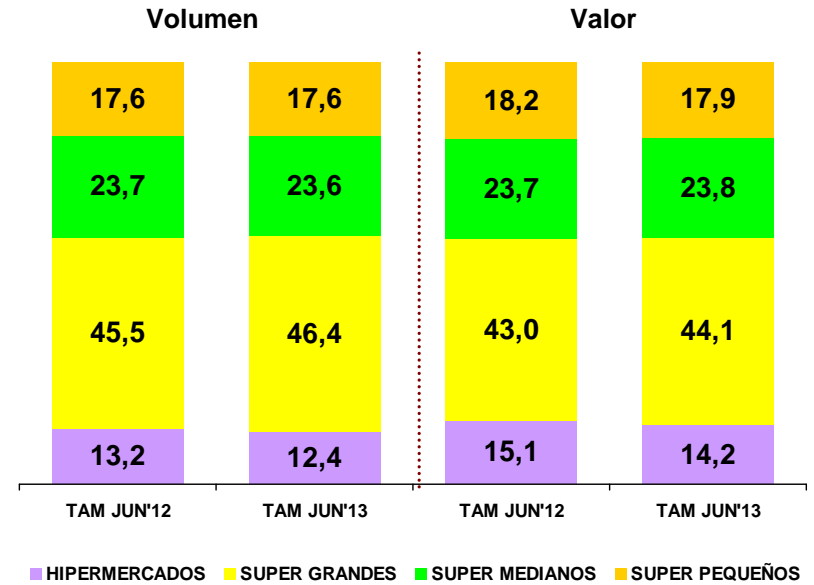
# Yogures y leches fermentadas

## Canales

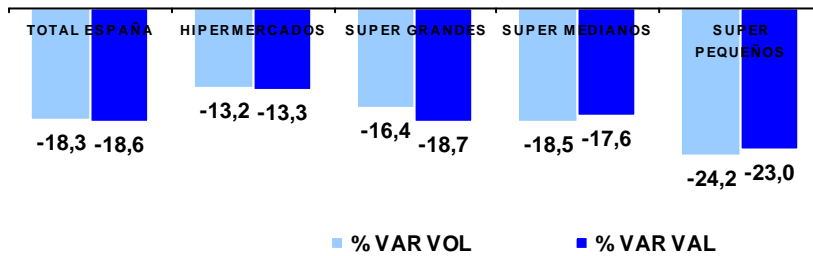
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



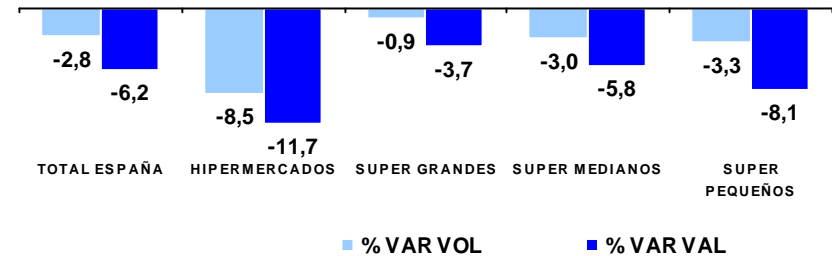
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

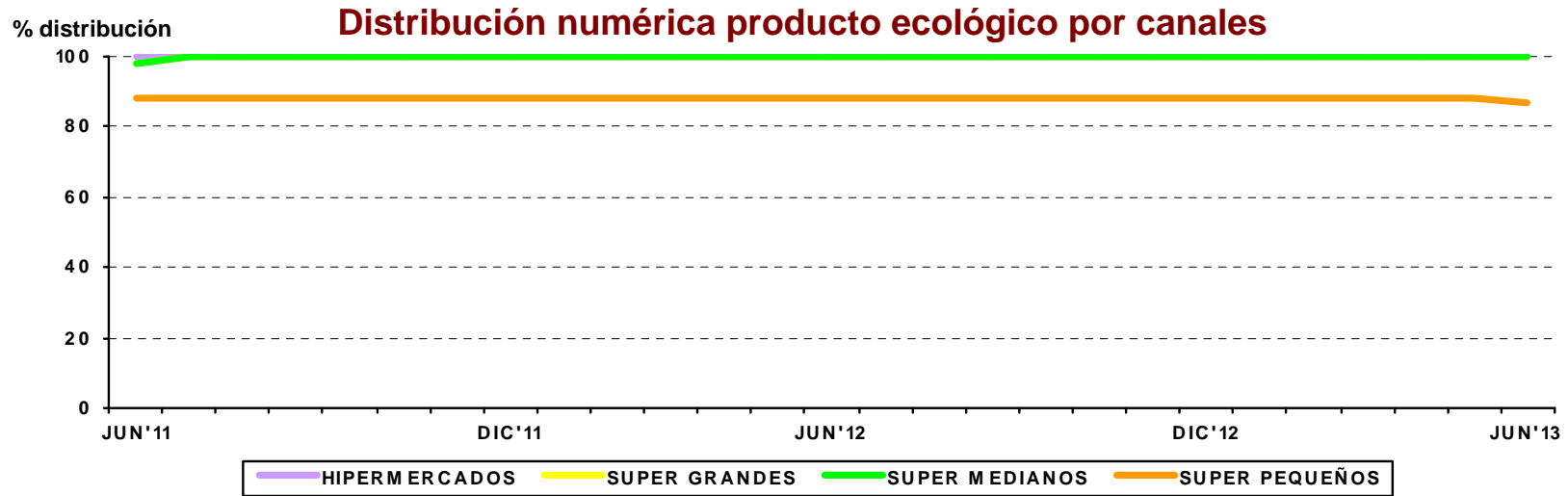


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

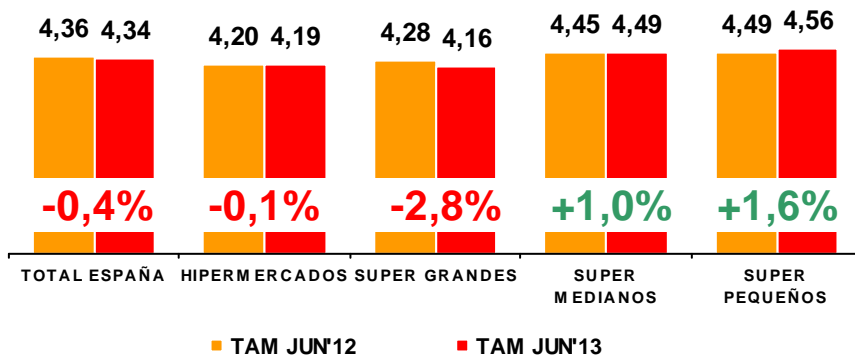
**Productos ecológicos**

# Yogures y leches fermentadas

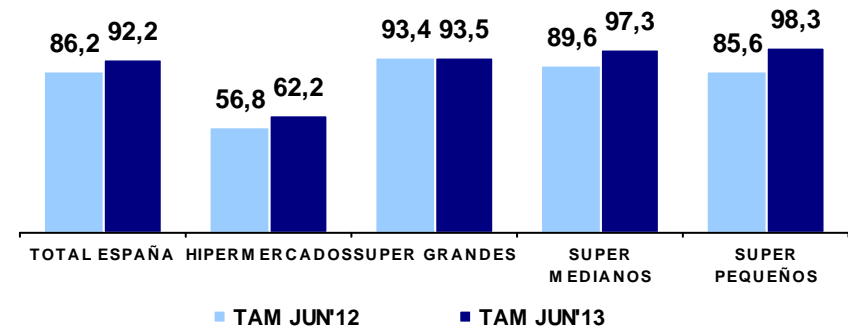
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Yogures y leches fermentadas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-18,3%	100,0	100,0	-18,6%	4,36	4,34	-0,4%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	11,4	12,1	-12,7%	11,1	11,8	-13,2%	4,25	4,22	-0,6%	60,3	64,5
ARAGÓN	2,8	2,9	-16,8%	2,7	2,8	-16,0%	4,17	4,21	1,0%	115,6	118,3
ASTURIAS	4,1	3,7	-24,9%	4,2	3,8	-25,4%	4,49	4,46	-0,7%	136,3	126,1
BALEARES	2,2	2,3	-17,1%	2,2	2,3	-15,8%	4,28	4,35	1,6%	107,1	107,6
CANARIAS	3,9	4,0	-16,2%	4,9	4,9	-18,1%	5,54	5,41	-2,3%	75,8	76,7
CANTABRIA	2,1	2,0	-22,7%	2,2	2,0	-22,5%	4,55	4,56	0,2%	113,5	107,6
CASTILLA - LA MANCHA	2,9	2,8	-20,9%	3,0	2,7	-26,0%	4,48	4,19	-6,5%	74,4	70,6
CASTILLA - LEÓN	5,5	5,1	-23,6%	5,5	5,1	-24,7%	4,39	4,33	-1,4%	100,0	93,3
CATALUÑA	19,8	19,3	-20,2%	19,9	19,4	-20,3%	4,38	4,37	-0,2%	135,9	132,3
EXTREMADURA	1,4	1,5	-13,0%	1,5	1,6	-14,1%	4,55	4,49	-1,3%	60,3	63,9
GALICIA	8,9	8,4	-23,5%	9,0	8,5	-22,7%	4,39	4,43	1,1%	139,9	129,6
LA RIOJA	0,8	0,8	-20,3%	0,8	0,8	-19,8%	4,12	4,14	0,6%	97,1	97,1
MADRID	14,9	14,9	-18,1%	15,2	14,8	-20,5%	4,44	4,31	-2,9%	115,0	114,7
MURCIA	1,7	1,8	-9,5%	1,6	1,8	-8,8%	4,20	4,23	0,7%	61,1	70,1
NAVARRA	1,7	1,8	-15,1%	1,6	1,7	-11,4%	4,02	4,19	4,3%	114,2	117,0
PAÍS VASCO	8,1	8,1	-18,4%	7,4	7,7	-15,2%	3,97	4,13	4,0%	139,5	141,3
VALENCIA	7,8	8,5	-11,7%	7,4	8,2	-10,2%	4,12	4,19	1,7%	77,1	84,2

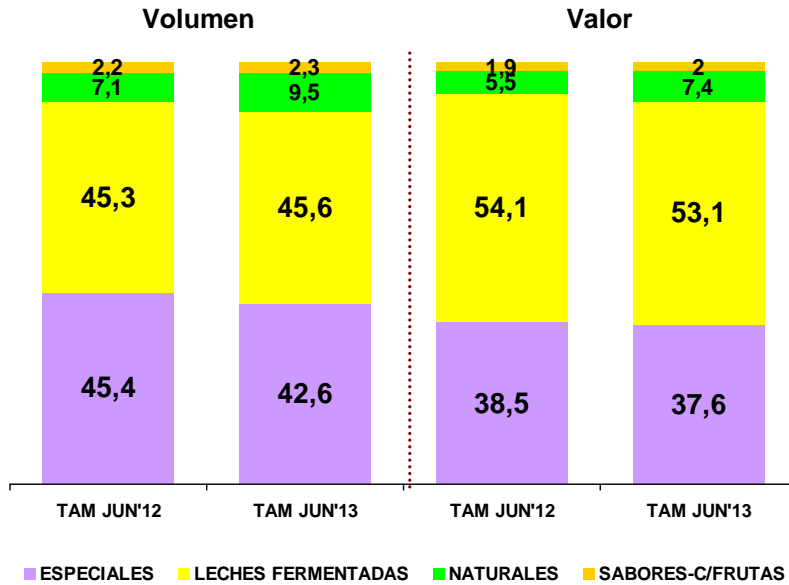
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

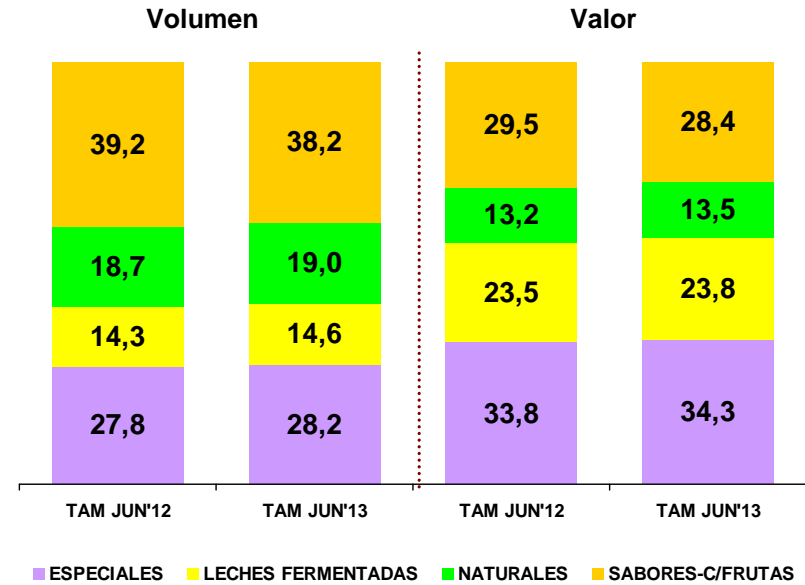
Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas Segmentos

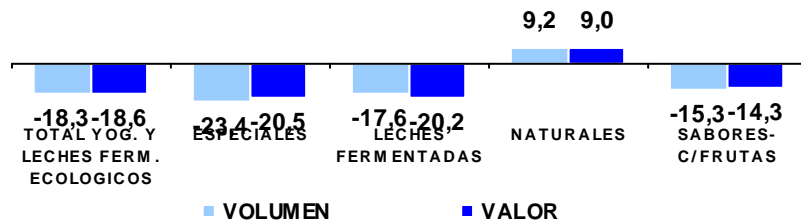
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



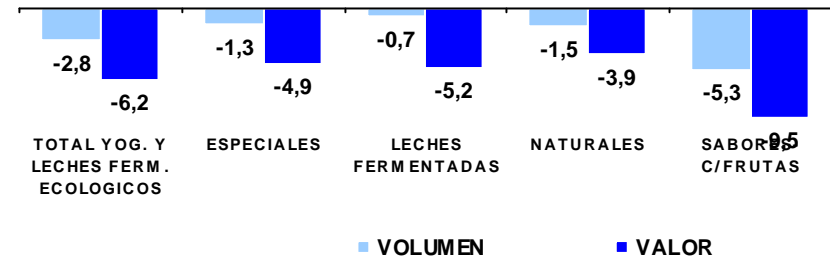
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

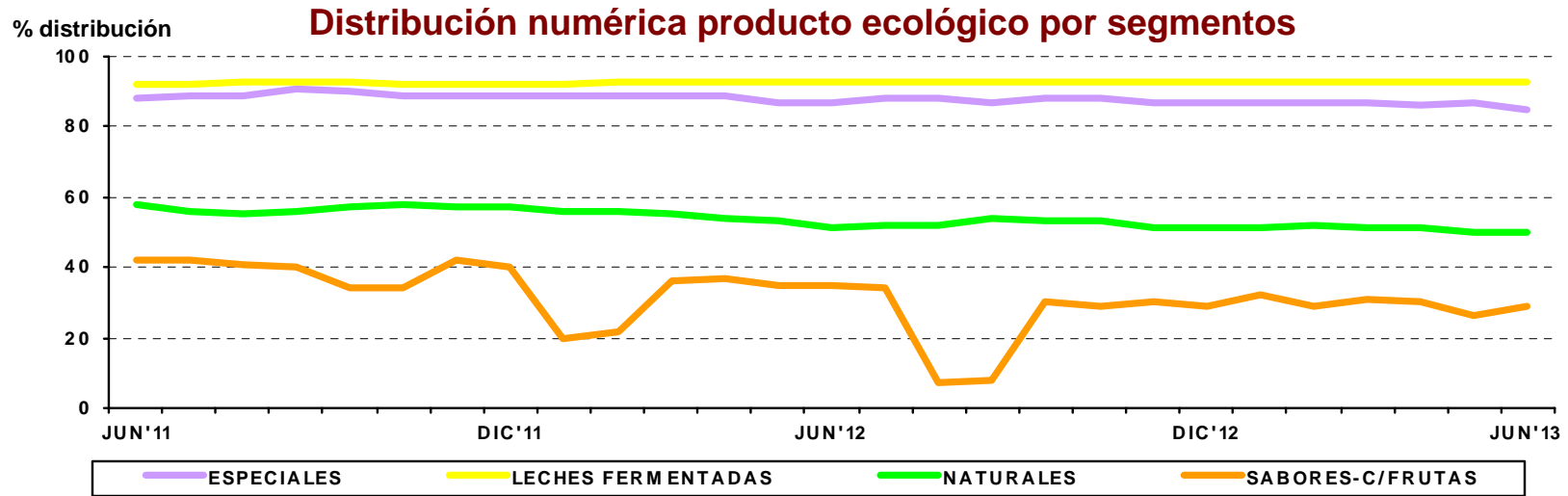


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

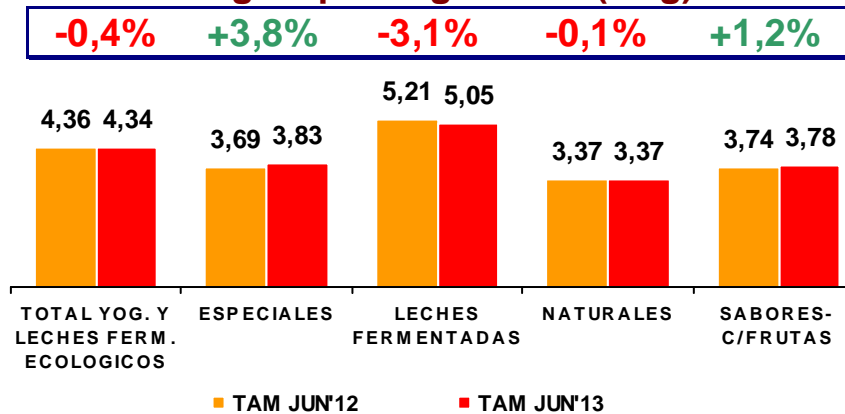
## Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas

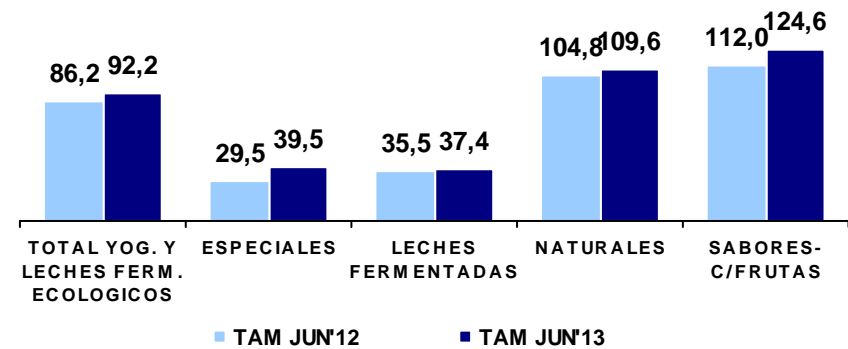
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

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

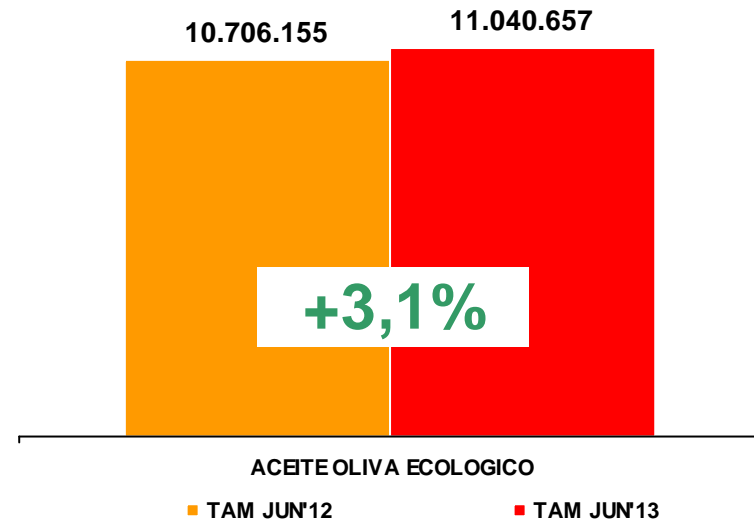
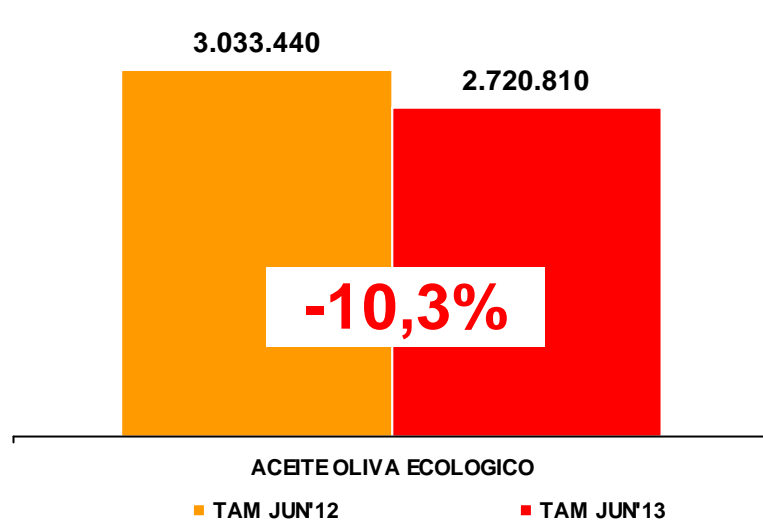


# Aceite de oliva virgen+virgen extra

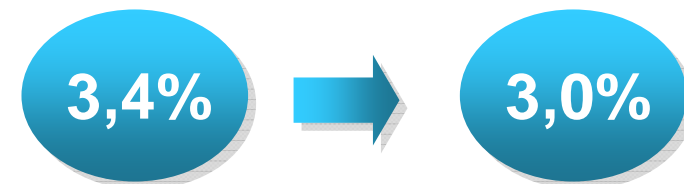
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 2.720.810 l**

**Valor 11.040.657 €**



### Porcentaje sobre la categoría

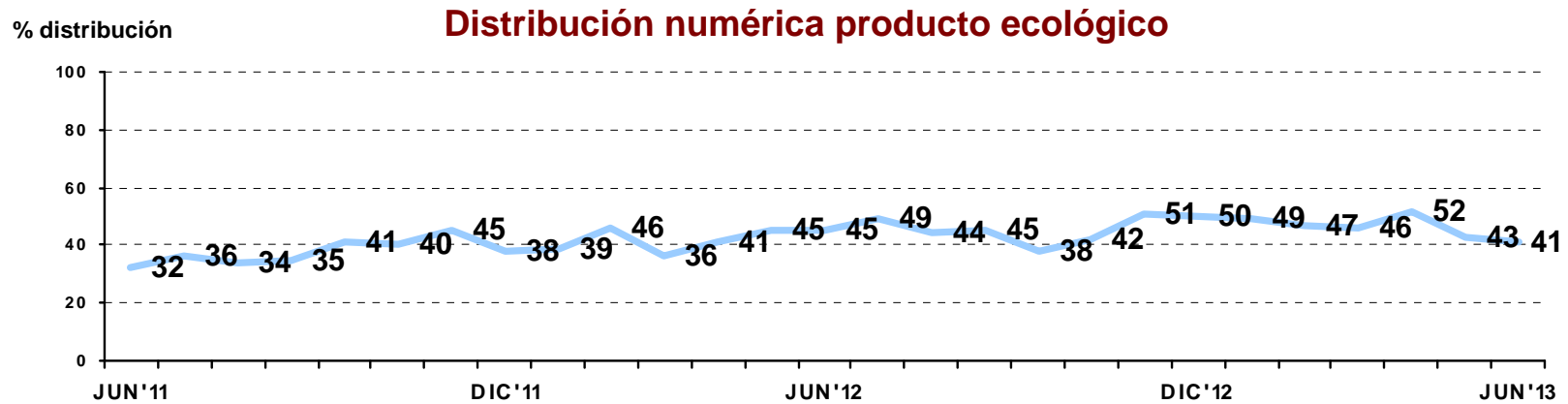


Datos TAM S26'13 (00/06/13)

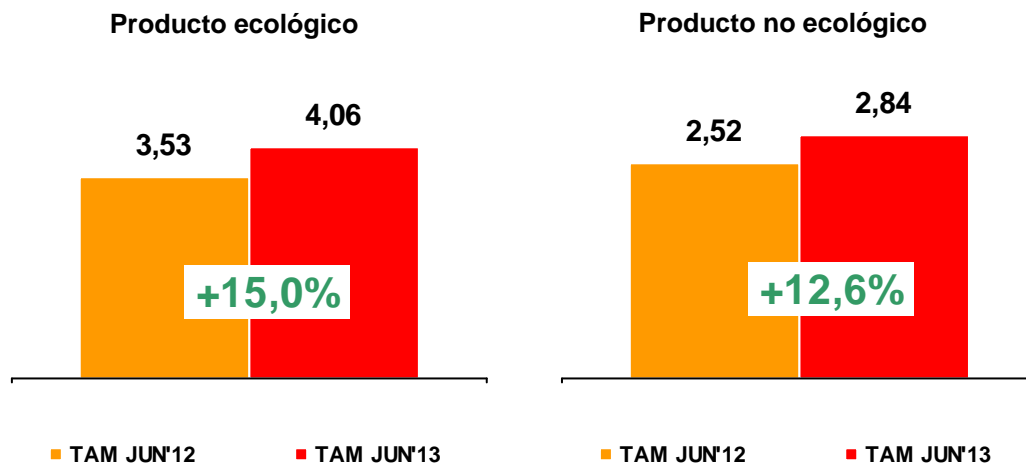
**Productos ecológicos**

# Aceite de oliva virgen+virgen extra

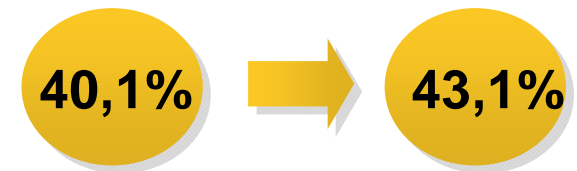
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



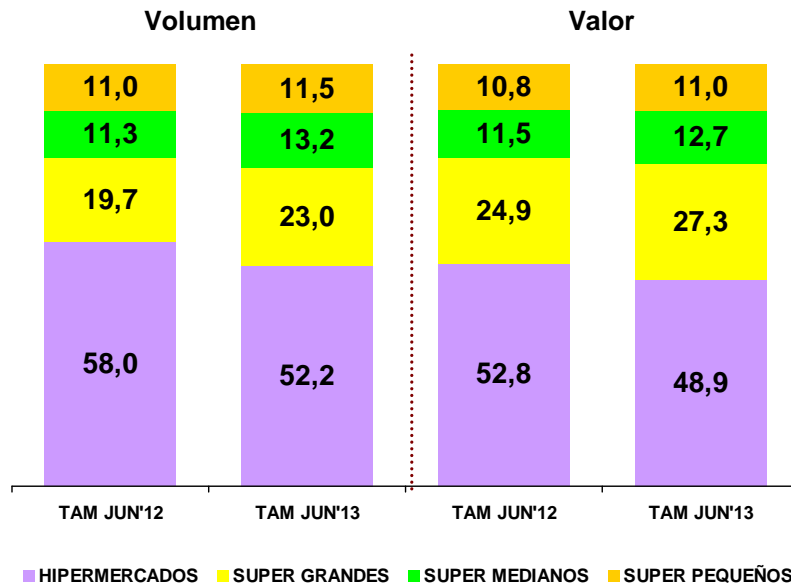
Datos TAM S26'13 (00/06/13)

**Productos ecológicos**

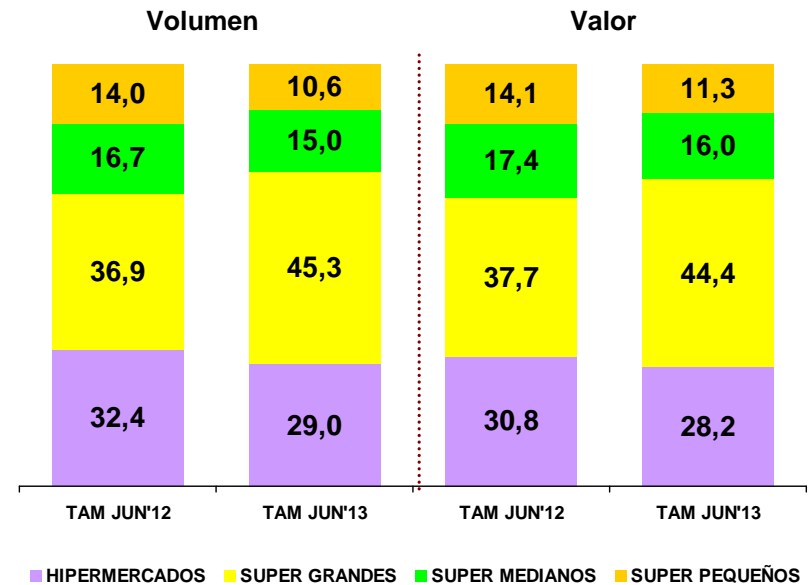
# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Canales

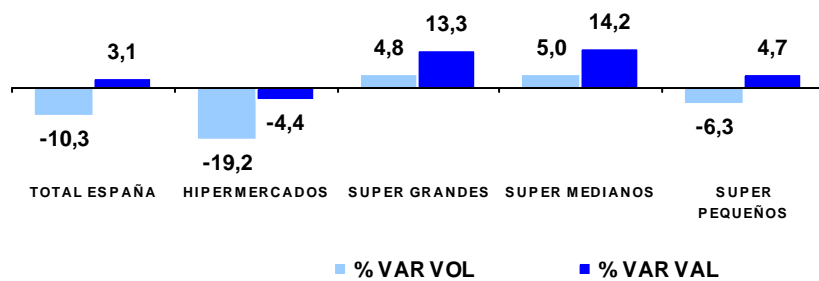
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



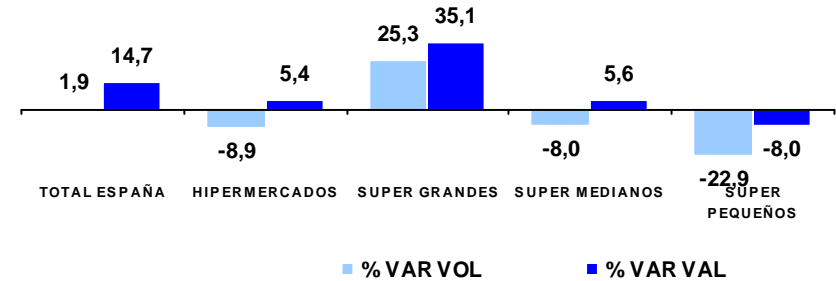
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



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



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

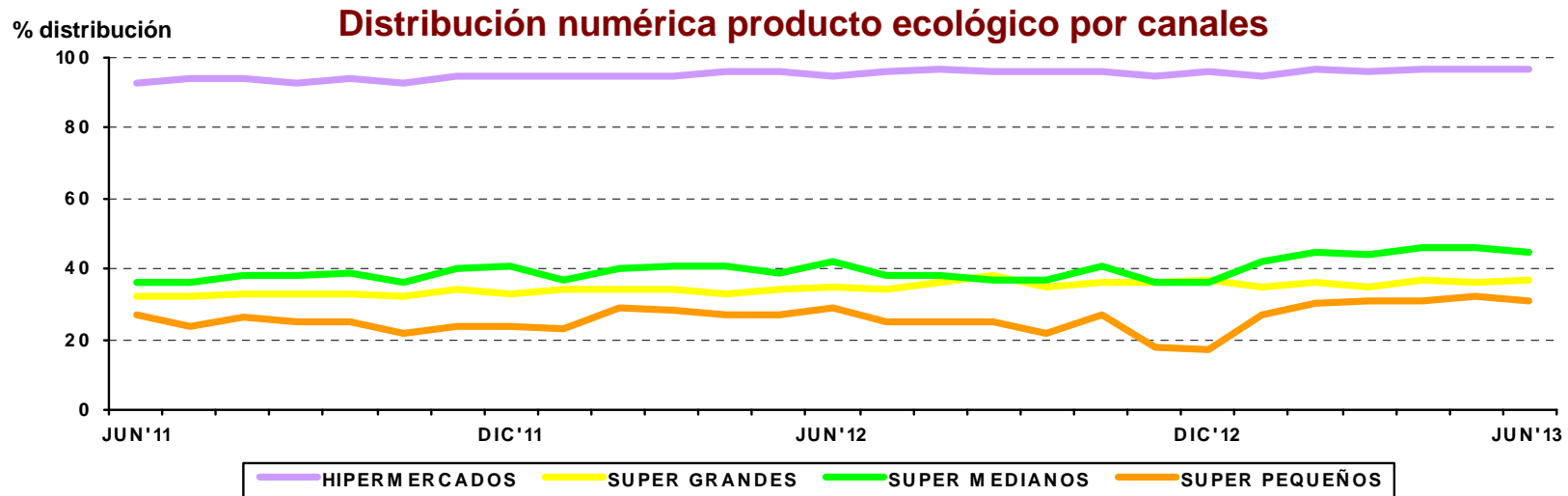


Datos TAM S26'13 (00/06/13)

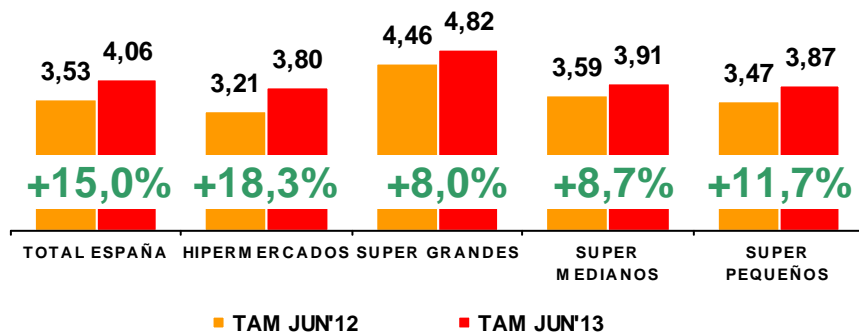
Productos ecológicos

# Aceite de oliva virgen+virgen extra

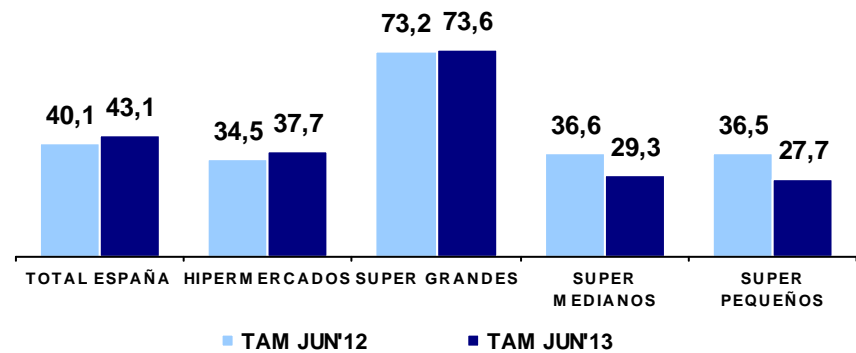
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (00/06/13)

**Productos ecológicos**

# Aceite de oliva virgen+virgen extra Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-10,3%	100,0	100,0	3,1%	3,53	4,06	15,0%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	12,0	11,7	-12,4%	12,1	12,1	2,7%	3,57	4,18	17,2%	44,0	45,4
ARAGÓN	3,4	4,1	6,2%	3,0	3,5	20,3%	3,09	3,50	13,2%	126,5	147,9
ASTURIAS	4,1	3,4	-24,6%	4,0	3,5	-10,9%	3,50	4,13	18,1%	160,5	140,7
BALEARES	1,2	1,2	-15,7%	1,6	1,5	-3,3%	4,68	5,37	14,6%	88,8	80,8
CANARIAS	2,5	3,1	13,4%	3,4	3,9	19,0%	4,84	5,08	4,9%	117,9	148,8
CANTABRIA	1,7	1,7	-6,6%	1,6	1,7	5,5%	3,43	3,87	13,0%	93,3	100,1
CASTILLA - LA MANCHA	2,2	2,1	-13,5%	2,0	1,9	-0,4%	3,16	3,64	15,1%	63,6	56,4
CASTILLA - LEÓN	9,8	10,1	-7,6%	8,2	8,5	6,5%	2,96	3,41	15,2%	152,1	157,0
CATALUÑA	11,9	11,2	-15,9%	14,0	13,1	-3,4%	4,15	4,77	14,8%	95,7	85,1
EXTREMADURA	2,0	2,0	-10,4%	1,8	1,7	-2,2%	3,06	3,34	9,2%	83,8	80,8
GALICIA	5,3	5,9	1,4%	5,9	6,5	12,7%	3,98	4,42	11,2%	118,6	135,2
LA RIOJA	1,2	1,4	0,4%	1,1	1,1	10,3%	2,99	3,29	9,9%	123,5	149,6
MADRID	22,0	20,7	-15,6%	22,3	21,3	-1,4%	3,57	4,17	16,7%	153,8	141,6
MURCIA	1,7	1,7	-9,2%	1,5	1,5	6,7%	3,10	3,64	17,5%	93,7	88,6
NAVARRA	2,6	2,1	-26,8%	2,4	1,9	-18,7%	3,25	3,61	11,0%	162,5	134,4
PAÍS VASCO	8,7	10,4	7,1%	8,2	9,7	21,3%	3,34	3,78	13,3%	152,3	198,2
VALENCIA	7,8	7,1	-17,5%	6,9	6,7	-0,3%	3,16	3,81	20,7%	89,4	76,9

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

Datos TAM S26'12 (00/06/12)

## Productos ecológicos

---

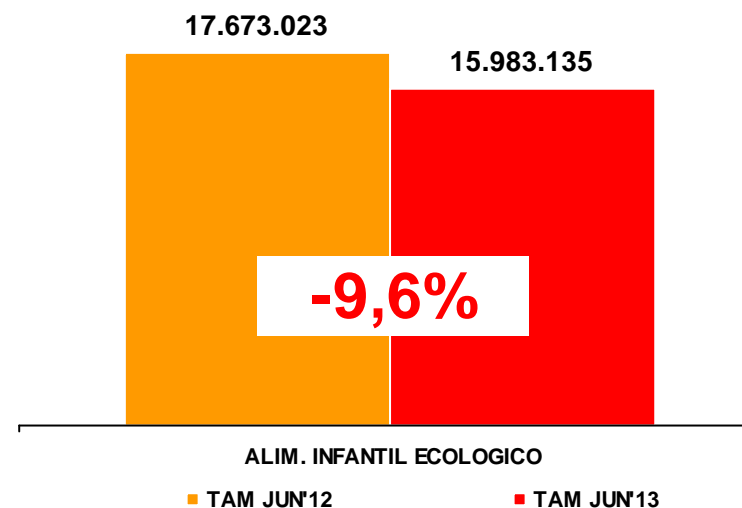
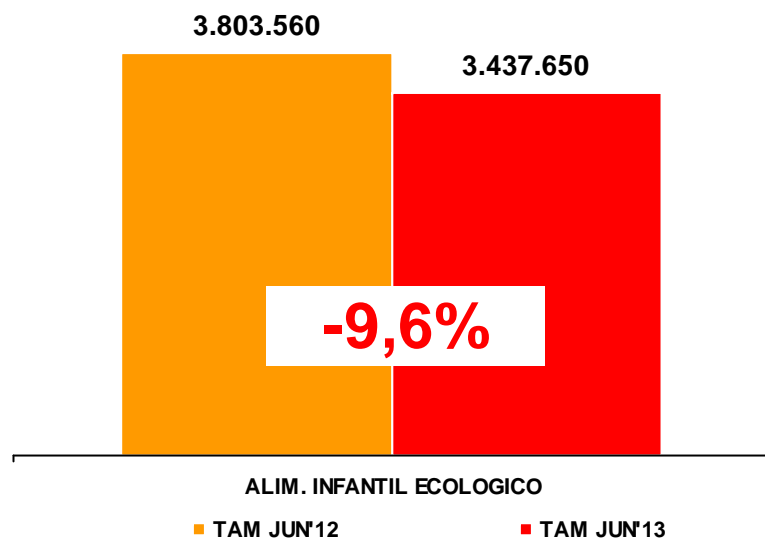
# **Alimentación infantil**

# Alimentación infantil

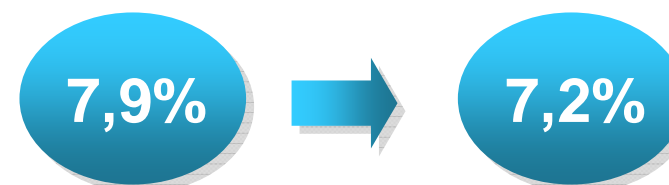
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.437.650 kg**

**Valor 15.983.135 €**



### Porcentaje sobre la categoría

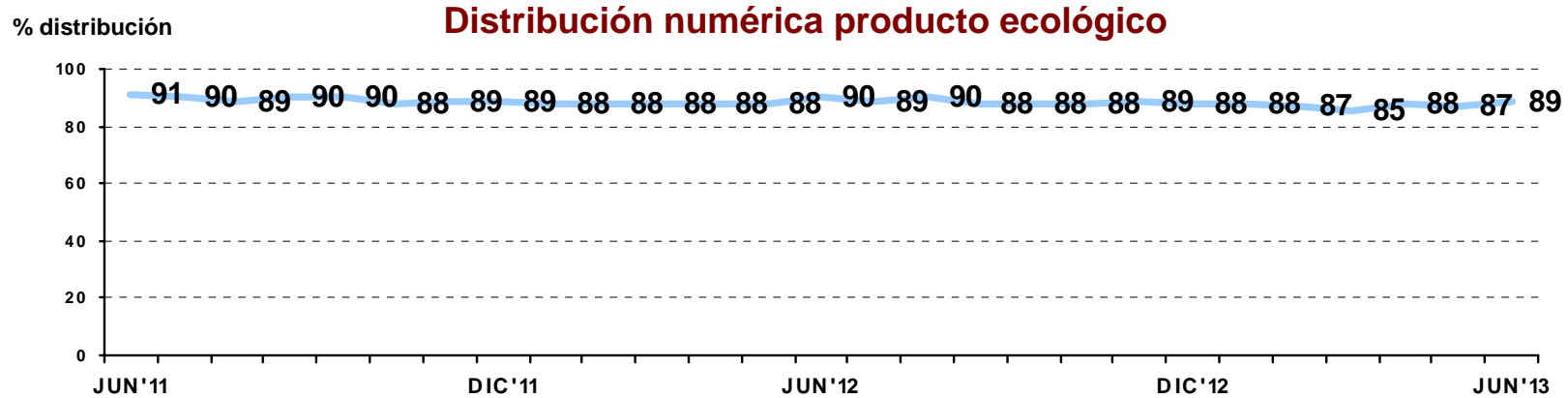


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

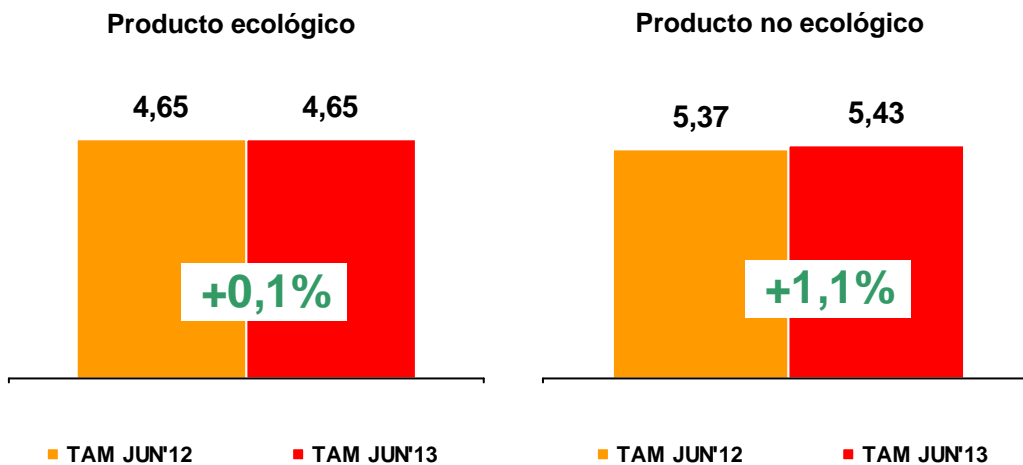
**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil

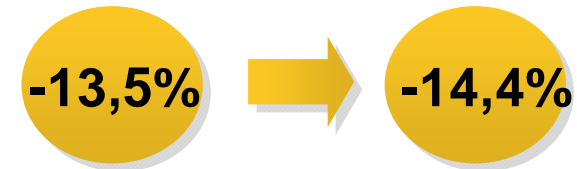
## Distribución y precios



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



**Evolución del diferencial de precio**



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

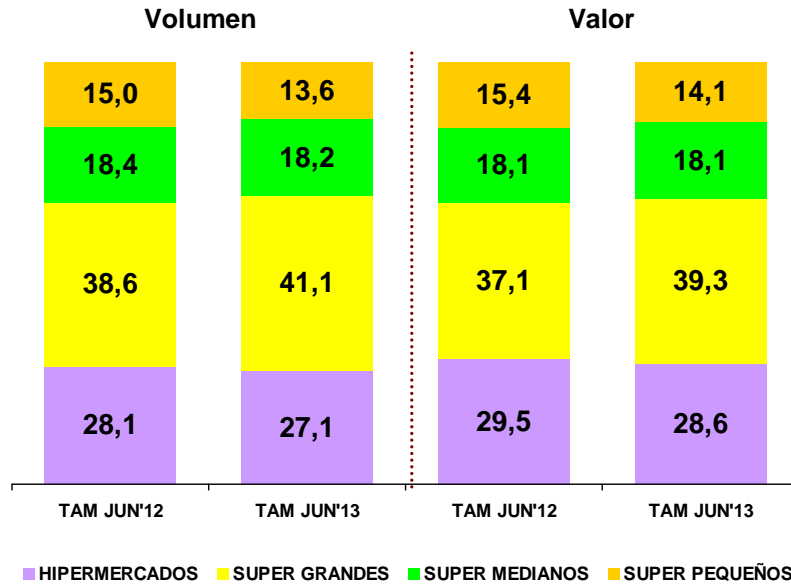
**Productos ecológicos**



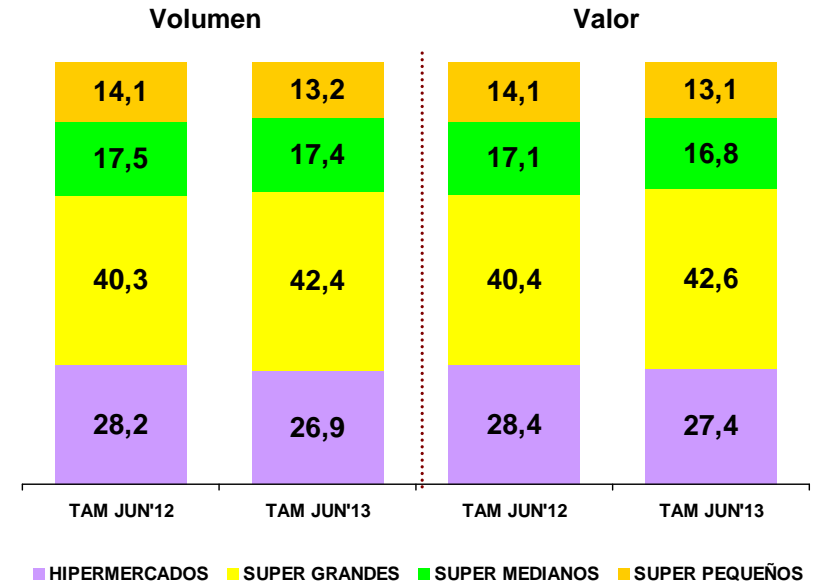
# Alimentación infantil

## Canales

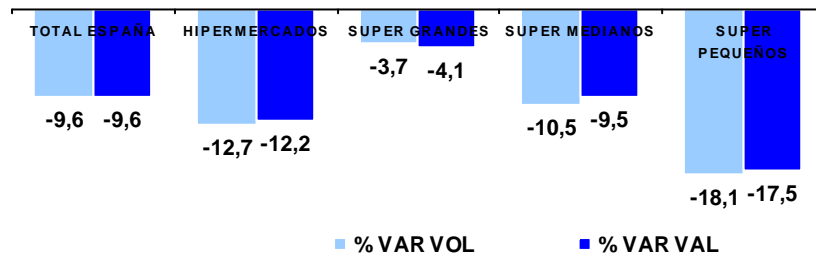
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



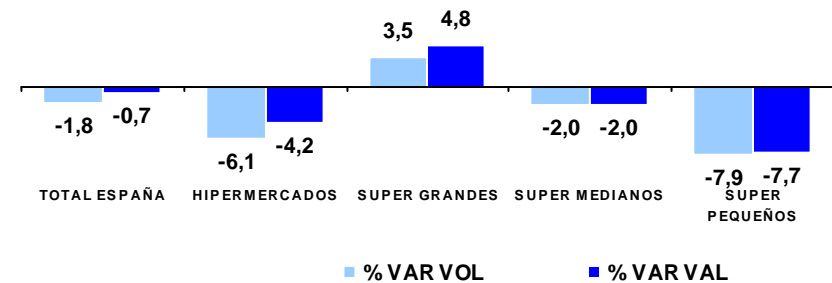
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



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



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

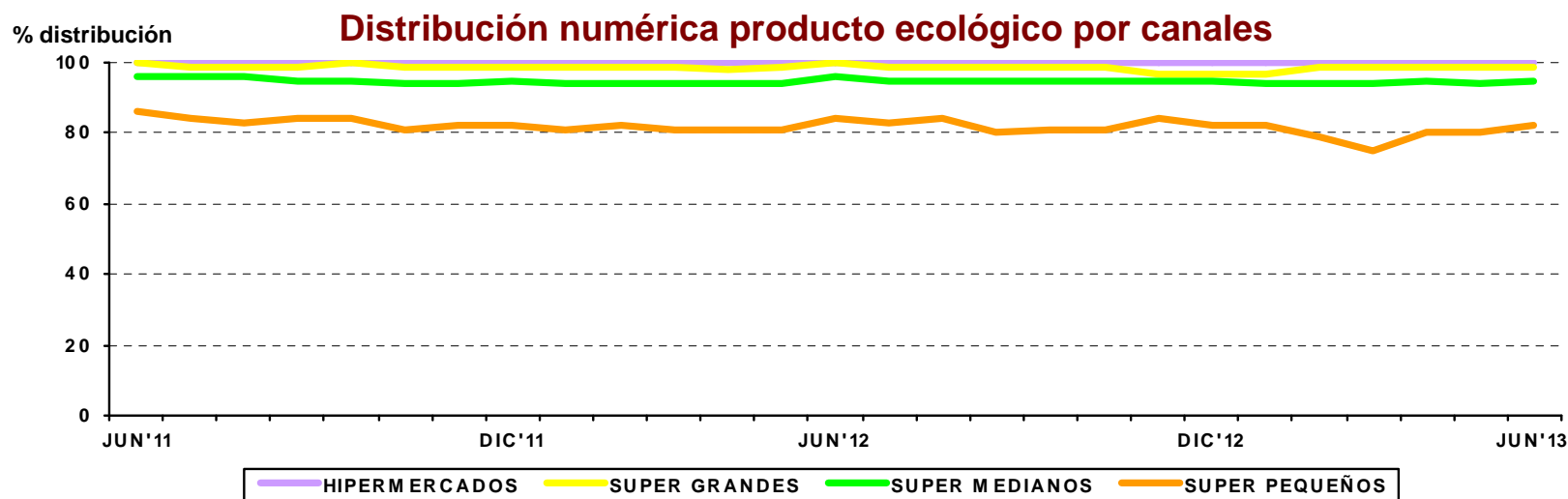


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

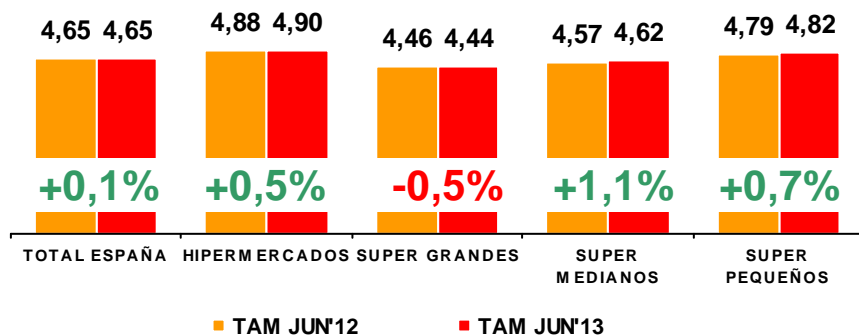
Productos ecológicos

# Alimentación infantil

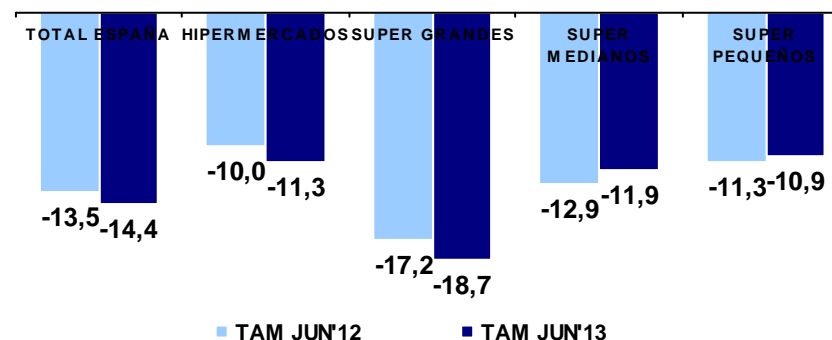
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Alimentación infantil

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-9,6%	100,0	100,0	-9,6%	4,65	4,65	0,1%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,2	24,9	-10,6%	24,3	23,9	-11,2%	4,48	4,45	-0,6%	96,7	96,9
ARAGÓN	2,0	1,9	-13,5%	2,0	1,9	-11,9%	4,68	4,76	1,8%	101,9	98,5
ASTURIAS	1,3	1,2	-12,4%	1,3	1,3	-11,3%	4,82	4,88	1,3%	67,0	64,6
BALEARES	2,7	2,4	-18,0%	3,0	2,7	-18,0%	5,20	5,21	0,1%	135,6	119,7
CANARIAS	4,0	4,0	-8,2%	4,0	3,9	-12,1%	4,76	4,56	-4,2%	75,3	71,2
CANTABRIA	0,9	0,8	-15,1%	0,9	0,9	-12,6%	4,83	4,97	3,0%	64,6	63,9
CASTILLA - LA MANCHA	5,9	6,1	-7,2%	5,7	5,8	-7,9%	4,46	4,42	-0,7%	117,6	118,8
CASTILLA - LEÓN	3,3	3,1	-15,2%	3,3	3,1	-14,4%	4,66	4,70	0,9%	83,5	79,1
CATALUÑA	12,3	12,6	-7,6%	12,9	13,4	-5,9%	4,87	4,97	1,9%	106,5	109,6
EXTREMADURA	2,9	3,1	-4,3%	2,8	3,0	-4,4%	4,52	4,51	-0,1%	97,2	105,0
GALICIA	4,3	4,0	-14,9%	4,4	4,2	-14,6%	4,79	4,80	0,3%	95,3	87,6
LA RIOJA	0,6	0,5	-18,2%	0,6	0,6	-14,8%	4,56	4,75	4,2%	99,7	94,0
MADRID	12,2	12,7	-5,7%	12,4	13,0	-5,6%	4,73	4,74	0,1%	93,9	95,8
MURCIA	5,2	4,9	-14,6%	4,9	4,6	-15,4%	4,43	4,39	-1,0%	115,8	118,8
NAVARRA	0,8	0,7	-18,7%	0,8	0,8	-16,4%	5,04	5,18	2,8%	88,1	78,2
PAÍS VASCO	4,0	3,3	-26,5%	4,3	3,8	-20,4%	4,97	5,38	8,2%	103,8	87,8
VALENCIA	12,6	13,7	-1,4%	12,2	13,2	-2,4%	4,51	4,47	-1,0%	117,5	125,8

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

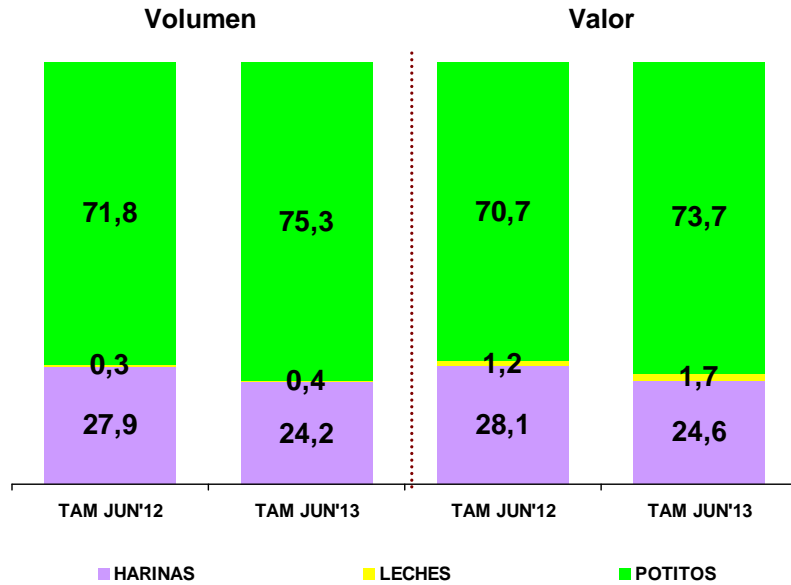
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

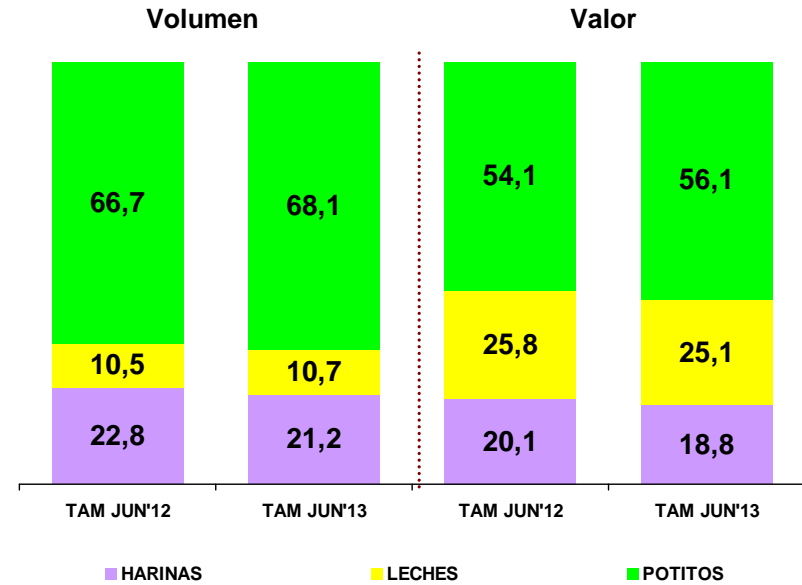
# Alimentación infantil

## Segmentos

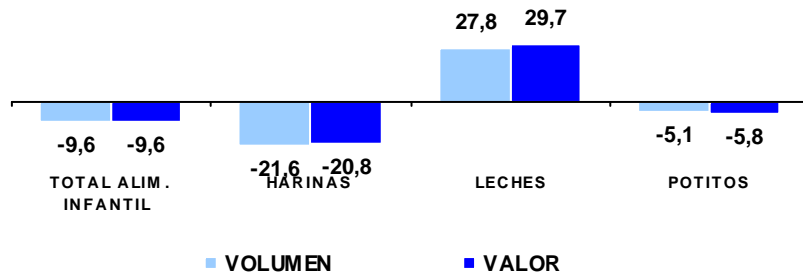
### Producto ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



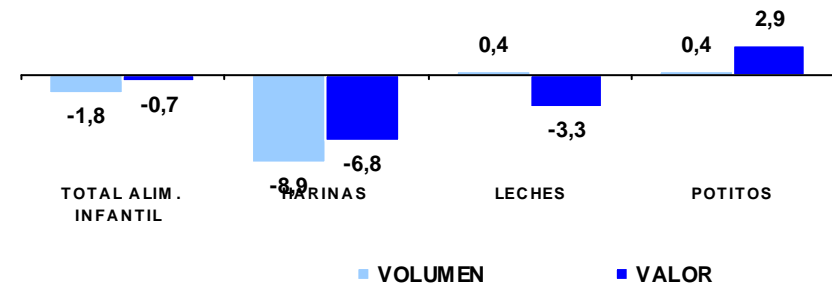
### Producto no ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

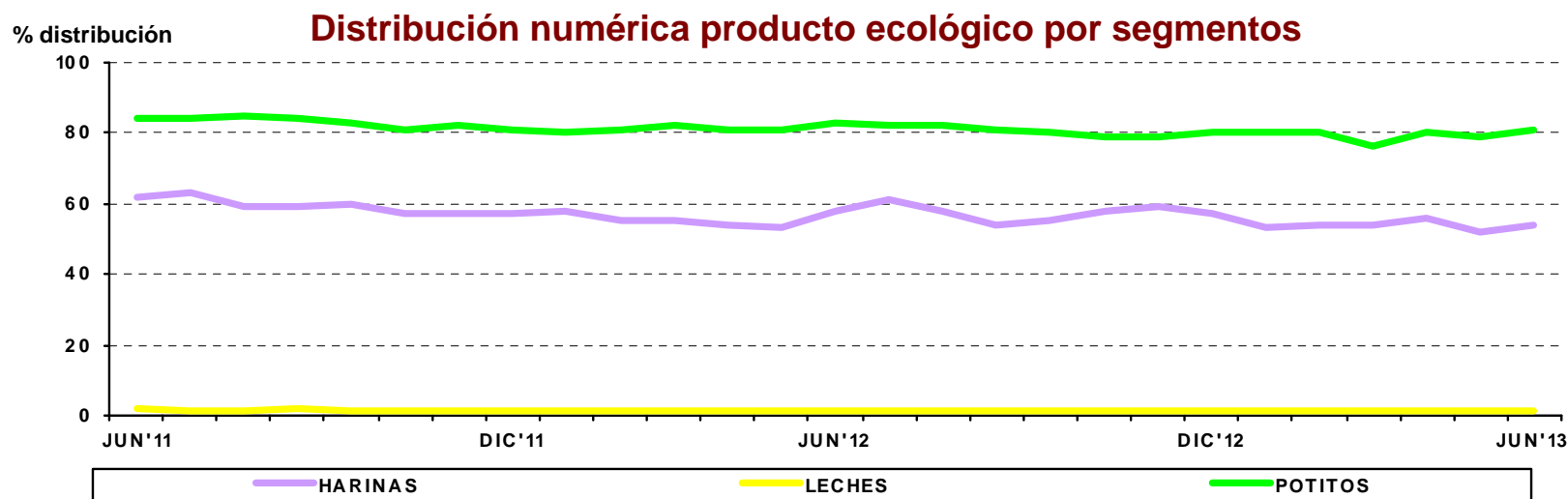


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

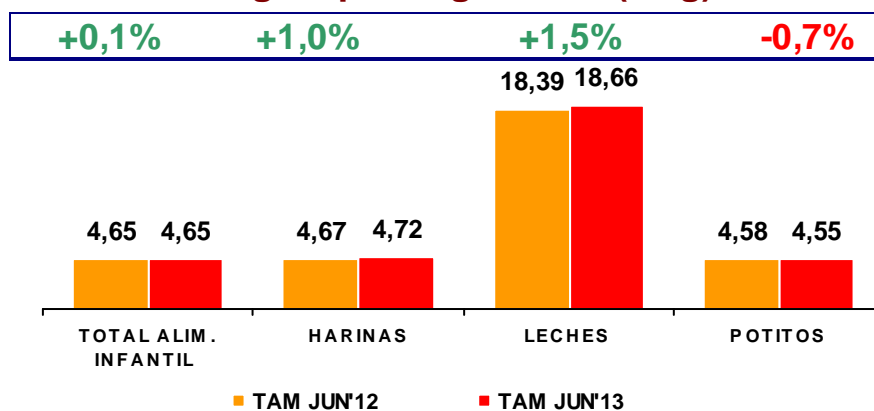
## Productos ecológicos

# Alimentación infantil

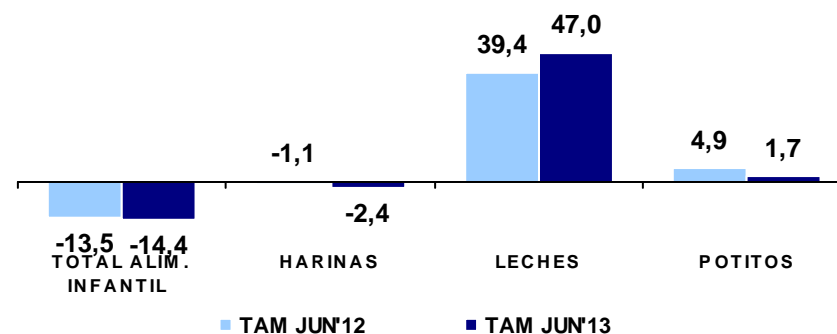
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

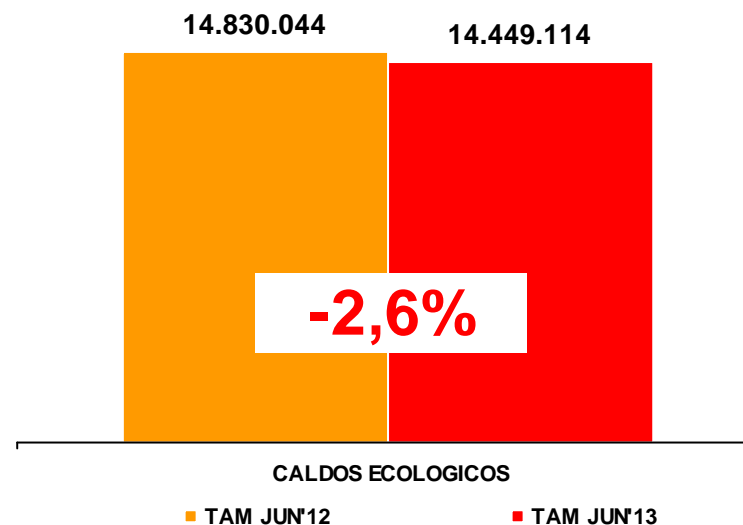
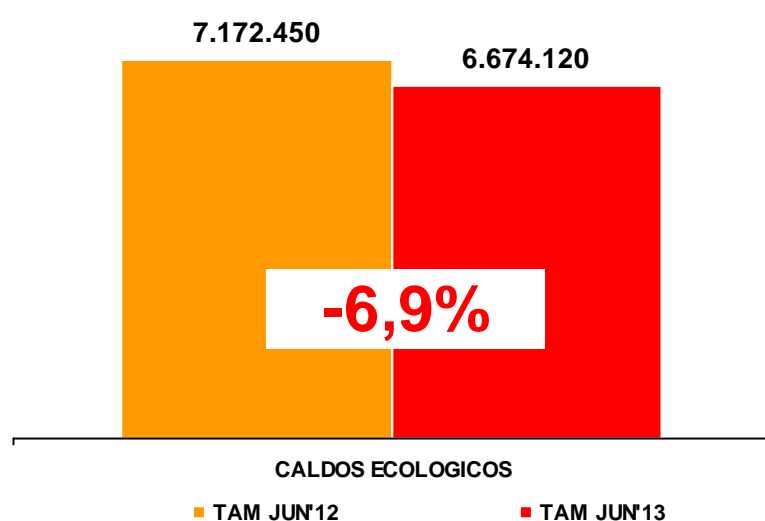
# **Caldos**

# Caldos

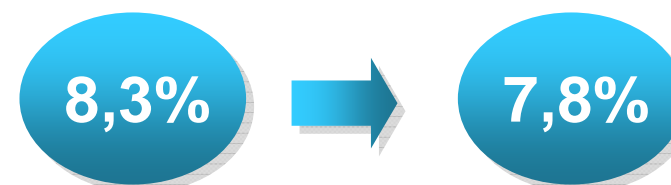
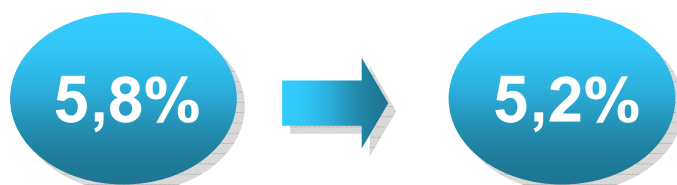
## Dimensionamiento del mercado

Volumen 6.674.120 l

Valor 14.449.114 €



### Porcentaje sobre la categoría

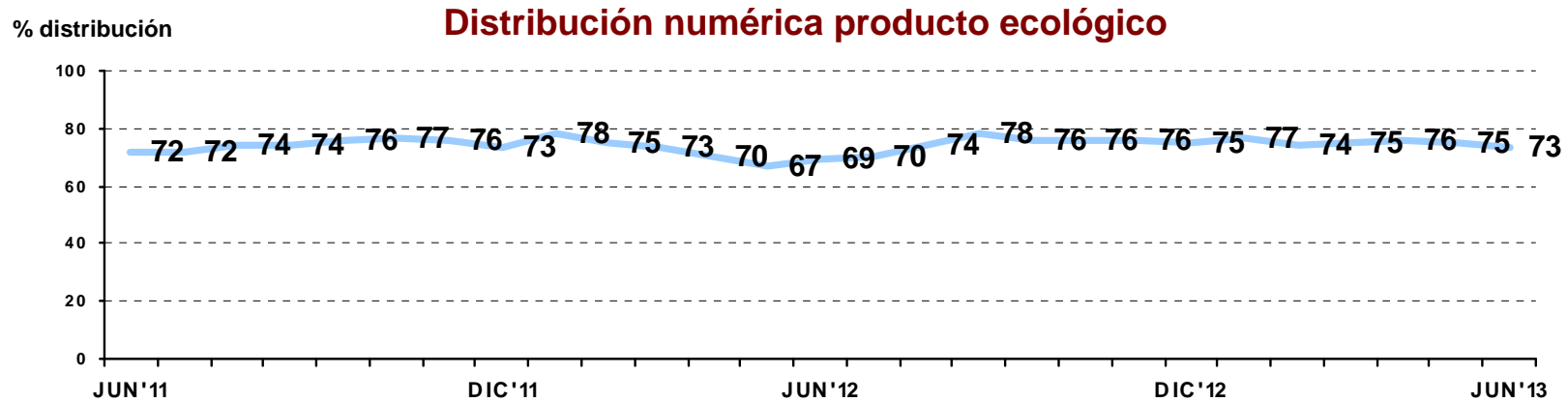


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

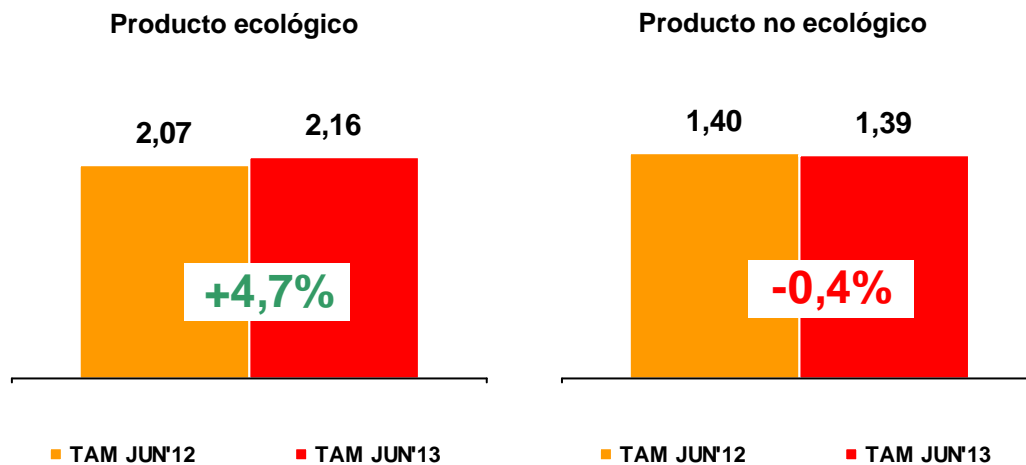
Productos ecológicos

# Caldos

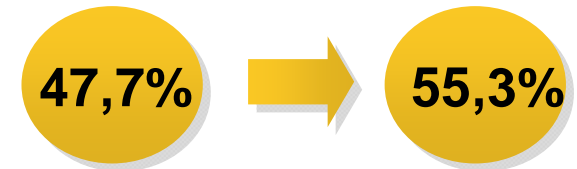
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



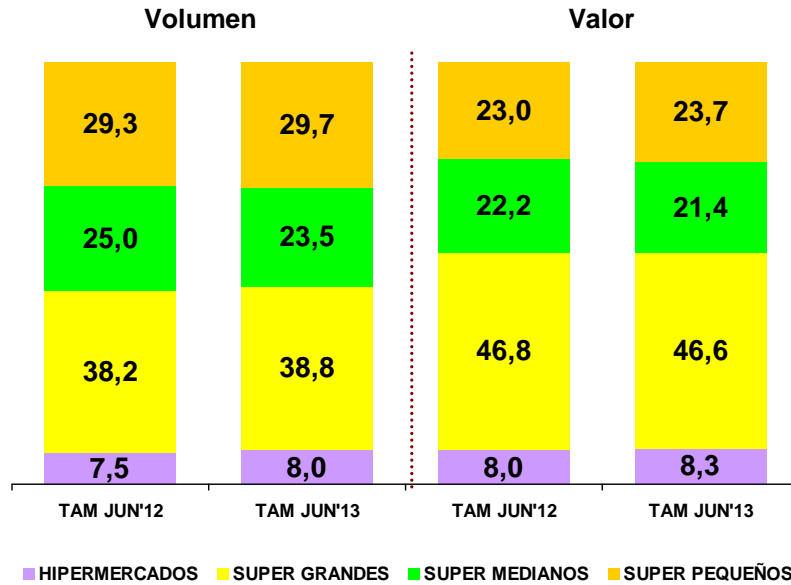
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

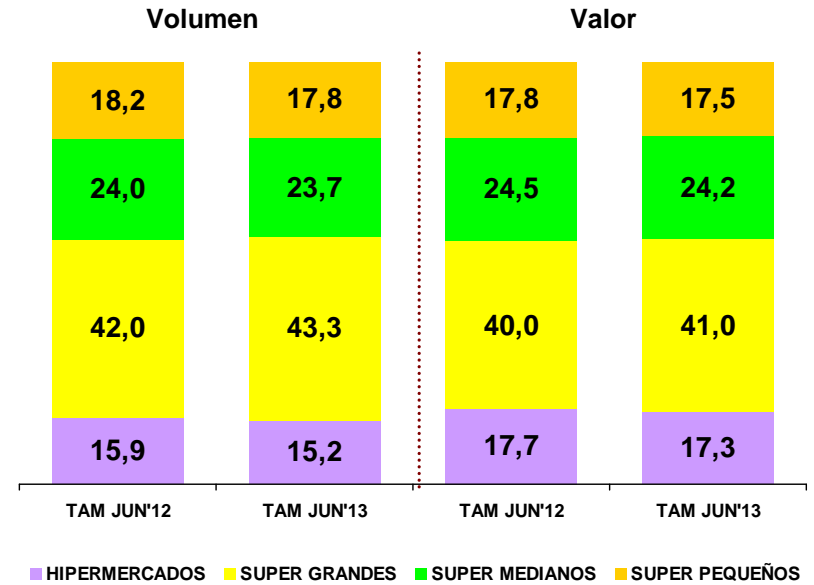


# Caldos Canales

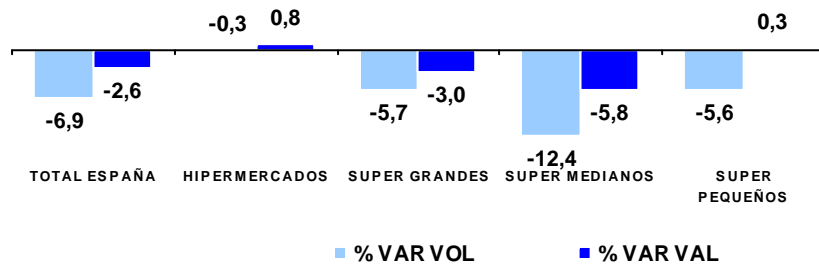
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



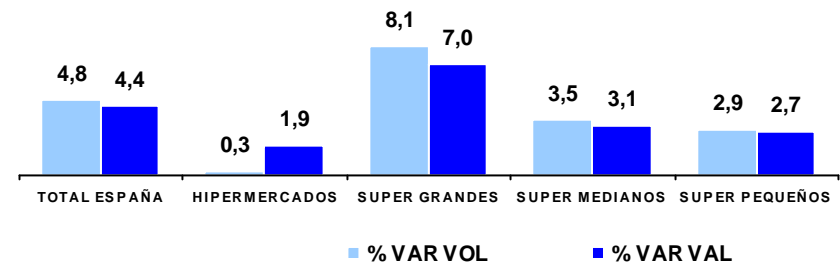
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

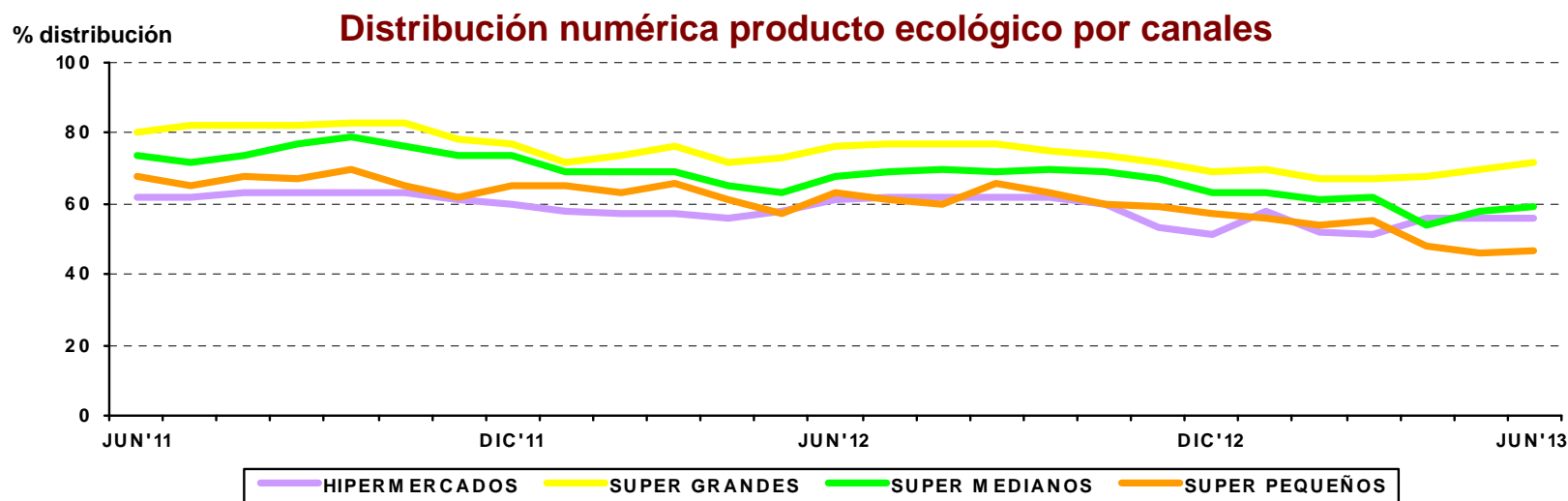


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

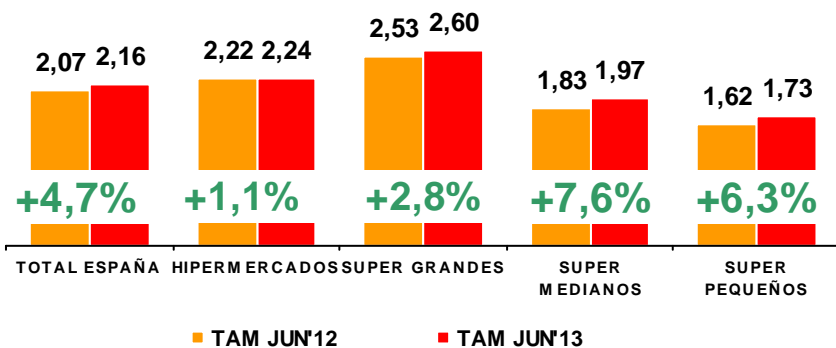
**Productos ecológicos**

# Caldos

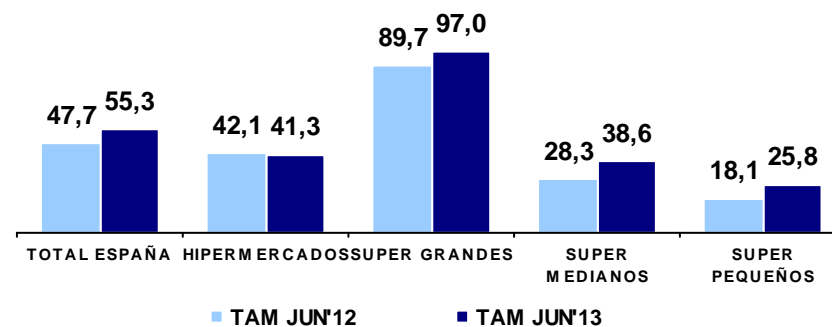
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Caldos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-6,9%	100,0	100,0	-2,6%	2,07	2,16	4,7%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	27,0	26,8	-7,8%	26,3	25,2	-6,7%	2,01	2,04	1,2%	185,6	183,3
ARAGÓN	2,8	2,8	-5,7%	2,8	2,8	-0,6%	2,10	2,21	5,5%	75,5	76,2
ASTURIAS	3,8	4,2	2,7%	3,3	3,6	6,8%	1,81	1,89	4,1%	211,3	244,7
BALEARES	2,3	2,3	-9,5%	2,8	2,6	-10,1%	2,49	2,48	-0,7%	74,5	71,9
CANARIAS	5,4	5,7	-1,7%	5,3	5,4	-1,9%	2,03	2,02	-0,2%	258,2	281,6
CANTABRIA	1,2	1,1	-16,5%	1,2	1,1	-13,3%	2,12	2,20	3,8%	94,8	88,7
CASTILLA - LA MANCHA	4,0	4,0	-6,5%	4,0	4,1	-1,2%	2,09	2,20	5,6%	90,8	91,8
CASTILLA - LEÓN	3,9	3,7	-11,0%	4,0	3,8	-7,1%	2,16	2,26	4,4%	79,1	77,2
CATALUÑA	14,3	16,1	5,0%	14,3	16,8	14,2%	2,07	2,25	8,7%	57,2	63,2
EXTREMADURA	2,9	2,8	-8,5%	2,9	3,0	-1,6%	2,10	2,26	7,5%	130,2	132,2
GALICIA	5,4	4,6	-20,7%	4,8	4,4	-9,0%	1,83	2,10	14,8%	158,0	137,6
LA RIOJA	0,7	0,8	6,4%	0,7	0,9	13,0%	2,17	2,30	6,1%	109,9	128,9
MADRID	10,3	10,6	-3,8%	10,9	11,0	-1,9%	2,20	2,24	2,0%	73,5	75,3
MURCIA	2,7	2,4	-16,1%	2,9	2,6	-13,0%	2,21	2,29	3,7%	148,5	139,0
NAVARRA	0,7	0,8	6,7%	0,7	0,8	12,6%	2,03	2,15	5,5%	62,2	72,4
PAÍS VASCO	1,7	1,6	-14,6%	1,6	1,6	-4,9%	1,95	2,18	11,5%	50,6	47,8
VALENCIA	10,9	9,6	-18,1%	11,3	10,3	-11,0%	2,13	2,31	8,6%	86,3	76,5

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

## Productos ecológicos

---

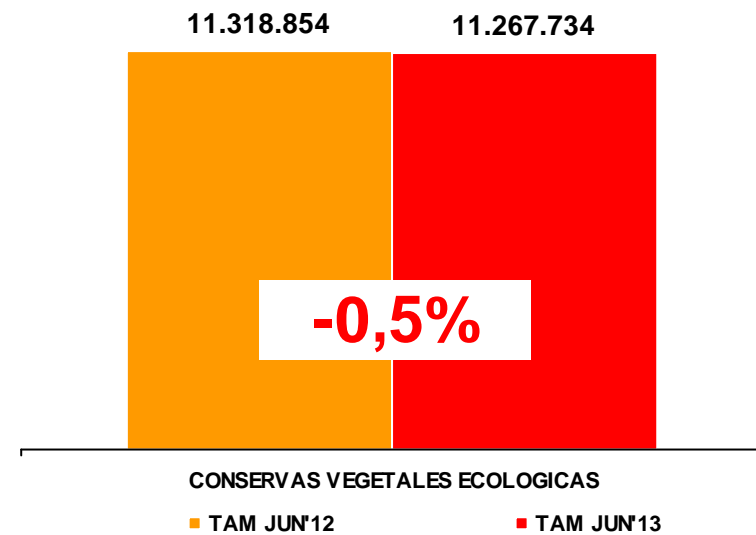
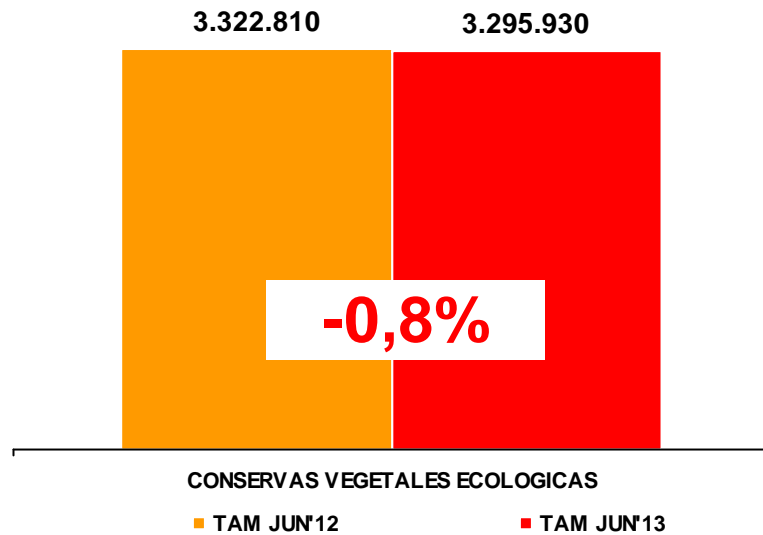
# Conservas vegetales

# Conservas vegetales

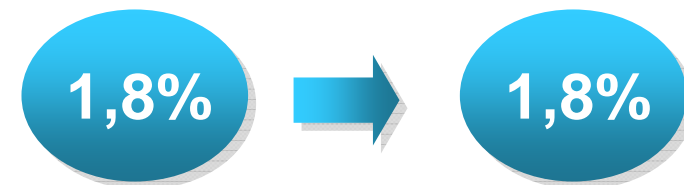
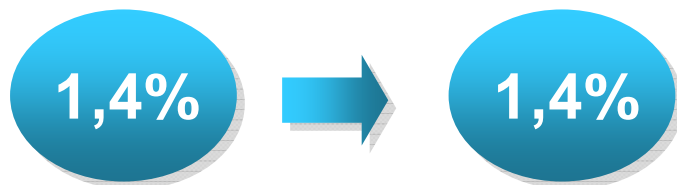
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.295.930 kg**

**Valor 11.267.734 €**



### Porcentaje sobre la categoría

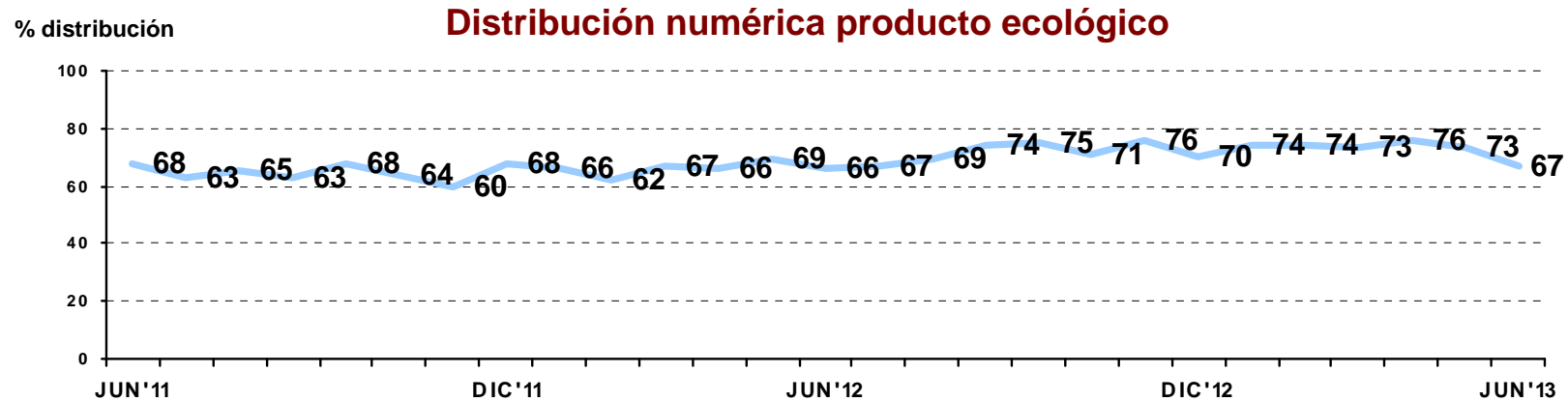


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

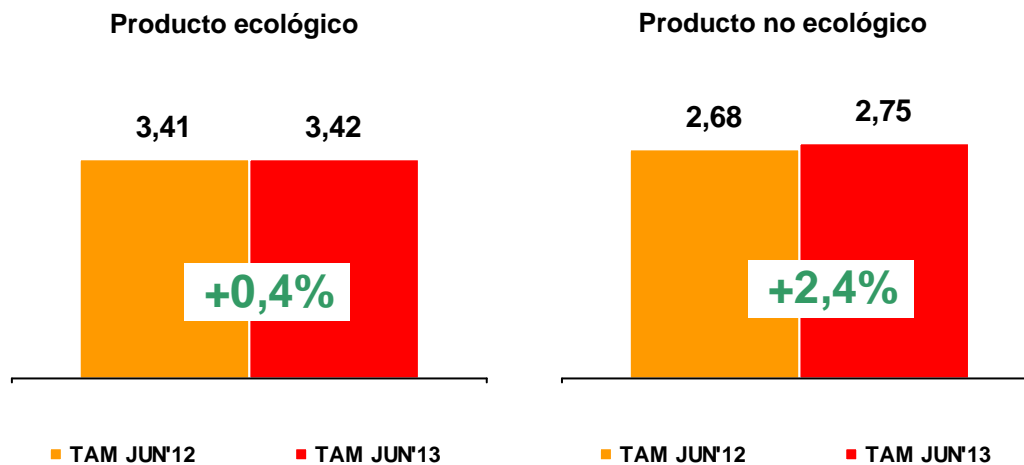
**Productos ecológicos**

# Conservas vegetales

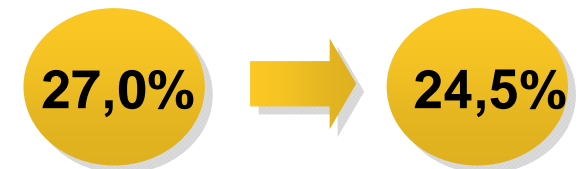
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



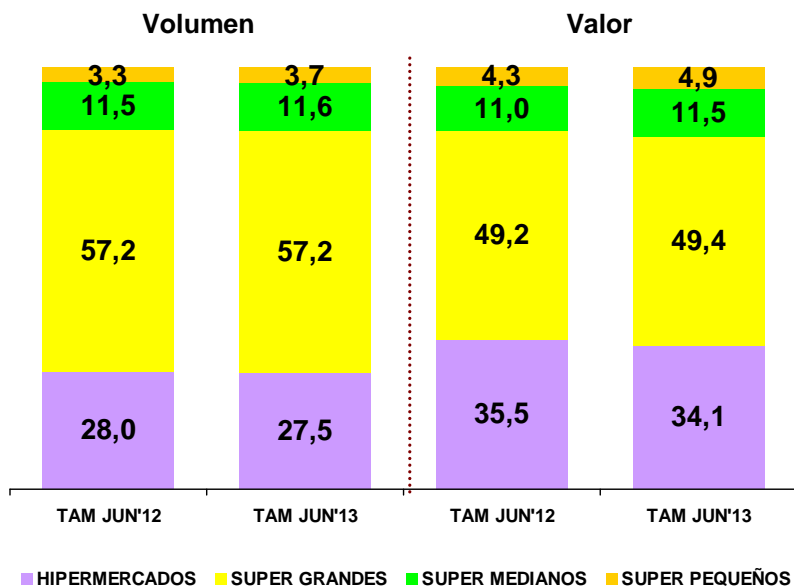
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

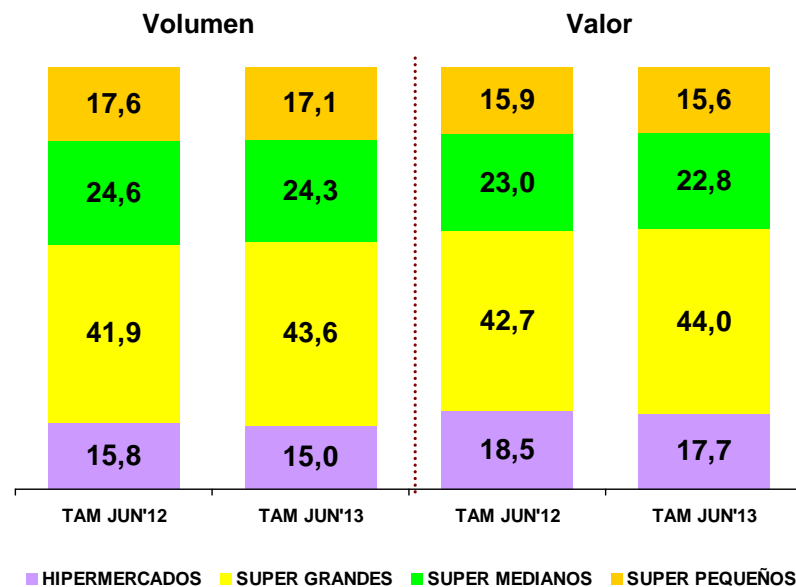
# Conservas vegetales

## Canales

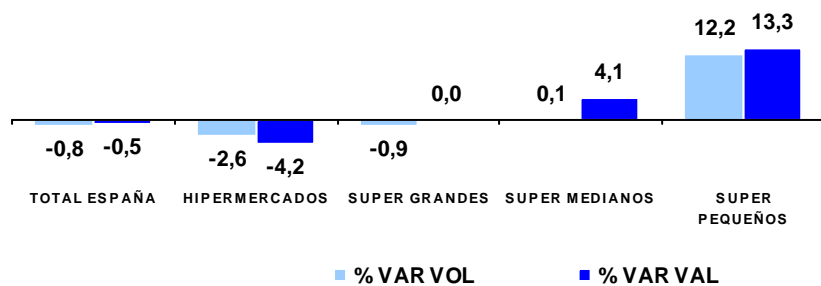
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



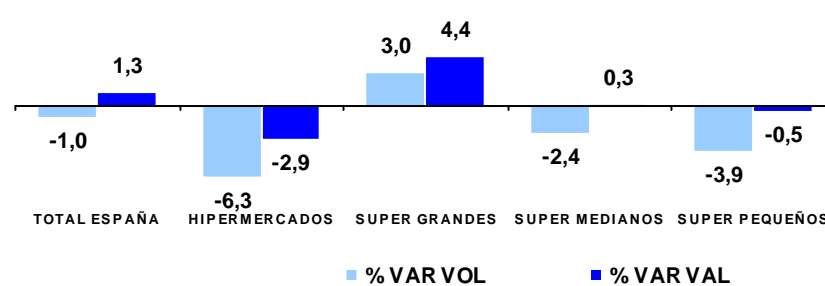
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

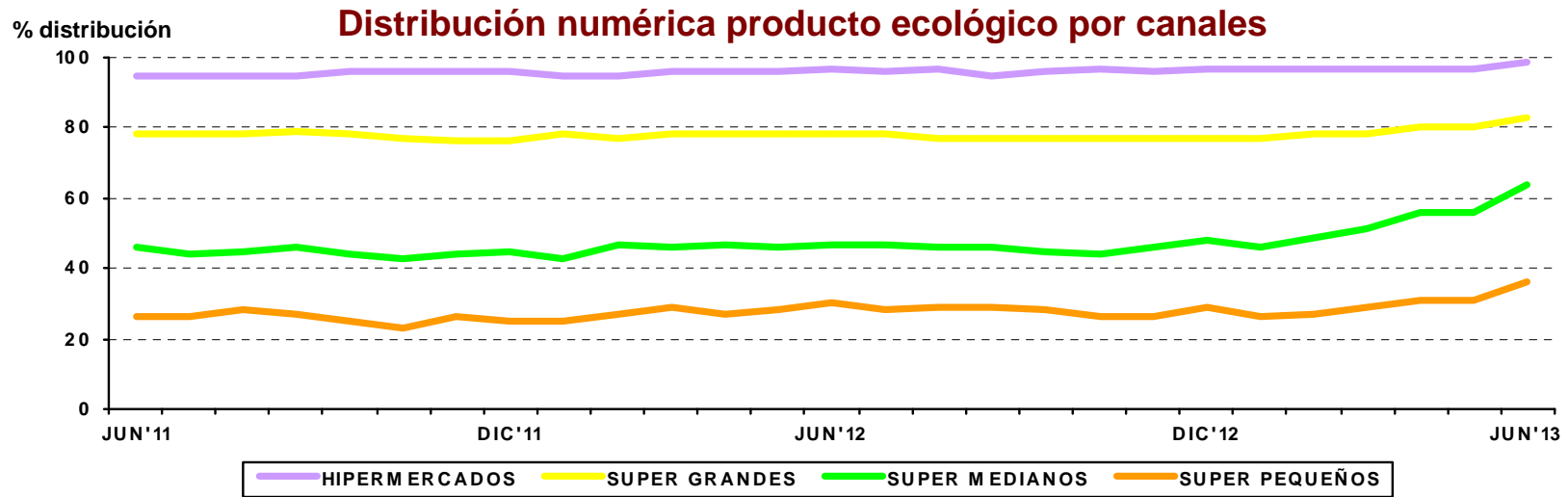


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

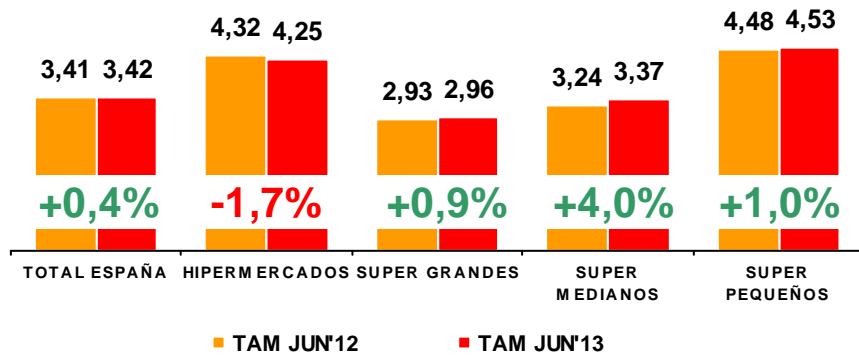
**Productos ecológicos**

# Conservas vegetales

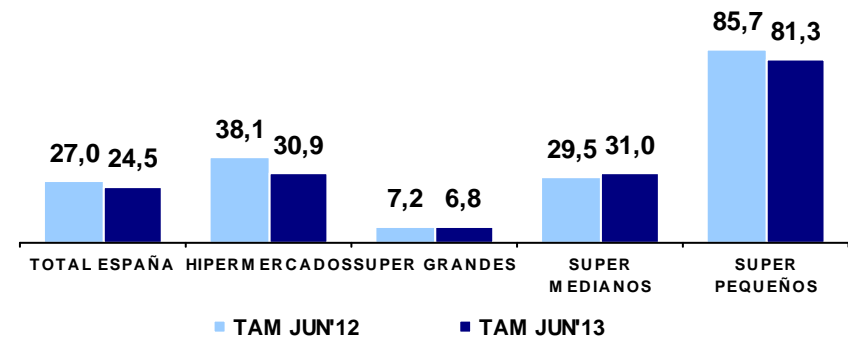
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**



# Conservas vegetales

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-0,8%	100,0	100,0	-0,5%	3,41	3,42	0,4%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	14,5	14,5	-0,7%	12,9	13,2	2,1%	3,02	3,11	2,9%	87,3	86,1
ARAGÓN	2,6	2,6	0,1%	2,4	2,5	1,0%	3,19	3,21	0,8%	78,2	78,6
ASTURIAS	1,6	1,6	-3,9%	2,2	2,1	-3,4%	4,46	4,48	0,5%	76,7	75,9
BALEARES	2,9	3,0	-0,1%	2,3	2,4	1,4%	2,68	2,72	1,5%	121,2	121,4
CANARIAS	4,0	4,3	7,7%	4,3	4,6	5,6%	3,65	3,59	-1,9%	123,3	129,7
CANTABRIA	1,1	1,0	-12,8%	1,5	1,3	-15,5%	4,66	4,51	-3,0%	65,7	58,5
CASTILLA - LA MANCHA	5,3	5,1	-4,3%	4,9	4,6	-5,5%	3,14	3,10	-1,2%	106,4	102,5
CASTILLA - LEÓN	4,2	4,0	-5,2%	4,6	4,2	-8,6%	3,71	3,58	-3,6%	90,0	87,3
CATALUÑA	16,1	17,4	7,2%	15,6	16,9	8,1%	3,30	3,32	0,8%	95,8	103,4
EXTREMADURA	1,5	1,6	-0,4%	1,4	1,4	-0,6%	3,17	3,17	-0,2%	71,4	71,1
GALICIA	2,7	2,9	4,9%	3,6	3,8	4,3%	4,48	4,45	-0,6%	64,1	67,7
LA RIOJA	0,6	0,6	3,1%	0,8	0,9	10,6%	4,51	4,84	7,3%	65,9	73,0
MADRID	17,4	17,2	-2,3%	20,6	20,1	-2,6%	4,03	4,02	-0,3%	121,3	119,1
MURCIA	2,9	2,7	-7,6%	2,7	2,5	-5,8%	3,16	3,22	1,9%	103,4	98,9
NAVARRA	0,5	0,5	14,7%	0,9	0,9	-0,9%	6,90	5,96	-13,6%	27,1	31,8
PAÍS VASCO	2,5	2,6	3,3%	4,3	4,1	-3,8%	5,94	5,53	-6,9%	48,8	52,2
VALENCIA	19,5	18,5	-6,1%	15,1	14,5	-4,5%	2,64	2,68	1,7%	151,2	143,5

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

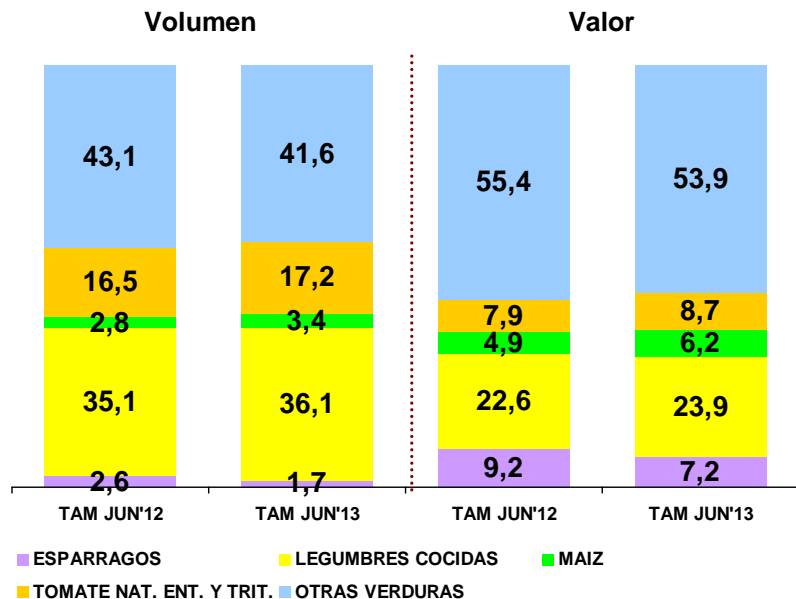
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

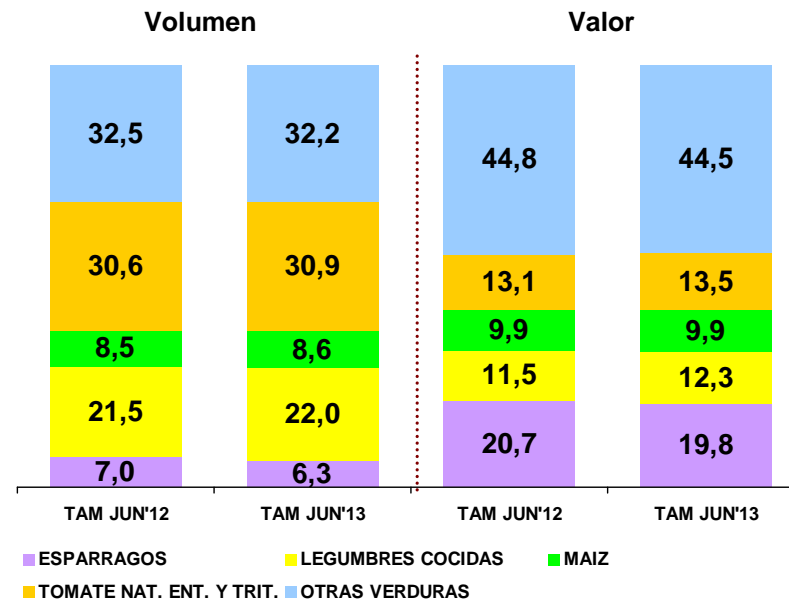
# Conservas vegetales

## Segmentos

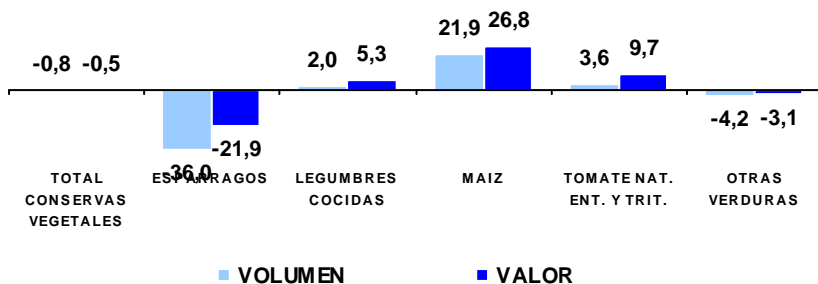
### Producto ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



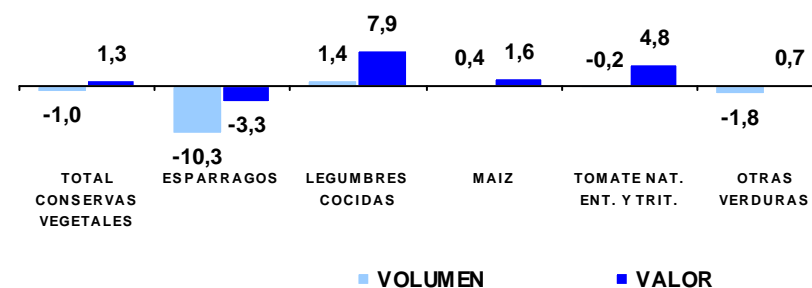
### Producto no ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

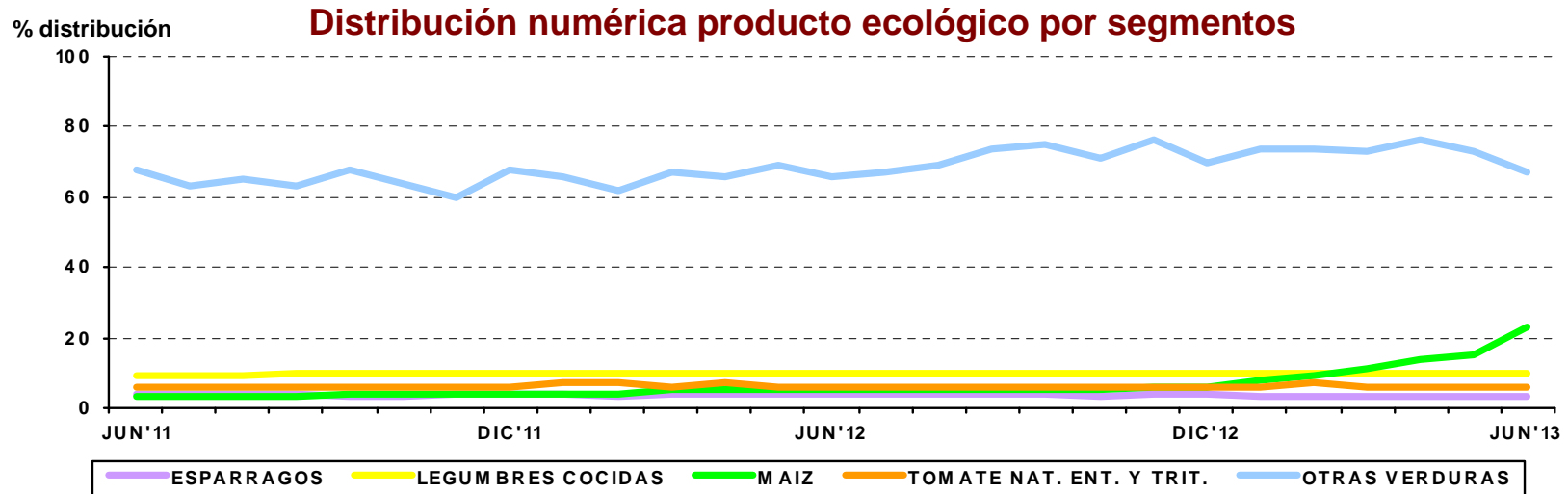


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

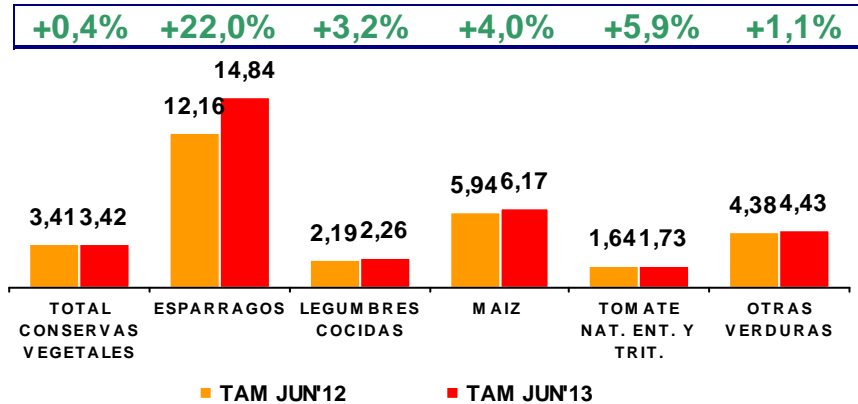
## Productos ecológicos

# Conservas vegetales

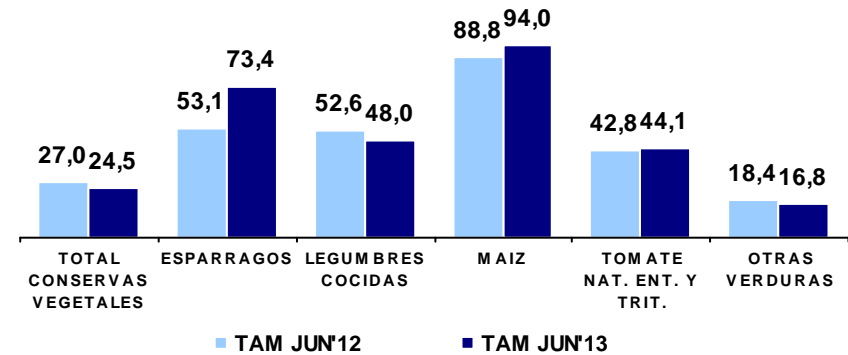
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

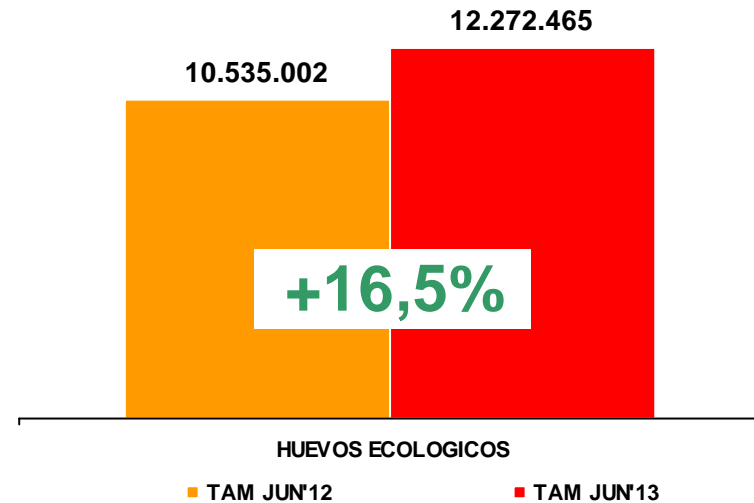
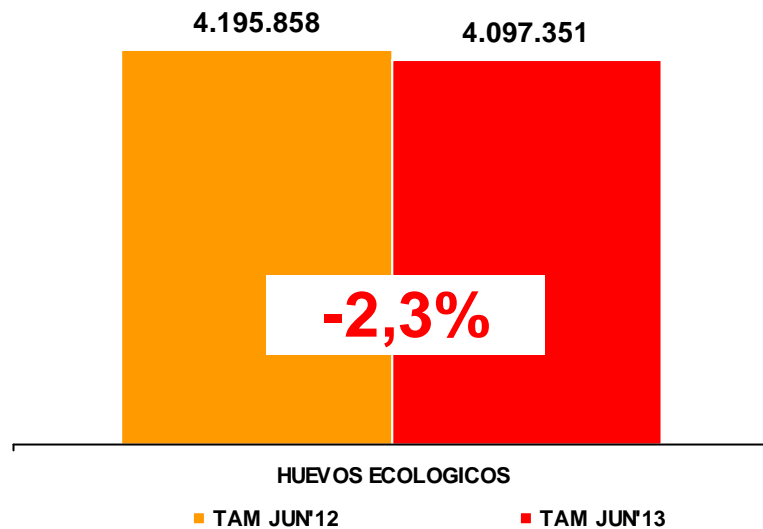
# Huevos

# Huevos

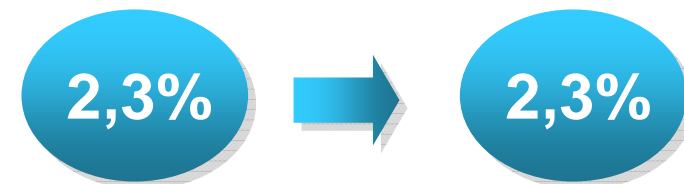
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 4.097.351 docena**

**Valor 12.272.465 €**



### Porcentaje sobre la categoría

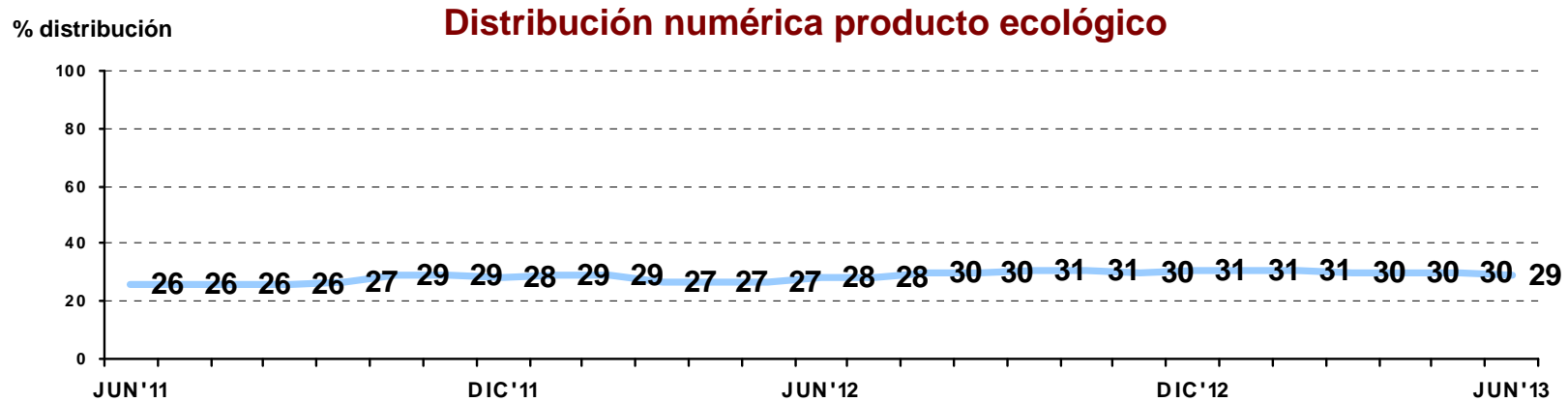


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

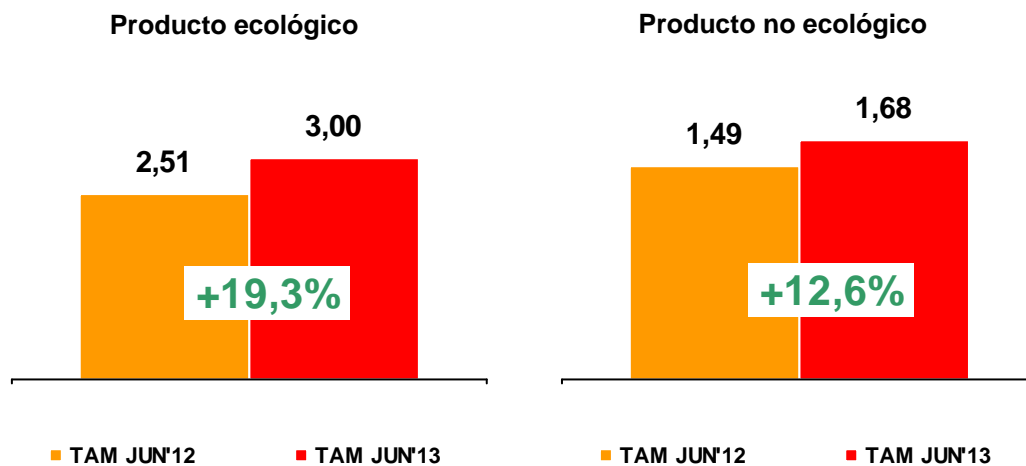
**Productos ecológicos**

# Huevos

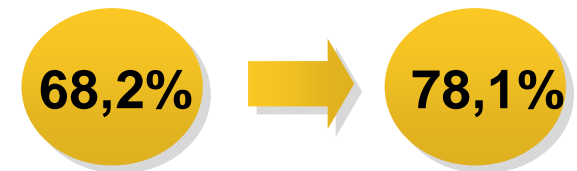
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio

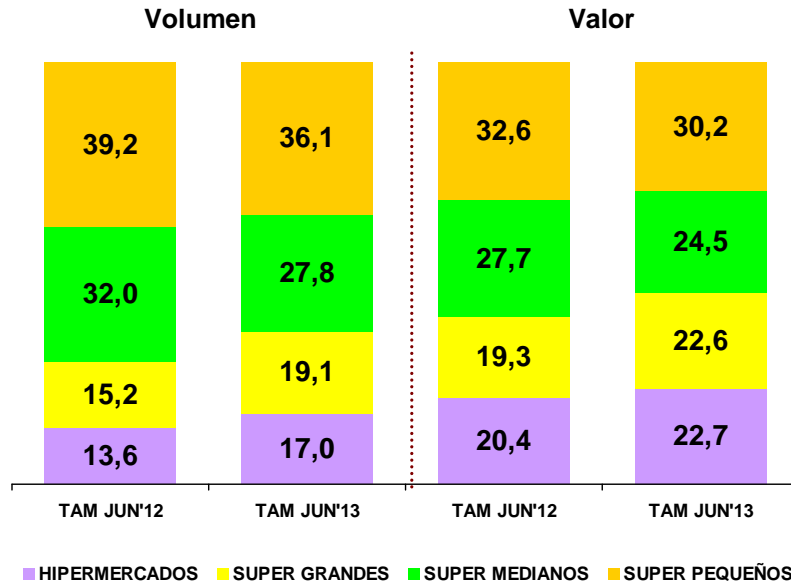


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

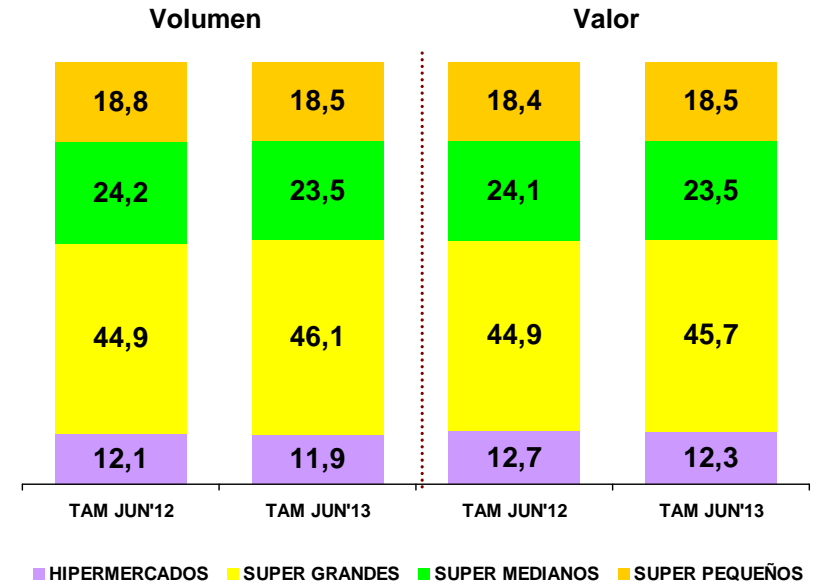
**Productos ecológicos**

# Huevos Canales

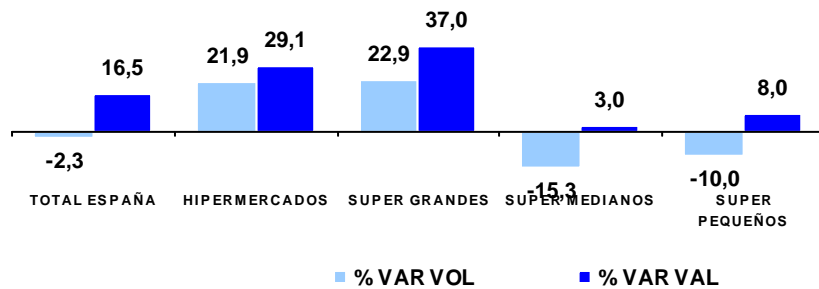
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



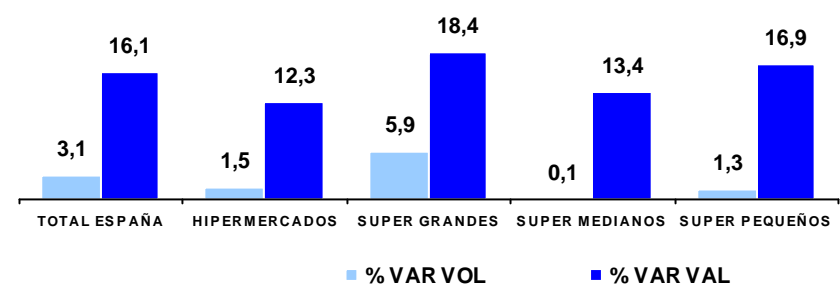
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

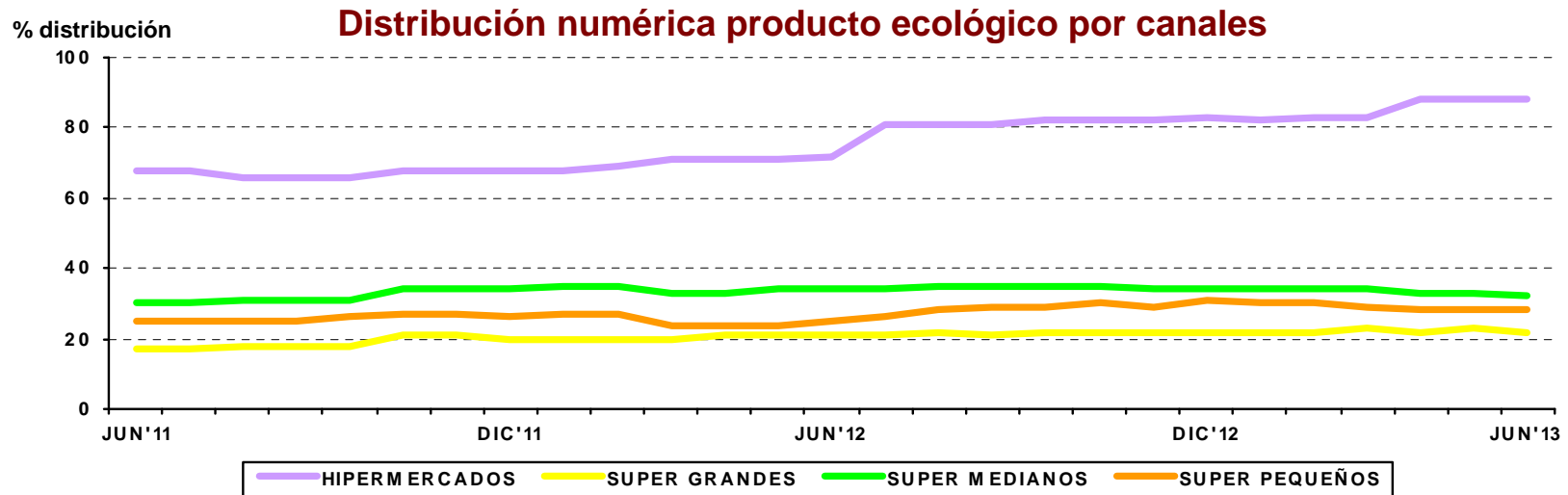


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

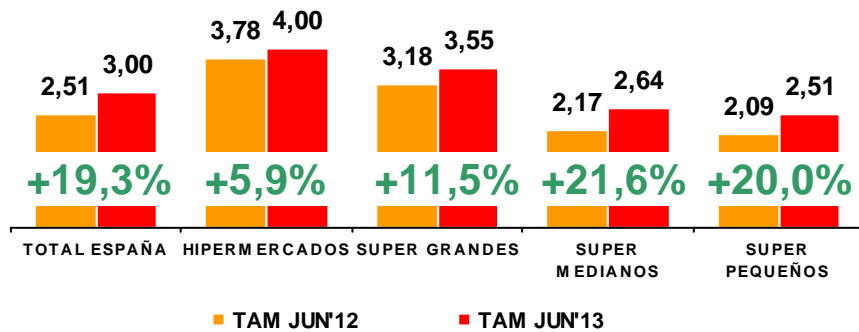
## Productos ecológicos

# Huevos

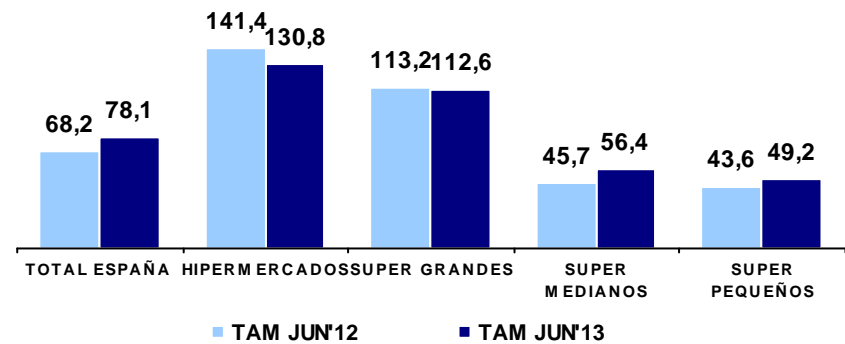
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**



# Huevos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-2,3%	100,0	100,0	16,5%	2,51	3,00	19,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	15,2	16,3	4,8%	13,7	15,1	28,6%	2,26	2,77	22,7%	86,3	91,0
ARAGÓN	2,5	3,8	46,2%	2,8	3,8	58,2%	2,84	3,07	8,2%	80,2	120,4
ASTURIAS	3,4	2,1	-41,4%	2,9	1,9	-23,0%	2,13	2,80	31,4%	132,4	80,2
BALEARES	5,2	5,5	3,9%	5,6	5,4	12,0%	2,72	2,93	7,8%	175,4	186,4
CANARIAS	0,0	0,6	-	0,0	1,0	-	-	5,08	-	0,0	16,5
CANTABRIA	2,1	1,2	-44,3%	1,9	1,1	-29,2%	2,26	2,87	27,2%	114,5	63,6
CASTILLA - LA MANCHA	3,1	2,6	-18,7%	2,6	2,2	-2,4%	2,09	2,51	20,2%	66,1	54,6
CASTILLA - LEÓN	6,1	5,7	-8,6%	4,9	4,6	9,6%	2,04	2,45	19,9%	110,7	105,3
CATALUÑA	14,3	13,1	-10,0%	15,7	15,7	16,6%	2,76	3,58	29,6%	116,6	104,2
EXTREMADURA	1,4	1,8	27,1%	1,1	1,4	50,9%	1,96	2,32	18,8%	70,1	91,8
GALICIA	7,8	7,0	-12,2%	7,9	6,7	-0,3%	2,54	2,88	13,5%	193,5	175,7
LA RIOJA	0,7	0,7	3,6%	0,7	0,7	15,7%	2,66	2,97	11,6%	68,6	76,2
MADRID	18,0	18,3	-0,8%	20,3	20,0	14,8%	2,83	3,27	15,7%	118,8	121,7
MURCIA	1,5	1,6	6,9%	1,3	1,4	26,1%	2,22	2,62	17,9%	50,7	56,9
NAVARRA	2,1	2,7	22,4%	2,1	2,5	40,5%	2,45	2,81	14,8%	112,0	141,3
PAÍS VASCO	12,6	13,5	4,1%	13,0	13,0	16,8%	2,58	2,89	12,2%	212,1	230,2
VALENCIA	4,0	3,5	-13,7%	3,6	3,3	8,0%	2,25	2,82	25,2%	30,5	27,6

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

---

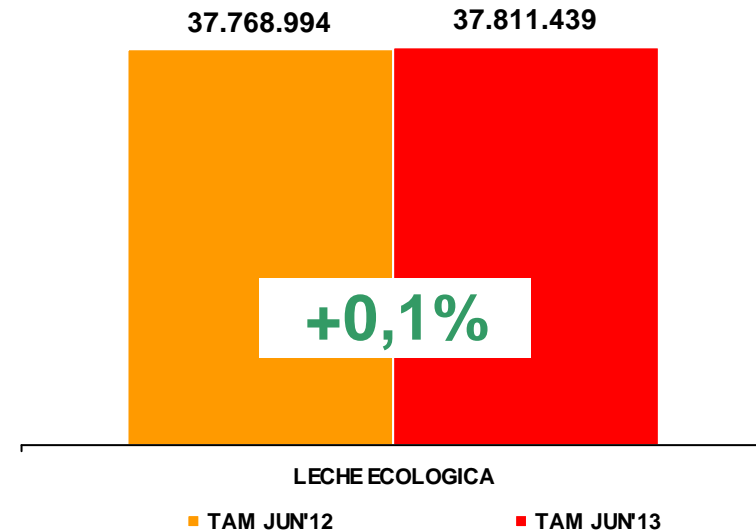
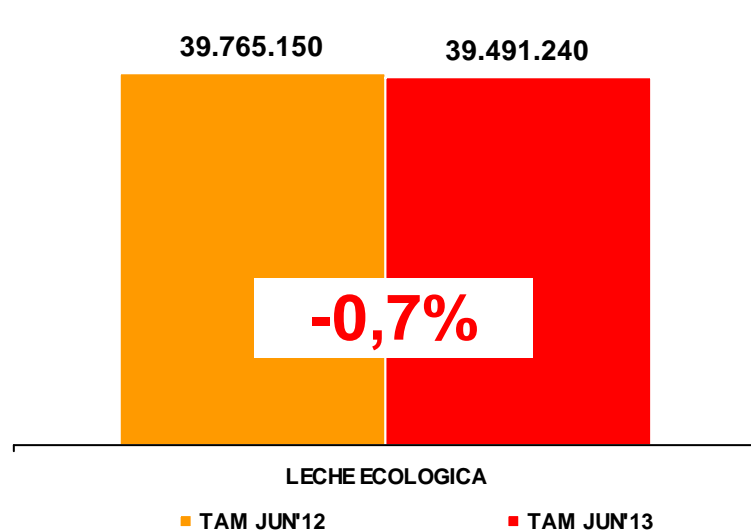
# Leche

# Leche

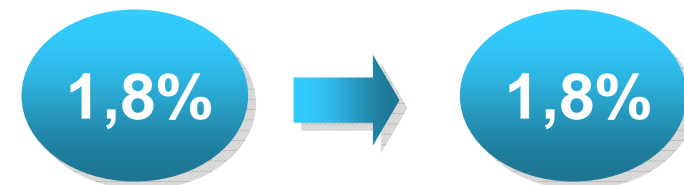
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 39.491.240 l**

**Valor 37.811.439 €**



**Porcentaje sobre la categoría**

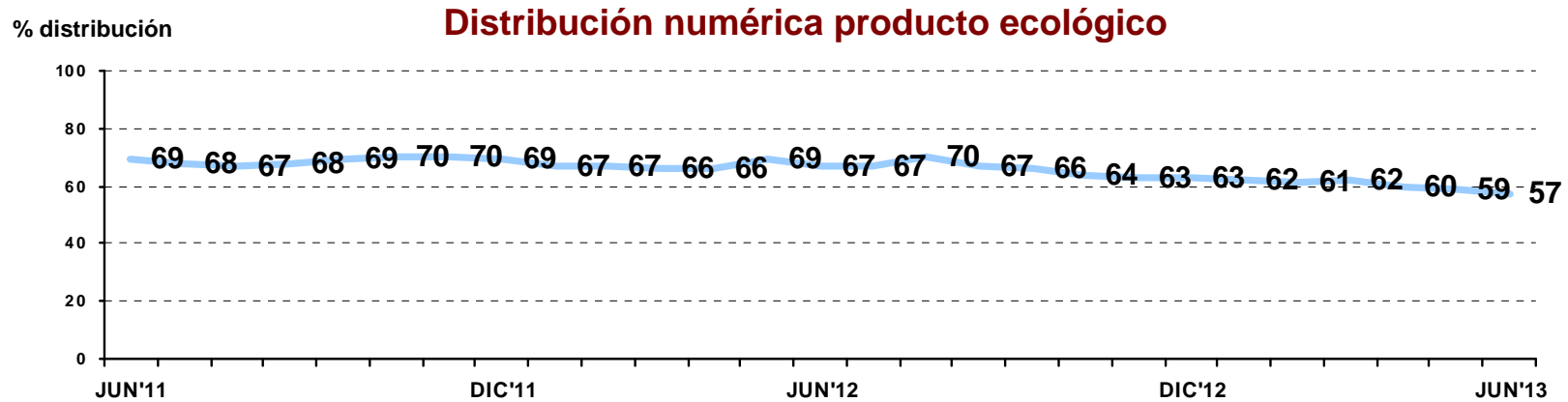


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

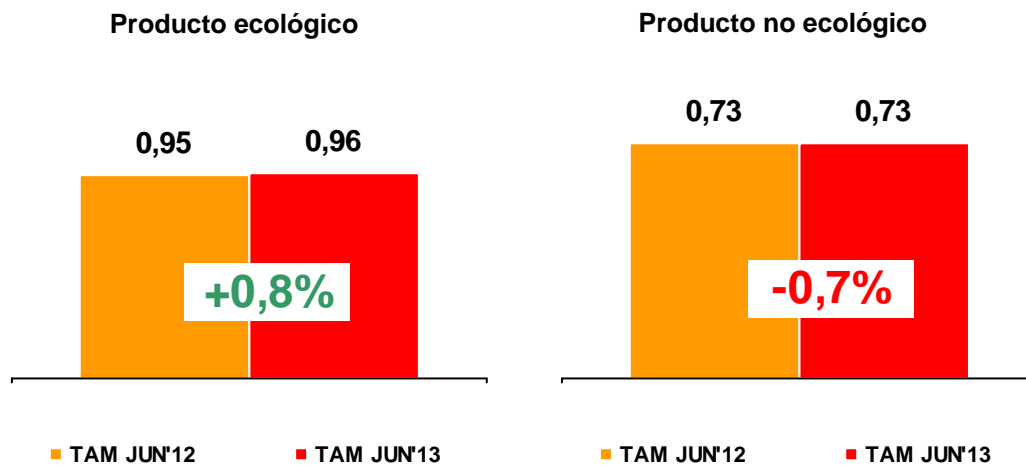
**Productos ecológicos**

# Leche

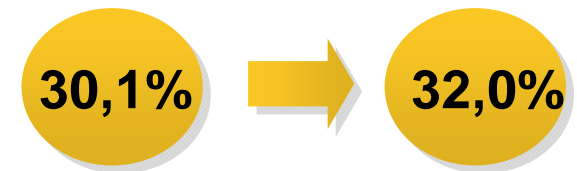
## Distribución y precios



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



**Evolución del diferencial de precio**

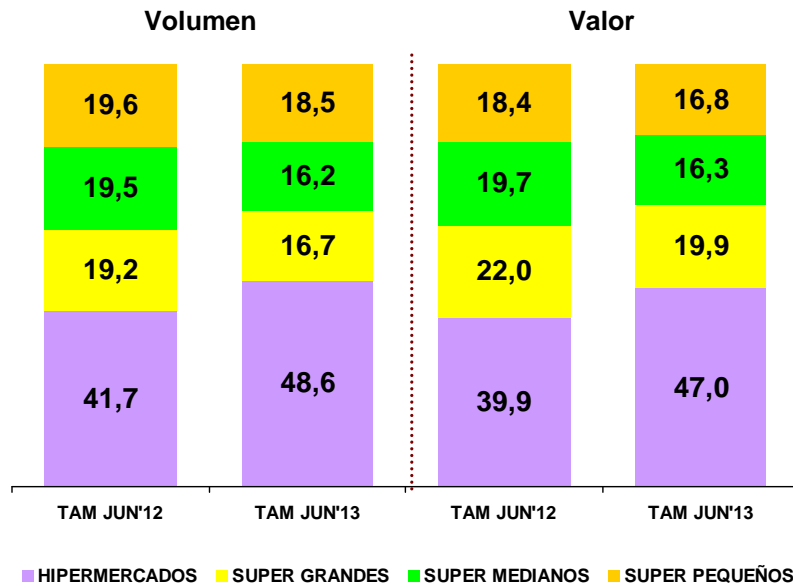


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

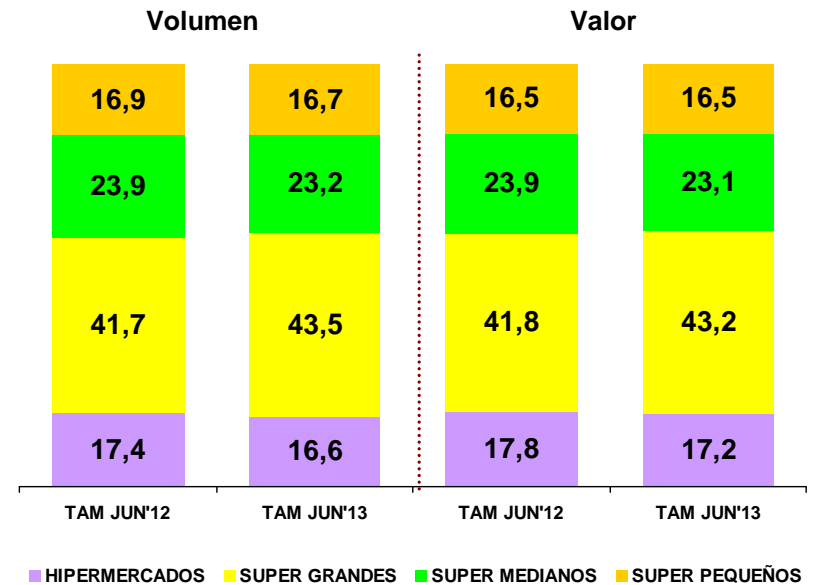
**Productos ecológicos**

# Leche Canales

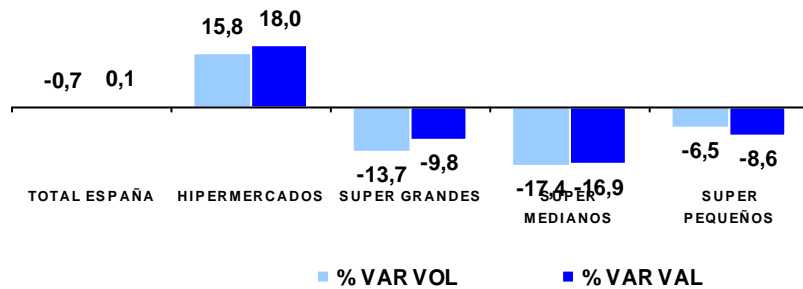
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



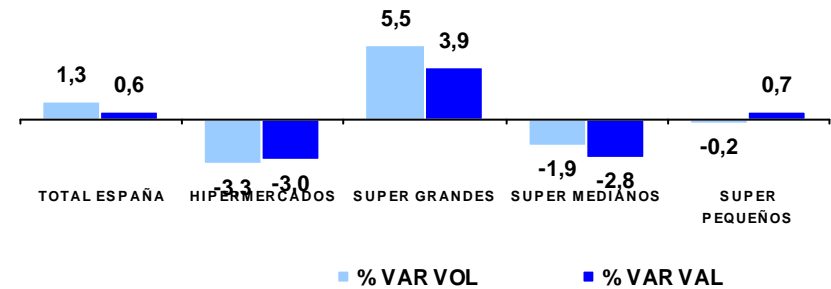
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

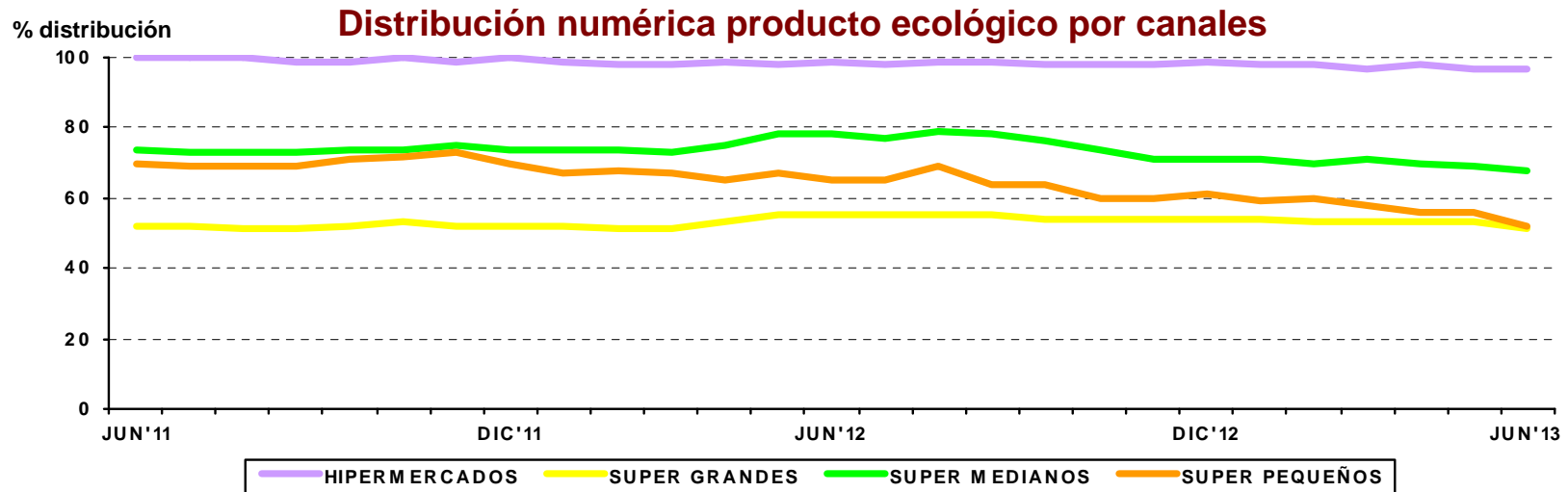


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

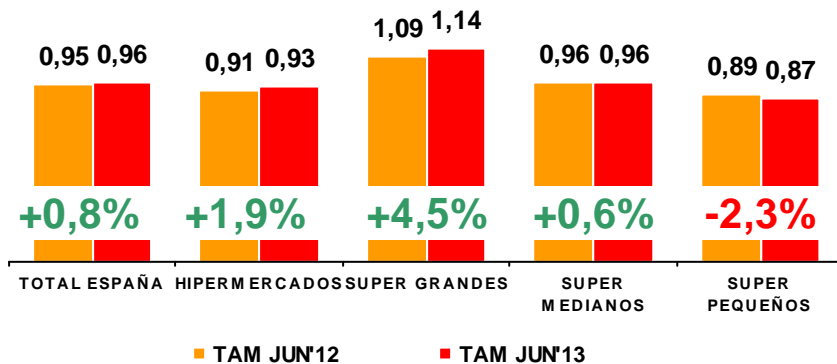
## Productos ecológicos

# Leche

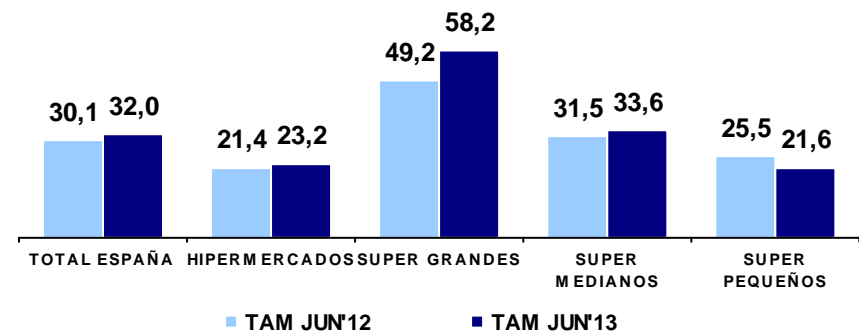
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Leche

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-0,7%	100,0	100,0	0,1%	0,95	0,96	0,8%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	8,8	9,1	2,5%	9,5	9,6	1,6%	1,02	1,01	-0,8%	54,8	55,5
ARAGÓN	3,0	2,6	-13,6%	2,8	2,6	-7,3%	0,88	0,95	7,3%	102,2	88,5
ASTURIAS	0,9	0,9	-1,3%	1,1	1,1	1,3%	1,10	1,13	2,6%	32,5	32,9
BALEARES	1,8	2,6	41,4%	2,1	2,9	43,2%	1,09	1,10	1,2%	88,2	126,7
CANARIAS	0,7	1,4	100,7%	0,9	1,8	90,5%	1,28	1,21	-5,1%	15,5	30,7
CANTABRIA	0,8	0,9	19,5%	0,8	1,0	23,1%	1,01	1,04	3,1%	43,6	53,4
CASTILLA - LA MANCHA	2,9	2,8	-5,0%	2,7	2,5	-8,3%	0,90	0,87	-3,4%	58,6	54,1
CASTILLA - LEÓN	4,9	4,4	-10,9%	4,5	4,0	-10,5%	0,88	0,89	0,5%	71,6	64,6
CATALUÑA	25,2	24,2	-4,7%	24,9	23,9	-3,8%	0,94	0,95	1,0%	194,2	186,5
EXTREMADURA	2,8	2,3	-17,1%	2,3	1,9	-18,5%	0,80	0,78	-1,7%	104,7	86,1
GALICIA	4,1	4,1	0,0%	4,6	4,6	0,8%	1,05	1,06	0,8%	63,6	65,2
LA RIOJA	0,6	0,5	-13,9%	0,6	0,5	-9,4%	0,90	0,94	5,2%	62,2	55,8
MADRID	25,9	23,9	-8,5%	25,5	23,1	-9,3%	0,94	0,93	-0,9%	179,0	164,1
MURCIA	2,0	2,2	9,0%	2,0	2,2	9,7%	0,94	0,94	0,6%	77,2	89,0
NAVARRA	1,3	1,4	6,0%	1,4	1,5	9,5%	0,97	1,00	3,3%	83,1	88,7
PAÍS VASCO	4,9	5,4	10,4%	4,9	5,7	16,2%	0,96	1,01	5,3%	89,8	101,2
VALENCIA	9,4	11,2	18,8%	9,5	11,0	16,4%	0,96	0,94	-2,1%	86,6	105,6

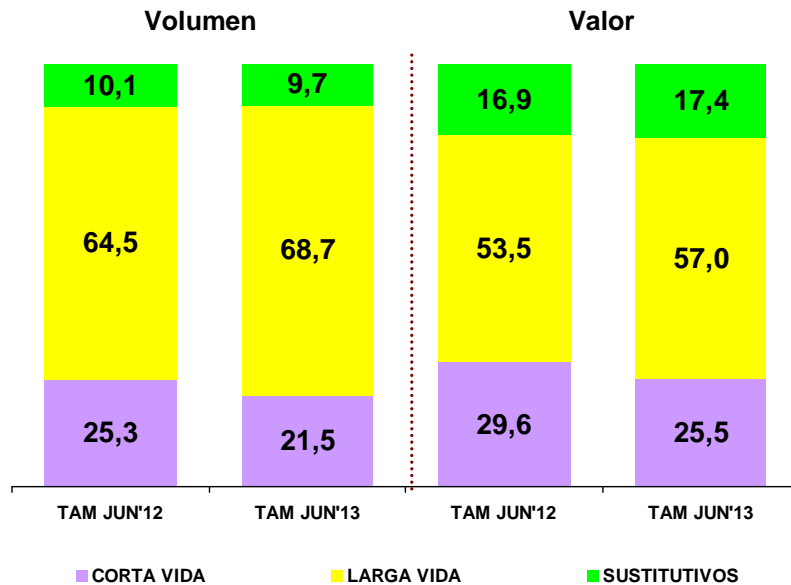
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

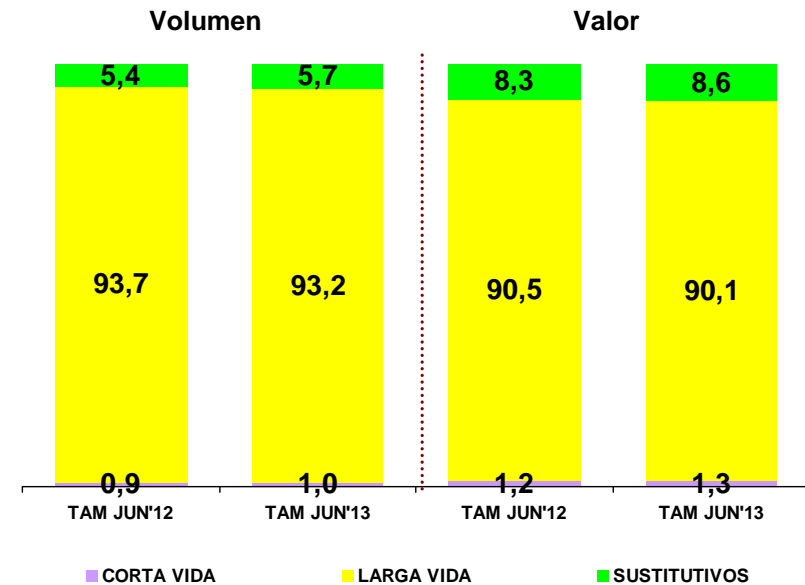
### Productos ecológicos

# Leche Segmentos

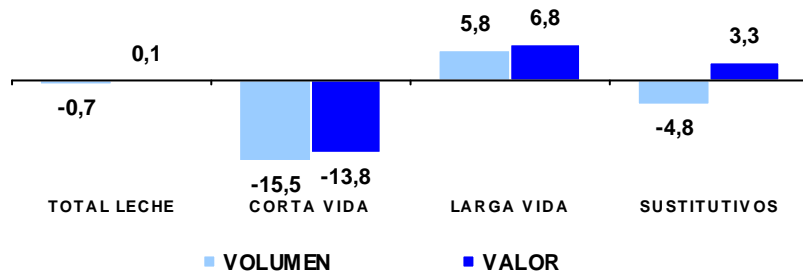
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



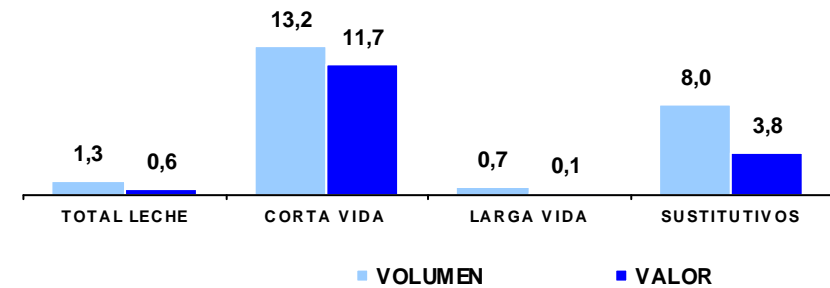
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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



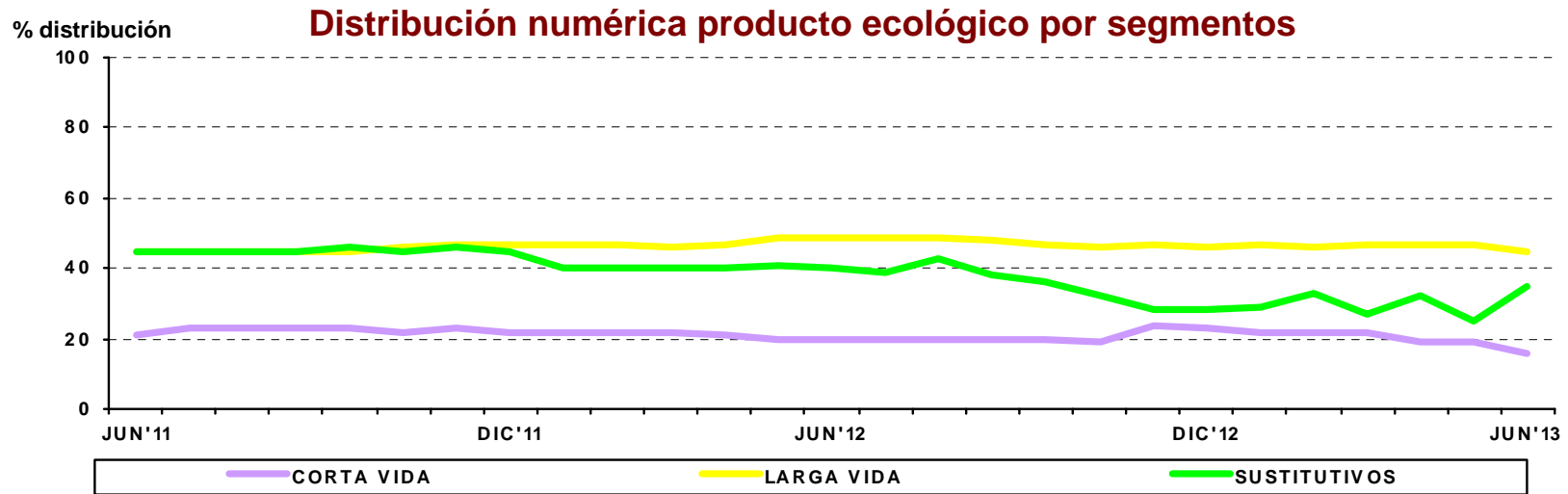
Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

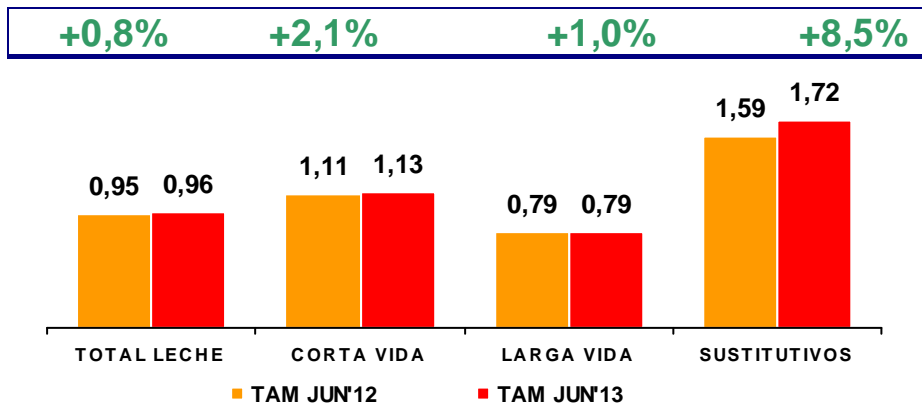


# Leche

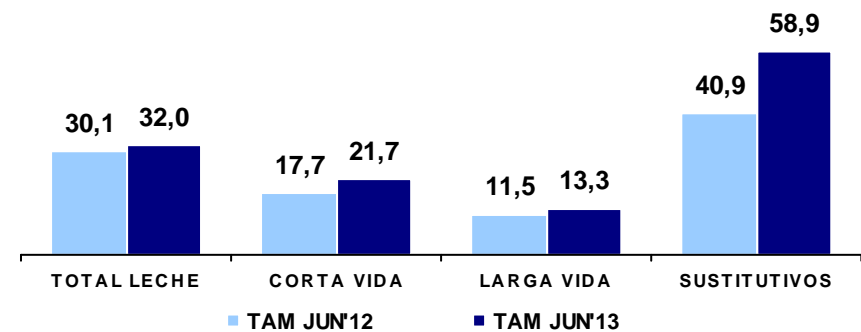
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

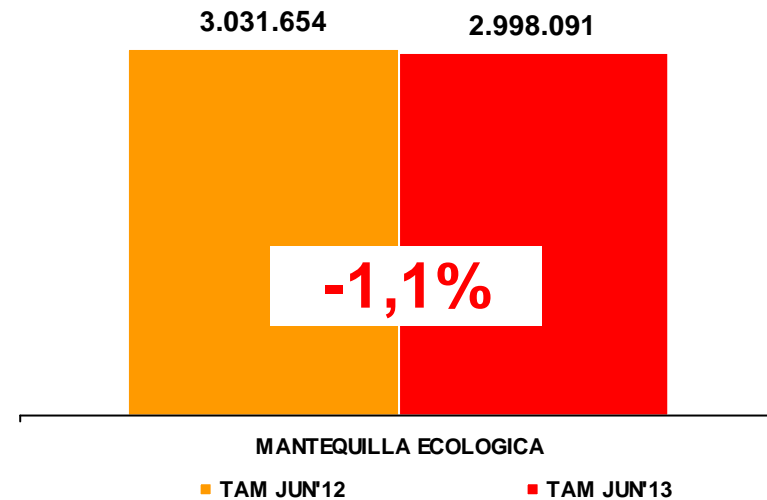
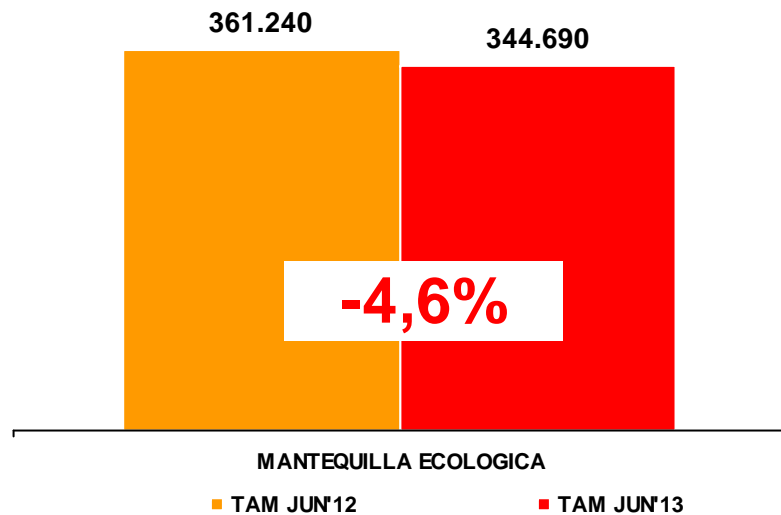
# Mantequilla

# Mantequilla

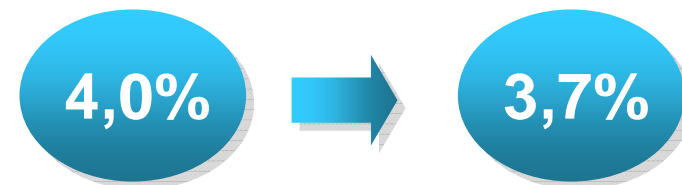
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 344.690 kg**

**Valor 2.998.091 €**



### Porcentaje sobre la categoría

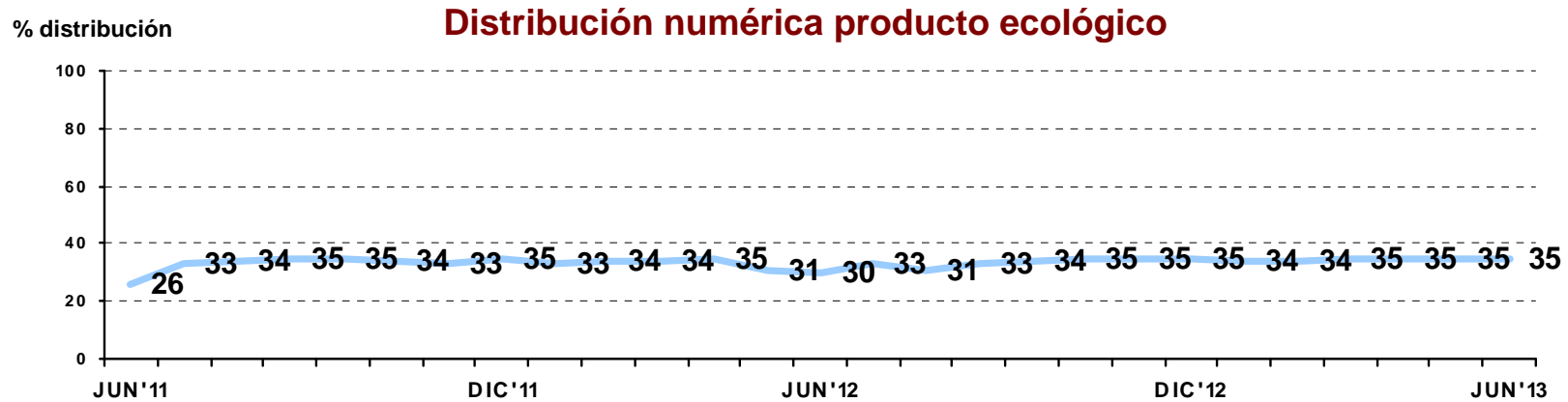


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

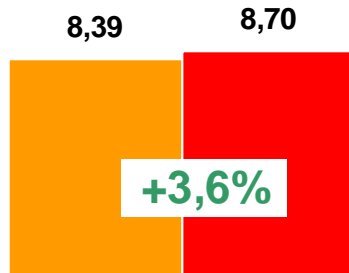
# Mantequilla

## Distribución y precios



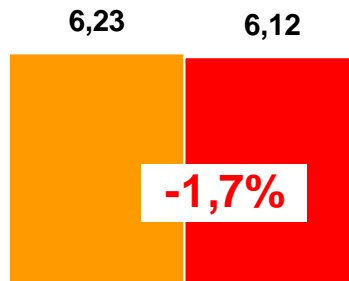
### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico



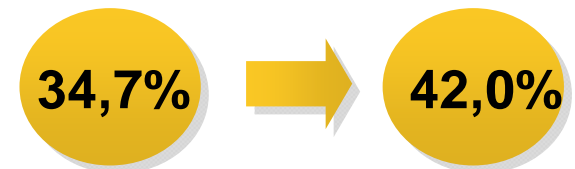
■ TAM JUN'12 ■ TAM JUN'13

Producto no ecológico



■ TAM JUN'12 ■ TAM JUN'13

### Evolución del diferencial de precio

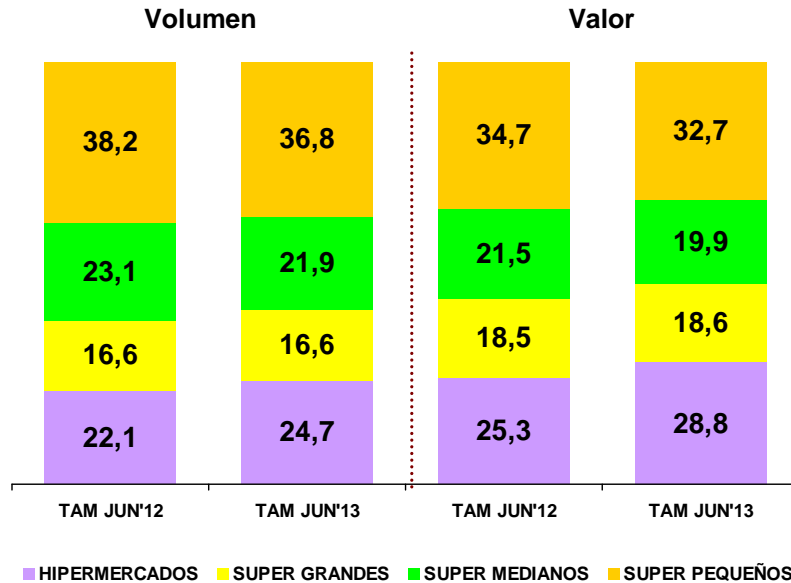


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

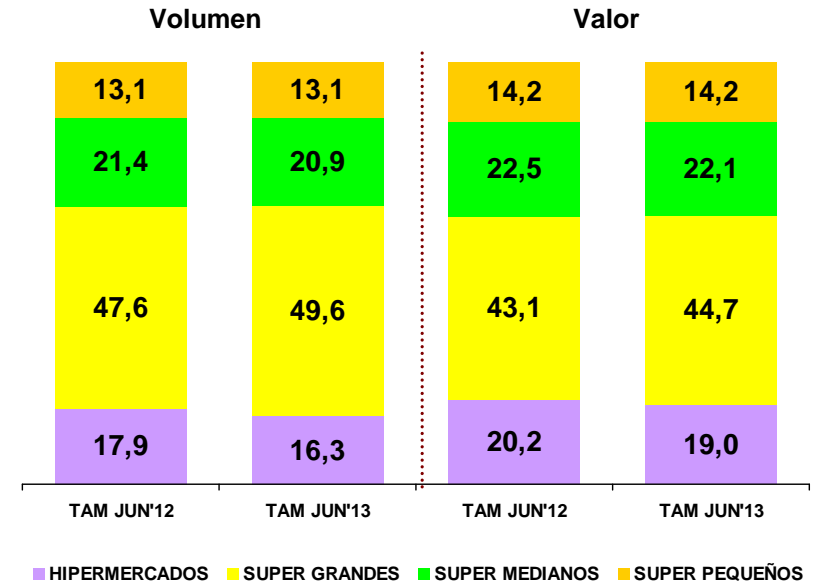
**Productos ecológicos**

# Mantequilla Canales

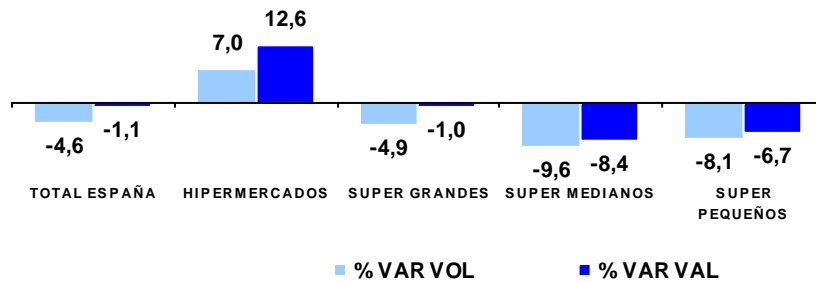
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



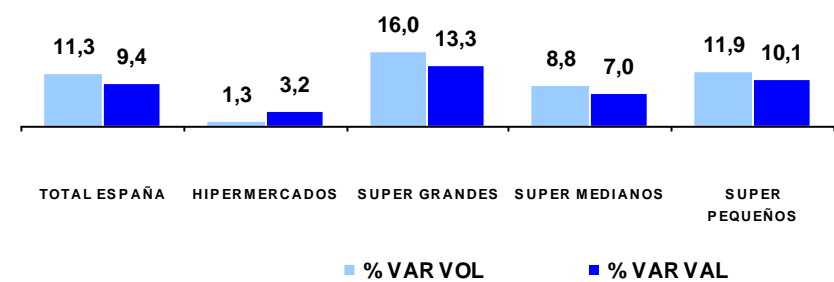
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

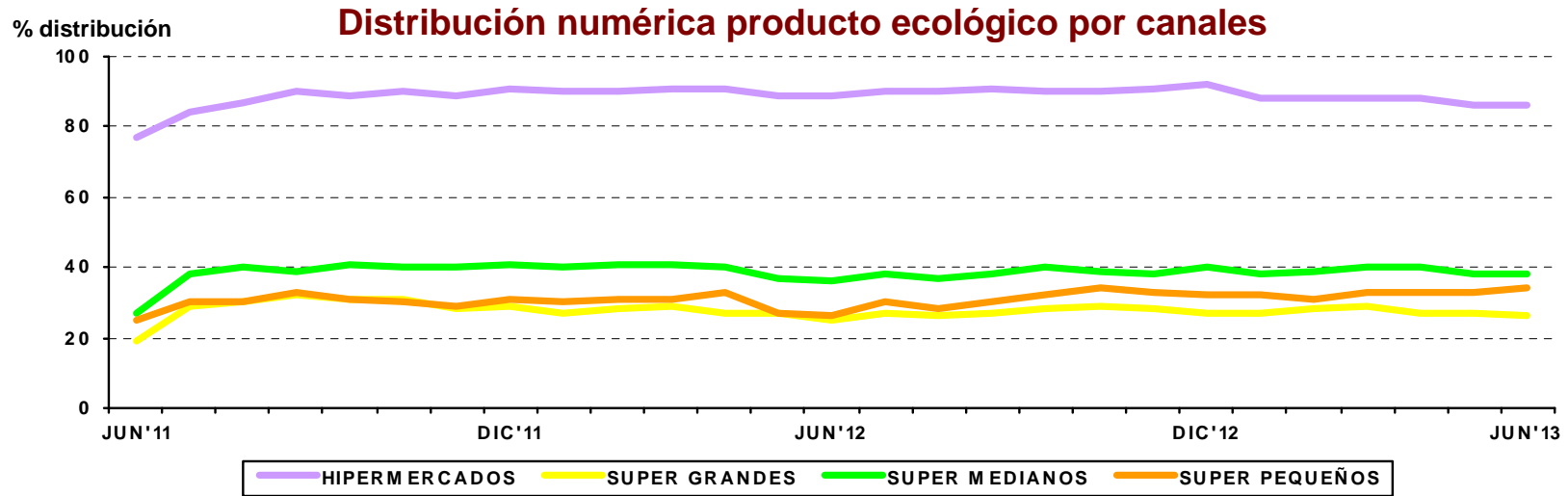


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

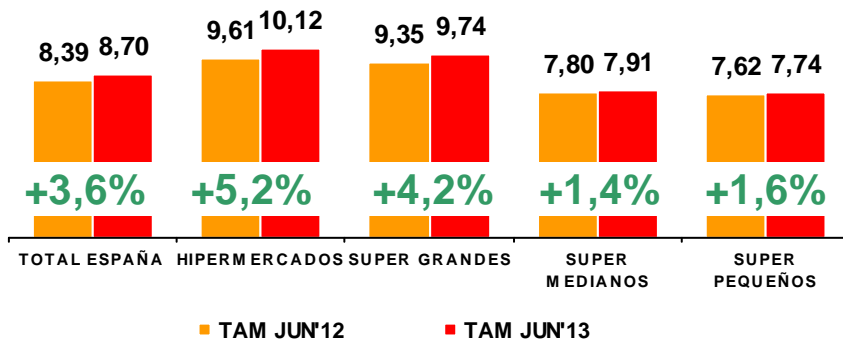
**Productos ecológicos**

# Mantequilla

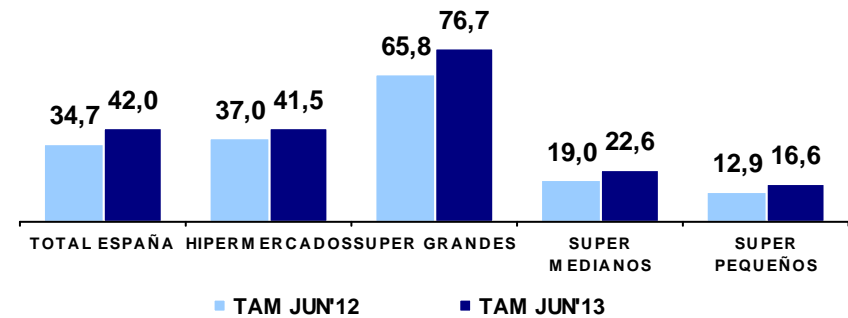
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Mantequilla

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-4,6%	100,0	100,0	-1,1%	8,39	8,70	3,6%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	17,6	17,9	-2,4%	17,8	18,0	0,3%	8,50	8,74	2,8%	90,7	91,8
ARAGÓN	3,8	3,9	-3,8%	3,8	3,9	3,0%	8,27	8,86	7,1%	188,8	182,7
ASTURIAS	1,9	1,2	-38,8%	1,9	1,2	-34,3%	8,29	8,90	7,3%	59,2	38,2
BALEARES	2,2	2,4	1,2%	2,5	2,7	6,2%	9,63	10,10	4,9%	54,4	57,2
CANARIAS	0,8	0,9	5,1%	1,0	1,1	5,6%	10,64	10,69	0,5%	9,9	11,7
CANTABRIA	3,7	3,4	-12,4%	3,7	3,5	-6,9%	8,33	8,86	6,3%	190,5	185,5
CASTILLA - LA MANCHA	2,3	2,4	-0,8%	2,1	2,2	2,5%	7,85	8,11	3,4%	106,9	106,1
CASTILLA - LEÓN	5,7	5,9	-0,3%	5,3	5,5	2,3%	7,89	8,10	2,6%	159,3	168,3
CATALUÑA	11,5	11,6	-3,7%	11,7	11,9	0,9%	8,50	8,91	4,8%	70,0	70,8
EXTREMADURA	1,6	1,6	-6,0%	1,6	1,5	-4,1%	8,05	8,21	2,0%	111,2	111,9
GALICIA	6,5	6,8	-0,4%	6,4	6,6	1,1%	8,24	8,36	1,4%	149,7	154,0
LA RIOJA	1,0	0,8	-16,7%	0,9	0,8	-13,0%	7,94	8,30	4,5%	148,4	129,0
MADRID	24,6	24,4	-5,6%	24,5	24,2	-2,1%	8,34	8,64	3,6%	182,4	179,7
MURCIA	1,6	1,7	0,0%	1,7	1,7	0,8%	8,43	8,50	0,8%	72,4	74,0
NAVARRA	2,4	2,0	-21,7%	2,4	2,0	-19,2%	8,34	8,60	3,1%	184,4	152,8
PAÍS VASCO	7,2	6,3	-15,9%	7,0	6,3	-11,6%	8,23	8,65	5,1%	158,7	144,2
VALENCIA	5,5	6,7	16,2%	5,7	6,8	17,6%	8,70	8,81	1,3%	50,4	59,6

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

---

# Mermeladas

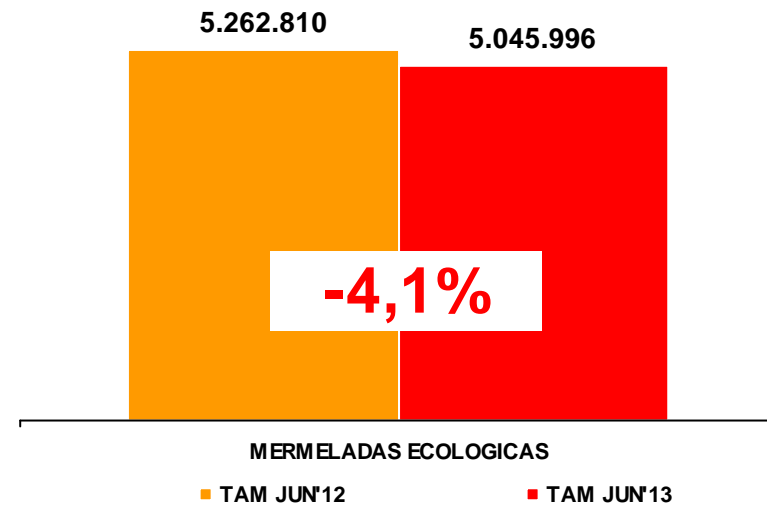
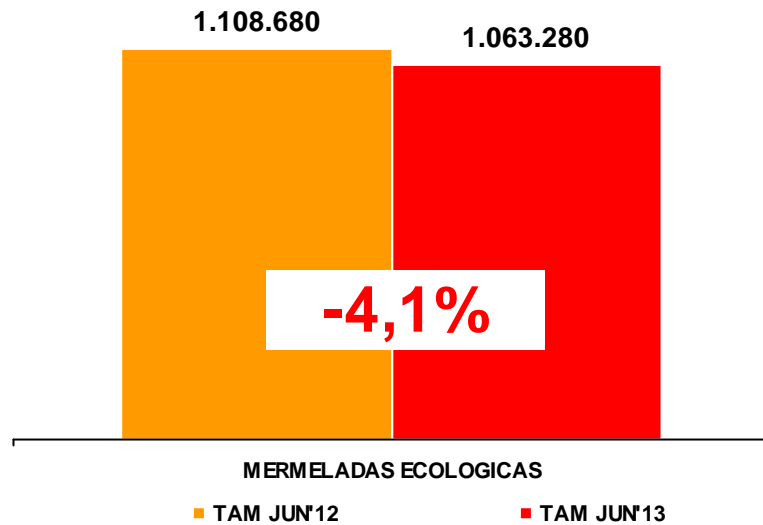


# Mermeladas

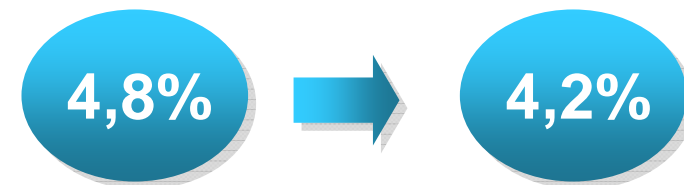
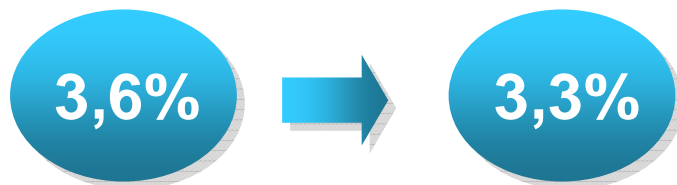
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.063.280 kg**

**Valor 5.045.996 €**



### Porcentaje sobre la categoría

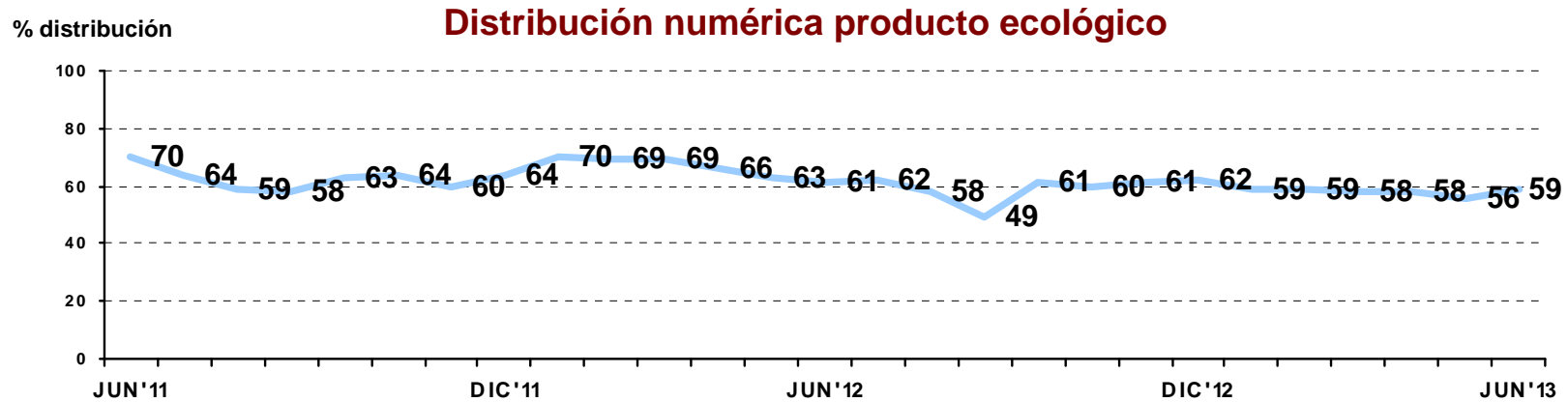


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

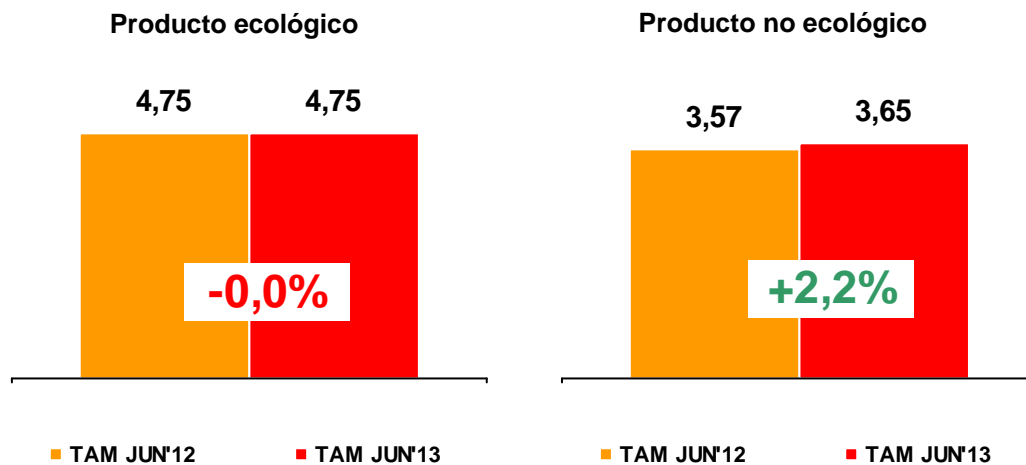
**Productos ecológicos**

# Mermeladas

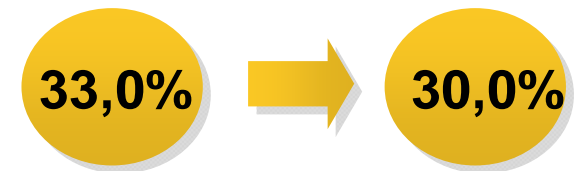
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio

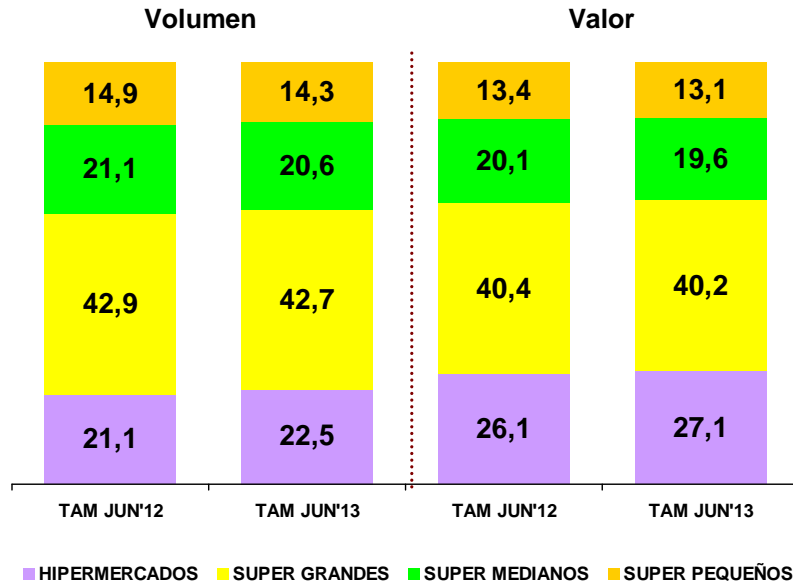


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

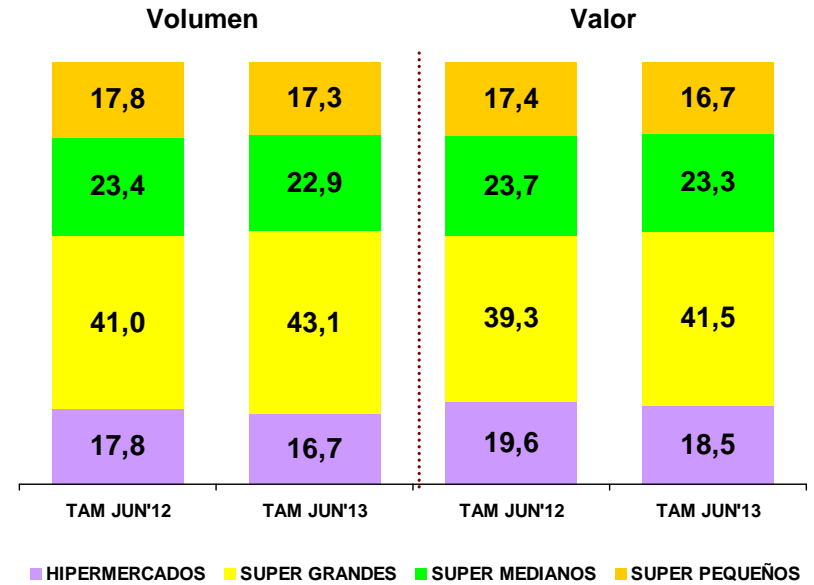
**Productos ecológicos**

# Mermeladas Canales

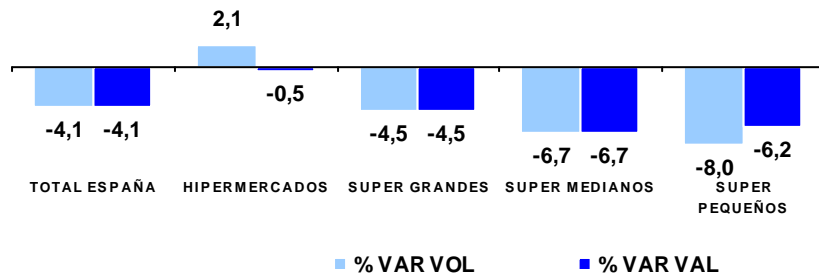
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



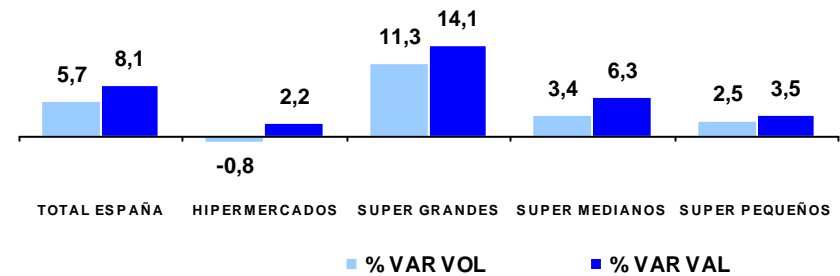
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

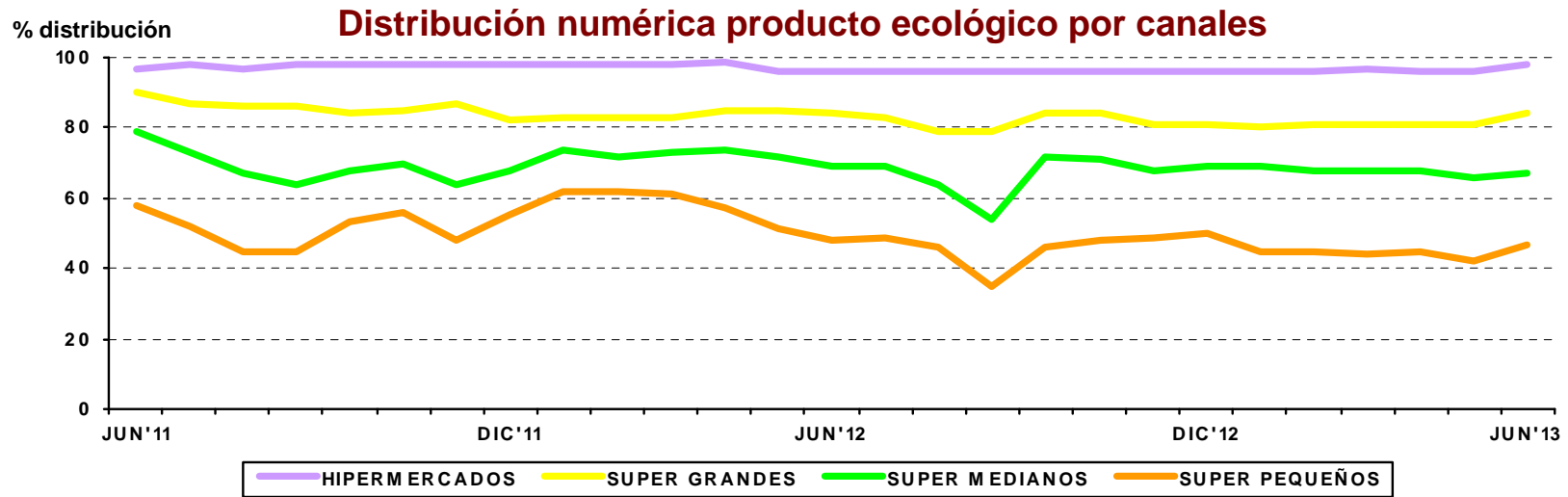


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

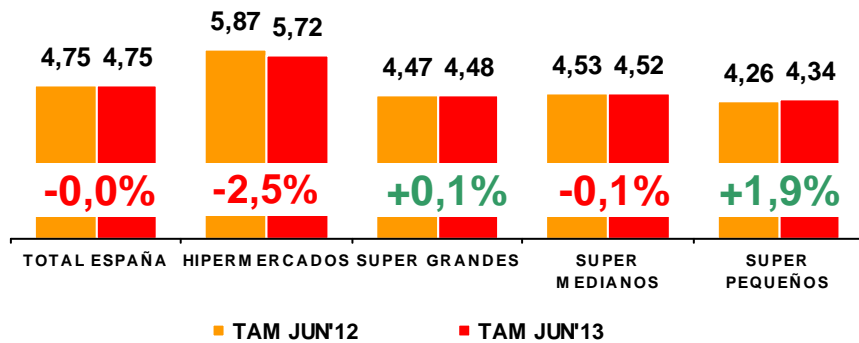
**Productos ecológicos**

# Mermeladas

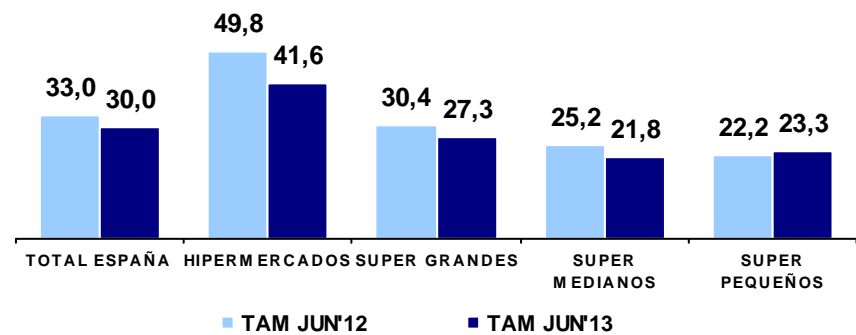
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Mermeladas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-4,1%	100,0	100,0	-4,1%	4,75	4,75	0,0%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	12,3	11,0	-14,1%	11,6	10,2	-15,7%	4,47	4,39	-1,9%	108,5	96,1
ARAGÓN	3,2	3,4	1,3%	3,1	3,1	-2,4%	4,60	4,43	-3,6%	103,4	108,3
ASTURIAS	2,9	3,0	-2,4%	2,9	2,8	-6,1%	4,67	4,50	-3,8%	91,0	96,9
BALEARES	3,3	3,3	-4,4%	3,1	3,1	-3,4%	4,52	4,57	1,1%	129,5	126,9
CANARIAS	4,4	4,3	-6,9%	4,6	4,4	-8,8%	4,90	4,80	-2,0%	79,7	78,1
CANTABRIA	2,0	2,0	-2,7%	1,8	1,9	-2,1%	4,37	4,41	0,7%	91,6	97,2
CASTILLA - LA MANCHA	3,1	3,2	0,3%	2,7	2,8	-0,1%	4,20	4,18	-0,5%	85,0	87,1
CASTILLA - LEÓN	4,2	4,4	-0,2%	4,1	4,2	-1,6%	4,64	4,58	-1,4%	72,6	75,0
CATALUÑA	21,4	21,6	-3,3%	22,3	22,8	-2,0%	4,93	5,00	1,3%	133,2	134,6
EXTREMADURA	1,0	1,0	-1,2%	0,9	0,9	-1,0%	4,40	4,41	0,2%	58,2	60,0
GALICIA	4,6	4,5	-6,5%	5,4	5,4	-5,1%	5,63	5,71	1,5%	68,3	68,2
LA RIOJA	0,7	0,7	-13,0%	0,7	0,6	-11,7%	4,57	4,64	1,5%	83,3	77,7
MADRID	16,0	16,4	-1,5%	16,1	16,3	-3,2%	4,78	4,70	-1,7%	101,7	102,7
MURCIA	3,1	2,9	-9,1%	2,7	2,6	-9,6%	4,22	4,20	-0,5%	137,5	132,7
NAVARRA	1,5	1,4	-10,5%	1,5	1,4	-7,8%	4,82	4,96	3,1%	87,4	82,3
PAÍS VASCO	4,5	5,0	8,6%	5,3	6,4	16,1%	5,67	6,06	6,9%	60,9	71,5
VALENCIA	11,8	11,9	-3,5%	11,1	10,9	-5,4%	4,44	4,35	-2,0%	114,9	113,2

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

---

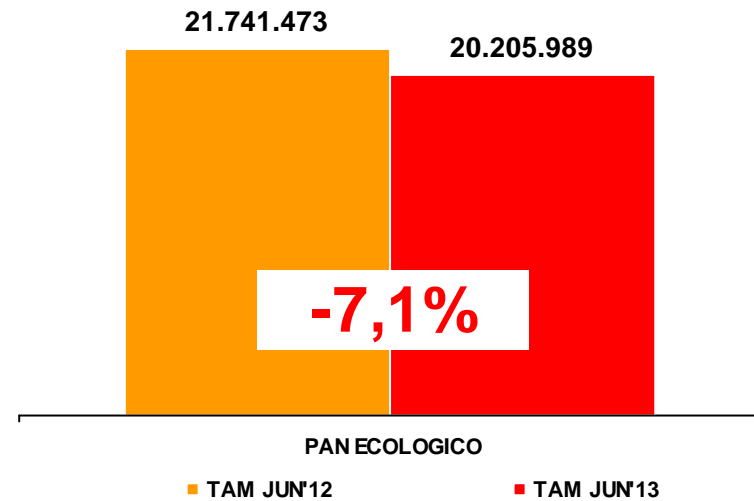
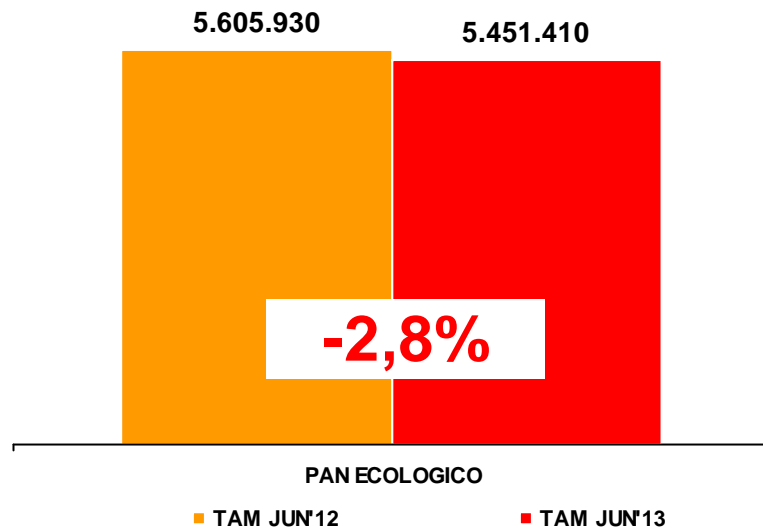
# **Pan envasado**

# Pan envasado

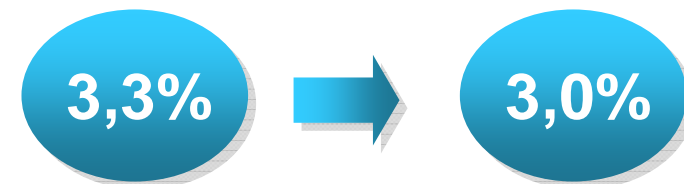
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 5.451.410 kg**

**Valor 20.205.989 €**



### Porcentaje sobre la categoría

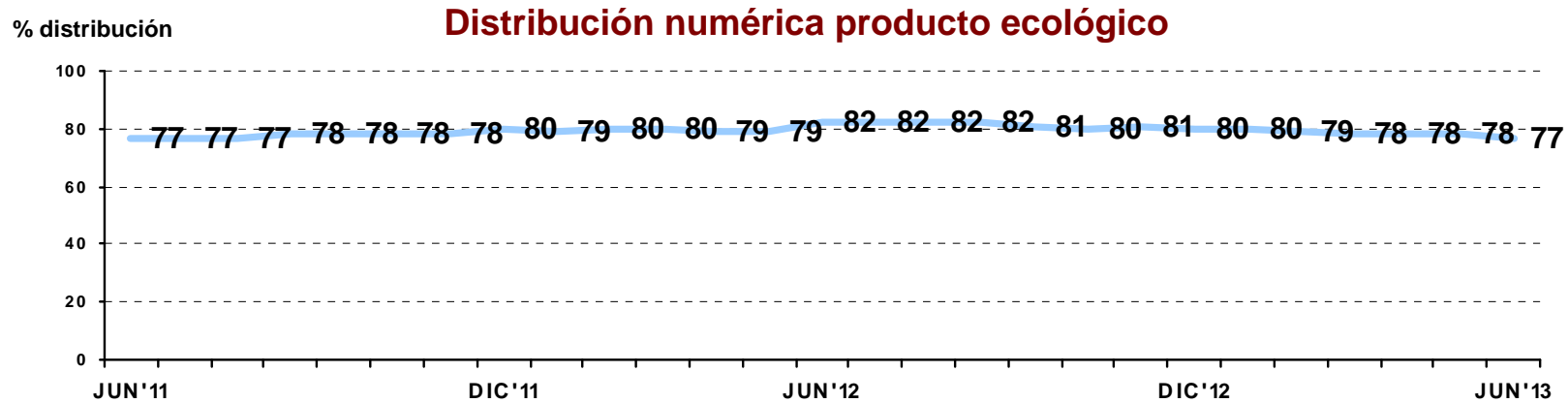


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

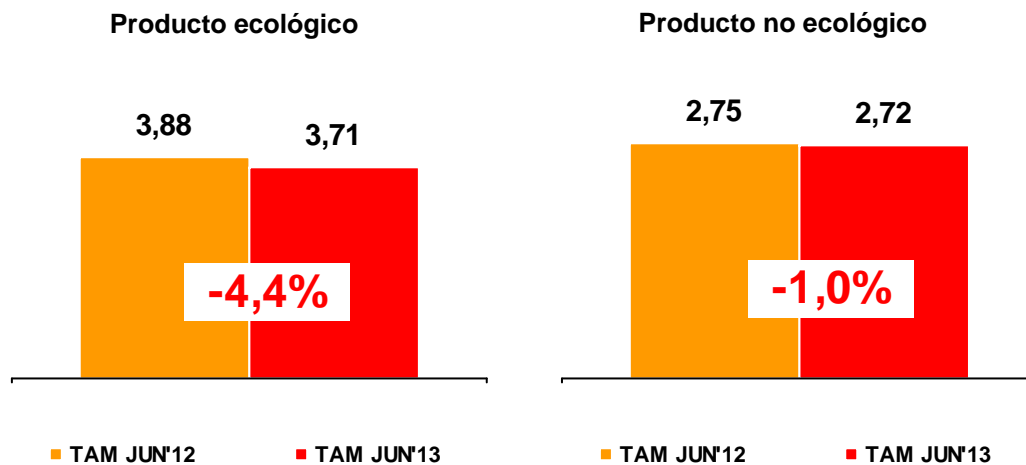
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

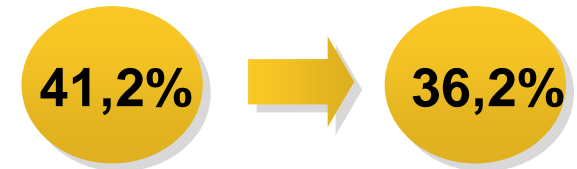
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

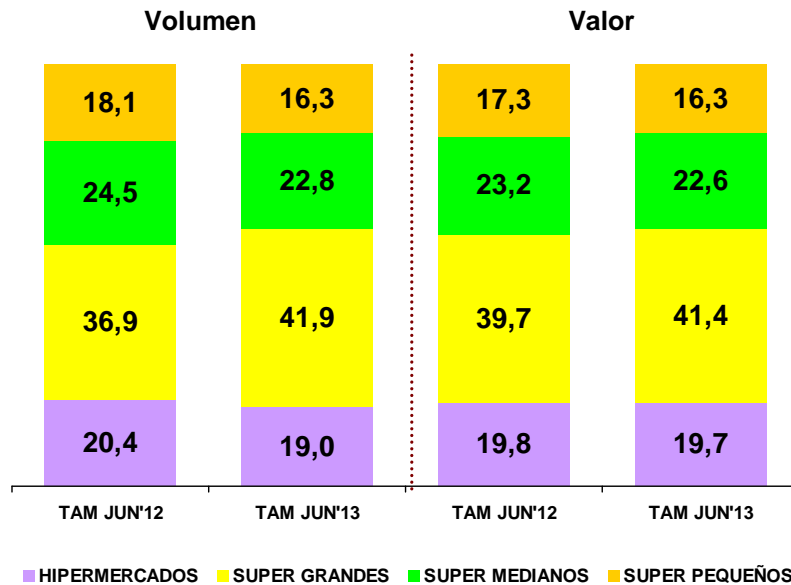
**Productos ecológicos**



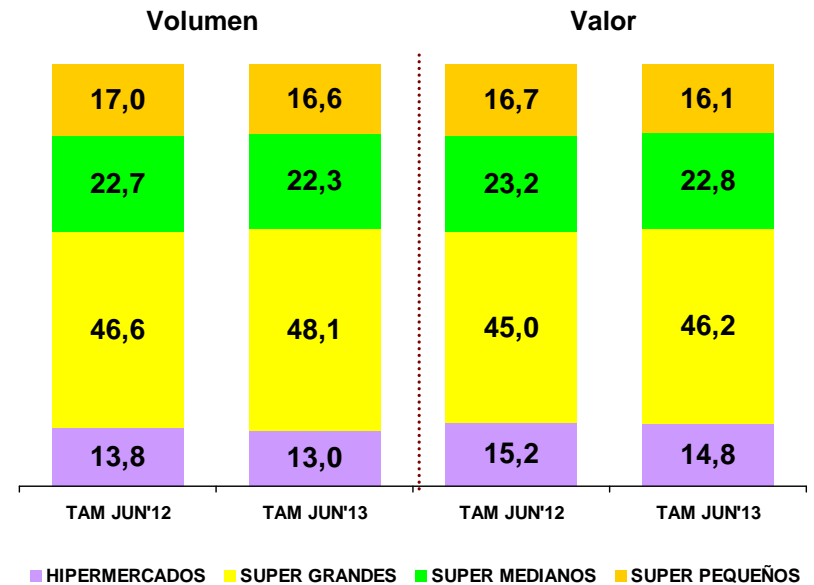
# Pan envasado

## Canales

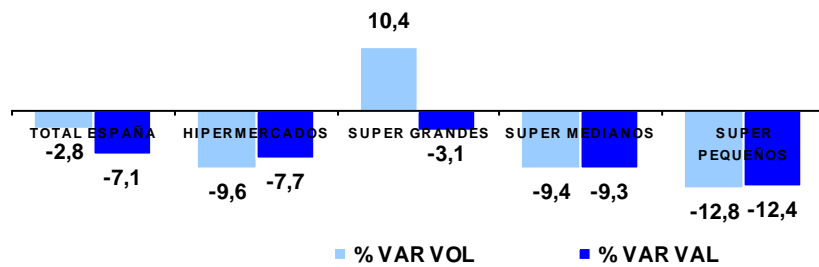
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



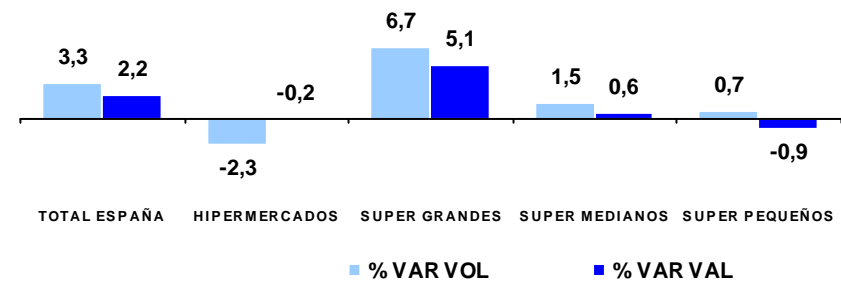
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

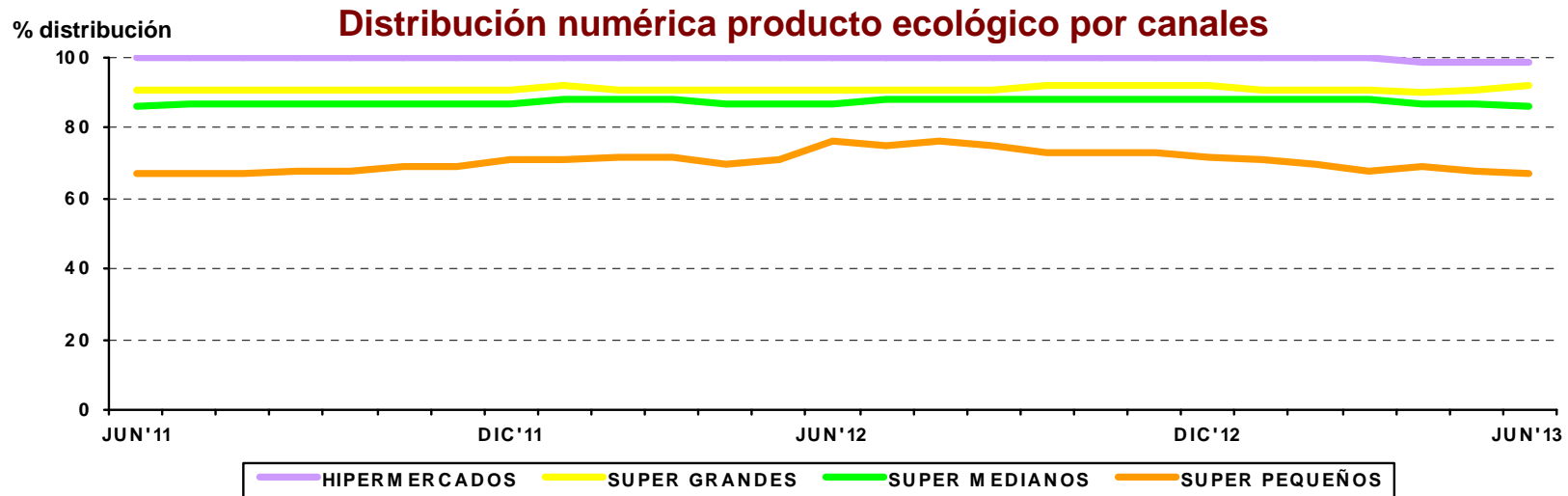


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

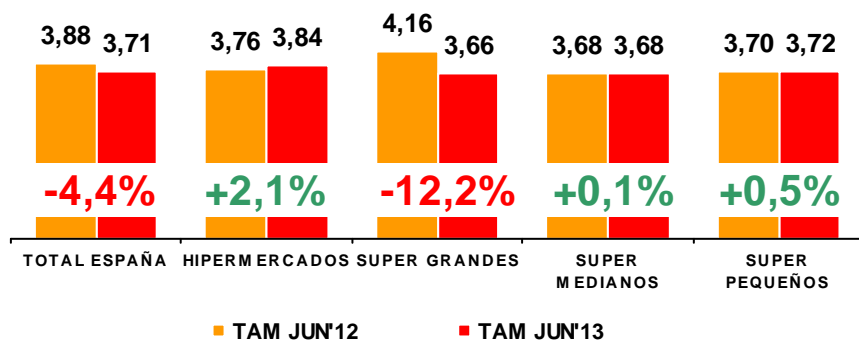
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

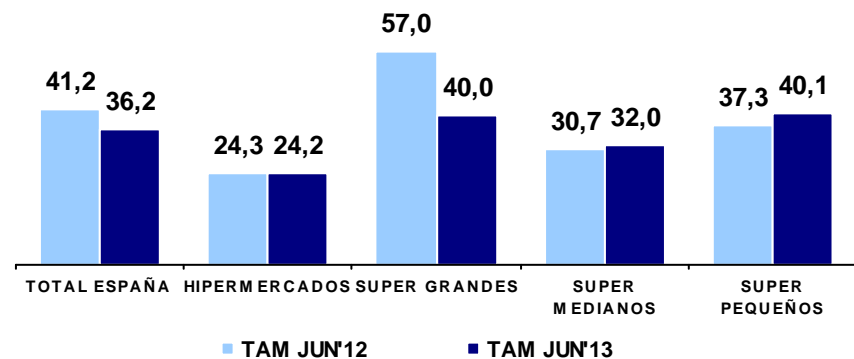
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Pan envasado

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-2,8%	100,0	100,0	-7,1%	3,88	3,71	-4,4%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	10,7	11,9	8,5%	11,1	11,7	-1,9%	4,03	3,65	-9,6%	59,1	67,0
ARAGÓN	2,2	2,2	-4,1%	2,2	2,1	-10,5%	3,91	3,65	-6,7%	94,4	91,6
ASTURIAS	4,4	4,0	-10,5%	4,1	3,8	-13,1%	3,62	3,51	-2,9%	189,5	180,4
BALEARES	2,2	2,3	0,3%	2,2	2,3	-3,6%	3,98	3,82	-3,9%	94,0	96,2
CANARIAS	1,2	0,8	-31,2%	1,5	1,0	-40,4%	5,02	4,34	-13,4%	19,7	13,9
CANTABRIA	1,9	1,8	-8,0%	1,8	1,8	-6,3%	3,69	3,76	1,9%	120,9	118,0
CASTILLA - LA MANCHA	3,6	3,4	-7,1%	3,7	3,4	-14,4%	4,03	3,72	-7,8%	87,2	80,2
CASTILLA - LEÓN	4,3	4,3	-1,4%	4,2	4,2	-6,3%	3,78	3,59	-5,0%	90,5	92,6
CATALUÑA	20,3	21,0	0,5%	20,4	21,4	-2,2%	3,88	3,78	-2,7%	140,7	143,7
EXTREMADURA	1,2	1,1	-11,1%	1,3	1,0	-23,9%	4,22	3,61	-14,4%	51,0	47,3
GALICIA	8,8	8,4	-7,7%	8,3	8,2	-8,1%	3,62	3,61	-0,5%	166,5	159,7
LA RIOJA	0,8	0,6	-21,0%	0,8	0,6	-26,0%	3,85	3,61	-6,3%	94,9	78,2
MADRID	22,1	20,7	-9,3%	22,3	21,1	-11,9%	3,90	3,79	-2,9%	137,6	127,5
MURCIA	1,6	1,8	9,6%	1,7	1,8	-3,3%	4,06	3,59	-11,7%	58,9	66,9
NAVARRA	1,5	1,4	-3,6%	1,4	1,5	-3,7%	3,77	3,76	0,0%	131,3	129,3
PAÍS VASCO	5,6	4,9	-14,5%	5,1	4,9	-11,5%	3,52	3,64	3,4%	123,7	111,2
VALENCIA	7,7	9,3	17,3%	8,0	9,2	5,7%	4,05	3,65	-9,9%	67,8	80,8

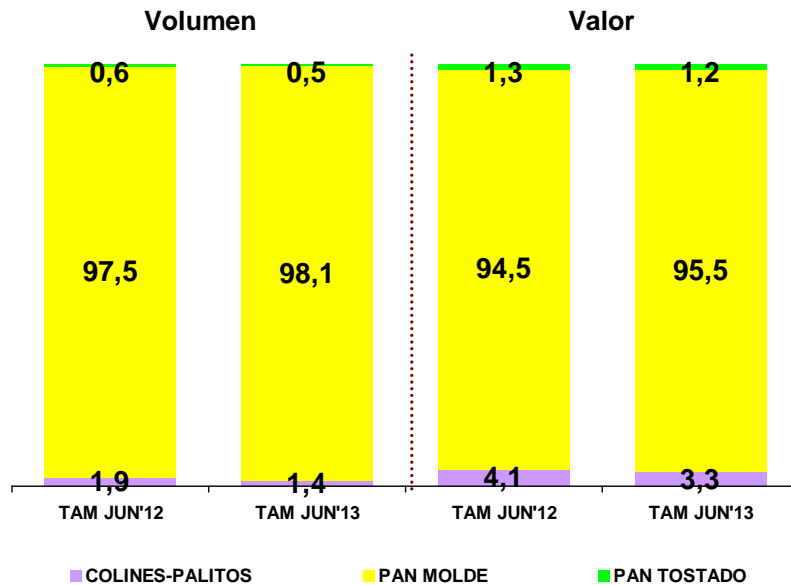
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

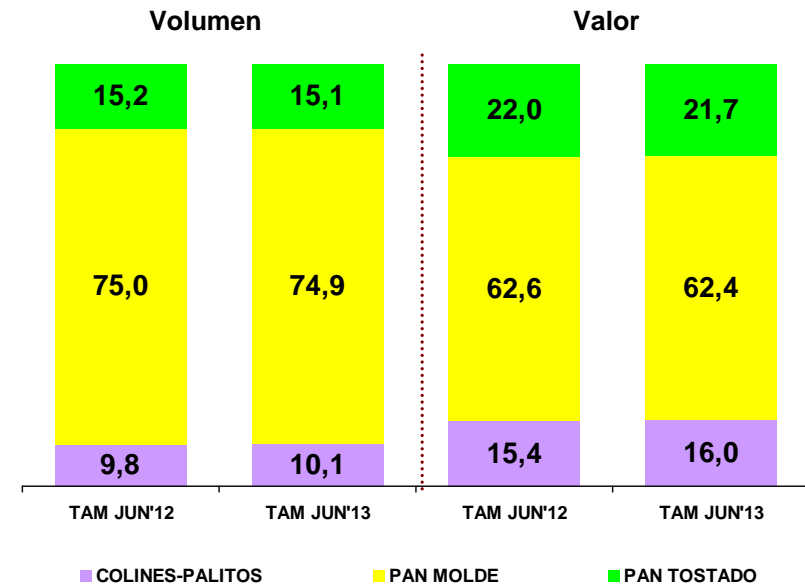
**Productos ecológicos**

# Pan envasado Segmentos

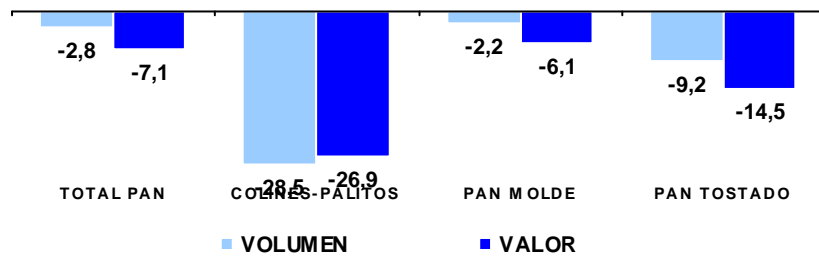
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



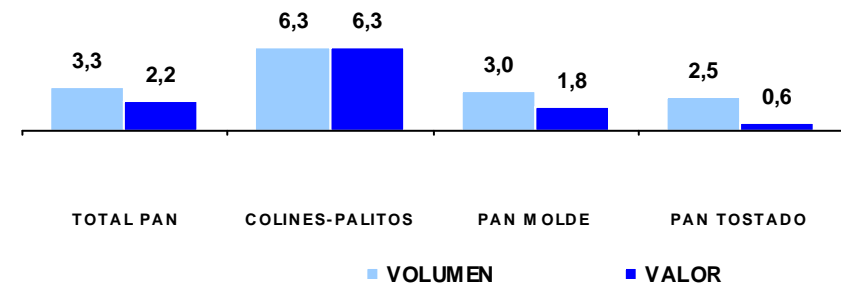
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

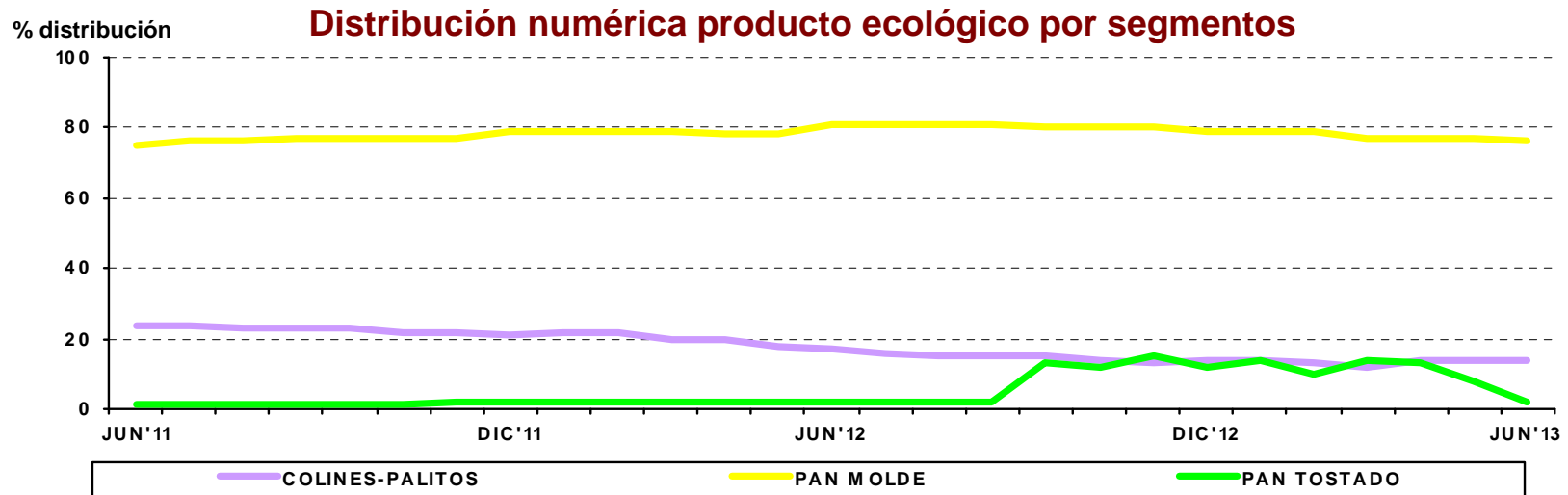


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

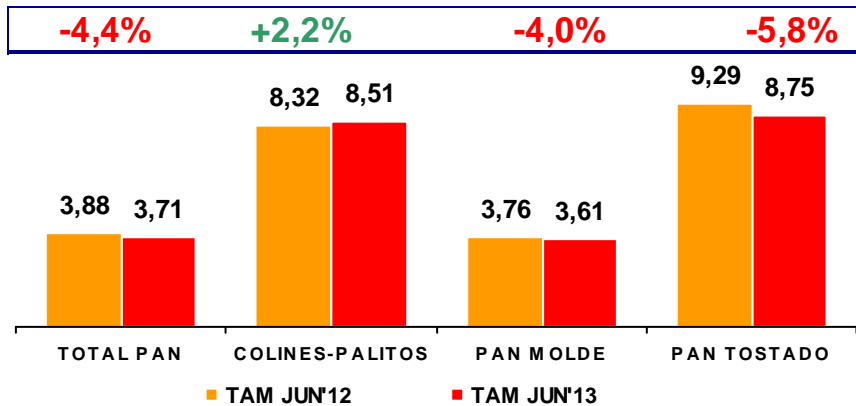
**Productos ecológicos**

# Pan envasado

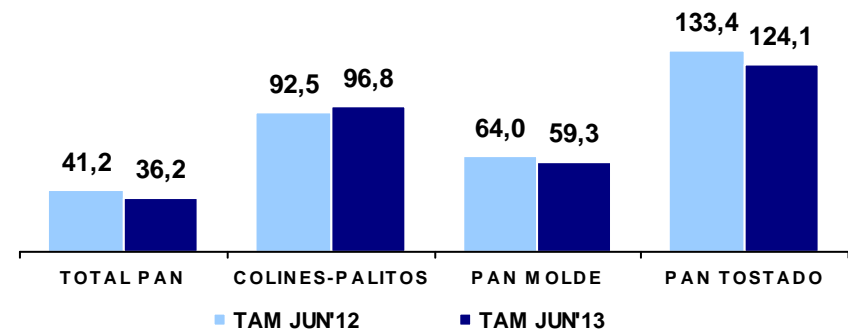
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

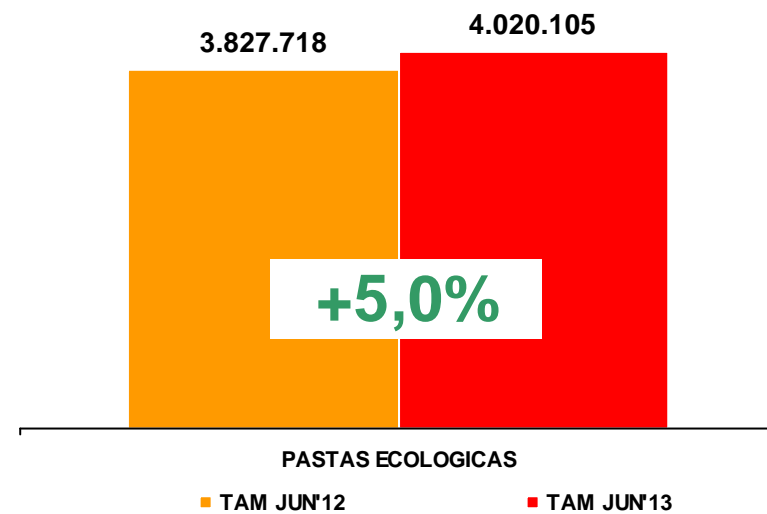
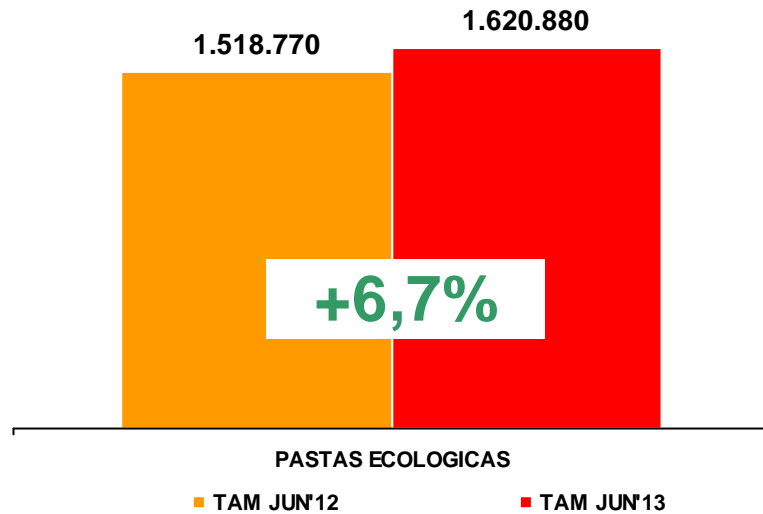
# **Pastas alimenticias**

# Pastas alimenticias

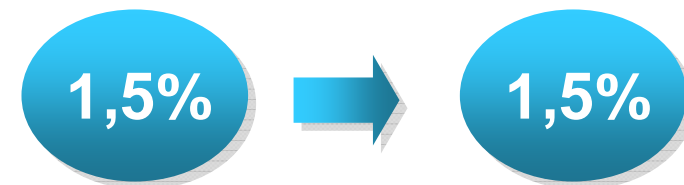
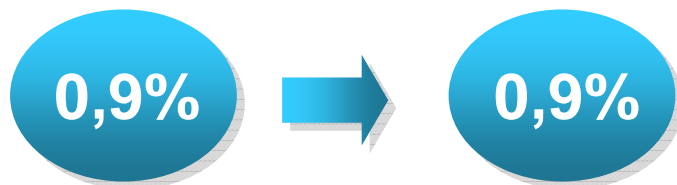
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.620.880 kg**

**Valor 4.020.105 €**



### Porcentaje sobre la categoría

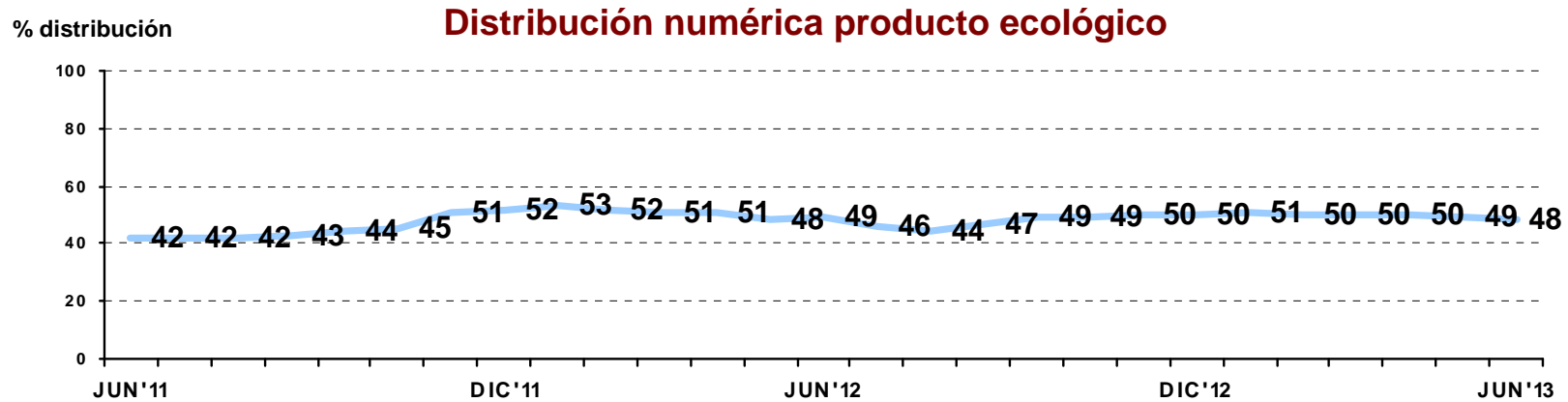


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

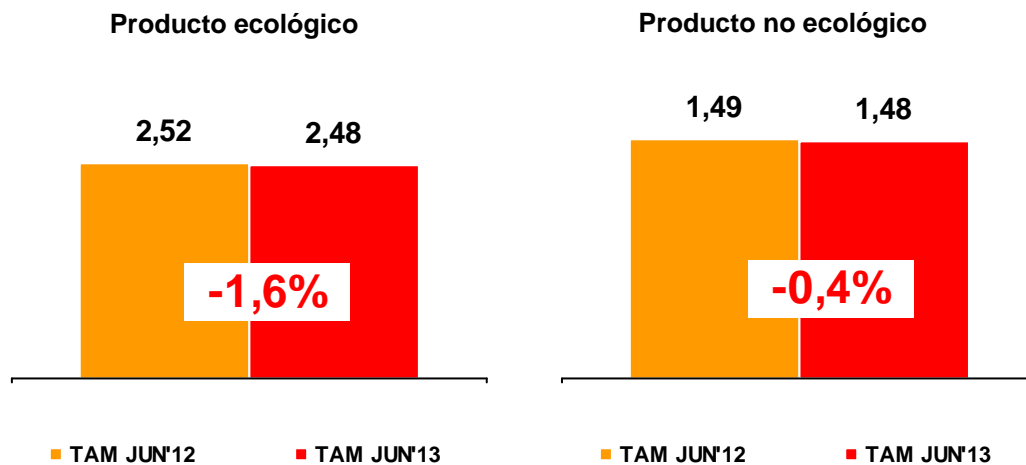
**Productos ecológicos**

# Pastas alimenticias

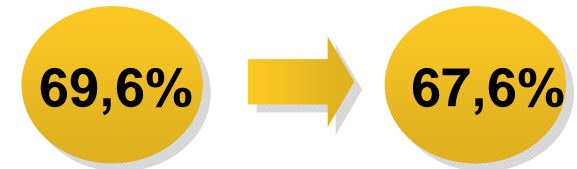
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

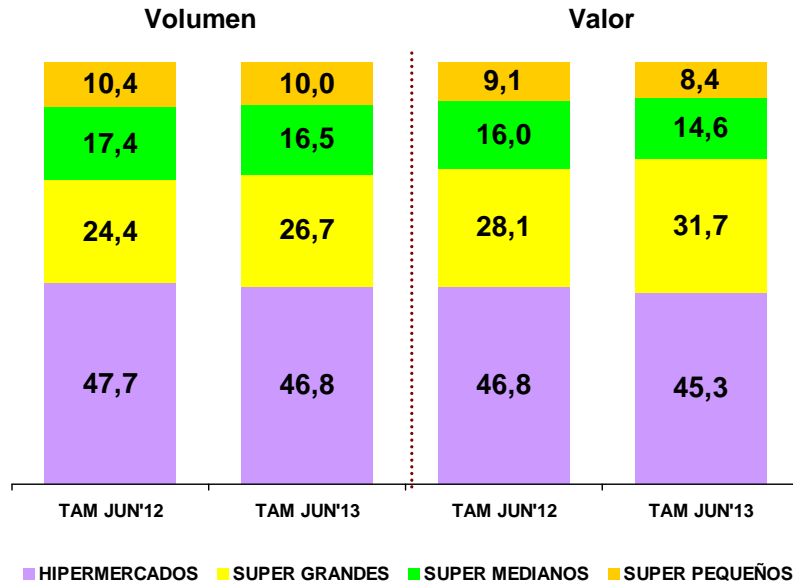
**Productos ecológicos**



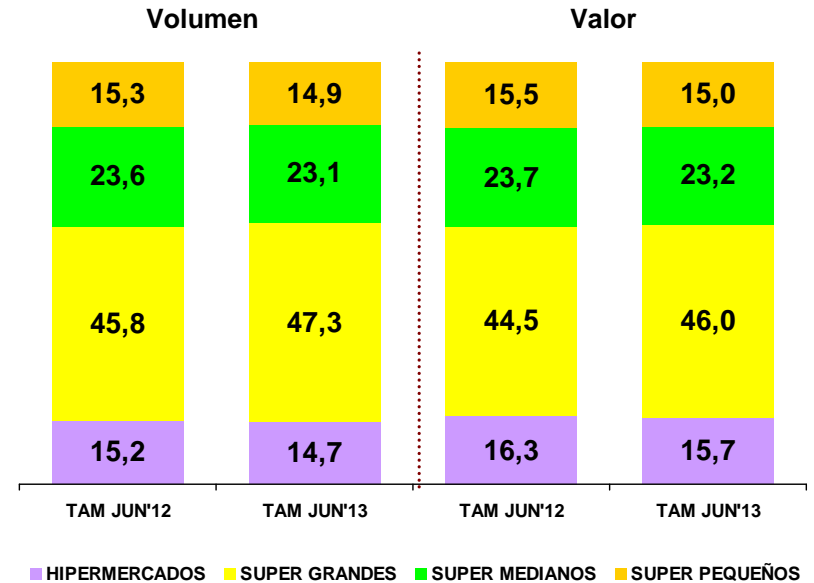
# Pastas alimenticias

## Canales

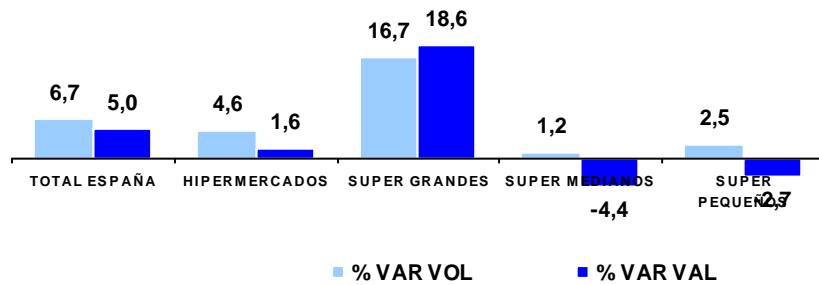
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



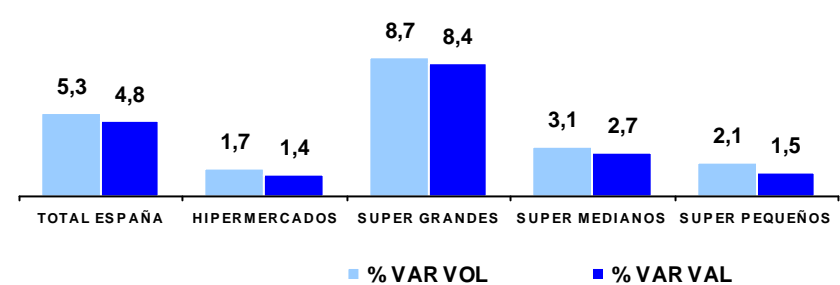
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

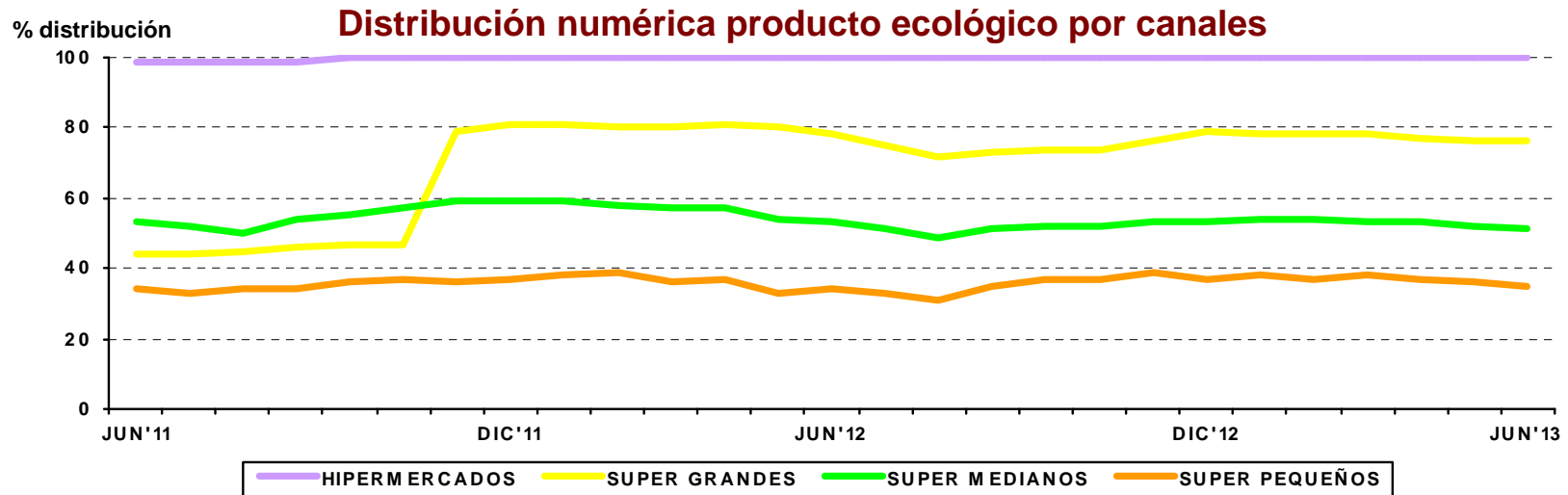


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

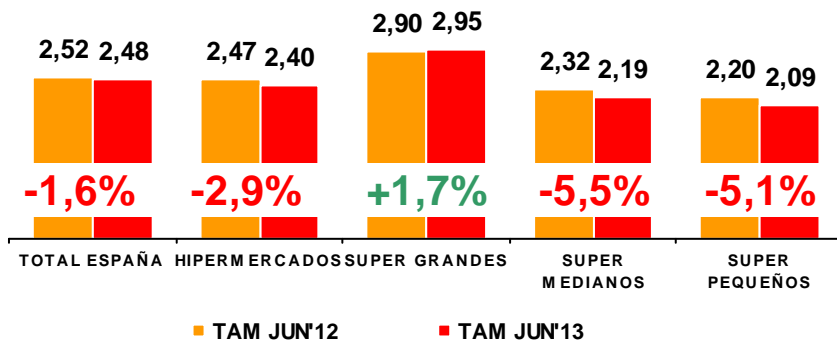
**Productos ecológicos**

# Pastas alimenticias

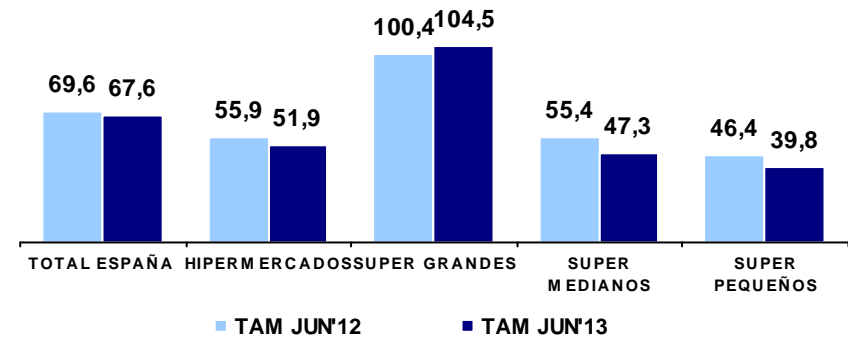
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

# Pastas alimenticias

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	6,7%	100,0	100,0	5,0%	2,52	2,48	-1,6%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	9,2	9,8	13,1%	10,2	10,9	12,6%	2,78	2,77	-0,4%	58,6	60,7
ARAGÓN	3,5	3,5	6,9%	3,6	3,5	1,5%	2,59	2,46	-5,0%	127,9	126,5
ASTURIAS	3,5	3,3	-0,1%	3,3	3,1	-1,0%	2,37	2,35	-0,9%	169,4	163,6
BALEARES	4,4	4,5	8,7%	4,4	4,5	6,6%	2,50	2,45	-2,0%	145,8	152,1
CANARIAS	1,4	1,5	18,5%	1,8	2,2	26,3%	3,39	3,61	6,5%	38,7	41,5
CANTABRIA	1,4	1,3	0,4%	1,4	1,3	-5,4%	2,56	2,41	-5,8%	98,1	94,5
CASTILLA - LA MANCHA	2,1	2,0	1,1%	1,9	1,9	3,9%	2,34	2,40	2,8%	51,3	47,4
CASTILLA - LEÓN	4,6	4,5	4,7%	4,5	4,3	2,1%	2,43	2,37	-2,5%	96,9	97,0
CATALUÑA	18,6	18,6	6,6%	19,0	19,6	8,3%	2,57	2,61	1,6%	95,7	95,6
EXTREMADURA	1,6	1,5	2,2%	1,5	1,5	1,5%	2,41	2,40	-0,7%	81,4	78,3
GALICIA	12,8	12,6	5,1%	11,5	10,6	-2,7%	2,26	2,09	-7,4%	197,9	197,6
LA RIOJA	0,9	0,9	6,5%	0,8	0,8	0,7%	2,24	2,12	-5,4%	142,3	145,0
MADRID	14,6	14,8	8,2%	15,7	15,9	6,3%	2,70	2,65	-1,7%	115,9	116,7
MURCIA	1,8	1,7	4,4%	1,8	1,8	4,7%	2,52	2,53	0,3%	62,3	62,9
NAVARRA	2,3	2,6	17,6%	2,3	2,3	5,5%	2,49	2,23	-10,3%	191,6	204,7
PAÍS VASCO	8,5	10,1	26,6%	7,7	8,3	13,8%	2,27	2,04	-10,2%	210,4	255,2
VALENCIA	8,8	6,8	-17,7%	8,7	7,6	-8,2%	2,50	2,79	11,6%	65,2	51,0

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

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

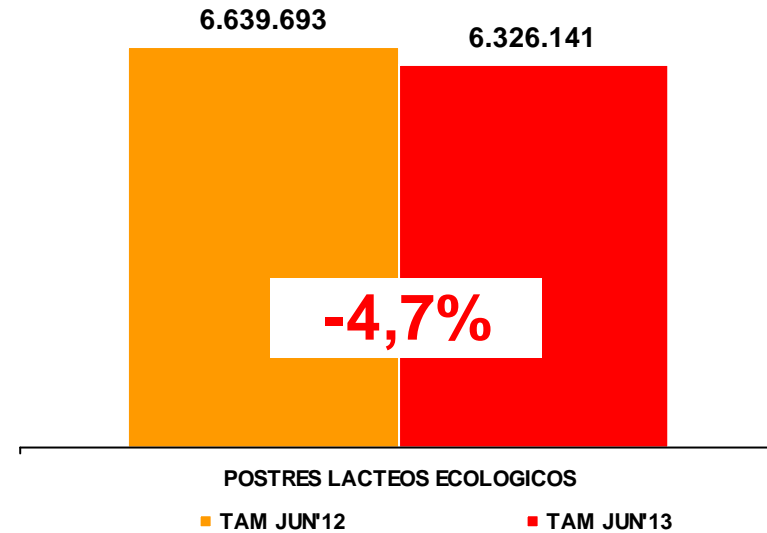
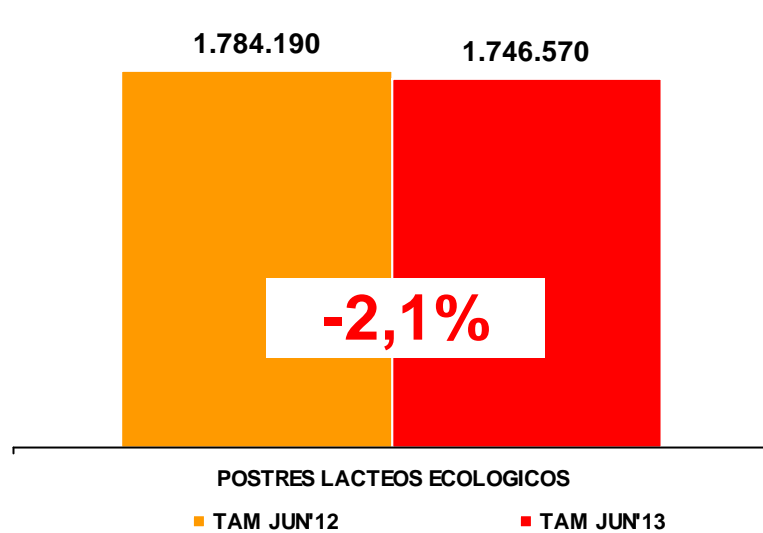
# Postres lácteos

# Postres lácteos

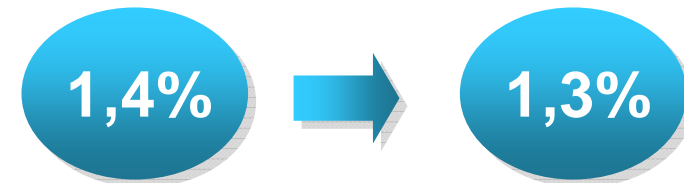
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.746.570 kg**

**Valor 6.326.141 €**



**Porcentaje sobre la categoría**

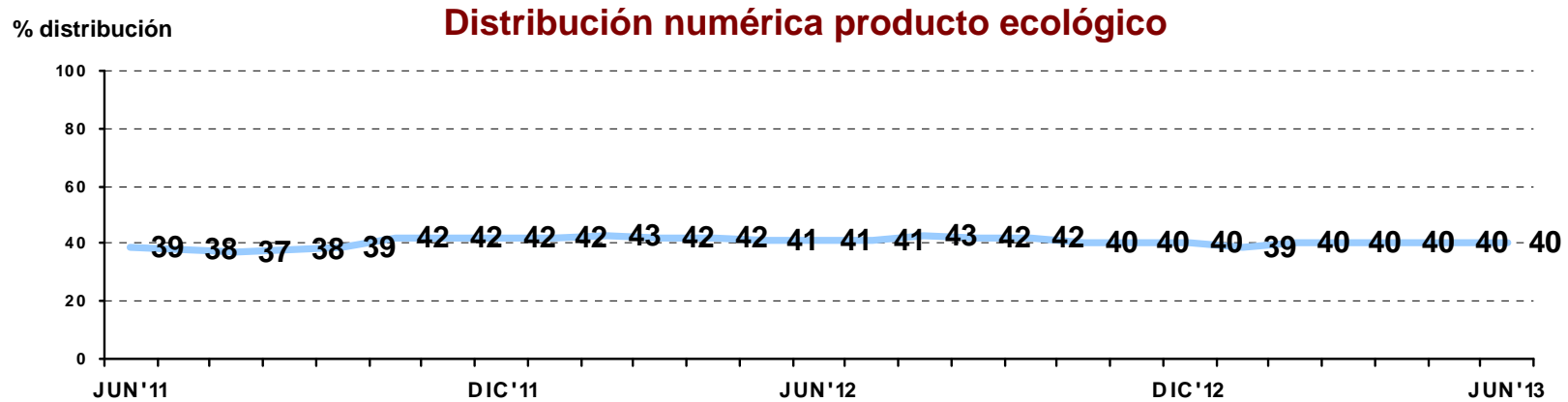


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

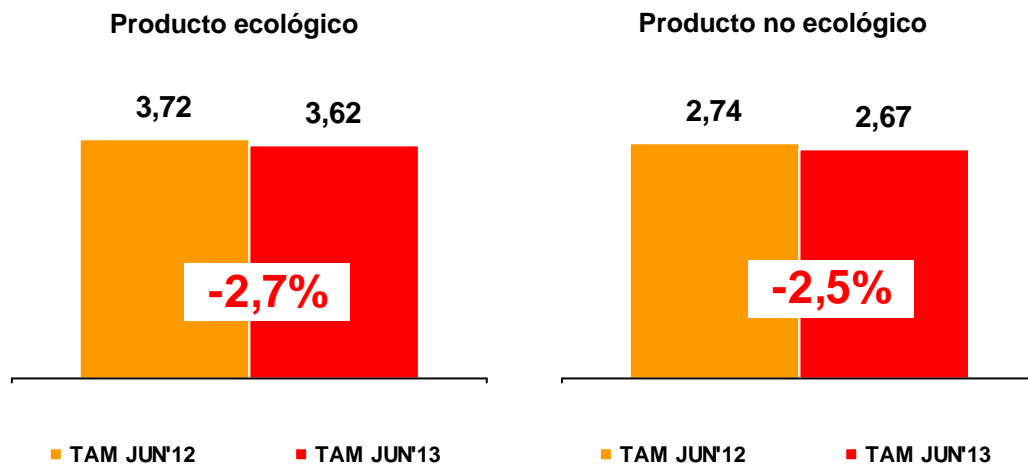
**Productos ecológicos**

# Postres lácteos

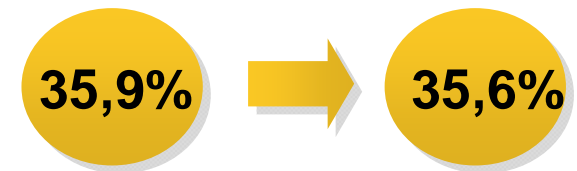
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio

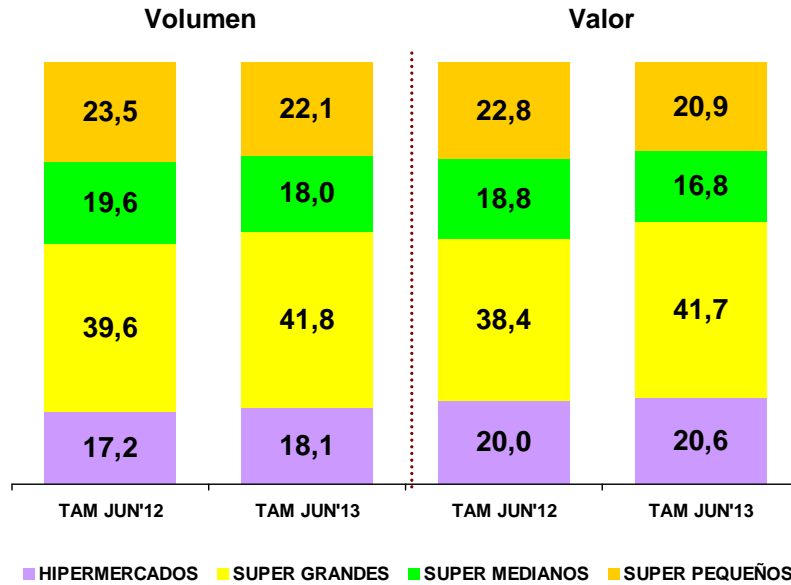


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

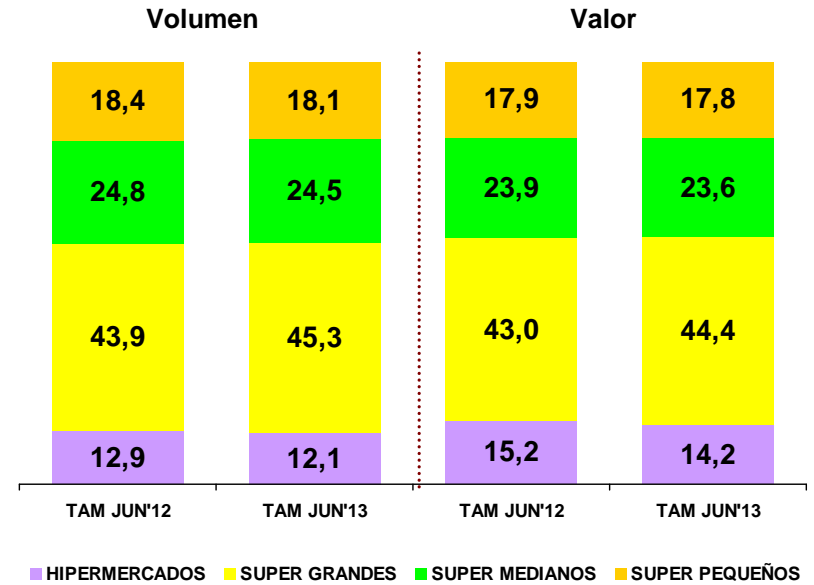
**Productos ecológicos**

# Postres lácteos Canales

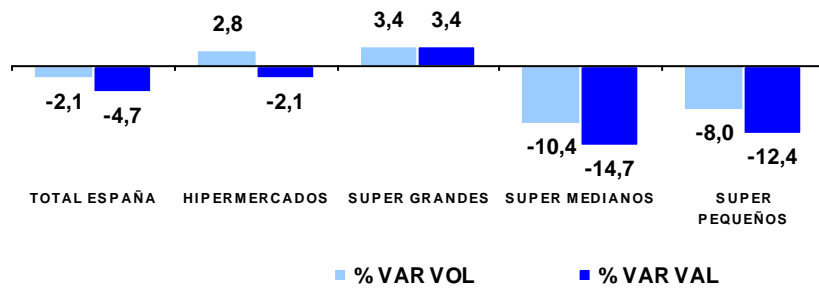
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



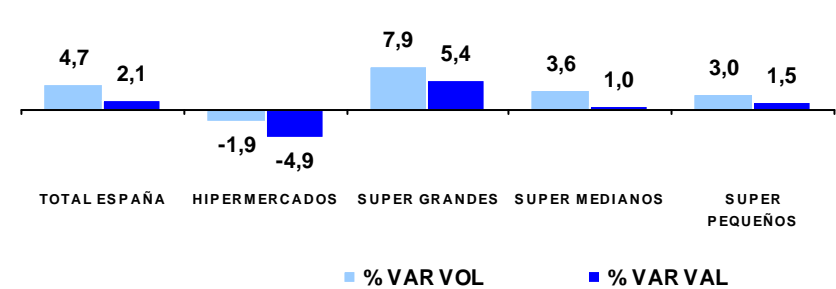
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

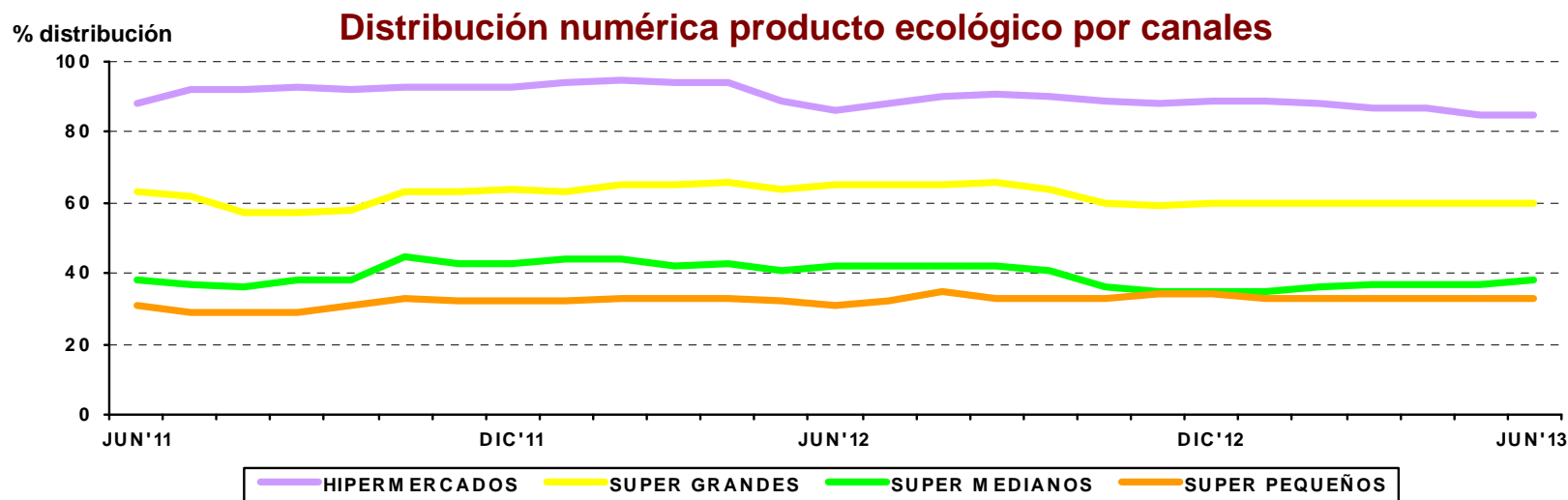


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

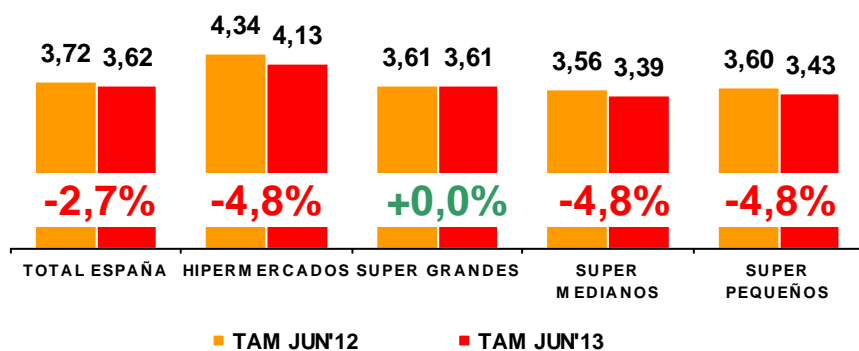
## Productos ecológicos

# Postres lácteos

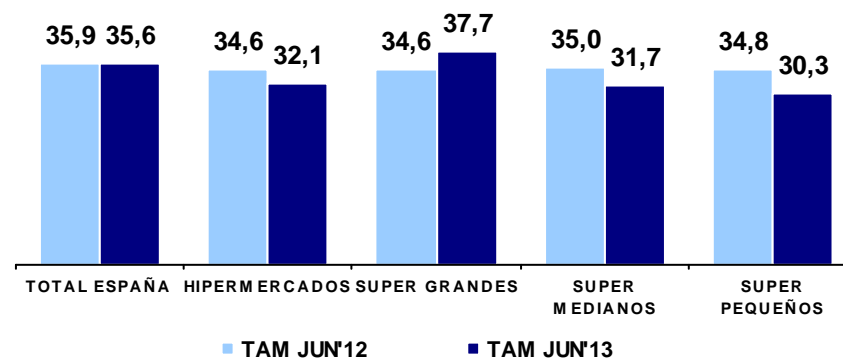
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**



# Postres lácteos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-2,1%	100,0	100,0	-4,7%	3,72	3,62	-2,7%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	14,4	15,3	4,1%	13,8	15,0	3,5%	3,56	3,54	-0,6%	70,6	74,6
ARAGÓN	3,8	3,8	-1,0%	3,6	3,8	0,4%	3,60	3,65	1,4%	142,7	148,0
ASTURIAS	1,7	1,6	-10,1%	2,1	1,9	-12,9%	4,46	4,32	-3,1%	76,6	71,8
BALEARES	1,3	1,4	6,7%	1,4	1,5	-0,5%	4,04	3,77	-6,7%	60,8	65,7
CANARIAS	1,9	1,8	-5,7%	2,2	2,0	-9,5%	4,21	4,04	-4,0%	38,0	35,3
CANTABRIA	1,8	1,6	-17,3%	2,4	2,0	-18,4%	4,82	4,75	-1,4%	116,1	100,6
CASTILLA - LA MANCHA	3,7	4,2	9,1%	3,4	3,9	7,4%	3,42	3,36	-1,6%	84,1	92,8
CASTILLA - LEÓN	5,6	5,1	-11,9%	5,5	5,0	-13,8%	3,67	3,59	-2,2%	115,0	106,7
CATALUÑA	16,2	16,0	-3,5%	15,6	15,5	-5,4%	3,58	3,50	-2,1%	109,3	106,2
EXTREMADURA	1,8	1,8	-3,1%	1,7	1,7	-5,5%	3,51	3,42	-2,5%	71,8	71,3
GALICIA	6,4	5,4	-17,0%	6,9	5,7	-20,9%	4,01	3,82	-4,7%	116,9	100,4
LA RIOJA	0,9	0,9	0,8%	0,8	0,9	1,6%	3,60	3,63	0,8%	113,0	121,6
MADRID	13,3	13,1	-3,9%	14,5	13,8	-9,4%	4,07	3,84	-5,7%	111,2	111,4
MURCIA	3,8	3,2	-17,5%	3,5	3,0	-18,8%	3,47	3,42	-1,6%	126,2	108,4
NAVARRA	1,4	1,6	13,8%	1,5	1,8	13,9%	4,01	4,02	0,1%	89,3	103,4
PAÍS VASCO	5,8	4,7	-19,7%	6,5	5,4	-20,9%	4,22	4,16	-1,4%	106,2	90,7
VALENCIA	16,2	18,6	12,4%	14,5	17,1	12,2%	3,33	3,32	-0,2%	145,2	162,0

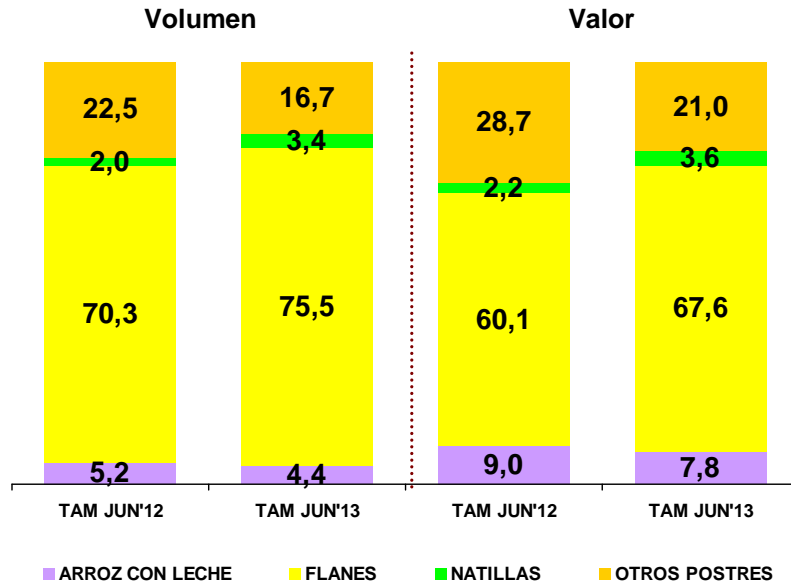
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

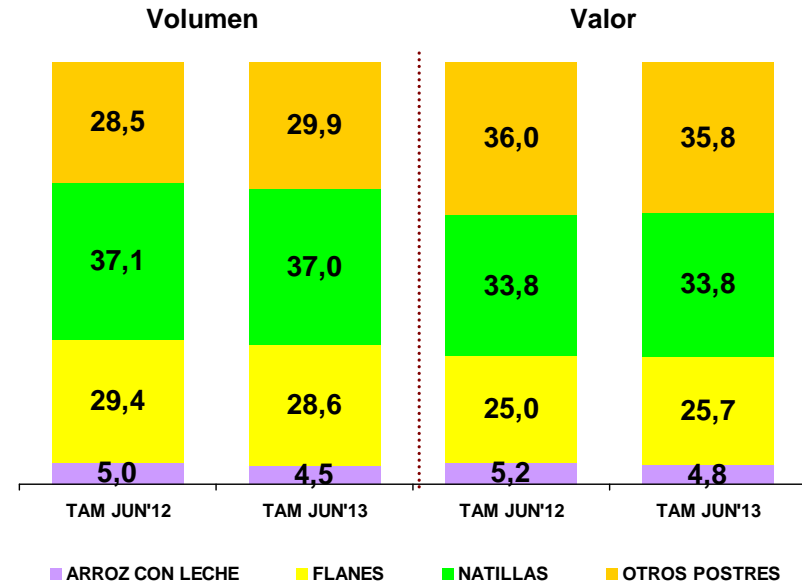
Productos ecológicos

# Postres lácteos Segmentos

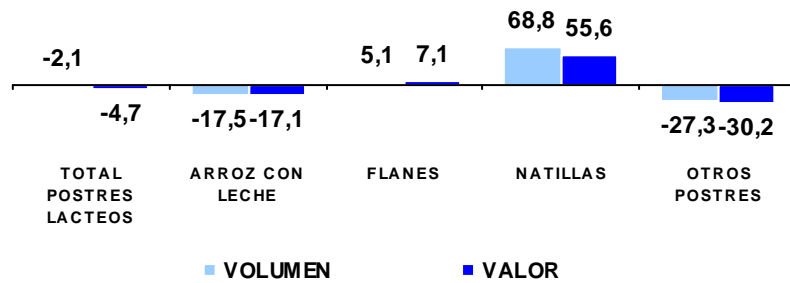
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



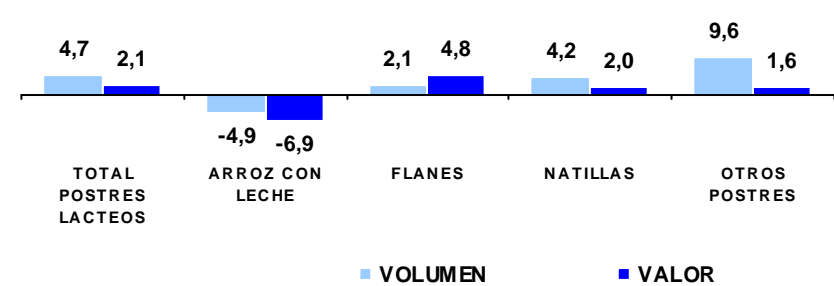
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

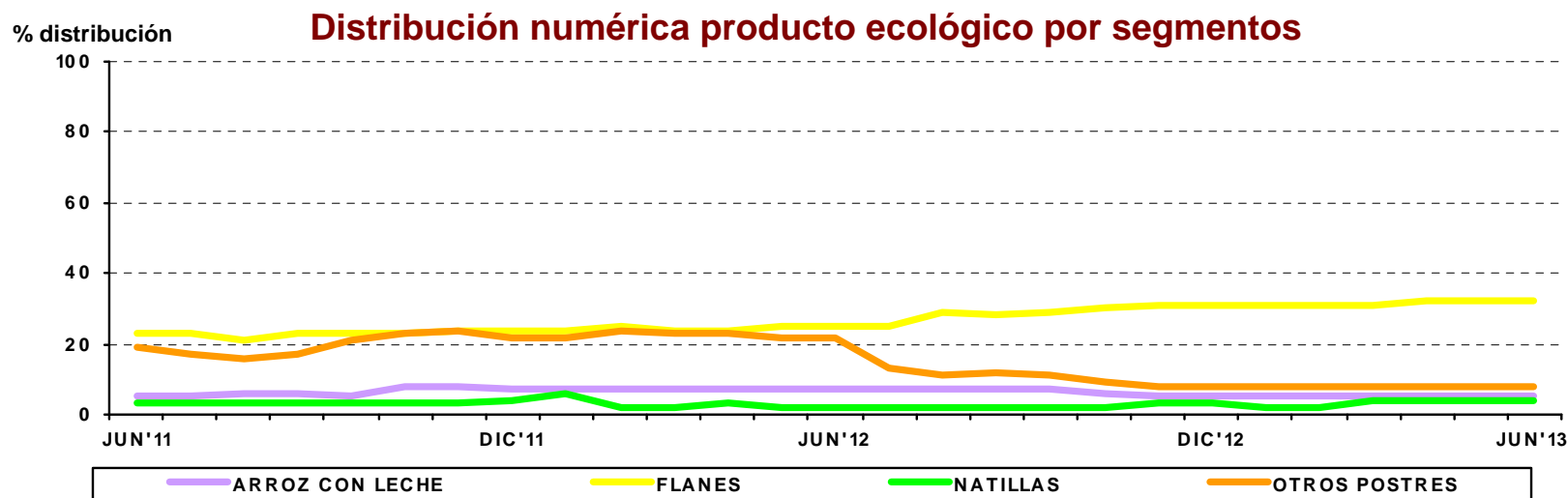


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

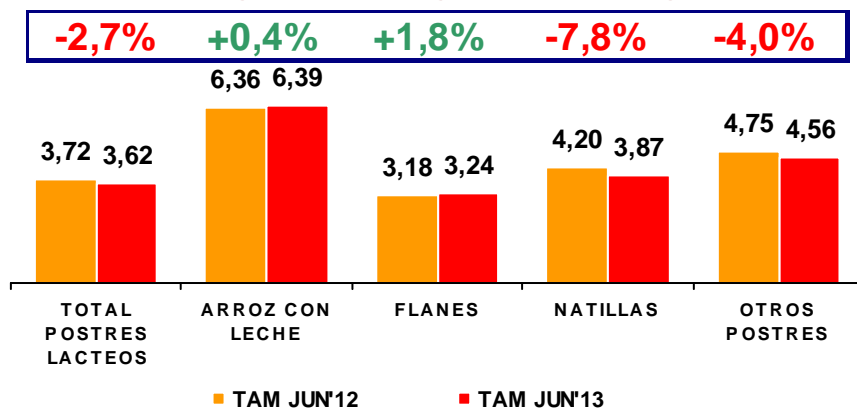
**Productos ecológicos**

# Postres lácteos

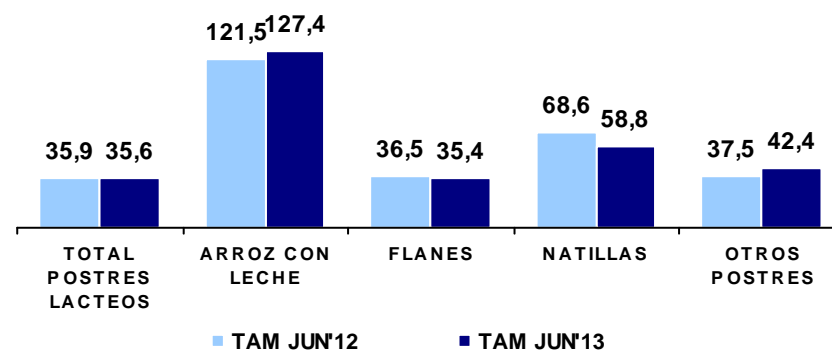
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**

---

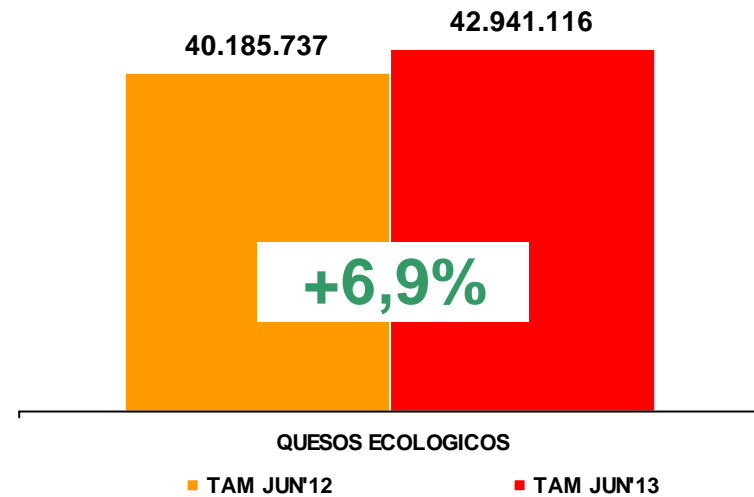
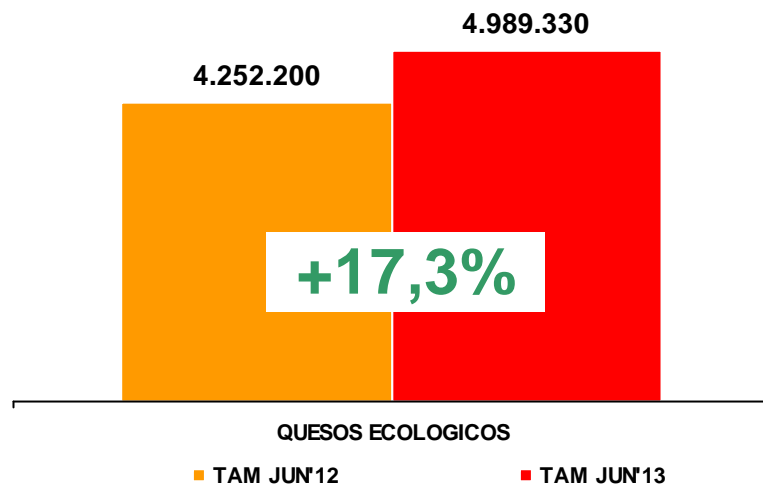
# **Quesos**

# Quesos

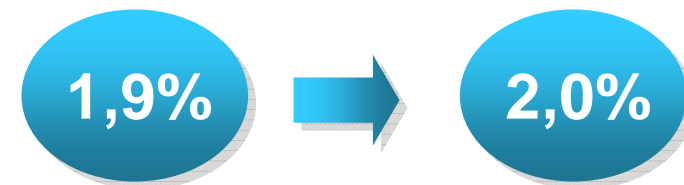
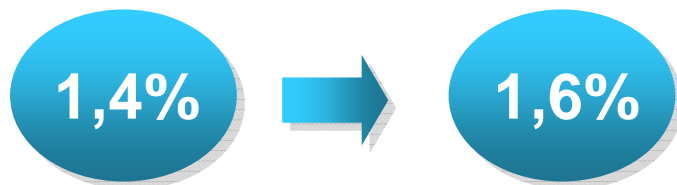
## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 4.989.330 kg**

**Valor 42.941.116 €**



### Porcentaje sobre la categoría

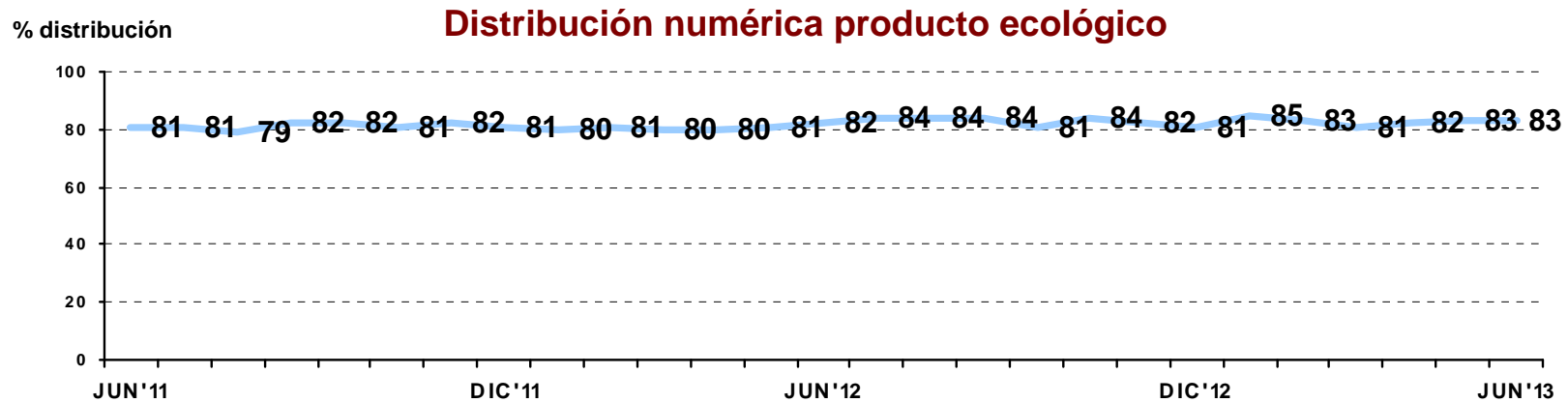


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

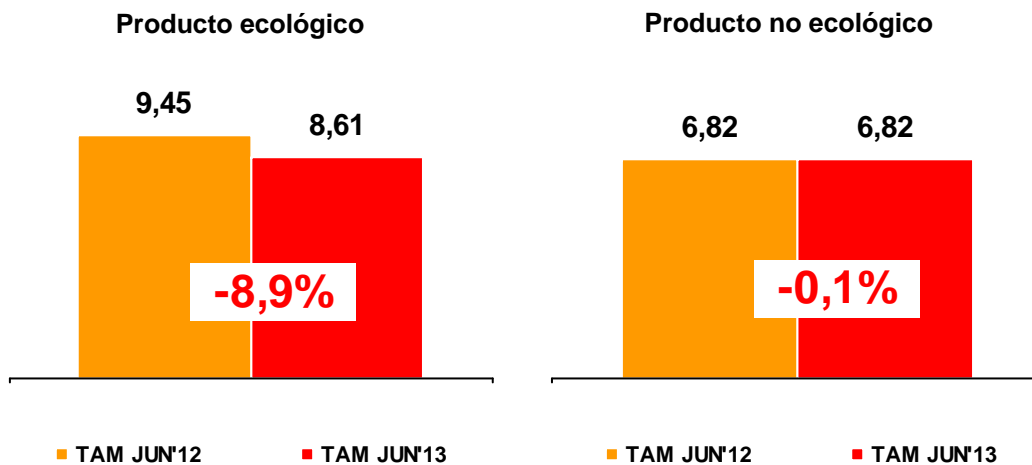
**Productos ecológicos**

# Quesos

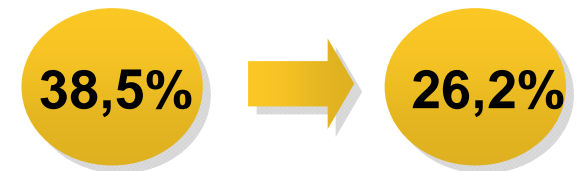
## Distribución y precios



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



### Evolución del diferencial de precio

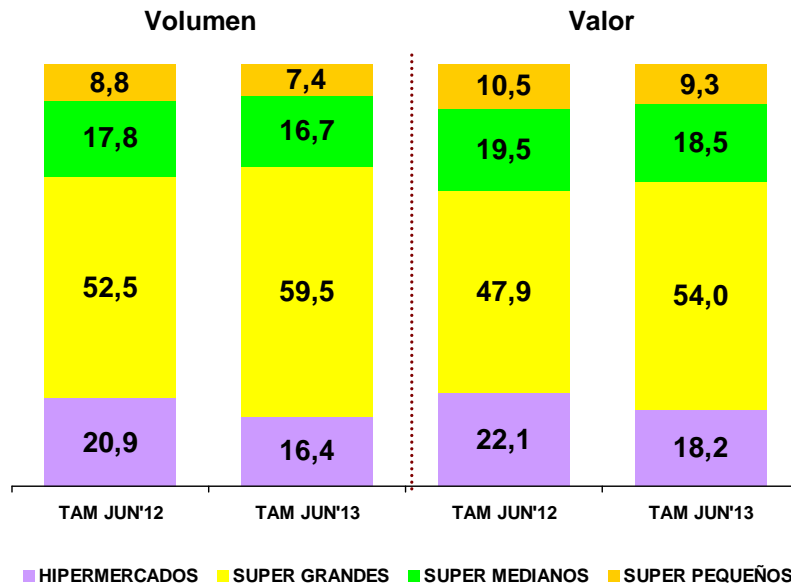


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

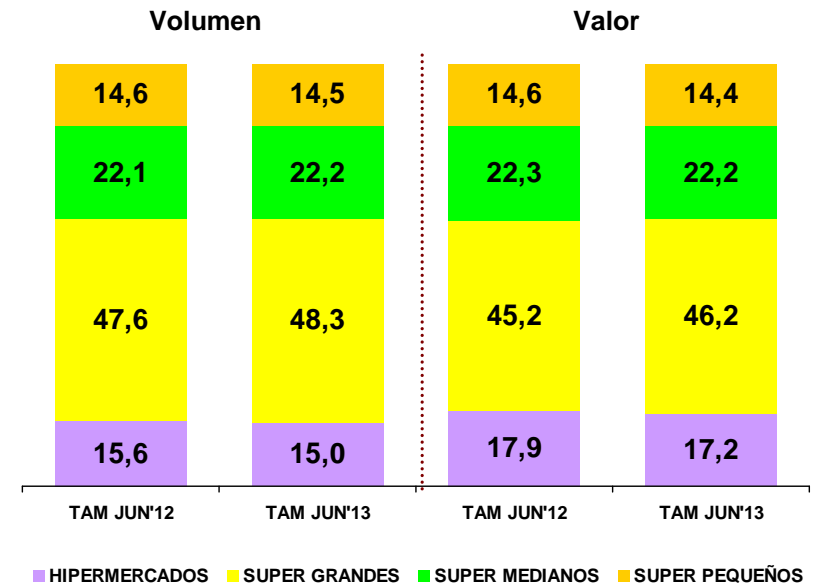
**Productos ecológicos**

# Quesos Canales

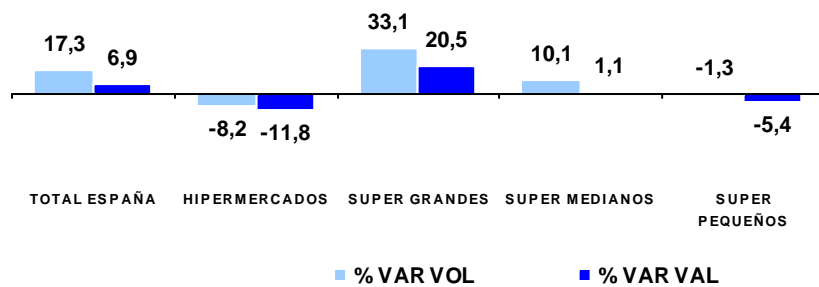
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



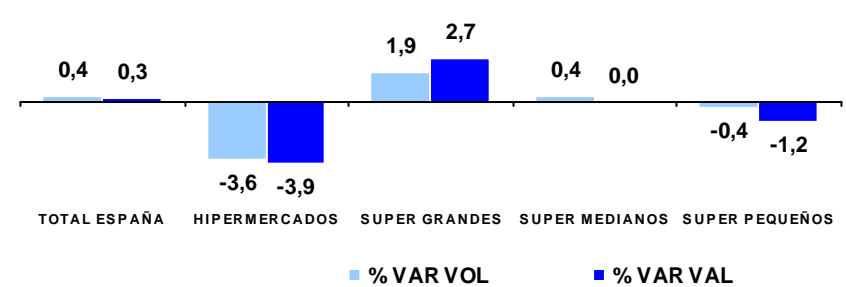
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



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



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

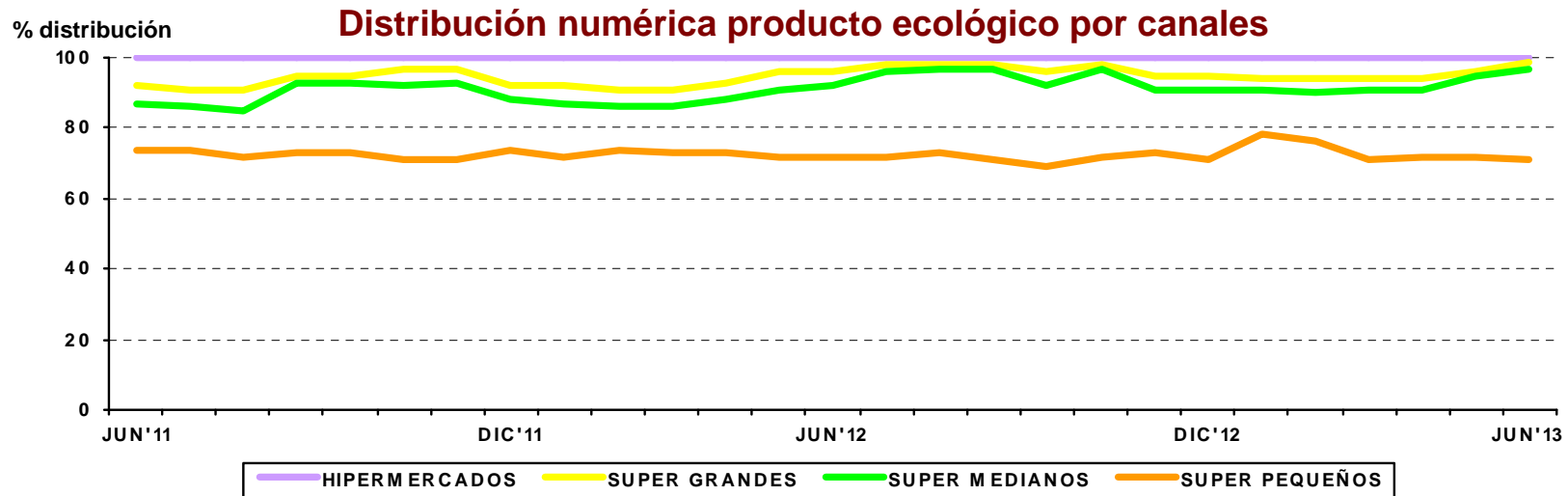


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

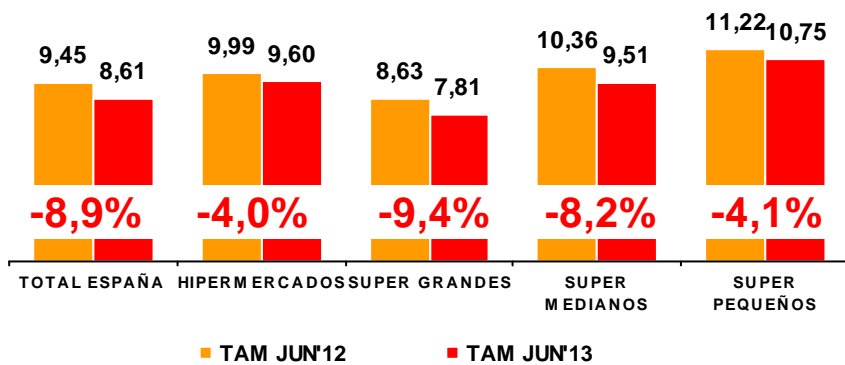
**Productos ecológicos**

# Quesos

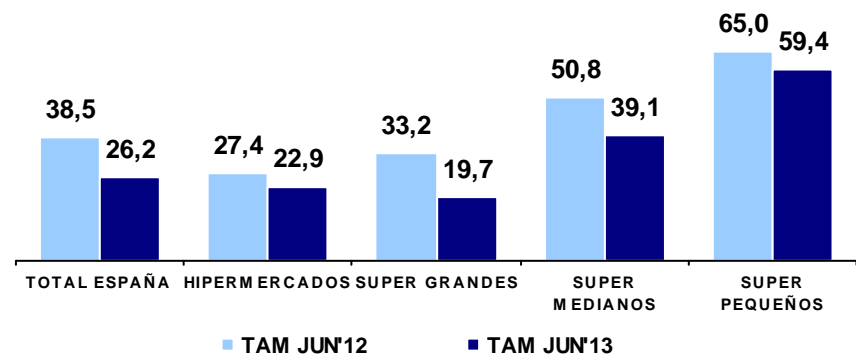
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

**Productos ecológicos**



# Quesos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VOL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR VAL	TAM JUN'12	TAM JUN'13	% VAR PRECIO	TAM JUN'12	TAM JUN'13
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	17,3%	100,0	100,0	6,9%	9,45	8,61	-8,9%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	17,0	17,7	21,9%	15,7	16,4	12,0%	8,71	8,00	-8,2%	95,0	98,1
ARAGÓN	2,8	2,7	16,5%	3,0	3,1	10,4%	10,25	9,71	-5,3%	111,4	112,1
ASTURIAS	1,4	1,3	2,0%	1,6	1,4	-4,4%	10,34	9,69	-6,3%	54,9	48,4
BALEARES	2,9	2,6	5,1%	3,5	3,2	-2,1%	11,18	10,41	-6,9%	107,2	94,3
CANARIAS	2,5	2,4	9,5%	2,8	2,7	2,2%	10,45	9,75	-6,7%	46,5	42,3
CANTABRIA	1,2	1,0	-0,2%	1,2	1,0	-8,8%	9,61	8,79	-8,5%	82,0	70,3
CASTILLA - LA MANCHA	2,9	3,0	21,7%	2,7	2,8	11,6%	8,75	8,02	-8,3%	80,2	82,8
CASTILLA - LEÓN	3,3	3,3	15,2%	3,3	3,3	9,1%	9,25	8,75	-5,3%	70,9	69,8
CATALUÑA	22,3	23,0	20,6%	23,9	23,5	5,3%	10,09	8,81	-12,6%	145,4	148,8
EXTREMADURA	1,5	1,4	12,9%	1,3	1,3	2,4%	8,49	7,70	-9,3%	64,6	63,1
GALICIA	3,4	3,1	5,7%	3,4	3,3	2,5%	9,44	9,16	-3,0%	49,9	45,2
LA RIOJA	0,6	0,5	6,0%	0,6	0,6	5,6%	10,13	10,09	-0,4%	79,3	72,8
MADRID	13,9	12,5	5,5%	15,0	13,9	-1,0%	10,23	9,60	-6,2%	106,2	95,1
MURCIA	3,6	4,1	30,5%	3,1	3,5	20,4%	7,97	7,35	-7,8%	121,3	140,4
NAVARRA	1,1	1,0	-1,2%	1,4	1,2	-8,7%	11,64	10,75	-7,6%	99,8	80,1
PAÍS VASCO	3,5	2,8	-6,7%	4,0	3,6	-5,2%	10,82	11,00	1,6%	88,7	71,7
VALENCIA	15,9	17,8	31,1%	13,6	15,2	19,7%	8,07	7,37	-8,7%	126,0	142,4

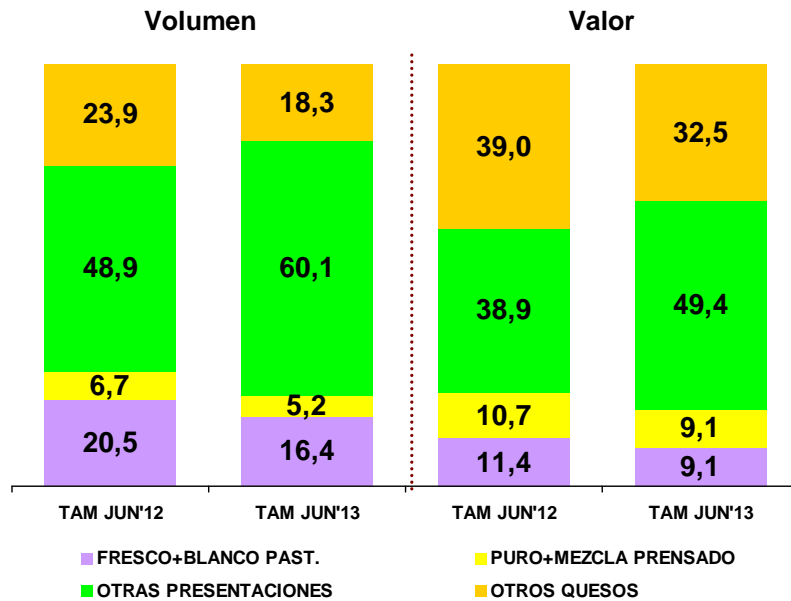
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

Datos TAM S26'13 (30/06/13)

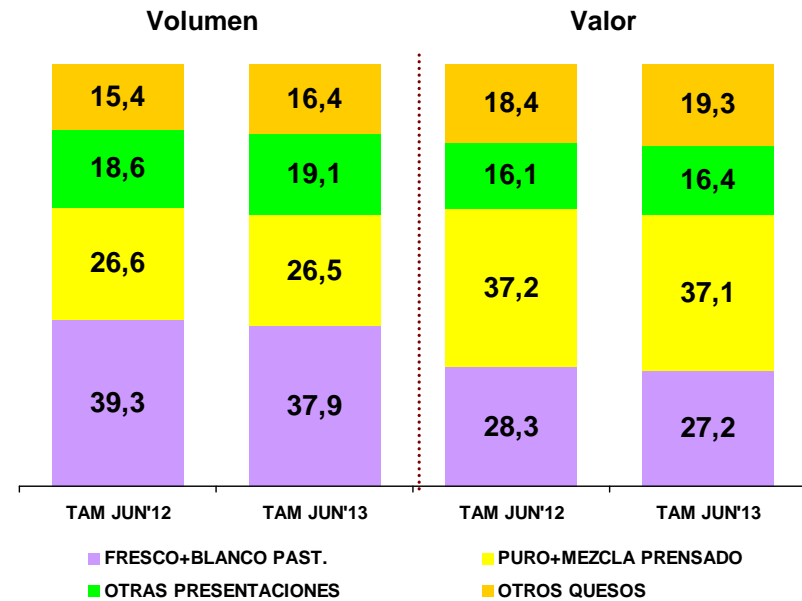
### Productos ecológicos

# Quesos Segmentos

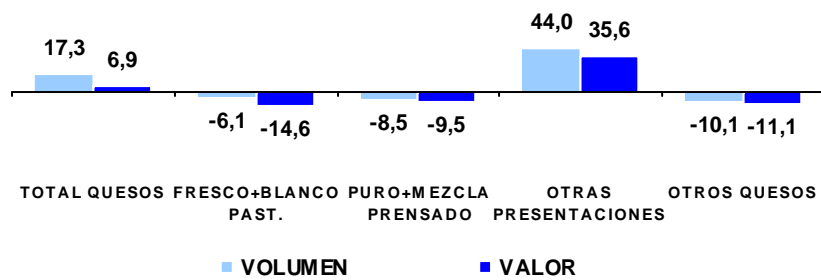
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



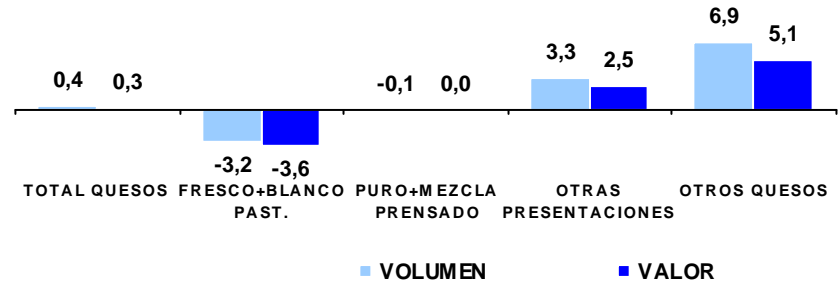
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



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



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

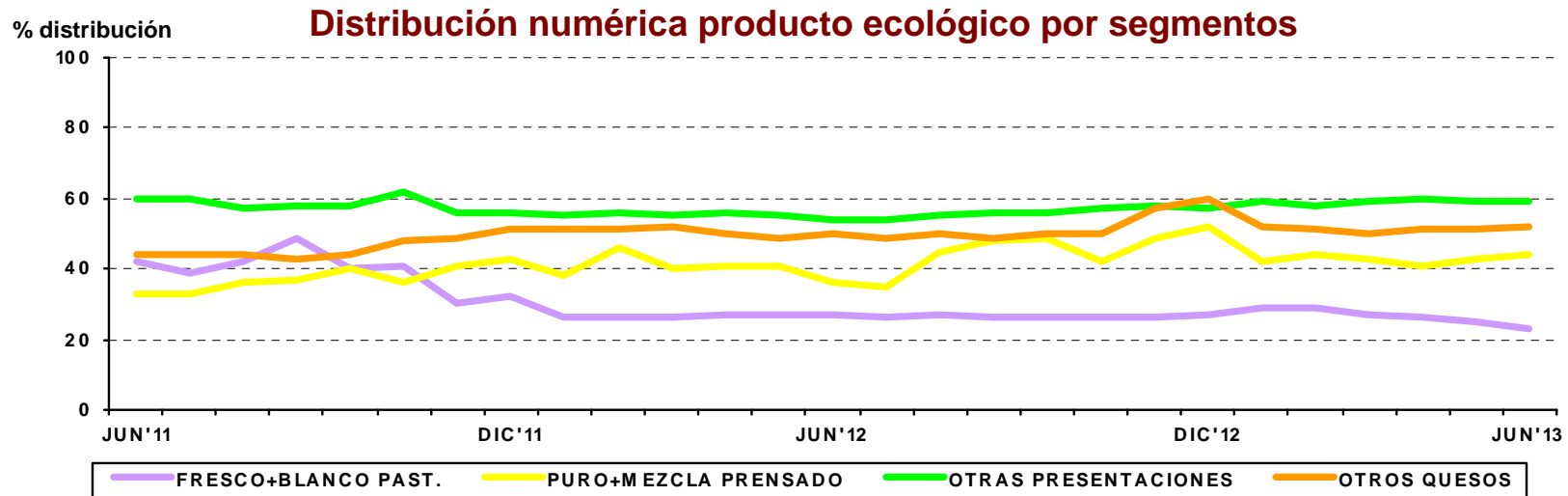


Datos TAM S26'13 (30/06/13)

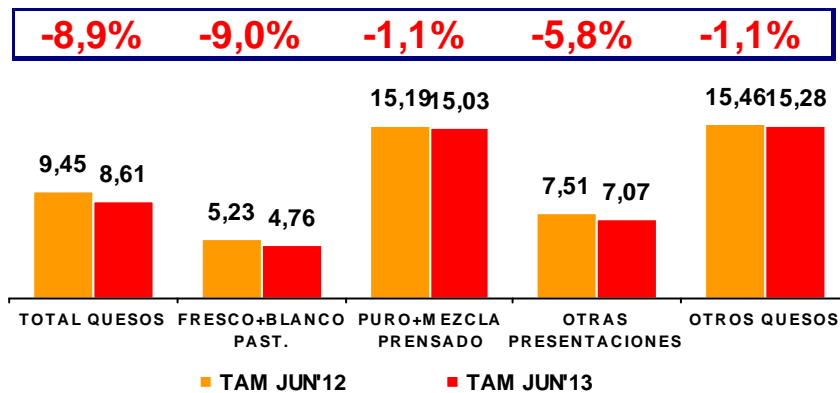
## Productos ecológicos

# Quesos

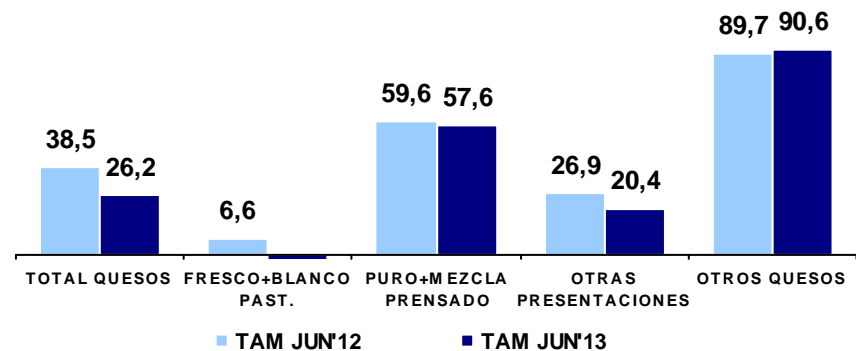
## Canales - Distribución y precios



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



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



Datos TAM S26'13 (30/06/13)

Productos ecológicos

# **Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentaria en España (1º semestre 2013)**

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

**Información cerrada a Junio de 2012**



**Madrid, 2013**