



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

PRESENTACIÓN DE LOS DATOS DE CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2011



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

EVOLUCIÓN DE LA ALIMENTACIÓN EN LOS HOGARES DE ESPAÑA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

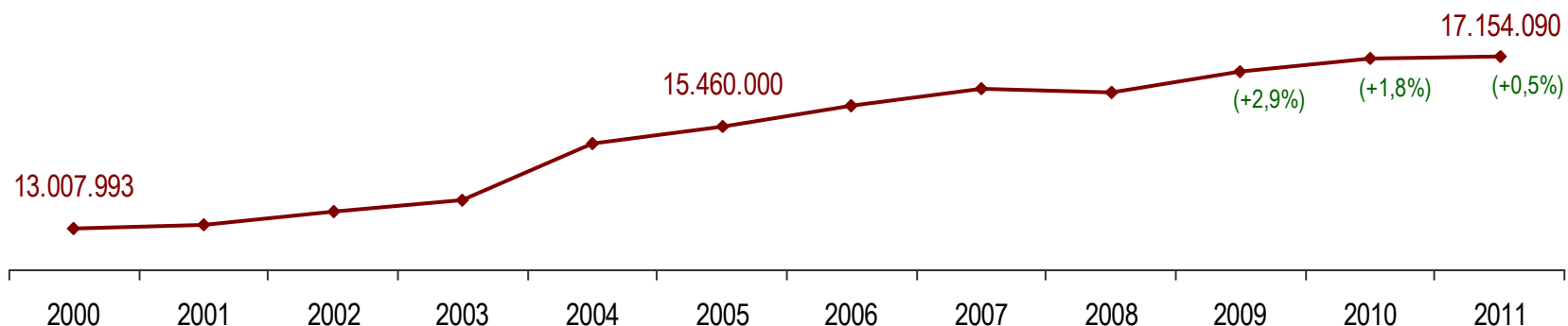
67.520 Millones de Euros

Gasto Alimentario en Hogares

+0,6% 2011 vs 2010

SE RALENTIZA EL INCREMENTO DEL NÚMERO DE HOGARES EN ESPAÑA

Crecimiento en Número de Hogares



Evolución Alimentación en Hogares 2011

$$-0,7\% + 1,3\% = 0,6\%$$

Evol. Consumo

Evol. Precio

Evol. Gasto



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

EL CONSUMO PER CÁPITA DESCIEDE EN MENOR MEDIDA QUE AÑOS PRECEDENTES

Evolución **Consumo x persona** en Alimentación en el Hogar

	2008	2009	2010	2011
				
	+6,8%	-1,1%	-3,1%	-0,6%
(Consumo per cápita Kg. Lt./persona/año)	(692,55)	(684,87)	(663,75)	(659,89)

Evolución **Gasto x persona** en Alimentación en el Hogar

	2008	2009	2010	2011
				
	+12,9%	-4,3%	-4,2%	+0,8%
(Gasto per cápita €/persona/año)	(1.592,92)	(1.544,47)	(1.460,37)	(1.471,35)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011



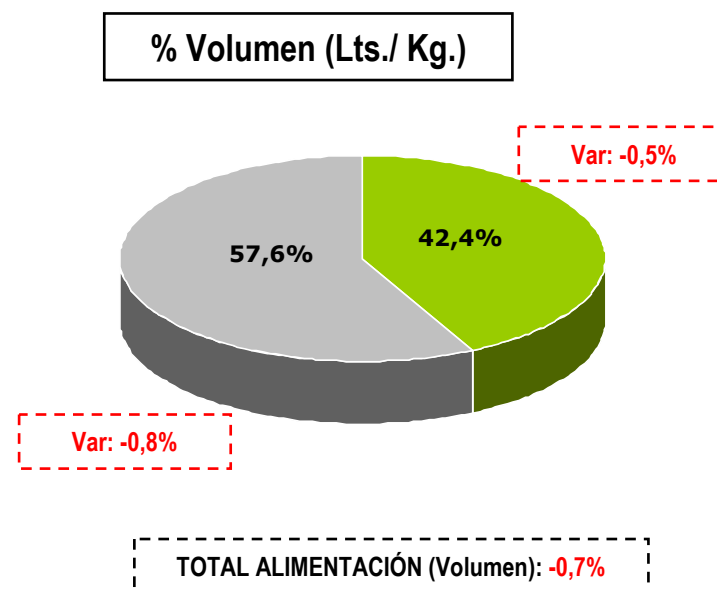
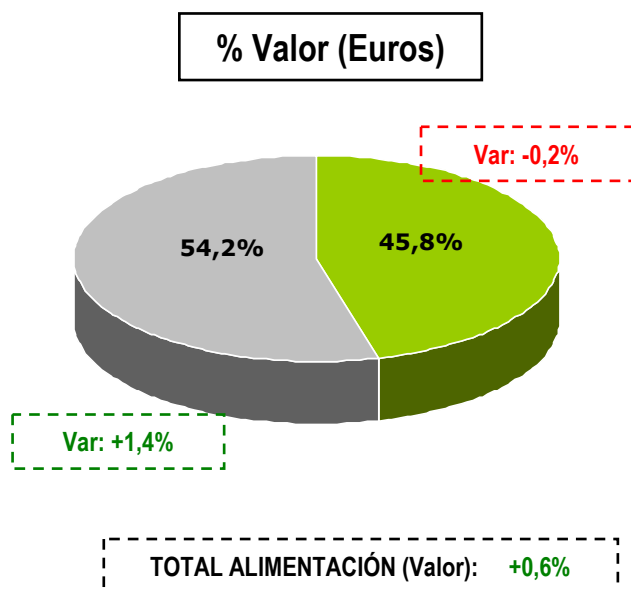
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

TENDENCIAS DE LOS GRUPOS DE ALIMENTOS

MAS DEL 40% DE NUESTRO CONSUMO ES DE PRODUCTOS FRESCOS

% PESO EN VOLUMEN (Kg./Lts) Y VALOR (€) DE ALIMENTACIÓN FRESCA AÑO 2011



■ ALIMENTACIÓN FRESCA ■ RESTO ALIMENTACIÓN

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

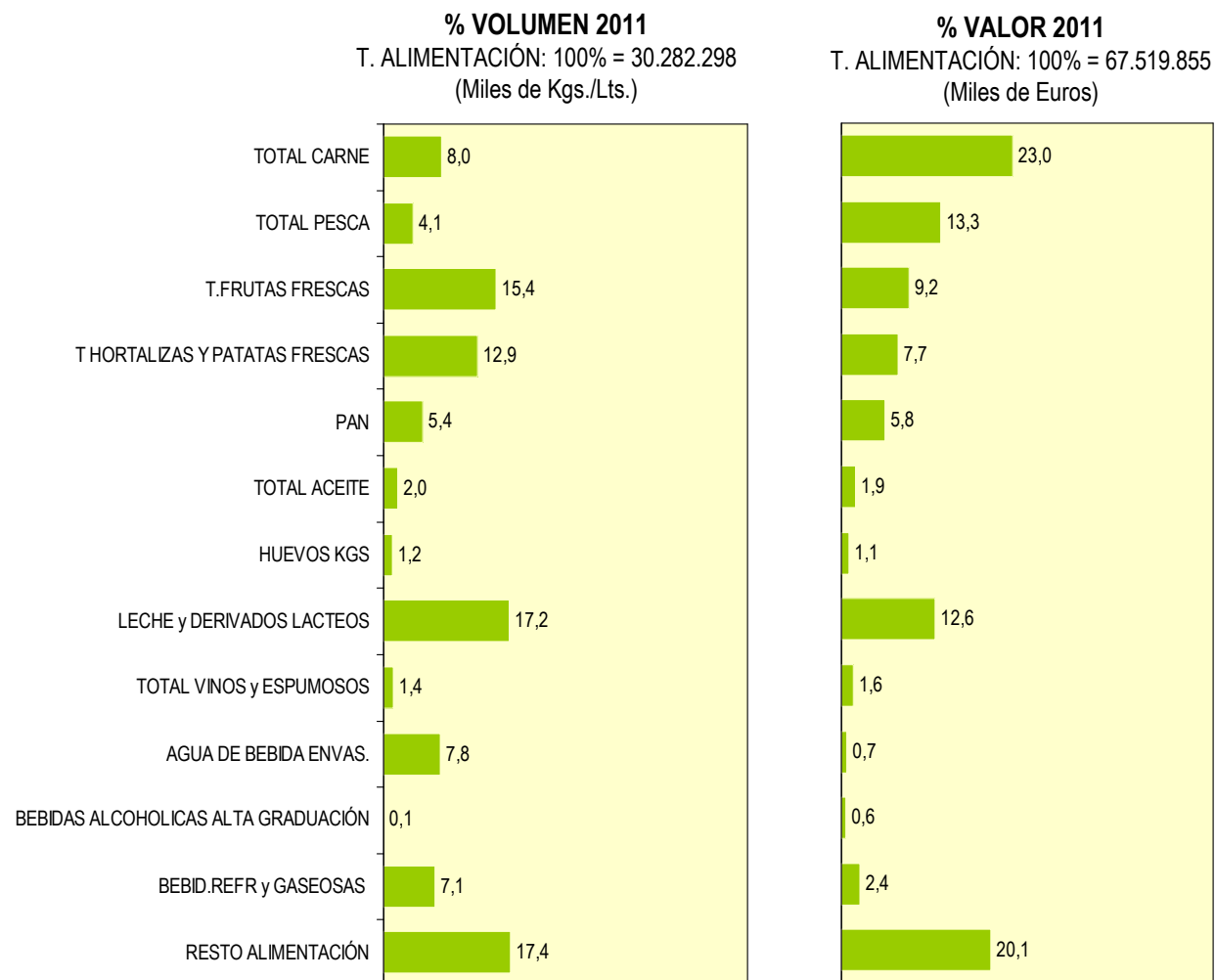


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

EL SECTOR DE LA CARNE ES EL QUE CONCENTRA MAYOR PRESUPUESTO DENTRO DEL HOGAR Y EN VOLUMEN LOS LÁCTEOS

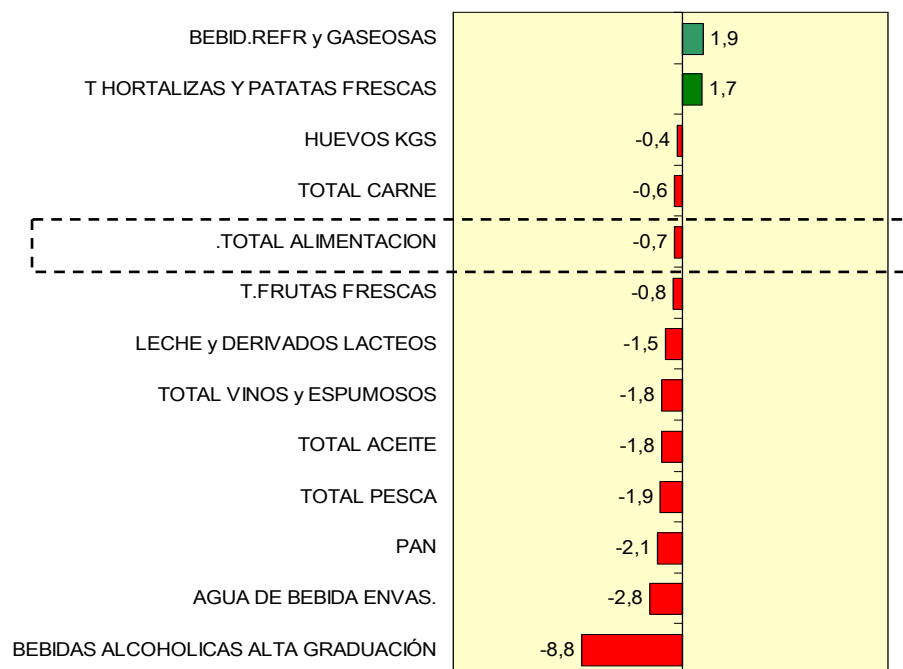


GOBIERNO
DE ESPAÑA

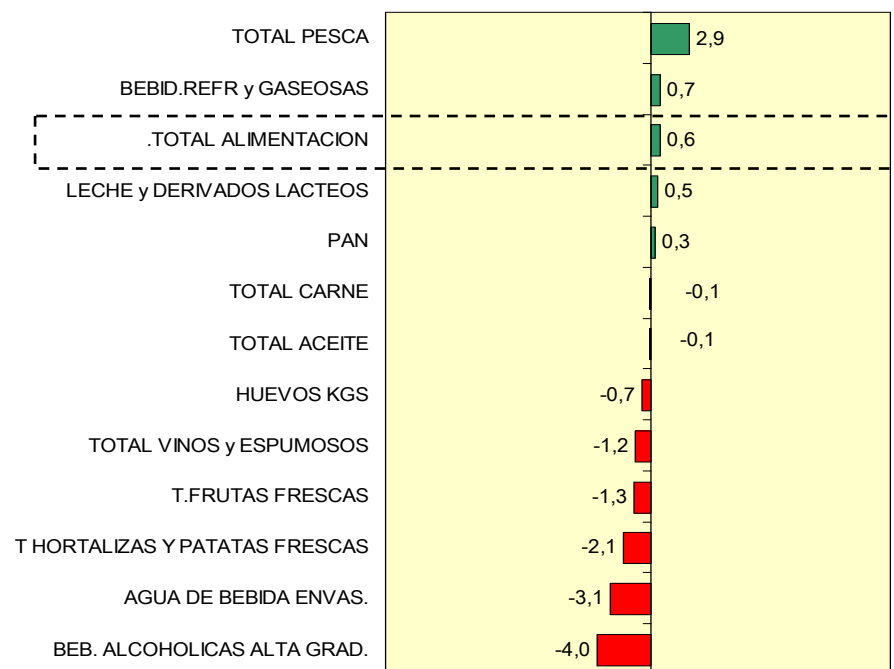
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

BEBIDAS REFRESCANTES Y HORTALIZAS FRESCAS SON LOS MERCADOS QUE MAS INCREMENTAN EL VOLUMEN COMPRADO

% EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR DEL **VOLUMEN** (KILO/LITROS)-
AÑO 2011 vs 2010



% EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR DEL **GASTO** (EUROS)-
AÑO 2011 vs 2010



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

EL POLLO ES LA VARIEDAD DE CARNE MAS ESTABLE SIENDO EL OVINO/CAPRINO LA QUE MAS DECRECE



El Consumo de Total Carne en el Hogar a 2011, se contiene un **-0,6%**:

Carne Fresca: **-1,4%**
Vacuno: **-2,5%**
Pollo: **-0,3%**
Cerdo: **-3,8%**
Ovino/Caprino: **-6,4%**
Conejo: **-0,5%**
Otras Carnes Frescas: **+11,5%**

Carne Congelada: **+14,2%**
Carne Transformada: **-0,2%**

* Otras carnes frescas incluyen Pavo, Avestruz y Otras Aves

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

LOS MARISCOS FRESCOS MUESTRAN DESCENSO DE CONSUMO EN LOS HOGARES, EN EL SECTOR DE LA PESCA SON LAS CONSERVAS LAS QUE MEJOR EVOLUCIONAN

Cae el Consumo de Total Pesca en el Hogar **(-1,9%)**

Pescado: -1,6%

Pescados Frescos: -1,6%

Pescados Congelados: -1,6%

Marisco/Crustáceos/Moluscos: -4,3%

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

Mariscos/Crust./Molus. Frescos: -7,3%

Mariscos/Crust./Molus. Cocidos: -3,7%

Conservas Pescados/Moluscos: +1,8%



Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

LAS VARIEDADES DE FRUTAS DE VERANO CONSIGUEN ESTAR MAS PRESENTES EN LA CESTA DE COMPRA

Menor consumo en el hogar de Frutas Frescas (-0,8%)

Naranjas: -2,9%

Mandarinas: +2,5%

Plátanos: -1,8%

Manzanas: -1,7%

Peras: -2,3%

Melón: +1,9%

Fresas: +4,0%

Cerezas: +20,4%

Uvas: +6,5%



Estas 9 variedades de fruta fresca suponen el 70,8% del consumo de Total Frutas Frescas

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

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

Aumenta el consumo de las Hortalizas Frescas (+3,7%)

Espárragos: +10,1%
Calabacines: +10,0%
Tomates: +7,9%
Pimientos: +5,5%
Berenjenas: +4,9%
Pepinos: +3,4%



Son las **Patatas Frescas**, el producto con mayor descenso en el consumo (-3,9%)

Volumen en kilos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

SE REDUCE EL CONSUMO DE ACEITE, PRINCIPALMENTE EN LA VARIEDAD DE GIRASOL

Baja un **-1,8%** el consumo de Aceite en los hogares de España



Total Aceite de Oliva: -0,7%

Aceite Oliva Virgen: -1,7%

Aceite Oliva Oliva: -0,1%

Total Aceite de Girasol: -4,3%

Volumen en litros



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

LOS ESPUMOSOS/CAVA ADQUIEN MAS IMPORTANCIA EN LOS HOGARES

Desciende el consumo de Vinos y Espumosos (-1,8%):

Vinos C.P.R.D (Vinos+Espumosos): (-0,1%)

Vinos Tranquilos: (-0,8%)

Espumosos/Cava: (+6,5%)

Vinos de Aguja: (-4,7%)

Vinos de Licor. (-1,7%)

Vinos de Mesa S/D: (-2,9%)



Volumen en litros



GOBIERNO
DE ESPAÑA

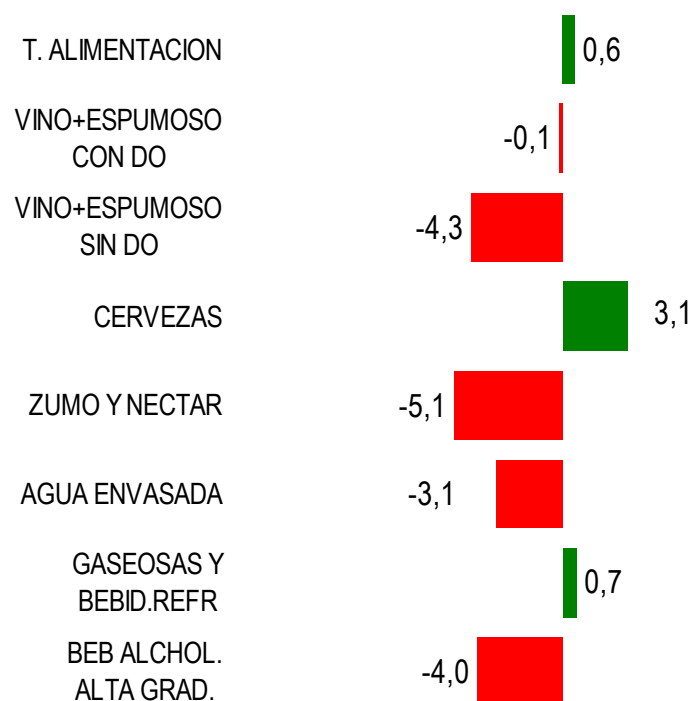
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

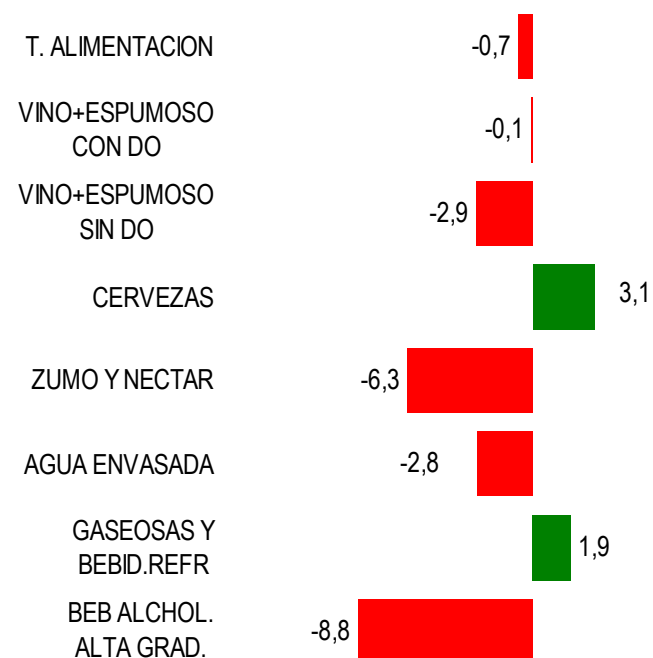
AUMENTA EL VOLUMEN DE LITROS COMPRADOS DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES Y CERVEZAS

BEBIDAS

% Evol. Valor (Euros)
2011 vs 2010



% Evol. Volumen (Kg./ Lt.)
2011 vs 2010



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011



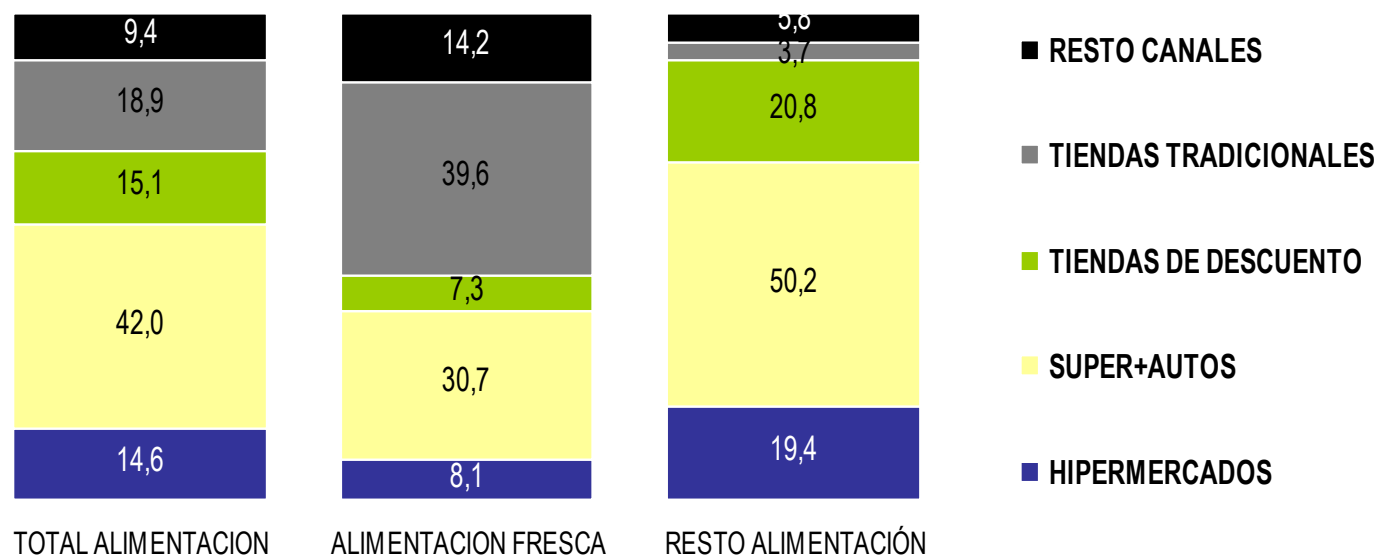
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

LUGARES DONDE COMPRAN LOS HOGARES

LA TIENDA TRADICIONAL EL CANAL PREFERIDO PARA LA COMPRA DE FRESCOS SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE DESCUENTO PARA OTROS PRODUCTOS

% Cuota de mercado de los canales de compra en Volumen. 2011



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

* Resto Canales = Autoconsumo, Mercadillos y Resto de los canales.



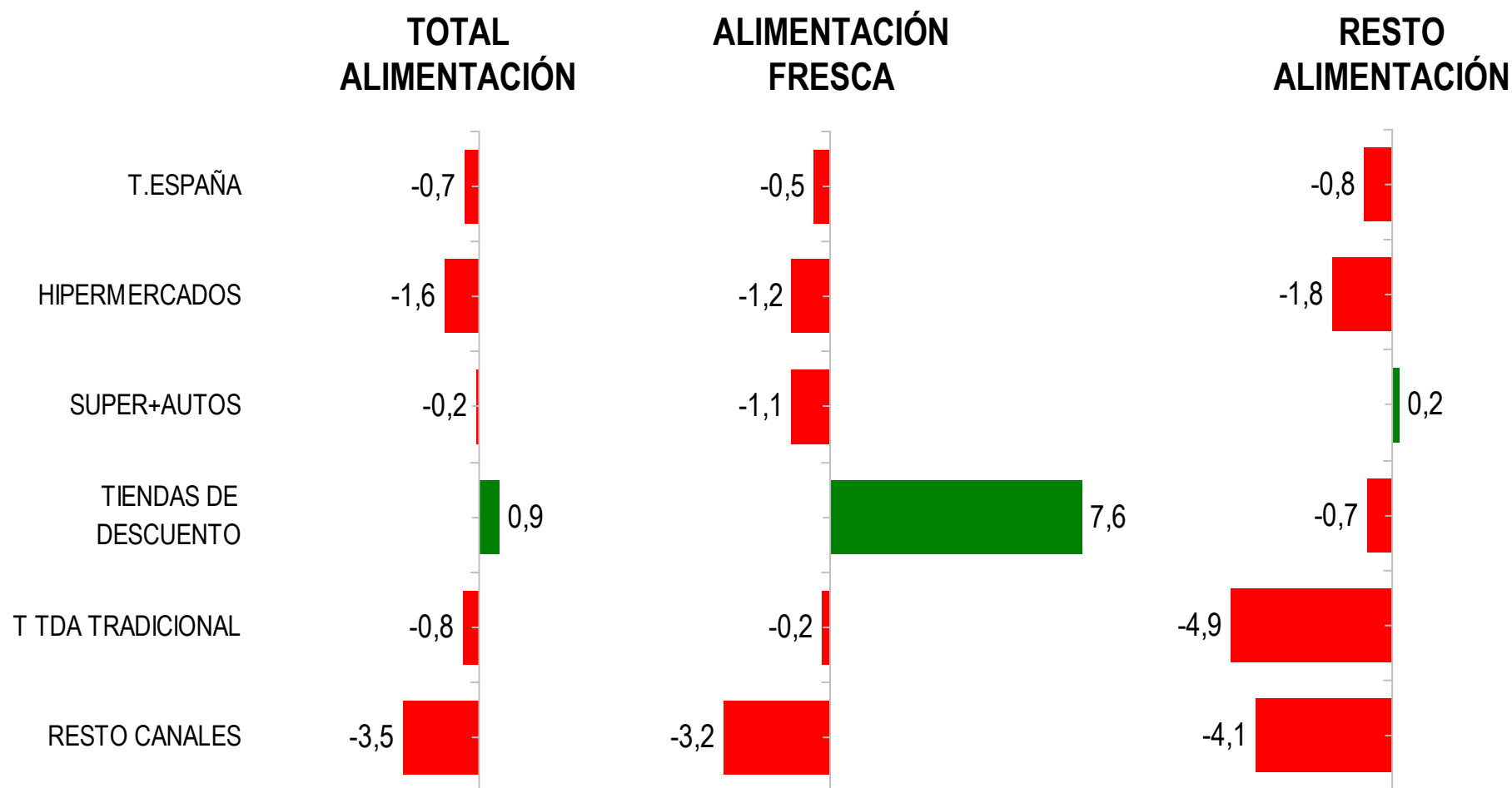
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

IMPORTANTE INCREMENTO DE TIENDAS DE DESCUENTO EN LA COMPRA DE FRESCOS

% Evolución Volumen (2011 vs 2010)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

TIEMPO MEDIO DEDICADO A LA SEMANA A LA COMPRA DE ALIMENTOS

3 horas 1 minuto



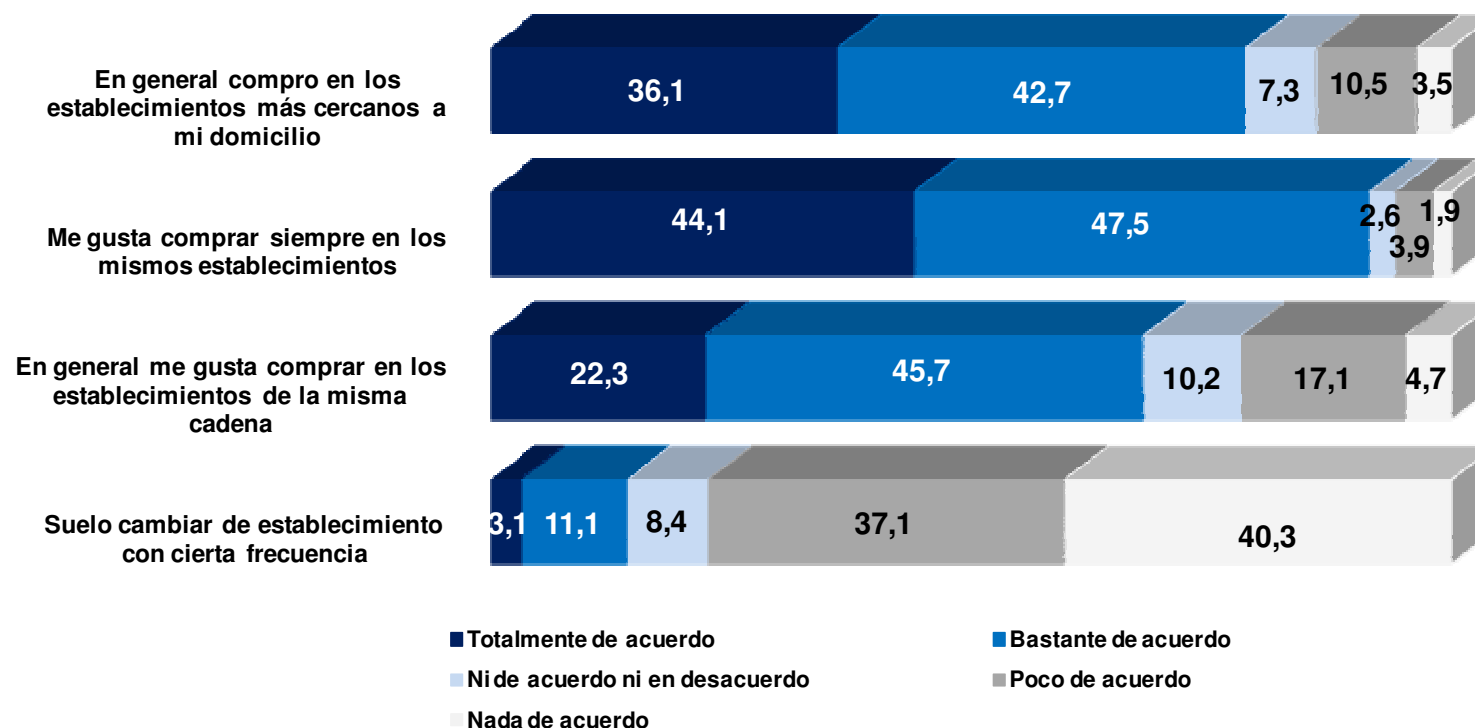
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria - 2011

EL CONSUMIDOR ES FIEL A SU ESTABLECIMIENTO DE COMPRA, EL 91,6% SE MUESTRA TOTAL O BASTANTE DE ACUERDO CON ESTA AFIRMACIÓN.

ESTABLECIMIENTOS DE COMPRA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria - 2011

FACTORES QUE DETERMINAN LA ELECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DE COMPRA

66,7% Calidad de productos

59,3% Buenos PRECIOS aparte de ofertas

40,4% PROXIMIDAD



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria - 2011

LAS MARCAS DE DISTRIBUIDOR TIENEN UN GRAN PESO EN LA CESTA DE LA COMPRA

Un 92,0% las adquiere en algún producto y sólo un 8,0% manifiesta no adquirir nunca productos de marca de distribuidor.

COMPRA DE PRODUCTOS CON MARCA DE DISTRIBUIDOR

SI
92,0%

NO
8,0%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

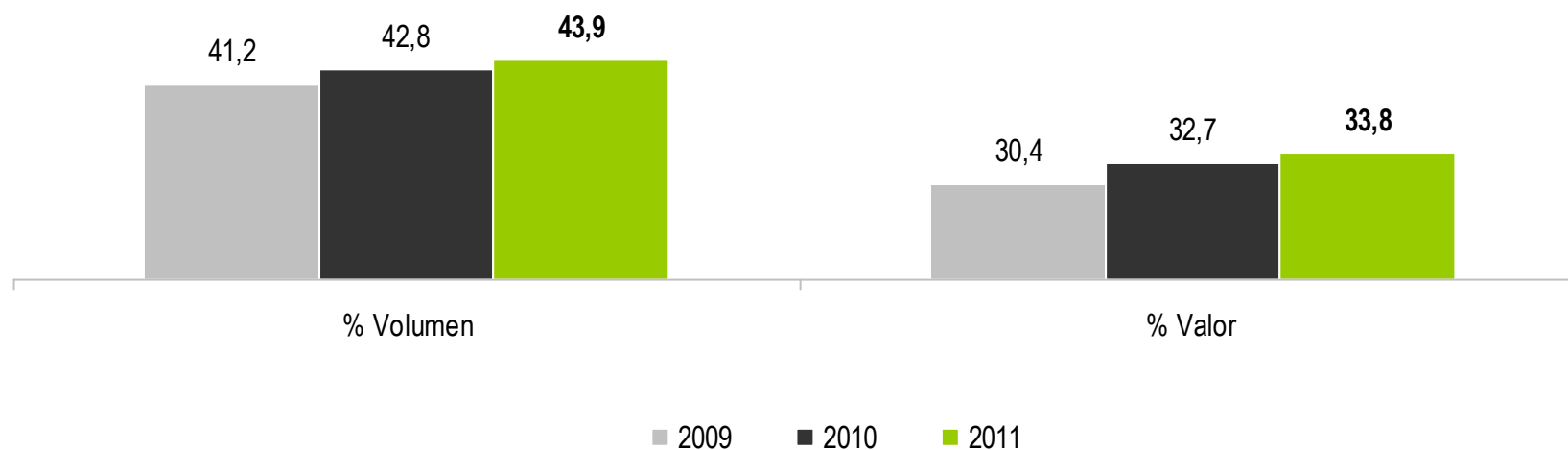
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria - 2011

CONSTANTE CRECIMIENTO DE LAS MARCAS DE LA DISTRIBUCIÓN

Evolución % Cuota Marcas de la distribución

Calculado sobre Total Alimentación sin Frescos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

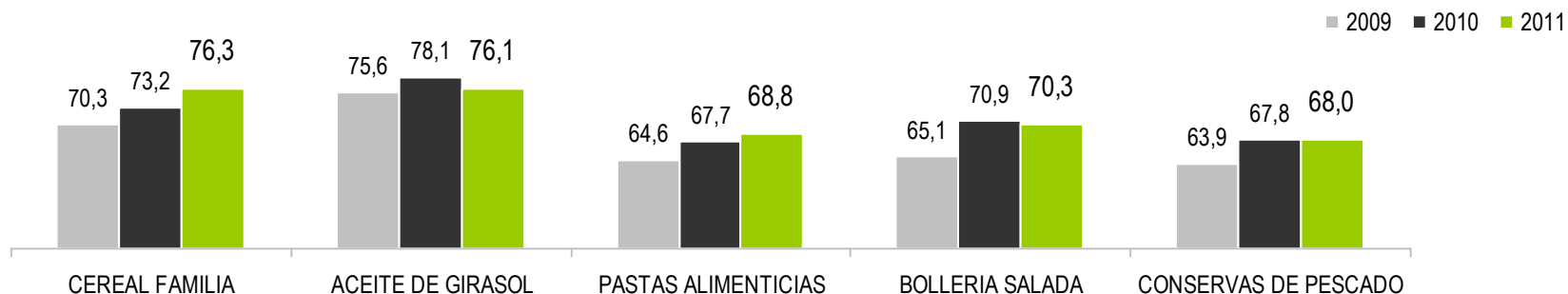
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

EN LOS MERCADOS DONDE ESTÁ MAS PRESENTE LA MARCA DE LA DISTRIBUCIÓN ALCANZA ALREDEDOR DEL 75% DE CUOTA EN VOLUMEN

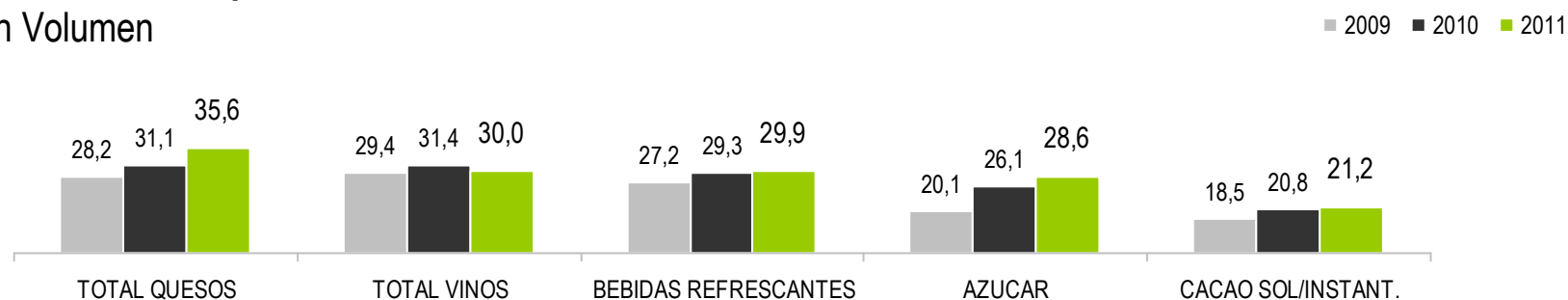
Productos con Mayor presencia de Marcas de la distribución

Cuota en Volumen



Productos con Menor presencia de Marcas de la distribución

Cuota en Volumen



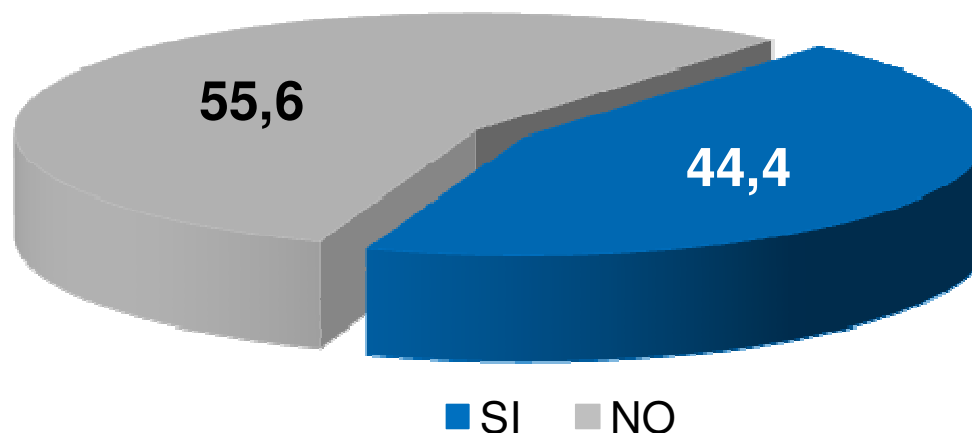
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

EL 44,4% DE LOS ENTREVISTADOS MANIFIESTA HABER MODIFICADO CON LA CRISIS SU FORMA DE COCINAR/COMPRAR PARA APROVECHAR MEJOR LOS PRODUCTOS Y CONTRIBUIR AL AHORRO.

Como consecuencia de la crisis ¿ha modificado la forma de cocinar/comprar para aprovechar más y mejor los productos y así contribuir al ahorro?



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria - 2011

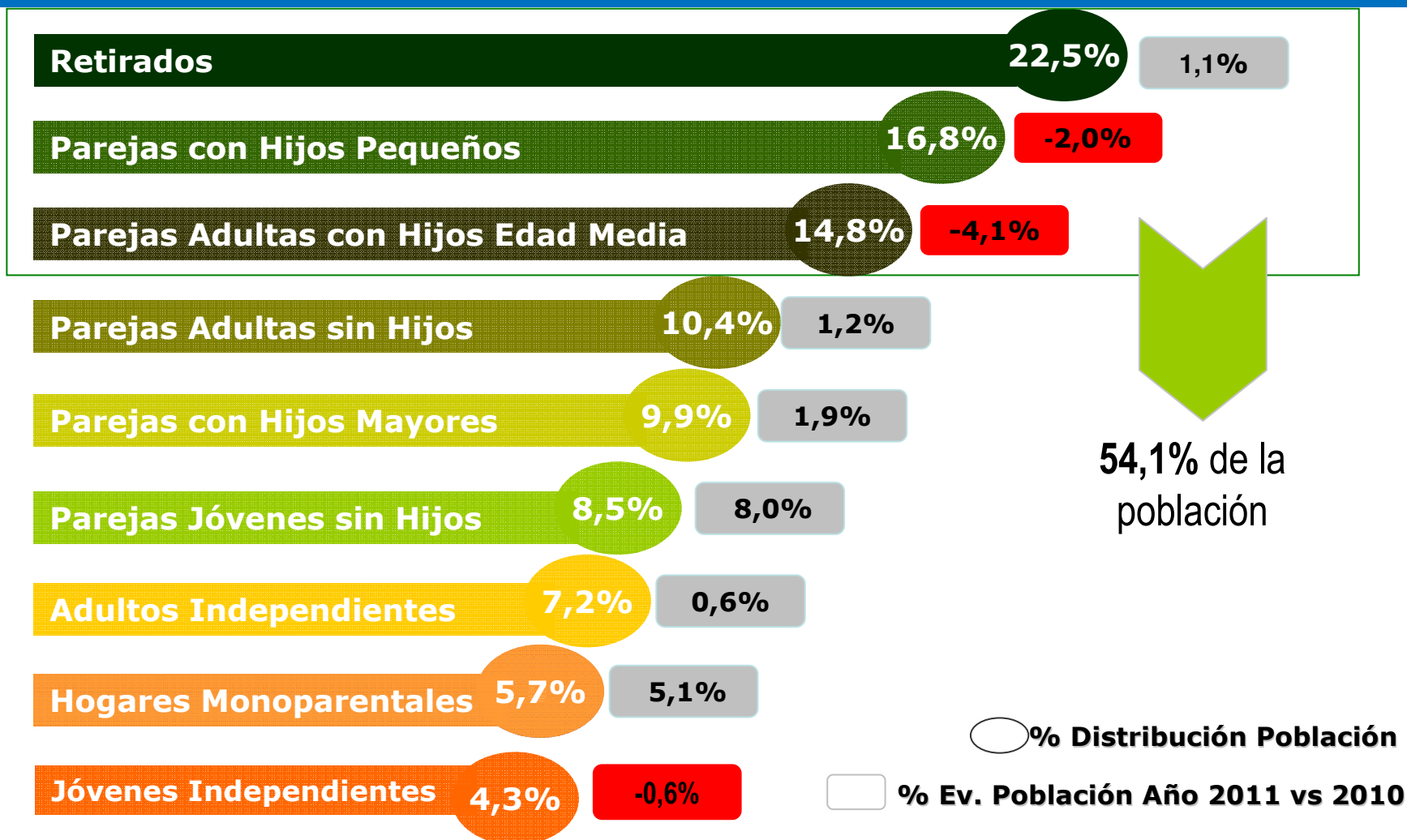


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPO DE HOGAR

MENOS HOGARES CON HIJOS MENORES DE 15 AÑOS ASI COMO HOGARES DE JOVENES INDEPENDIENTES



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

LOS HOGARES CON HIJOS REDUCEN SUS COMPRAS MIENTRAS LOS RETIRADOS INCREMENTAN EL VOLUMEN COMPRADO

Retirados 22,5%

957 k/l. per cápita

+ 3% volumen
comprado



Parejas con Hijos Pequeños 16,8%

464 k/l. per cápita

- 5% volumen
comprado



Parejas Adultas con Hijos Edad Media 14,8%

549 k/l. per cápita

- 7% volumen
comprado



% Distribución Población

Consumo por persona (660 k/l Total España)

% Evolución volumen 2011 vs 2010

Año 2011



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

LOS RETIRADOS CONSUMEN MAS PRODUCTOS FRESCOS

LOS HOGARES CON NIÑOS PRODUCTOS FÁCILES DE PREPARAR

Productos con mas peso en su cesta de la compra vs Total España
Año 2011

HUEVOS
PESCADOS
PAN
HORTALIZAS FRESCAS
FRUTAS FRESCAS
ACEITE OLIVA
LEGUMBRES
VINOS D.O

Retirados

LECHES
DERIVADOS LACTEOS
BOLLERIA Y CHOCOLATES
ARROZ, PASTAS
PLATOS PREPARADOS
CERVEZAS, ZUMOS, REFRESCOS

**Parejas con
Hijos Pequeños**

LECHE
DERIVADOS LACTEOS TOTAL
CARNES
BOLLERIA/CEREALES
CHOCOLATES
ARROZ, PASTAS
PLATOS PREPARADOS
CERVEZAS, ZUMOS,
REFRESCOS

**Parejas Adultas con
Hijos Edad Media**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Panel de Hogares 2011

DIFERENCIAS DE CONSUMO POR COMUNIDADES AUTONOMAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

METODOLOGÍA

PANEL DE HOGARES

UNIVERSO: Hogares Españoles de la Península, Baleares y Canarias

MUESTRA:

Panelizada de 6.000 Hogares entre 2000-05

de 8.000 Hogares desde 2006

de 12.000 Hogares a partir de 2010

SISTEMA DE COLABORACIÓN:

Apunte diario del consumo mediante lector óptico del

Código de Barras de los Alimentos

NÚMERO DE SEMANAS CONTROLADAS ANUALMENTE:

312.000 DE 2000 A 2005

416.000 DESDE 2006

624.000 A PARTIR DE 2010



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

- ☐ Se han realizado **1.500** entrevistas telefónicas a **consumidores**.
- ☐ La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar.
- ☐ La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma. Las Comunidades de La Rioja, Cantabria y Navarra se sobre-representan asegurando un mínimo de 30 entrevistas por Comunidad.
- ☐ El margen de error máximo, para datos globales, para las **1.500** entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5% es de **$\pm 2,6\%$** .
- ☐ El trabajo de campo se realizó entre los días 4 de octubre y 25 de noviembre de 2011.
- ☐ La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 6 de octubre y 28 de noviembre de 2011.
- ☐ Las entrevistas se han realizado por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica en hogares.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE