

EL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA



En el transcurso del primer semestre del pasado año el consumo total en alimentación descendió en nuestro país un 4,8%, respecto al mismo periodo de 1994.

A pesar de este dato, en el análisis por grupos de productos se constató, no obstante, un incremento durante la primera mitad del pasado año en la comercialización y venta de aguas minerales, gaseosas y refrescos, cerve-

zas y derivados lácteos, sobresaliendo por su aumento en el consumo los productos que se citan a continuación:

- Leche pasteurizada (+6,8%) y leche semidesnatada (+16%).
- Otros derivados lácteos, como los helados y postres lácteos (+8%).
- Carne de cerdo fresca (+1,1%).
- Pescados congelados (+15,2%).
- Aceite de girasol (+3,9%).

CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

CANTIDADES COMPRADAS EN LOS HOGARES. Millones de kilos

PRODUCTOS	PERIODOS						
	1993 TOTAL	1994 1 ^{er} SEM.	1994 2 ^o SEM.	TOTAL	1995 1 ^{er} SEM.	1994/93 %	1995/94 %
HUEVOS	7.453,5	3.266,7	3.196,4	6.463,1	3.122,1	- 13,4	- 4,4
CARNE Y TRANSFORMADOS CARNICOS	2.285,7	1.071,2	1.095,9	2.167,1	1.045,7	- 1,3	- 2,4
PRODUCTOS DE LA PESCA	1.048,0	536,1	551,8	1.087,9	498,6	5,3	- 7,0
LECHE Y DERIVADOS	5.107,4	2.714,2	2.599,4	5.313,6	2.620,3	6,4	- 3,5
PAN, GALLETAS, BOLLERIA Y PASTELERIA	2.398,9	1.236,7	1.259,3	2.496,0	1.203,7	2,2	- 2,7
CACAO Y CHOCOLATES	115,4	61,2	65,9	127,2	59,2	8,2	- 3,3
CAFE Y OTRAS INFUSIONES	77,3	46,2	41,2	87,4	41,8	13,1	- 9,5
ARROZ, PASTAS Y LEGUMBRES SECAS	548,2	284,9	274,5	559,4	268,2	0,4	- 5,9
AZUCAR Y MIEL	337,6	184,1	164,7	348,9	156,0	3,4	- 15,3
ACEITES	780,8	361,2	354,1	715,3	337,1	- 9,1	- 6,7
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	7.554,4	3.465,6	3.420,7	6.886,3	3.203,5	- 7,9	- 7,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	447,3	246,8	237,1	483,9	244,4	10,7	- 1,0
PLATOS PREPARADOS	159,0	75,5	75,4	150,9	74,0	2,4	- 2,0
VINOS	648,1	268,4	295,6	564,0	243,3	- 12,0	- 9,4
CERVEZA	523,5	240,1	290,4	530,5	249,0	- 4,2	3,7
OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS	51,1	22,7	32,2	54,9	21,2	7,1	- 6,6
BEBIDAS ANALCOHOLICAS	2.850,0	1.394,1	1.578,5	2.972,6	1.478,2	5,0	6,0
TOTAL ALIMENTACION	26.202,2	12.795,3	12.943,7	25.739,0	12.185,5	- 0,7	- 4,8

FUENTE: Cuadernos de información económica sobre la industria agroalimentaria. MAPA. 1995.

- Peras (+7,9%).
- Pimientos (+2,7%).

En el resto de los productos descendió el consumo, destacando por su mayor bajada los siguientes:

- Patatas (-12,4%).
- Vinos de mesa (-10,8%).
- Productos de la pesca (-7%).
- Pescado fresco (-7,5%).
- Azúcar (-15,3%).
- Café e infusiones (-9,5%).
- Mandarinas (-16,9%).

Estas variaciones en la demanda de productos se pueden achacar a causas coyunturales o bien a los distintos factores que intervienen en el consu-

mo como, por ejemplo, las menores necesidades calóricas, la tendencia a mantener una estética más estilizada o la distinta composición de la población en cuanto a pirámides de edad.

DISTRIBUCION DE LAS VENTAS

Analizando las cifras del valor gastado en alimentos se observa una similitud con respecto a las cantidades compradas, es decir, el dinero invertido en productos alimenticios experimentó un descenso del 5,8% en los seis primeros meses de 1995 respecto al mismo periodo del año anterior. Estas cifras están deflactadas con respec-



CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

VALOR TOTAL DE LOS ALIMENTOS COMPRADOS EN LOS HOGARES

Miles de millones de pesetas

PRODUCTOS	PERIODOS						
	1993 TOTAL	1994		1995 TOTAL	1994/93		1995/94
		1 ^{er} SEM.	2 ^o SEM.		1 ^{er} SEM.	% 1 ^{er} SEM.	% 1 ^{er} SEM.
HUEVOS	107,8	47,8	45,4	93,3	43,3	- 11,9	- 3,7
CARNE Y TRANSFORMADOS CARNICOS	1.643,2	766,6	813,1	1.579,7	745,1	- 4,4	- 3,0
PRODUCTOS DE LA PESCA	742,5	375,0	415,4	790,1	358,6	4,5	- 8,9
LECHE Y DERIVADOS	735,9	405,6	391,2	796,8	389,2	5,0	- 5,8
PAN, GALLETAS, BOLLERIA Y PASTELERIA	649,4	327,2	351,0	678,2	331,2	- 1,7	- 4,5
CACAOS Y CHOCOLATES	71,7	36,7	42,1	78,8	34,7	0,6	- 11,2
CAFE Y OTRAS INFUSIONES	62,2	38,7	40,7	79,4	49,7	9,9	- 23,1
ARROZ, PASTAS Y LEGUMBRES SECAS	94,9	51,7	50,6	102,3	49,6	2,4	- 7,1
AZUCAR Y MIEL	51,8	29,5	26,6	56,1	26,0	0,4	- 17,9
ACEITES	177,3	93,3	95,0	188,3	105,1	- 15,0	- 13,9
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	820,3	415,4	416,5	831,9	441,8	- 11,7	- 7,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	91,9	54,2	54,8	108,9	51,5	17,0	- 8,0
PLATOS PREPARADOS	101,4	47,2	47,3	94,4	46,3	- 4,1	- 5,0
VINOS	103,3	37,9	51,7	89,7	39,9	- 12,3	- 3,0
CERVEZA	72,9	34,4	40,0	74,4	35,4	- 4,1	- 5,0
OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS	49,0	21,0	30,4	51,4	20,1	- 0,3	- 11,4
BEBIDAS ANALCOHOLICAS	193,5	92,2	103,0	195,2	92,4	1,5	2,7
TOTAL ALIMENTACION	5.944,0	2.953,7	3.098,4	6.052,1	2.958,5	- 2,5	- 5,8

FUENTE:
Cuadernos de
información
económica sobre
la industria
agroalimentaria.
MAPA 1995.



to al Índice de Precios al Consumo de alimentación correspondiente al intervalo comprendido entre los meses de junio de 1995 y de 1994

La distribución de las ventas a los hogares por los diferentes tipos de establecimientos comerciales evolucionó claramente hacia las estructuras de libre servicio, centradas fundamentalmente en los autoservicios e hipermercados.

Así, en el primer semestre del pasado año decrecieron las ventas de las tiendas tradicionales, con una cuota de mercado del 35,9%, frente al 36,8% de cuota que tuvieron en los

primeros seis meses de 1994, y se incrementaron levemente, tal y como se observa en los cuadros adjuntos, las ventas en los autoservicios (36,3%) e hipermercados (15,7%).

Los mercadillos y la venta callejera, por su parte, mantuvieron una cuota de mercado cercana al 3%, y el resto de las formas de venta, que giran sobre las cooperativas, la venta a domicilio, el autoconsumo y la venta directa, representó el 9,1% del total comercializado en el mencionado periodo.

Respecto a la venta de los distintos productos en función de la co-

CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

CUOTA DE MERCADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS CONVENCIONALES

Porcentaje en valor de ventas

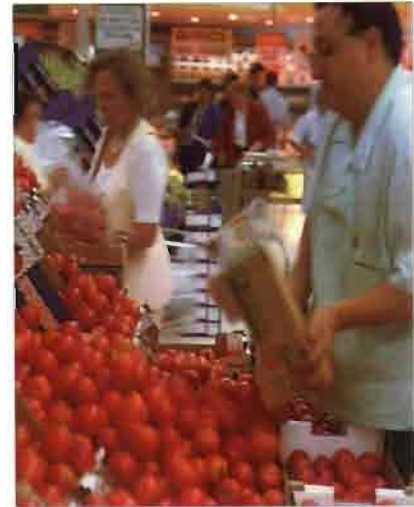
PRODUCTOS	TIPO DE TIENDAS							
	TIENDAS TRADICIONALES		SUPERMERCADOS		HIPERMERCADOS		ECONOMATOS/COOPERATIVAS	
	1994 1 ^{er} SEM.	1995 1 ^{er} SEM.	1994 1 ^{er} SEM.	1995 1 ^{er} SEM.	1994 1 ^{er} SEM.	1995 1 ^{er} SEM.	1994 1 ^{er} SEM.	1995 1 ^{er} SEM.
HUEVOS	34,07	32,44	26,32	26,33	7,95	8,18	1,19	1,27
CARNE Y TRANSFORMADOS CARNICOS	43,98	42,97	34,05	34,05	11,31	12,29	1,47	1,59
PRODUCTOS DE LA PESCA	46,31	47,97	29,35	28,55	12,66	12,51	1,43	1,27
LECHE Y DERIVADOS	20,94	19,40	48,27	47,75	20,68	23,03	2,27	2,37
PAN, GALLETAS, BOLLERIA Y PASTELERIA	45,01	50,04	29,42	26,22	10,78	8,27	1,66	1,42
CACAOS Y CHOCOLATES	15,28	14,09	53,11	50,63	26,11	29,98	2,58	2,73
CAFE Y OTRAS INFUSIONES	16,25	13,80	52,66	50,80	25,08	28,99	2,94	2,91
ARROZ, PASTAS Y LEGUMBRES SECAS	20,49	19,61	48,01	46,58	24,11	26,53	2,89	2,36
AZUCAR Y MIEL	18,58	17,49	47,52	46,79	23,27	25,74	3,07	2,27
ACEITES	15,78	14,58	44,04	42,03	28,65	30,15	4,46	4,53
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	37,99	41,17	28,57	27,43	8,53	8,46	0,98	1,01
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	17,29	17,14	51,25	49,93	25,11	25,95	3,04	3,11
PLATOS PREPARADOS	24,67	23,58	41,64	39,90	21,64	23,55	1,77	2,06
VINOS	20,98	19,71	38,97	37,99	17,70	19,70	3,21	2,95
CERVEZA	21,76	22,88	44,61	43,75	23,74	24,98	1,77	1,81
OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS	13,66	12,42	46,89	43,33	33,42	38,76	2,37	2,54
BEBIDAS ANALCOHOLICAS	19,27	17,86	50,79	48,60	23,11	26,38	1,97	1,61
TOTAL ALIMENTACION	36,83	35,90	36,16	36,26	14,71	15,71	1,77	1,82

FUENTE:
Cuadernos de
información
económica sobre
la industria
agroalimentaria
MAPA, 1995

mercio, se observa que los alimentos frescos, fundamentalmente pan, huevos, carnes, pescados, y frutas y hortalizas tienen una mayor presencia en la tienda tradicional.

Por su parte, los productos que se engloban en la llamada alimentación seca —aceites, legumbres, arroz, harina, azúcar, conservas, congelados, leche y bebidas, etcétera—, se encuentran localizadas con preferencia en los comercios de libre servicio, como supermercados e hipermercados.

FUENTE: Cuadernos de información económica sobre la industria agroalimentaria. MAPA. 1995.



CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

CUOTA DE MERCADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS NO CONVENCIONALES

Porcentaje en valor de ventas

PRODUCTOS	MERCADILLO CALLEJO		VENTA A DOMICILIO		TIPO DE TIENDAS					
					AUTOKONSUMO		COMPRA DIRECTA		OTROS	
	1994 1 ^{ER} SEM.	1995 1 ^{ER} SEM.	1994 1 ^{ER} SEM.	1995 1 ^{ER} SEM.	1994 1 ^{ER} SEM.	1995 1 ^{ER} SEM.	1994 1 ^{ER} SEM.	1995 1 ^{ER} SEM.	1994 1 ^{ER} SEM.	1995 1 ^{ER} SEM.
HUEVOS	2,58	2,35	4,45	4,77	8,60	9,87	11,46	10,53	3,38	4,26
CARNE Y TRANSFORMADOS CARNICOS	1,46	1,43	0,14	0,18	2,64	2,64	1,73	1,40	3,23	3,45
PRODUCTOS DE LA PESCA	3,57	3,42	0,58	0,56	0,67	0,53	0,61	0,39	4,82	4,80
LECHE Y DERIVADOS	0,81	0,78	1,88	1,49	1,15	1,04	1,99	1,66	2,03	2,48
PAN, GALLETAS, BOLLERIA Y PASTELERIA	0,92	0,68	6,12	6,30	0,20	0,22	3,49	4,43	3,49	2,42
CACAOS Y CHOCOLATES	0,29	0,34	0,32	0,20	0,00	0,00	0,10	0,00	1,83	2,04
CAFE Y OTRAS INFUSIONES	0,46	0,39	0,33	0,33	0,14	0,07	0,28	0,02	1,86	2,70
ARROZ, PASTAS Y LEGUMBRES SECAS	1,34	1,48	0,16	0,14	0,59	0,59	0,91	0,44	1,77	2,25
AZUCAR Y MIEL	0,90	1,03	0,94	0,66	0,63	0,24	2,26	2,46	3,13	3,31
ACEITES	0,39	0,32	0,31	0,29	1,75	1,36	1,91	3,24	2,71	3,50
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	13,58	12,21	0,38	0,36	4,22	4,68	1,50	1,28	3,16	3,40
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	0,56	0,51	0,82	0,90	0,00	0,00	0,08	0,00	1,83	2,46
PLATOS PREPARADOS	0,35	0,54	3,73	3,76	0,00	0,00	0,06	0,00	6,14	6,61
VINOS	0,57	0,50	5,25	5,18	3,91	5,22	3,96	3,79	5,45	4,97
CERVEZA	0,28	0,27	5,59	3,49	0,00	0,00	0,28	0,00	1,97	2,82
OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS	0,26	0,10	0,76	0,42	0,00	0,00	0,05	0,00	2,58	2,44
BEBIDAS ANALCOHOLICAS	0,26	0,20	3,00	2,41	0,00	0,00	0,00	0,01	1,60	2,92
TOTAL ALIMENTACION	3,03	2,98	0,49	0,45	2,04	1,90	1,83	1,67	3,13	3,30