#alimentos de españa

INFORME DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2018

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

INFORME DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2018



Madrid, 2019



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,
PESCA Y ALIMENTACION

Edita:
© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Secretaría General Técnica
Centro de Publicaciones
NIPO: 003191619

Distribución y venta:
Paseo de la Infanta Isabel, 1
28014 Madrid
Tlf.: 91 347 55 41 / Fax: 91 347 57 22
Tienda virtual: www.mapa.gob.es
e-mail: centropublicaciones@mapa.es

Catálogo de Publicaciones de la AGE: http://publicacionesoficiales.boe.es/

ÍNDICE

1 RESUMEN EJECUTIVO 10

1.1 INTRODUCCIÓN 10

1.2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 10

1.3 EL CONSUMO EN LOS HOGARES 11

1.4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES 12

1.5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 13

2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 15

2.1 ASPECTOS COYUNTURALES QUE PUEDEN AFECTAR AL CONSUMO 15

2.1.1 POBLACIÓN Y TURISMO 15

2.1.2 HOGARES: NÚMERO Y TIPOLOGÍA 16

2.1.3 ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO (IPC) 16

2.1.4 EVOLUCIÓN DEL CONSUMO 17

3 RESULTADOS TOTALES DEL CONSUMO DOMÉSTICO 20

3.1 ACEITE 33

3.1.1 ACEITE DE OLIVA 41

3.1.2 ACEITE DE OLIVA VIRGEN 45

3.1.3 ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA 48

3.1.4 ACEITE DE GIRASOL 52

3.2 ACEITUNAS 56

3.3 ARROZ 64

3.4 BEBIDAS 72

3.4.1 TOTAL BEBIDAS 72

3.4.2 TOTAL VINO 79

3.4.3 CERVEZA 87

3.4.4 AGUA 93

3.4.5 GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES 98

3.4.6 BEBIDAS ESPIRITUOSAS 104

3.4.7 ZUMOS Y NÉCTARES 110

3.5 BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS, CEREALES DE DESAYUNO Y PRODUCTOS NAVIDEÑOS 115

3.5.1 BOLLERIA/PASTELERIA 115

3.5.2 CEREALES 121

3.5.3 GALLETAS 127
3.5.4 PRODUCTOS NAVIDEÑOS 134
3.6 CAFÉS E INFUSIONES 141
3.7 CARNES 150
3.7.1 CARNE FRESCA 158
3.7.2 CARNE TRANSFORMADA 180
3.8 CHOCOLATES, CACAOS 185
3.9 FRUTAS FRESCAS 192
3.9.1 FRUTA FRESCA 192
3.10 FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS 227
3.11 FRUTOS SECOS 234
3.11.1 NUECES 241
3.11.2 ALMENDRAS 244
3.12 HORTALIZAS FRESCAS 247
3.12.1 TOMATE 254
3.12.2 PIMIENTO 258
3.12.3 CALABACÍN 262
3.12.4 CEBOLLA 267
3.12.5 LECHUGA / ESCAROLA / ENDIVIA 272
3.12.6 SETAS 277
3.13 HUEVOS 282
3.14 LECHE LÍQUIDA Y DERIVADOS LÁCTEOS 289
3.14.1 LECHE LÍQUIDA 295
3.14.2 DERIVADOS LÁCTEOS 327
3.15 LEGUMBRES 341
3.15.1 ALUBIAS 348
3.15.2 GARBANZOS 352
3.15.3 LENTEJAS 355
3.16 OTROS ALIMENTOS 358
3.16.1 AZÚCAR 358
3.16.2 CALDOS 362
3.16.3 EDULCORANTES 366
3.16.4 ESPECIAS Y CONDIMENTOS 370
3.16.5 MIEL 374
3.16.6 SAL 378
3.16.7 SALSAS 382

3.17 PAN, HARINAS Y SÉMOLAS 385
3.17.1 PAN 385
3.17.2 HARINAS Y SÉMOLAS 399
3.18 PASTAS 405
3.19 PATATAS 413
3.19.1 PATATAS FRESCAS 421
3.20 PESCADOS, MARISCOS Y CONSERVAS 424
3.20.1 PESCADO FRESCO 431
3.20.2 MARISCOS 450
3.20.3 CONSERVAS 465
3.21 PLATOS PREPARADOS 477
4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES 487
4.1 CONSUMO TOTAL DE ALIMENTOS FUERA DE LOS HOGARES 487
4.1.1 TOTAL ALIMENTOS 495
4.1.2 BEBIDAS 512
5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 529
5.1 PANEL DE USOS DE LOS ALIMENTOS 529
5.1.1 INTRODUCCIÓN 529
5.1.2 EL CONSUMO EN EL HOGAR A EXAMEN 529
5.1.3 EL CAMBIO DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN EL HOGAR 530
6 NOTAS METODOLÓGICAS 535
6.1 PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO EN HOGARES 535
6.2 PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DE HOGARES 537
6.3 PANEL DE USO DE LOS ALIMENTOS 538

1

RESUMEN EJECUTIVO

1 RESUMEN EJECUTIVO

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente informe elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación permite disponer de una información completa sobre el consumo de alimentación y bebidas de los residentes en España durante el año 2018.

Para ello, el informe analiza los factores con mayor influencia en la dimensión de dicho consumo y su evolución, y realiza una fotografía completa de los alimentos y bebidas que han consumido los residentes en España durante el año 2018, tanto en el hogar, como fuera del mismo. Hay que tener en cuenta que no se contabiliza, el consumo del turismo; y que, por razones operativas, en el caso del consumo fuera del hogar tampoco se incluye actualmente, el consumo en las Islas Canarias.

El informe se estructura indicando en un primer capítulo la coyuntura actual y los datos generales agregados del consumo del total de alimentos y bebidas tanto dentro como fuera de los hogares. A continuación se presentan los datos del consumo doméstico, en el que se detalla producto a producto la información disponible en este último período. Posteriormente se analiza el consumo fuera del hogar, con los principales datos disponibles y análisis de la evolución en aquellos casos en los que sea posible. Por último, y como complemento a todo lo anterior, el informe además incluye información detallada de los usos de los alimentos así como los últimos datos disponibles del desperdicio alimentario generado en los hogares españoles.

1.2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El análisis de la evolución de la población, el turismo y el número de hogares constata una disminución de la población española en los últimos siete años del 0,7%, pasando de 47.021.031 personas en 2010 a 46.733.038 en 2018 *(datos provisionales INE. Primer semestre 2018).*

Recientemente, el Instituto Nacional de Estadística publicó los resultados de su Encuesta Contínua de Hogares, constatando que en 2018 el número de estos volvió a aumentar, tal como venían observando en sus publicaciones de años anteriores. Este incremento es significativo en los hogares de menor tamaño,los unipersonales, es decir formados por una única persona joven o un adulto independiente, aunque este último año también aumenta el número de hogares formados por cinco o más personas.

De igual manera nos encontramos ante un crecimiento vegetativo de la población con un saldo negativo. El número de nacimientos se redujo un 5,8% en el primer semestre de 2018, mientras que el de defunciones aumentó un 2,1%. *(datos provisionales INE. Primer semestre 2018)*

Por tanto, actualmente nos encontramos ante un contexto en el que la poblacion no va a crecer en el corto plazo. Esto unido a un número creciente de hogares pero de menor tamaño, genera cambios de actitud en el comportamiento de compra (gramajes más pequeños, cambio en la composición de los menús, simplificación de los mismos, predisposición ante los platos preparados, etc…).

Si unimos los dos efectos anteriores con el crecimiento vegetativo, la resultante de la ecuación es que el consumo no crecerá a futuro.

En esta coyuntura, sumando el consumo dentro y fuera del hogar, durante el año 2018 cada español ingirió como media en torno a 767,87 kilos-litros de alimentos y bebidas. De acuerdo con dichas cifras el consumo total en nuestro país alcanzó la cifra de 103.077,41 millones de €, lo que supone un gasto medio de 2.526,28 € por persona y año.

Comparando el consumo dentro y fuera de los hogares, **el 86,1% del volumen de alimentos y bebidas se consumen en casa**, con sólo el 13,9% del total consumido fuera. En relación al consumo per cápita, la distribución es similar, con un 82,0 por ciento del consumo que se ingiere dentro del hogar. En cuanto a la distribución del valor, la diferencia es algo mayor, pues **el consumo fuera del hogar alcanza un valor correspondiente al 33,5% del gasto total.**

1.3 EL CONSUMO EN LOS HOGARES

El **gasto total de los hogares españoles en alimentación** ascendió a **68.538,09 millones de euros** durante el año 2018, supone un **incremento del 1,6%** respecto al año 2017. Este aumento se debe al incremento del precio medio del 1,8%, ya que el volumen total adquirido por parte de los hogares se mantuvo estable con una variación negativa del 0,2% (28.827 millones de kg). El consumo per cápita dentro del hogar supuso una cantidad media aproximada de 629,69 kg-l ingeridos por persona y año. Los alimentos que suponen un mayor volumen de dicho consumo son las frutas, con un consumo per cápita de 90,5 kg por persona y año. Les siguen las verduras, patatas y hortalizas, con 85,1 kg por persona anuales, y en tercer lugar la leche con 69,8 kg/persona/año.

La alimentación fresca representa el 39,5% del peso total de alimentación a cierre de año 2018. En valor la proporción es ligeramente mayor (42,9%). En 2018 existe un descenso en términos de volumen de un 1,3% respecto de 2017. En valor sin embargo los datos son más estables (–0,2%). El resto de alimentación tiene una evolución estable con respecto al año anterior (+0,5%). En valor sin embargo el impacto para el resto de alimentación es notable y crece de forma muy significativa un 2,7%.

Por tipos de productos, destaca el crecimiento en volumen de alimentos como platos preparados (+6,5%) y frutos secos (+5,1%). Crecen también alimentos básicos como el arroz con una variación del 1,8% o las legumbres con una variación del 2,8%. El aceite, imprescindible en la dieta mediterránea, crece fuertemente en este año 2018, con un incremento en la demanda doméstica del 2,3% en términos generales, y especialmente en el caso de los aceites de oliva (virgen extra, virgen y de oliva) que crecen un 3,9% en su conjunto.

Sin embargo, se constata un descenso del consumo durante el año 2018, en otros alimentos tales como carne, pescados frescos y congelados, mariscos y moluscos, así como en algunos tipos de frutas frescas y en el azúcar o el pan.

En cuanto a las bebidas, los datos muestran un aumento en el consumo de la categoría de agua envasada, los vinos con DOP/IGP y las sidras. Por el contrario se evidencia un descenso en el caso de la cerveza, las bebidas espirituosas y los vinos sin DOP/IGP, así como en el de las bebidas no alcoholicas como gaseosas, bebidas refrescantes o zumos y néctares.

Si profundizamos respecto a los establecimientos de compra, se observa que el supermercado es el canal preferido por los consumidores para realizar las compras, representando el 47,2% de las compras de productos de alimentación. Además su volumen con respecto al año 2017 crece en torno al 1,4%, consolidando su liderazgo a nivel total alimentación. Dentro de este canal tanto la alimentación fresca como el resto de alimentos evolucionan de forma favorable.

En segundo lugar con el 12,9% de del volumen total de compras se posicionan las tiendas descuento, manteniéndose estables respecto del ejercicio anterior (+0,4%). Ahora bien esta variación en positivo viene de la mano de la buena evolución que tienen dentro de este canal los productos frescos, que crecen a un ritmo del 2,8% con respecto al año anterior, puesto que su peso en la compra del resto de productos cae ligeramente.

Las tiendas tradicionales, también conocidas como canal especialista, tienen un peso del 12,9% sobre el total de las compras. Pierden un 5,4% del volumen de compra con respecto al mismo periodo del año anterior, principalmente por el descenso en compra de alimentación fresca.

1.4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

Durante el año 2018, el **gasto en alimentos, en bebidas y aperitivos fuera del hogar** ascendió a **34.539,32 millones de euros**, lo que equivale a 4.637,4 millones de kg-litros y cerca de 16.432,2 millones de consumiciones en términos generales[1].

Si tenemos en cuenta cada tipo de consumo, el comportamiento es muy diverso según el grupo de productos contemplado, pues la elección varía enormemente en función de la ocasión de consumo (comidas principales, desayuno, etc.), el entorno (solos, con amigos, con familia, con compañeros de trabajo), el grupo de edad, etc. Por ejemplo podemos destacar la buena evolución en general de bebidas frías como la cerveza y el agua, mientras que hay algunos tipos de bebidas refrescantes, como por ejemplo las colas en su segmento light/zero, que pierden intensidad de consumo durante el año 2018. Se intensifica por su parte el consumo de algunas bebidas calientes como son las infusiones, el café o la leche.

En todo caso podemos destacar un **gasto por persona fuera del hogar de 1.029,2 €,** repartidos en un 59,1% atribuible a alimentos, y el restante 40,9% atribuible a bebidas. De esta proporción podemos asignar un 29,4% a bebidas frías y un 11,5% correspondiente a bebidas calientes.

Teniendo en cuenta el número de consumiciones y su distribución, los principales alimentos consumidos fuera de casa ordenados por número de consumiciones serían el pan, que se consume en el 30,6% de las consumiciones, seguido de la carne (24,0%), las hortalizas/verduras (23,8%) y la bolleria con un nada despreciable 15,0%.

Ahora bien, si tenemos en cuenta la proporción en volumen, la secuencia de productos queda ordenada de la siguiente forma: en primer lugar con el 27,6% del volumen consumido estarían las hortalizas y verduras; en segundo lugar con el 13,5% de cuota la carne, siendo el tercer puesto para el pan con el 11,2% del volumen. Los pescados y mariscos mantienen una proporción en volumen del 10,0%.

En el caso de las bebidas destaca la elección de aguas envasadas y cervezas, que juntas suman el 60,1% del volumen total consumido, seguidas de las bebidas refrescantes con el 17,3% de los litros.

Si tenemos en cuenta las bebidas calientes la leche es el tipo que lidera este segmento con el 7,6% del volumen, seguido del café con el 2,8% de los litros sobre el total bebidas.

[1]Los datos de 2018 respecto a 2017 están calculados con muestra trimestral de 8.500 panelistas. Para comparar los datos de 2018 con los del año 2017, ha sido necesario recalcular los datos de 2017 con el mismo tamaño de la muestra trimestral que en 2018 (es decir, con 8.500 panelistas en lugar de 4.500). Con los datos de 2017 recalculados, se constata la tendencia creciente.

1.5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El **Panel de usos**, estudio puesto en marcha en 2017, evidencia los cambios y tendencias en el comportamiento del consumidor.

Se constata que durante el año 2018 el único momento que decrece, es decir que pierde ocasiones de consumo dentro del hogar, es el "cogido para consumir fuera de casa", especialmente cuando es para consumir en las comidas principales del día: comida-almuerzo y cena.

Se consolida un cambio evidente por el que nos dirigimos hacia la simplificación del menú, donde impera y se construye un nuevo contexto en las comidas y en las cenas, ya que la versatilidad y la conveniencia son la clave en el consumo. Simplificamos nuestros menús, en referencia al número de platos, puesto que cada vez se consumenmenos menús "tradicionales" donde hay dos platos y además postre y/ o café. Se extiende la preferencia porel plato único, o un solo plato acompañado de café o postre.

La simplificación también afecta al cocinado, pues hogares apuestan por aquellos modos de preparación más fáciles y saludables. Con todo, nuestros platos más consumidos en casa se siguen ajustando en gran medida a una dieta mediterránea y saludable.

2

ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El presente informe del consumo de alimentación en España en 2018 expone los principales datos del consumo doméstico y extradoméstico de alimentos y bebidas por parte de los residentes españoles. Los datos se obtienen del Panel de consumo en los hogares y del Panel de consumo fuera de los hogares, los cuales proporcionan información de los alimentos y bebidas consumidos desde el punto de vista de la demanda. Esto supone un cambio en la metodología respecto de los datos de consumo extradoméstico de períodos anteriores. Por esta razón, en algunos casos puede que los datos no sean totalmente comparables, en cuyo caso se ha optado por no hacer los agregados, sumatorios u otras estimaciones si los valores no van a tener una calidad suficiente.

Los panelistas son residentes en España, por lo que no se contabiliza el consumo del turismo. Además, por sus particularidades sociodemográficas, en el panel de consumo fuera de hogares no se incluye el archipiélago Canario.

En este capítulo del informe de consumo se presentan los principales aspectos que pueden afectar al mismo, como la evolución de la población o del índice de precios al consumo. Posteriormente, se pasará a dar una visión global del consumo de alimentos dentro y fuera de hogares.

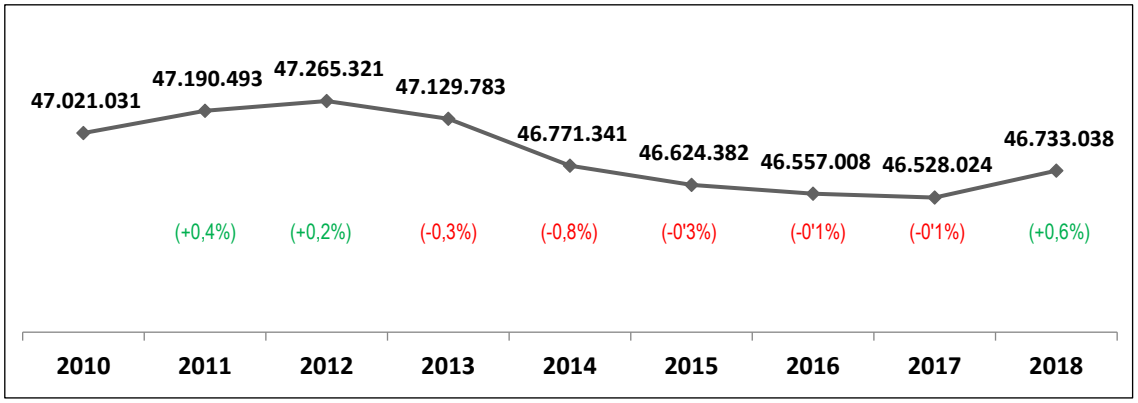
2.1 ASPECTOS COYUNTURALES QUE PUEDEN AFECTAR AL CONSUMO

2.1.1 POBLACIÓN Y TURISMO

Uno de los factores clave en la dimensión del consumo de la alimentación así como en su evolución, es el tamaño de la población española consumidora y su fluctuación en el tiempo.

Desde 2012 hasta la actualidad, la población española ha disminuído, provocando que desde 2010 hasta 2018 ésta se haya contraido un 0,7%, pasando de 47.021.031 millones de individuos en el año 2010 según fuente oficial del Instituto Nacional de Estadística hasta los 46.733.038 millones del pasado año 2018. (Según datos provisionales del primer semestre de 2018 INE)

Evolución de la población (nº individuos)



Fuente: INE (Cifras Oficiales de Población resultante de las Previsiones a 1 de enero de 2018)

Por otro lado y en relación al turismo, en 2018 aumenta en un 1,9% el número de turistas que visitaron España, alcanzando la cifra de 124.060.336 visitantes extranjeros según el INE y

Frontur. Dicho ámbito poblacional se refiere a los no residentes en España que entran o salen de nuestro país, hayan o no pernoctado, así como a los que pasan por nuestro país en tránsito.

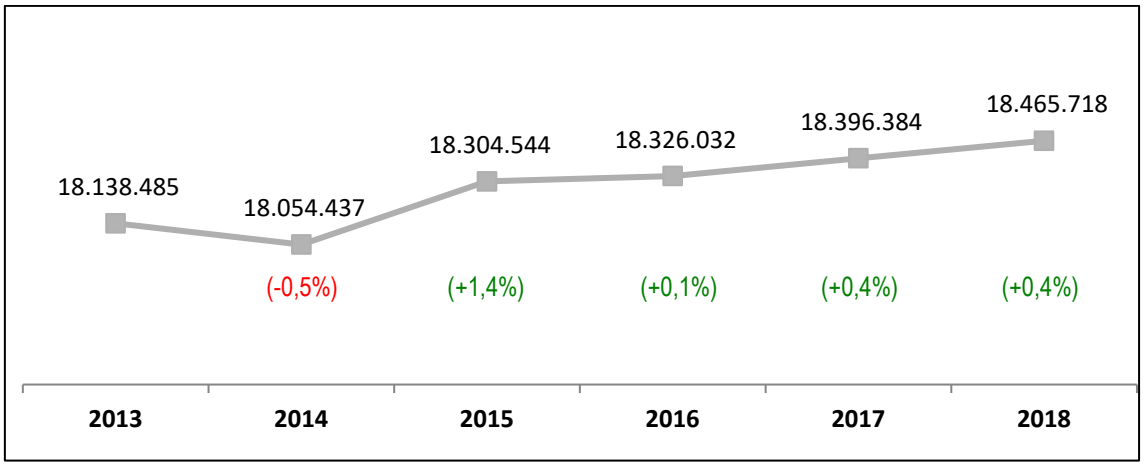
En concreto, 82.773.156 turistas pernoctaron, es decir, pasaron al menos una noche en el país, mientras que los restantes 41.287.180 fueron considerados excursionistas al regresar en el mismo día a su lugar de origen.

Éste es un dato a tener en cuenta, puesto que, si bien el sistema actual de medición del consumo solo contempla a los residentes en España, la existencia de un elevado número de turistas puede explicar, en cierta medida, las posibles desviaciones que pudieran observarse entre la demanda real de determinados productos y los datos de consumo presentados en este informe.

2.1.2 HOGARES: NÚMERO Y TIPOLOGÍA

Por otro lado, desde 2015, el número de hogares en España viene experimentando una tendencia creciente, produciéndose un incremento significativo en aquellos hogares de menor tamaño y de hogares unipersonales formados por un joven o por un adulto independiente.

Evolución del número de hogares



Fuente: Panel de Hogares del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Asimismo, se ha producido una reducción en el número de hogares con niños y en el tamaño medio de la familia, lo que afecta tanto a las características del consumo como a los tipos de productos consumidos.

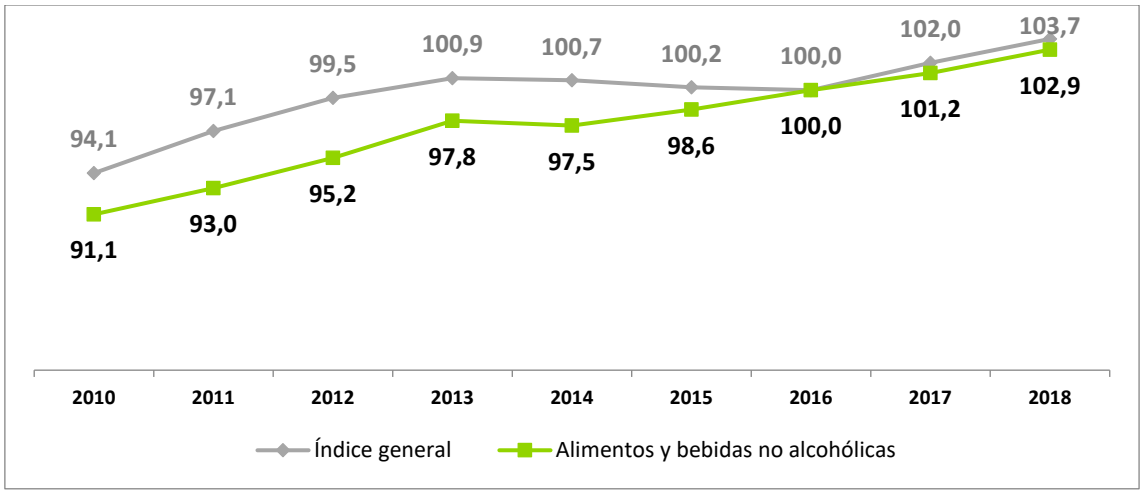
2.1.3 ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO (IPC)

Otro aspecto a tener en cuenta en la cuantificación del consumo es la evolución experimentada por los precios, que se refleja en el índice de precios de consumo (IPC) tanto general, como del grupo de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Desde el 2014, el IPC de alimentos y bebidas no alcohólicas mantiene un crecimiento anual continuo, llegando a un máximo en el 2018, con un aumento de 1,6% en relación al año 2017.

Por su parte, el IPC, que mostraba una tendencia de decrecimiento desde el 2013 hasta que en 2017 se incrementó, vuelve a crecer hasta alcanzar su valor máximo en los últimos 8 años. Este crecimiento se ha visto impulsado, en parte, por el aumento de precios en alimentos y bebidas.

Evolución del IPC general e IPC de los alimentos y bebidas no alcohólicas

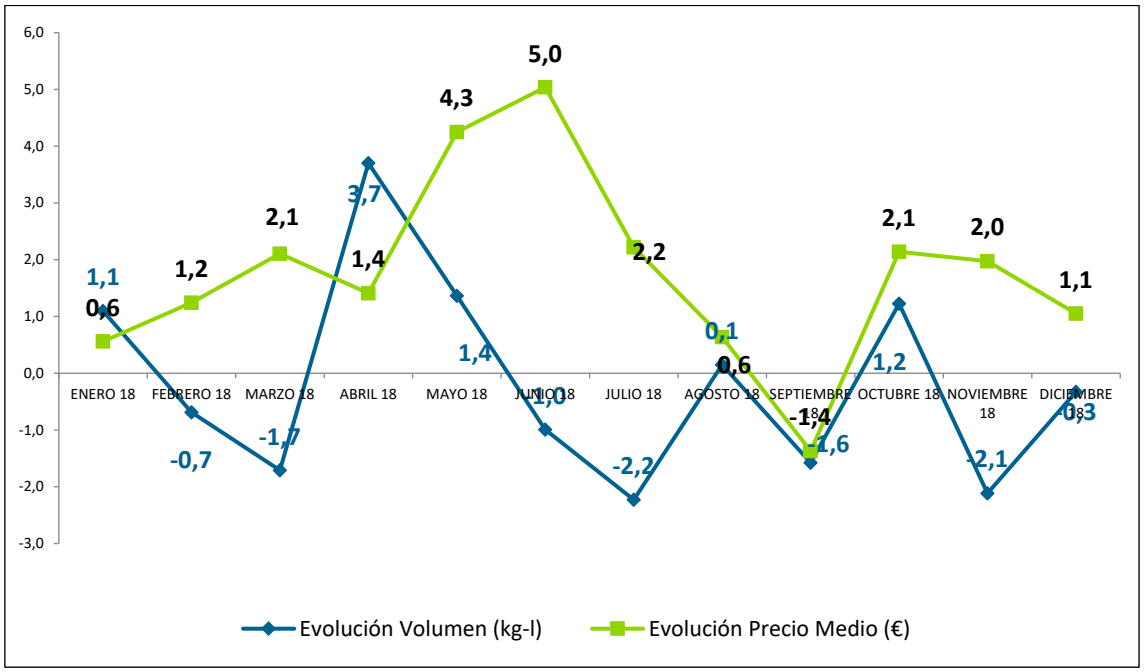


Fuente: INE (IPC, Base 2018. Medias Anuales)

2.1.4 EVOLUCIÓN DEL CONSUMO

Por tanto, a pesar de que haya una mayor población (+0,6% de individuos en España), el incremento de la proporción de hogares de menor tamaño y sin hijos sumado al aumento generalizado de los precios, hace que caiga consumo dentro del hogar en términos de volumen a la vez que crece el gasto realizado en alimentación. El año se ha cerrado con un incremento de precios del 1,1%, con una variación máxima en el mes de junio (5,0%). (Datos mensuales)

Total alimentación: % evolución en volumen y en precio (enero – diciembre 2018)



En definitiva, y tal y como se detalla en el presente informe, en 2018 **el gasto total en alimentación realizado en los hogares españoles ascendió a 68.538,09 millones de euros**, lo que supone un incremento del 1,6% respecto a la cifra registrada en el año 2017. Esta evolución es el resultado de la evolución negativa del consumo (-0,2%) junto con un mayor precio medio de los alimentos (+1,8%). Por tanto, los hogares están dispuestos a pagar más por los alimentos

y bebidas para el abastecimiento doméstico que hace un año, aunque esto no implique comprar más volumen.

En el capítulo 4 se aborda por su parte la información del consumo extradoméstico. En primer lugar, en términos del total alimentación consumidos por los individuos españoles fuera del hogar, el impacto económico es de 34.539,32 millones de €. Esta cifra se traduce en 4.637,41 millones de kg-l, y se genera a partir 16.432,2 millones de consumiciones.

Dentro de dichos alimentos, en el 2018 los redidentes españoles **gastaron 766,1 millones de euros en el consumo de aperitivos fuera del hogar**, que se distribuyen entre 90,0 millones de kilos.

Por otro lado, **el gasto en bebidas frías fuera del hogar ascendió a 10.160,5 millones de euros**, que equivale a 2.842,3 millones de litros y a través de 6.093,3 millones de consumiciones.

Continuando con el consumo en el sector extradomestico, del informe, se evidencia que el **gasto en bebidas calientes fuera del hogar ascendió a 3.983,3 millones de euros,** equivalentes a 366,1 millones de litros distribuidos entre 3.693,2 millones de consumiciones.

3

EL CONSUMO EN HOGARES

3 RESULTADOS TOTALES DEL CONSUMO DOMÉSTICO

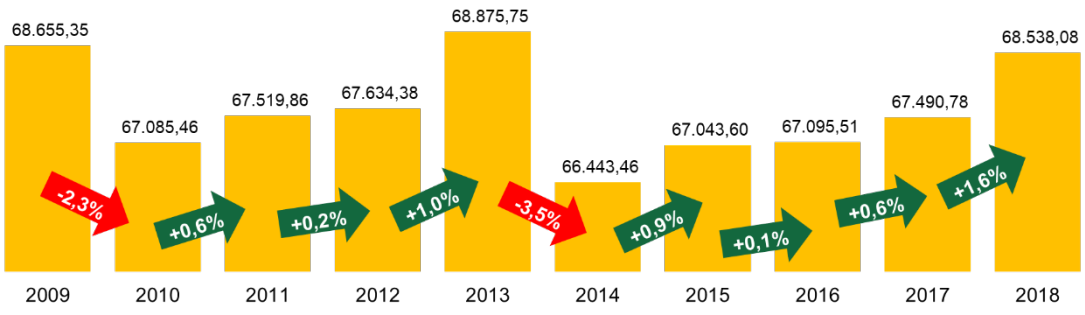
El gasto en alimentación realizado en los hogares españoles en 2018 ascendió a 68.538,08 millones de euros, supone un incremento del 1,6% respecto a la cifra registrada en el año 2017.

Gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Año 2018)

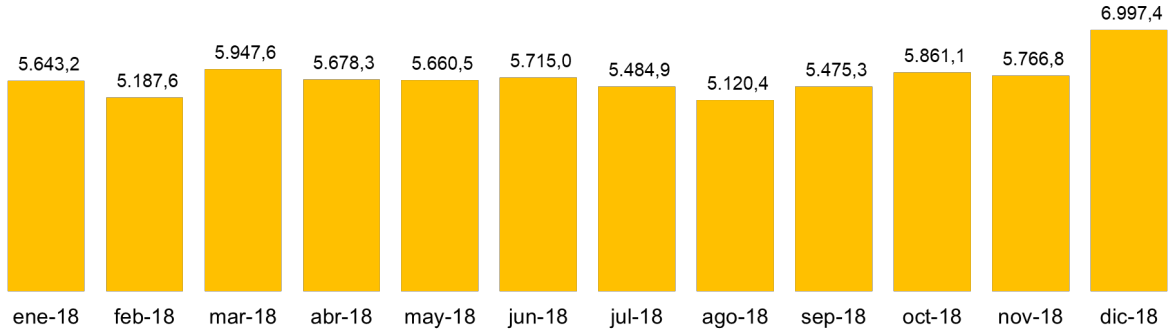


Como se observa, no se adquiere mayor volumen de compra, pues los datos muestran relativa estabilidad en consumo (-0,2%), pero si existe un mayor precio medio de los alimentos (+1,8%). Por tanto, los hogares están dispuestos a pagar más por los alimentos y bebidas para el abastecimiento doméstico que hace un año, aunque esto no implique comprar más volumen.

Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Desde año 2009 hasta año 2018)

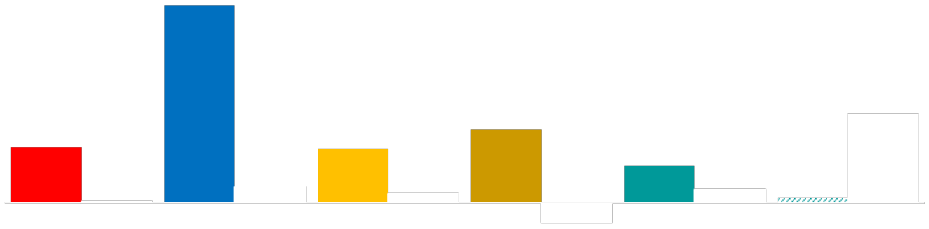


Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Enero – diciembre 2018)



Durante el año 2018, el mes de diciembre fue el mes en el que mayor concentración de gasto hubo por parte de los hogares españoles. Esto es algo habitual y que se repite de forma habitual, puesto que coincide con la concentración de las fiestas navideñas.

Distribución del gasto en alimentación por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOS	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	INTERNET
% VALOR POR CANAL	13,3	47,2	12,9	17,7	8,9	1,2
% EVOLUCION VALOR	0,3	3,9	2,2	-4,5	3,2	21,3

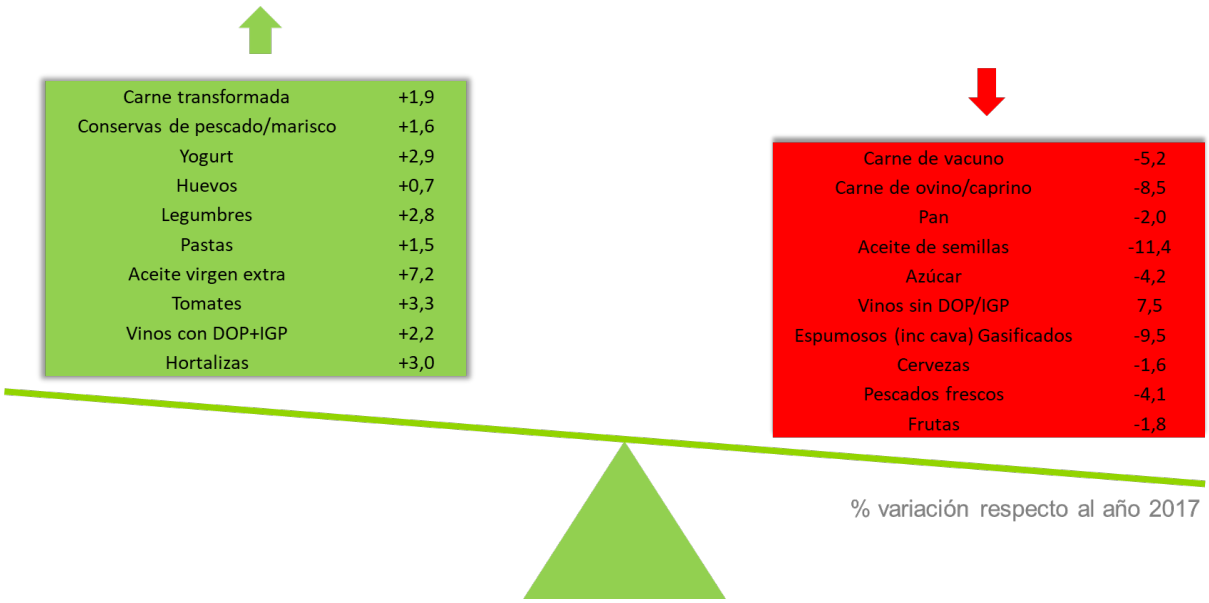
El canal supermercado y autoservicio recibe el 47,2% del gasto total en alimentación para el hogar, con un crecimiento del 3,9% respecto al año anterior.

La tienda tradicional es el único canal que ve reducido su peso en comparación con el año anterior con una variación negativa del 4,5%, su proporción del gasto sobre el total alimentación a cierre de 2018 es del 17,7%.

Las tiendas de descuento alcanzan una cuota en valor del 12,9% durante 2018, su variación respecto del año anterior es positiva y crecen un 2,2%.

El hipermercado tiene una cuota del 13,3% de la facturación total, presenta cierta estabilidad en este periodo (+0,3%).

Evolución de las compras de los principales productos sobre el total alimentación (% en volumen)



No todos los productos de alimentación evolucionan de la misma forma. Por ejemplo, el aceite de oliva es uno de los mercados que más crece en consumo en 2018, y por el contrario el aceite de semillas es la materia grasa que más decrece. A pesar del incremento de este tipo de aceite, el mercado total de aceites nota un incremento en consumo 2,3%, y sin embargo el hogar destina menos gasto a este sector (1,5%) por el descenso del precio medio de los diferentes tipos de aceite.

Los productos frescos que decrecen por encima del 3% son la carne fresca, los pescados y las patatas frescas.

Los platos preparados están cada vez más presentes en la cesta de la compra, aumentan en volumen 6,5%, junto con las legumbres, la pasta y el arroz y los huevos que se mantienen en positivo con una variación del 0,7%, todos tienen en común que son productos fáciles de preparar.

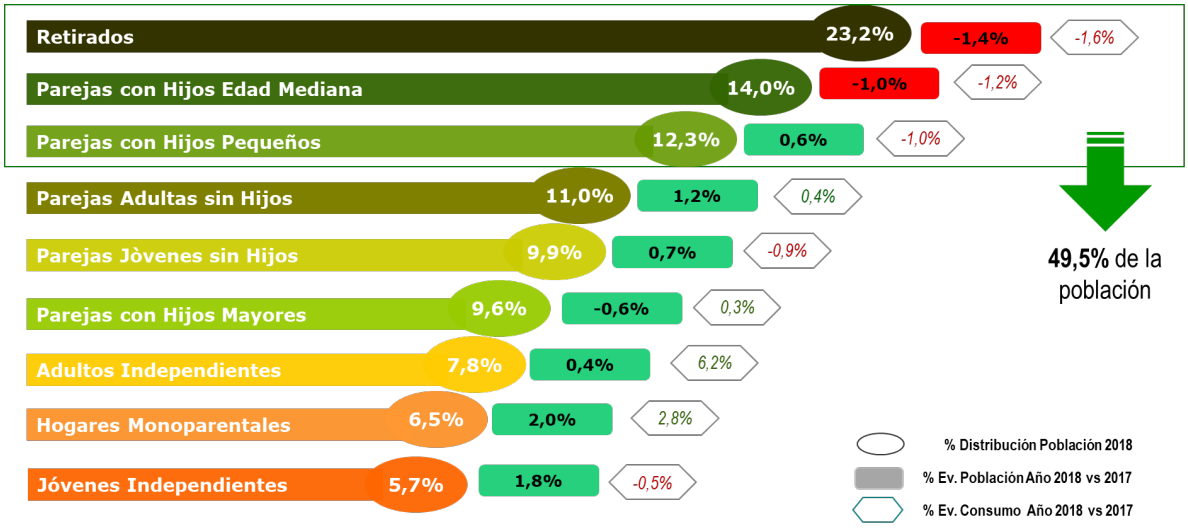
El agua envasada (+2,6%) unida a la sidra son las bebidas que mejor evolucionan durante el año 2018 y que incrementan el consumo dentro del hogar de forma muy significativa (+22,8% de crecimiento para sidra), mientras los vinos descienden 2,4% en consumo. Destaca la reducción del consumo de los espumosos (incluyendo el cava), que cae un 9,5% como promedio de total 2018. Las bebidas espirituosas también disminuyen en consumo 1,4%.

El mercado total de carne acapara menor gasto en 2017 que un año antes (-0,5%) además desciende en volumen de consumo (2,6%) debido al decrecimiento del consumo de carne fresca en general. Destacan la evolución negativa de ovino (8,5%), conejo (16,4%) y vacuno (5,2%). Sólo la carne transformada crece durante el año 2018, con una variación del 1,9%, si bien no es suficiente para hacer crecer el mercado total de carne.

La leche y los derivados lácteos en conjunto durante el año 2018 mantienen un crecimiento del 0,7 en volumen, pues el dato de estabilidad de leche del 0,3% de la leche se compensa con el incremento de derivados lácteos del 1,5%.

- ## Consumo por tipo de hogar

Evolución de la población y el consumo por tipo de hogar

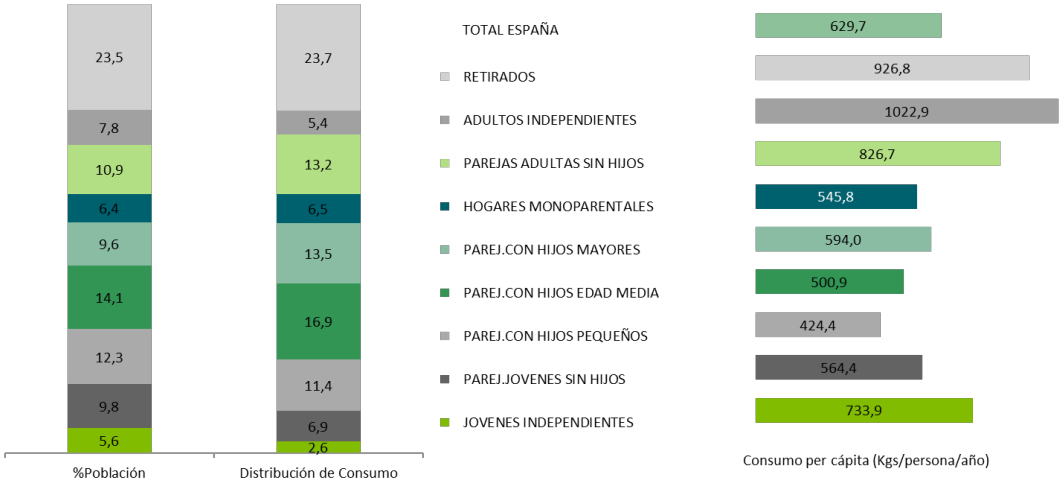


Los retirados y los hogares con hijos menores de 18 años representan el 50% de la población en hogares, manteniendo su peso demográfico respecto de 2017. Los hogares monoparentales al igual que los jóvenes independientes aumentan de forma significativa su peso poblacional con respecto al año 2017.

En relación con el consumo, los únicos grupos poblacionales que incrementan el consumo de alimentos y bebidas durante 2018 son los hogares monoparentales (+2,8%) los adultos independientes (+6,2%). Las parejas con hijos mayores y las parejas adultas sin hijos mantienen un consumo estable con respecto al año anterior. El resto de los grupos de población disminuye su consumo total, con descensos de entre el 0,5% y el 1,6%, que no siempre viene acompañado por un descenso del porcentaje de población en esos grupos, como es en el caso de los jóvenes independientes que aumentan en hogares un 1,8% mientras que disminuye su consumo un 0,5%.

Gracias a hogares monoparentales, adultos independientes, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, consumo total de alimentación solo decrece 0,2%.

Consumo per cápita por tipo de hogar



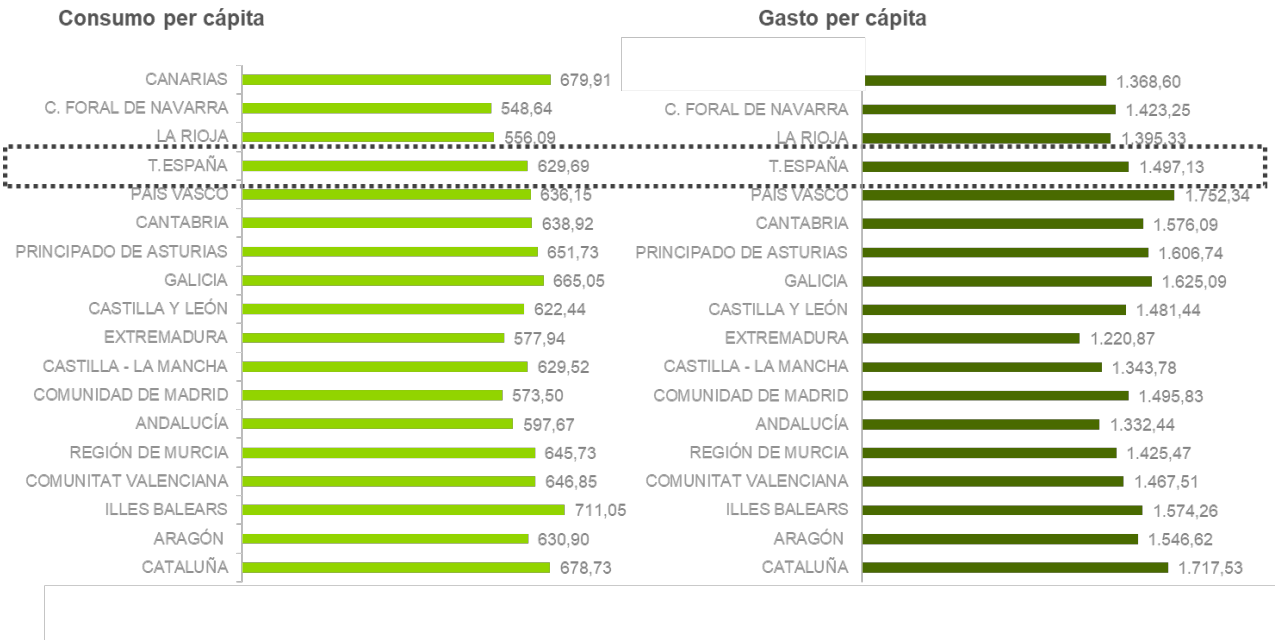
El consumo per cápita en alimentación ascendió a 629,7 kg-l. Los hogares de retirados son la tipología de hogar con mayor proporción de población (23,5%), que además representa el 23,7% del volumen total de alimentación. Su consumo per cápita es el segundo más alto (945,7 kg-l por persona al año) sólo superado por los hogares de adultos independientes (926,8 kg-l consumidos por persona y año).

Los hogares de retirados se caracterizan por un mayor consumo de productos frescos y productos de la dieta mediterránea, superior al de la media de los hogares españoles. Son más afines a los productos tradicionales y en sus hábitos alimenticios incluyen aquellos productos que les ayudan a cuidar la salud y a mantener una dieta equilibrada.

Los hogares de adultos independientes representan el 7,8% de la población, con un crecimiento del 0,4% con respecto al año anterior. Este tipo de hogar también busca el cuidado de la salud a través de un consumo intensivo de frutas y hortalizas y patatas frescas, además destacan en su dieta los productos integrales, con fibra, desnatados y de control del colesterol, así como la miel y el pan. Al mismo tiempo, incorporan en su cesta de la compra productos cárnicos ibéricos, aceite de oliva virgen extra y espumosos (incluido cava) con DOP.

Los hogares unipersonales constituidos por jóvenes independientes tienen un consumo per cápita de 733,9 kg-l. Son menos numerosos ya que sólo representan el 5,7% de la población, y tienen un consumo absolutamente diferente al de los adultos independientes. De esta forma, en su dieta están presentes productos que no conllevan ningún tipo de elaboración casera como platos preparados, destacan entre ellos platos preparados como sopas y cremas al igual que pizzas. Prevalece el consumo de productos que son rápidos de preparar como pastas, o arroz, así como el uso de salsas y conservas de pescado; también aquellos con el mínimo proceso de elaboración como lentejas cocidas, y verduras/hortalizas y frutas de IV gama. Al igual que pan industrial y crema de chocolate.

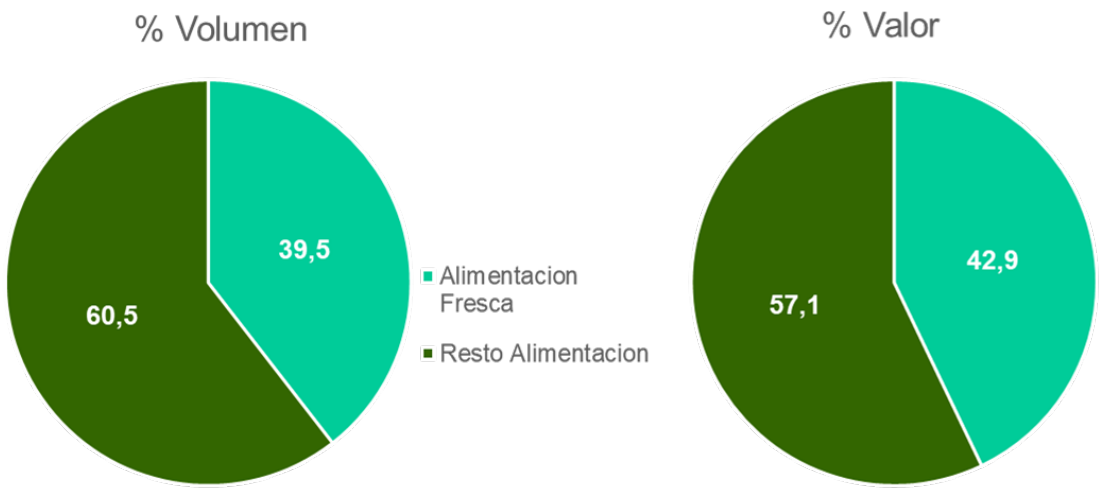
- **Consumo per cápita y gasto per cápita por comunidades autónomas**



Las CCAA que durante 2018 registraron un mayor consumo per cápita, por encima de la media nacional, fueron ambos archipiélagos, Cataluña, Galicia, Cantabria, la Comunitat Valenciana, la Región de Murcia, Castilla y León, así como Aragón, Principado de Asturias y País Vasco. Por el contrario, Andalucía, la Comunidad Foral de Navarra, la Comunidad de Madrid, así como Extremadura y La Rioja fueron las de menor consumo, todas ellas por debajo de la media nacional.

Respecto al gasto per cápita, País Vasco, Cataluña y Galicia fueron las CCAA con mayores cifras, con un gasto per cápita superior a la media nacional situada en 1.497,1€/persona/año. En el lado contrario se situaron Extremadura, Andalucía y Castilla-La Mancha.

- **Importancia de los tipos de alimentación sobre el total alimentación**



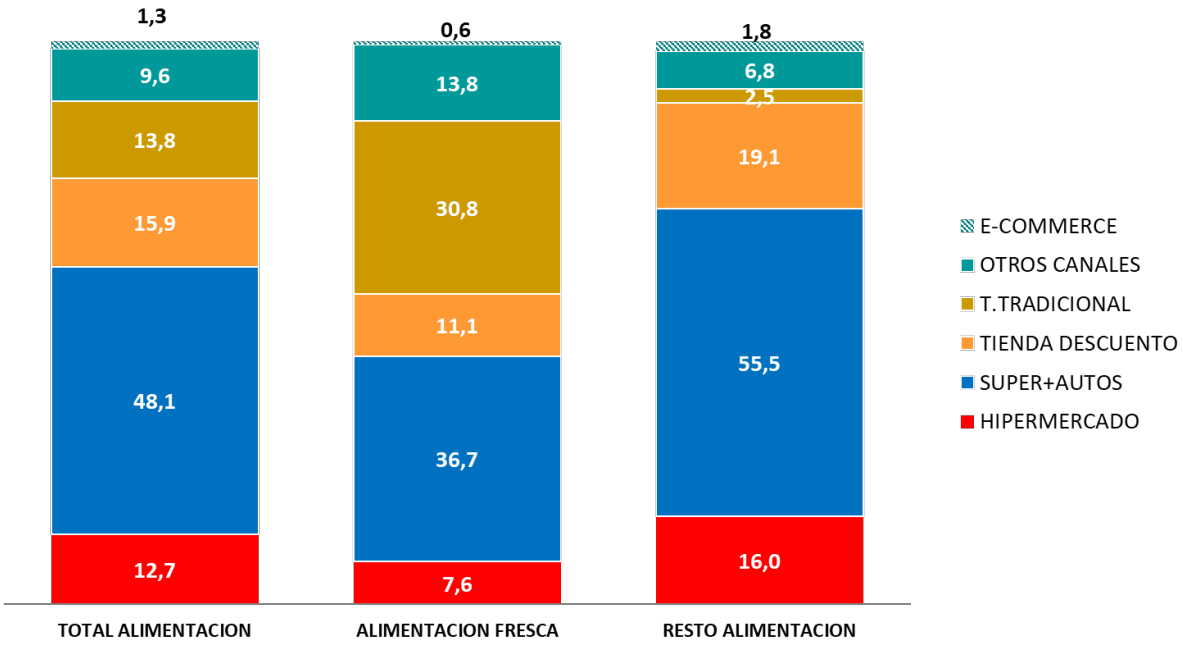
	EVOLUCION VOLUMEN	EVOLUCION VALOR
TOTAL ALIMENTACION	-0,2%	1,6%
ALIMENTACION FRESCA	-1,3%	0,2%
RESTO ALIMENTACION	0,5%	2,7%

Los productos frescos[2] siguen constituyendo una parte muy importante de la alimentación en los hogares, representando el 39,5% del volumen total consumido y el 42,9% del gasto total, aunque con una evolución negativa en volumen del 1,3%.

Tanto la disminución en alimentación fresca como en los productos no frescos (-0,2%) dan lugar a una reducción del consumo doméstico total en alimentación. Por otro lado, el año 2018 es un año que resulta favorable en el gasto doméstico de alimentación. Existe un aumento en valor en los productos no frescos (+2,7 %), y además se compensa con un aumento de valor en frescos (-0,2%), siendo el dato global para el crecimiento de total alimentación de un +1,6%.

[2] Por **alimentación fresca** se entiende: frutas frescas, hortalizas frescas (incluidas patatas frescas), carnes frescas, pescado fresco, marisco/ molusco fresco, pan fresco y huevos.

- **Importancia de los canales de compra (% volumen) según los tipos de alimentación (total alimentación, alimentación fresca, resto alimentación)**

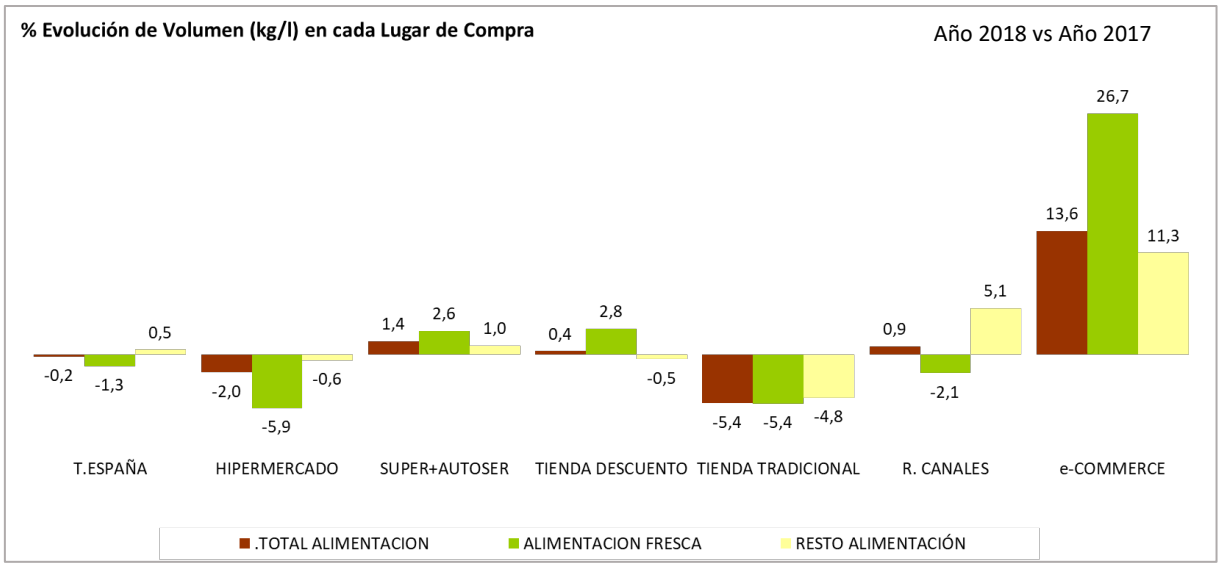


El principal canal para la compra de productos alimenticios es el supermercado, que asume el 48,1% del volumen total de alimentación. En el caso de productos no frescos, esta cuota asciende hasta el 55,5%. Sin embargo, para la compra de productos frescos los hogares españoles prefieren frecuentar el comercio especializado (tienda tradicional), canal que engloba el 30,8% de las compras totales de esta categoría, así como otros canales con una cuota del 13,8%. Los hipermercados destacan en la compra del resto de alimentación, con una participación del 16,0%, siendo su cuota en alimentación fresca del 7,6% durante el año 2018.

La tienda descuento tiene una participación en volumen del 15,9% sobre el total alimentación, variando este porcentaje del 11,1% de cuota en el caso de la alimentación fresca y del 19,1% en el caso del resto de alimentación.

- **Evolución de los canales de compra según los tipos de alimentación (total alimentación, alimentación fresca, resto alimentación)**

Evolución de volumen (%) en cada lugar de compra



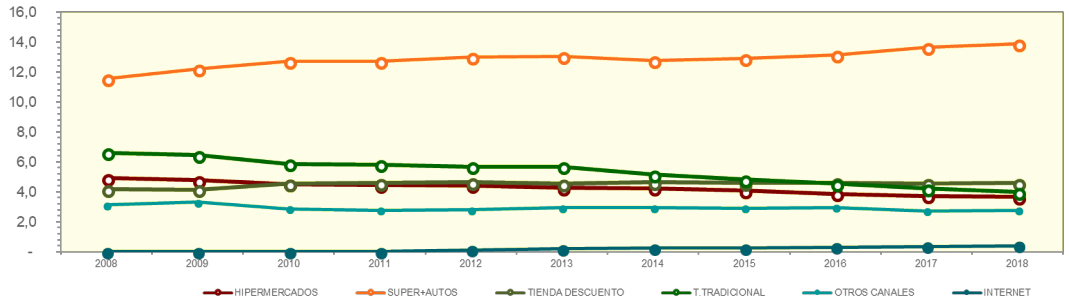
Continúa el trasvase de compras del canal tradicional a la gran distribución: las tiendas de descuento, los supermercados y autoservicios apuestan fuertemente por la alimentación fresca.

Por otro lado, el e-commerce sigue avanzando como canal emergente para la compra de alimentación y bebidas. Este canal representa el 1,3% de las compras totales de alimentación para el hogar, por lo que puede considerarse un canal que tiene aún un alto potencial de desarrollo, teniendo en cuenta además su baja participación dentro de los productos frescos (0,6% de cuota en volumen).

Los hipermercados tienen una evolución negativa (-2,0%), en general no han tenido un buen desarrollo en 2018 con el peor resultado en la alimentación no fresca, retrocede como puede verse en el gráfico un 5,9% respecto a los doce meses previos.

La tienda tradicional pierde volumen de compras sistemáticamente, con un fuerte descenso en alimentación fresca del -5,4% respecto año anterior.

Total alimentación: Evolución en volumen (millones Kg/l)

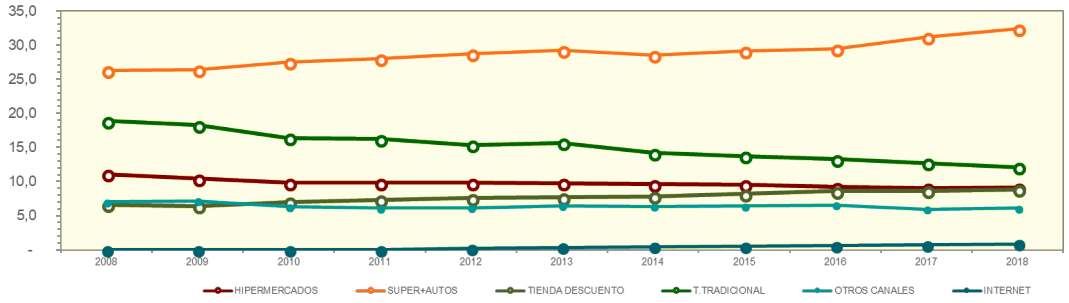


% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-2,8%	-5,5%	-1,6%	-0,4%	-3,5%	-0,7%	-3,6%	-5,2%	-3,6%	-2,0%
Super+Auto	5,4%	4,5%	-0,2%	2,1%	0,4%	-2,0%	1,2%	1,6%	4,2%	1,4%
Tienda descuento	-0,4%	9,3%	0,9%	1,1%	-1,8%	1,8%	-0,8%	0,6%	-1,0%	0,4%
T.Tradicional	-2,4%	-9,1%	-0,7%	-2,3%	-0,3%	-9,2%	-6,5%	-5,5%	-7,6%	-5,4%
Otros Canales	5,7%	-13,3%	-3,7%	1,3%	4,6%	0,3%	-0,4%	1,2%	-7,4%	0,9%
Internet					54,1%	25,1%	1,1%	32,2%	10,0%	13,6%

En 2017 la evolución de los principales canales de compra ha sido dispar.

Destaca el crecimiento en volumen de supermercados y autoservicios (+1,4%), que mantienen la tendencia creciente de los últimos 4 años. También sigue creciendo la compra por internet (+13,6%), aunque su participación dentro del mercado sigue siendo baja. Las tiendas descuento, evolucionan de forma positiva durante el año 2018, con un 0,4% de incremento en su volumen de compra respecto a los doce meses previos. En cambio, los hipermercados y tiendas tradicionales son los canales más perjudicados, experimentando reducciones en su volumen de compra del 2,0% y 5,4% respectivamente.

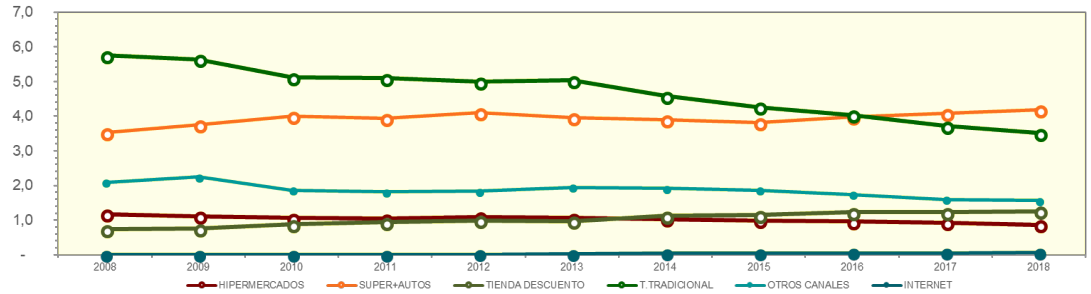
Total alimentación: Evolución en valor (millones €)



% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-6,1%	-5,8%	0,0%	0,1%	-0,5%	-1,8%	-0,3%	-3,7%	-1,7%	0,3%
Super+Auto	0,5%	4,3%	1,9%	2,3%	1,9%	-2,7%	2,2%	1,2%	5,7%	3,9%
Tienda descuento	-3,1%	10,2%	4,1%	3,2%	1,5%	2,0%	4,8%	4,6%	0,8%	2,2%
T.Tradicional	-3,1%	-10,5%	-0,8%	-5,3%	2,0%	-9,6%	-3,1%	-3,5%	-4,2%	-4,5%
Otros Canales	2,4%	-11,8%	-3,8%	1,4%	4,9%	-2,0%	1,4%	2,3%	-9,8%	3,2%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	61,4%	27,3%	5,3%	27,7%	12,6%	21,3%

En valor destaca el crecimiento de supermercados y autoservicios al igual que las tiendas descuento (+3,9% y +2,2% respectivamente), el ligero aumento en el hipermercado (+0,3%) y el crecimiento a doble dígito de Internet (+21,3%). Por el contrario, la tendencia es negativa en el caso de las tiendas tradicionales (-4,5%).

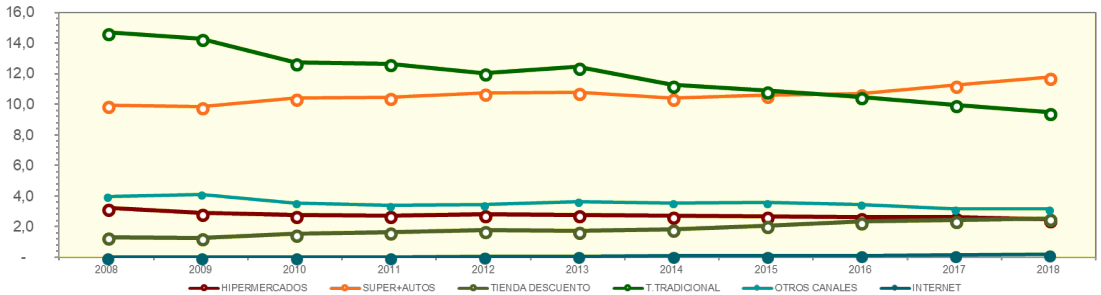
Alimentación fresca: Evolución en volumen (millones Kg/l)



% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-5,7%	-4,7%	-1,2%	4,5%	-3,0%	-2,4%	-4,3%	-3,4%	-3,1%	-5,9%
Super+Auto	6,6%	6,5%	-1,1%	3,9%	-3,5%	-1,8%	-1,8%	4,1%	2,4%	2,6%
Tienda descuento	2,6%	16,2%	7,6%	4,4%	-1,3%	15,7%	2,1%	6,9%	-0,1%	2,8%
T.Tradicional	-2,0%	-9,4%	-0,2%	-2,1%	0,7%	-9,1%	-6,8%	-5,5%	-7,9%	-5,4%
Otros Canales	7,6%	-16,9%	-3,2%	1,6%	6,2%	-1,6%	-2,8%	-6,9%	-7,9%	-2,1%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	53,7%	47,4%	-4,5%	27,7%	6,4%	26,7%

En cuanto al reparto del mercado de alimentación fresca, durante este último año la distribución moderna gana importancia de la mano de los supermercados y autoservicios (2,6%) al igual que de la mano de las tiendas descuentos con un incremento en la demanda de estos productos que ronda el +2,8%. Si bien los canales que experimentan una disminución en su volumen de compra con caídas del -5,9% y -5,4% respectivamente son el hipermercado y las tiendas tradicionales. Las tiendas tradicionales, como puede verse en el gráfico acumulan tras varios años consecutivos retrocesos en el volumen de compras. Internet continúa aportando en positivo con un incremento de volumen del 26,7% respecto del año 2016.

Alimentación fresca: Evolución en valor (millones €)

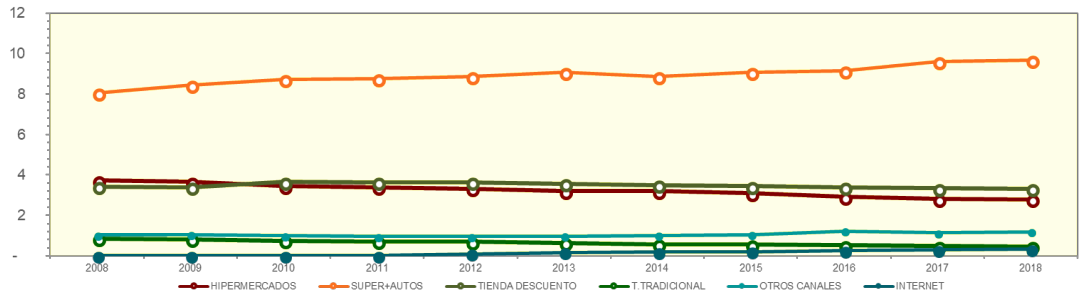


% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-10,0%	-4,8%	-0,7%	2,1%	-0,5%	-2,6%	-0,8%	-2,7%	-0,6%	-4,8%
Super+Auto	-1,2%	5,8%	0,4%	2,7%	0,4%	-3,6%	1,7%	0,9%	5,3%	4,9%
Tienda descuento	-3,8%	19,6%	8,4%	6,1%	-1,6%	5,7%	13,2%	12,6%	3,8%	5,3%
T.Tradicional	-2,7%	-11,1%	-0,5%	-4,7%	3,3%	-9,6%	-3,3%	-3,6%	-5,0%	-5,0%
Otros Canales	3,2%	-13,8%	-4,4%	1,3%	6,0%	-2,6%	1,1%	-3,4%	-9,1%	-0,1%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	59,7%	40,0%	4,1%	21,0%	8,0%	31,3%

En términos de facturación, en 2018 el balance para el total de alimentación fresca resulta favorable, con una variación positiva del 0,2%. Internet es el canal que más incrementa su valor, con un importante incremento del 31,3% en relación con el año anterior. También crece notablemente la facturación en el canal supermercado y autoservicio, con un aumento del 4,9%.

Al igual que sucede en volumen, son las tiendas tradicionales y los supermercados, aquellos que sufren un mayor retroceso (-4,8% y -5,0%, respectivamente).

Resto alimentación: Evolución en volumen (millones Kg/l)

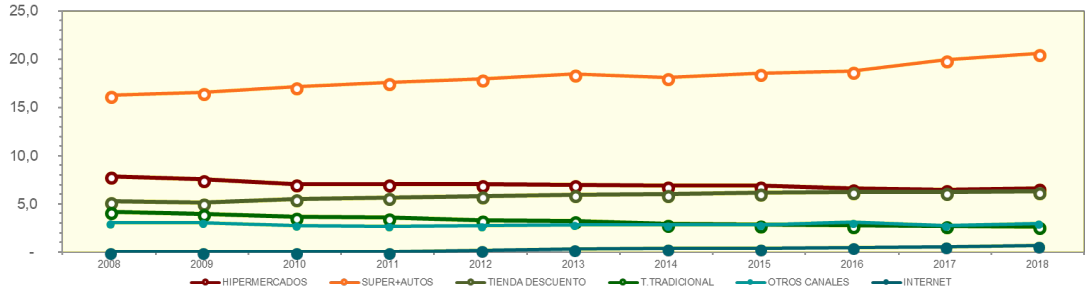


% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-1,9%	-5,8%	-1,8%	-1,9%	-3,7%	-0,1%	-3,4%	-5,7%	-3,7%	-0,5%
Super+Auto	4,8%	3,6%	0,2%	1,2%	2,2%	-2,1%	2,4%	0,5%	5,0%	-0,6%
Tienda descuento	-1,1%	7,8%	-0,7%	0,3%	-2,0%	-2,0%	-1,8%	-1,5%	-1,3%	1,0%
T.Tradicional	-4,9%	-7,1%	-4,2%	-4,0%	-8,1%	-10,6%	-4,0%	-5,8%	-5,4%	-0,5%
Otros Canales	2,0%	-5,5%	-4,5%	0,6%	1,5%	4,0%	4,1%	15,6%	-6,7%	5,1%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	54,2%	21,2%	2,3%	33,0%	10,7%	11,3%

En términos de facturación, en 2018 el balance para el total del resto de alimentación resulta favorable, con una variación positiva del 0,5%. Los canales que evolucionan positivamente son los supermercados y autoservicios (+1,0%), y otros canales (+5,1%), donde se ve englobado internet con un incremento del 11,2%.

Por el contrario, desde 2008 continúa la tendencia negativa de las compras de esta categoría en hipermercados y tiendas tradicionales, al igual que en las tiendas descuento, con evolución negativa (-0,7%, -5,0% y -0,5% respectivamente).

Resto alimentación: Evolución en valor (millones €)



% Evolucion	*2009 vs 2008*	*2010 vs 2009*	*2011 vs 2010*	*2012 vs 2011*	*2013 vs 2012*	*2014 vs 2013*	*2015 vs 2014*	*2016 vs 2015*	*2017 vs 2016*	*2018 vs 2017*
Hipermercado	-4,4%	-6,1%	0,2%	-0,7%	-0,5%	-1,4%	-0,2%	-4,1%	-2,2%	2,4%
Super+Auto	1,5%	3,4%	2,8%	2,1%	2,9%	-2,1%	2,4%	1,4%	6,0%	3,3%
Tienda descuento	-2,9%	7,9%	2,9%	2,4%	2,4%	0,9%	2,2%	1,8%	-0,3%	1,0%
T.Tradicional	-4,7%	-8,4%	-1,7%	-7,5%	-2,6%	-9,7%	-2,6%	-3,0%	-1,0%	-2,9%
Otros Canales	1,3%	-9,1%	-3,1%	1,4%	3,5%	-1,3%	1,8%	9,6%	-10,6%	6,9%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	61,8%	24,1%	5,6%	29,5%	13,7%	18,8%

En cuanto al valor de esta alimentación no fresca, las tiendas tradicionales son el canal con la evolución más desfavorable (-2,9%). Si bien, son los supermercados y autoservicios quienes más aumentaron su facturación con respecto al mismo periodo del año anterior (+3,3%), salvaguardando los otros canales que crecen a un ritmo del +6,9%, en comparación con el año 2017.

3.1 ACEITE

En esta categoría se incluyen los siguientes productos o tipos de aceite: total de aceites de oliva, aceite de girasol, aceite de maíz, aceite de soja, aceite de orujo y otros tipos de aceites, como aceite de nuez, entre otros.

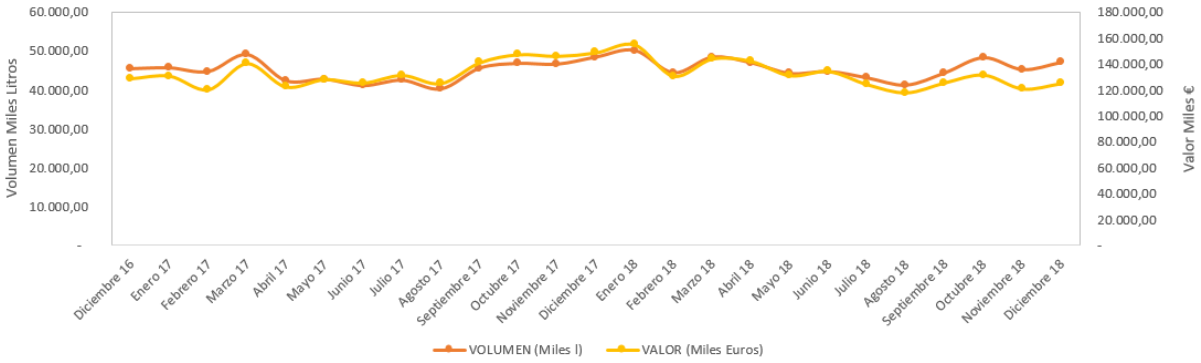
El total de aceites de oliva comprende la suma de los tres tipos de aceites de oliva comercializados para consumo directo: aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra.

- **Resultados totales de aceites**

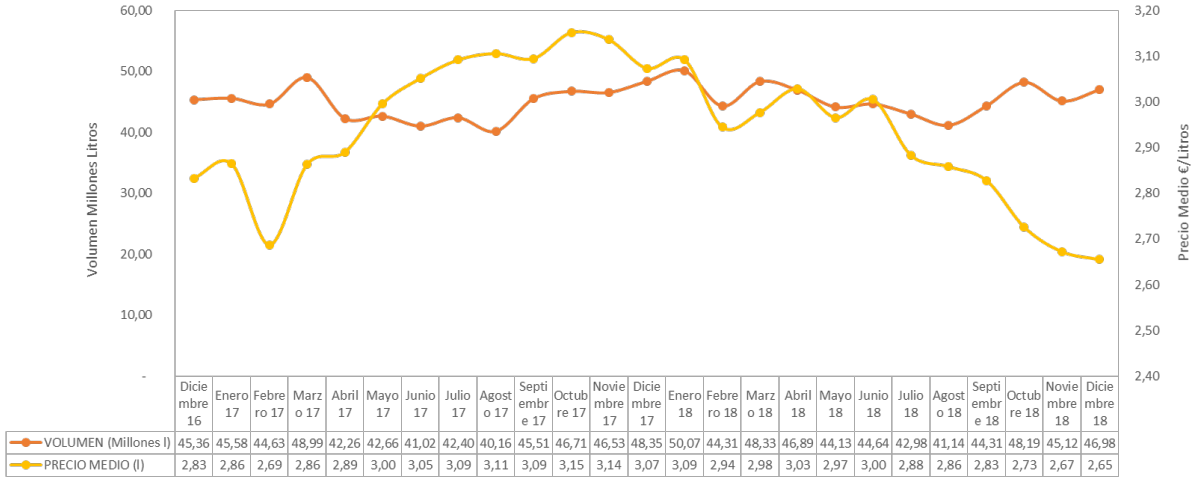
El consumo doméstico de total aceite se intensifica por parte de los hogares durante el año 2018 en relación con el año 2017 un 2,3%. En términos de facturación el balance fue negativo, con un descenso del 1,5%, a consecuencia de la contracción que tuvo el precio medio de la categoría (-3,7%), cerrando el año en 2,89 €/l de media.

	Consumo doméstico de Total Aceite en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	547.083,41	2,3%
VALOR (Miles €)	1.579.638,82	-1,5%
CONSUMO x CÁPITA (l)	11,95	1,9%
GASTO x CÁPITA (€)	34,51	-1,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,90	2,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	2,30	-3,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	2,89	-3,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

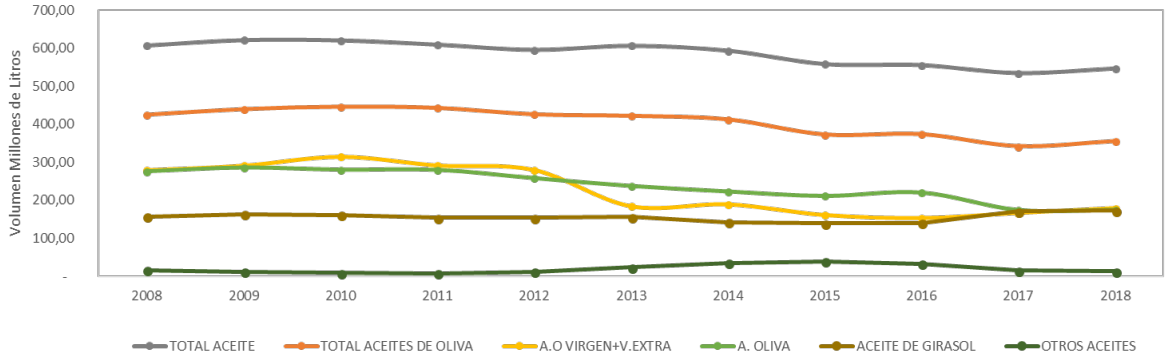


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



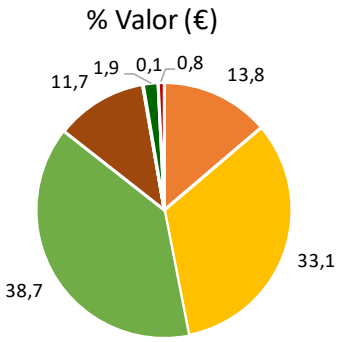
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	45,36	45,58	44,63	48,99	42,26	42,66	41,02	42,40	40,16	45,51	46,71	46,53	48,35	50,07	44,31	48,33	46,89	44,13	44,64	42,98	41,14	44,31	48,19	45,12	46,98
PRECIO MEDIO (l)	2,83	2,86	2,69	2,86	2,89	3,00	3,05	3,09	3,11	3,09	3,15	3,14	3,07	3,09	2,94	2,98	3,03	2,97	3,00	2,88	2,86	2,83	2,73	2,67	2,65

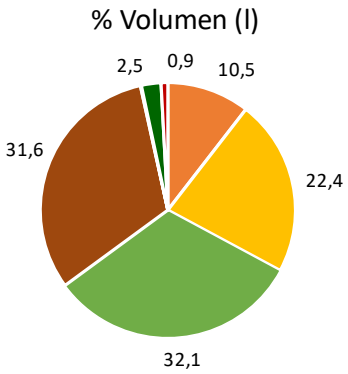
Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de aceite



En el largo plazo se aprecia un descenso continuado en el volumen de compra de aceite desde el año 2010 que, sin embargo, se ve interrumpido en 2018 con un repunte de 2,3 puntos porcentuales. Además, continua el decrecimiento de la línea de otros aceites iniciado en el 2017 tras el incremento de su consumo doméstico en el periodo de 2013-2016.

- **Importancia de los tipos de aceite**





% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL ACEITE	-1,5%	2,3%
A.O VIRGEN	3,8%	9,2%
A.O VIRGEN EXTRA	2,5%	7,2%
A. OLIVA	-6,5%	0,2%
ACEITE DE GIRASOL	0,1%	1,4%
ACEITE DE MAIZ	4,0%	-1,1%
OTROS ACEITES	1,8%	-11,4%
ACEITE DE ORUJO	-24,3%	-27,3%

El aceite más consumido en los hogares españoles se corresponde con el tipo Oliva, ya que si sumamos los tres tipos (aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra), se obtiene una cuota en volumen del 64,9% siendo su proporción en valor del 85,6%. Por su parte, el que tiene mayor presencia a lo largo del 2018 es el aceite de oliva con una participación en volumen del 32,1%, siendo su variación con respecto al año anterior del +0,2%. Su proporción en valor es mayor, actualmente tiene una cuota del 38,7% que varía con respecto al periodo previo de estudio un -6,5%.

El aceite de oliva virgen extra el siguiente con mayor cuota de volumen dentro de los aceites de oliva. Esta ha aumentado en el 2018 un 7,2% hasta alcanzar los 22,4 puntos porcentuales. En valor su porcentaje sobre el total es mayor: 33,1%, habiendo crecido un 2,5% en comparación con 2017. Finalmente, el aceite de oliva virgen se posiciona como la variedad con menor volumen dentro del grupo de los aceites de oliva (10,5%) a pesar de haber sido el que ha experimentado un mayor crecimiento con respecto al periodo previo de estudio (+9,2%). Su cuota en valor crece en menor proporción (+3,8%) y es de un 13,8%.

Después de los aceites de oliva, el segundo por orden de importancia es el aceite de girasol con un porcentaje del 31,6% sobre el total de los litros, y en tercer lugar se encuentra el conglomerado de otros aceites con una cuota del 2,5%. Por último, está el aceite de orujo con el 0,9% de los litros y el aceite de maíz con el 0,1% restante.

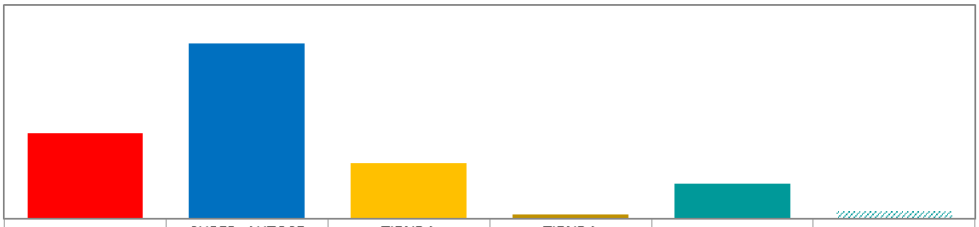
- ## Consumo per cápita de los tipos de aceite

El consumo per cápita se situó en los 11,95 litros/persona/año en 2018, una cantidad un 1,9% mayor respecto a 2017. De entre las diferentes variedades de aceite, el más consumido es el tipo aceites de oliva, con una ingesta media de 3,83 litros, le sigue el aceite de girasol, cuyo consumo per cápita es de 3,78 litros. Se intensifica con respecto al año 2017 el consumo per cápita de aceite de oliva virgen extra, llegando a una cantidad de 2,67 litros.

	Consumo per cápita (l)	
	2017	**2018**
TOTAL ACEITE	**11,73**	**11,95**
A.O VIRGEN	1,15	1,25
A.O VIRGEN EXTRA	2,50	2,67
A. OLIVA	3,84	3,83
ACEITE DE GIRASOL	3,74	3,78
ACEITE DE MAIZ	0,02	0,02
ACEITE DE SOJA	0,00	0,00
ACEITE DE SEMILLA	0,34	0,30

- ## Canales

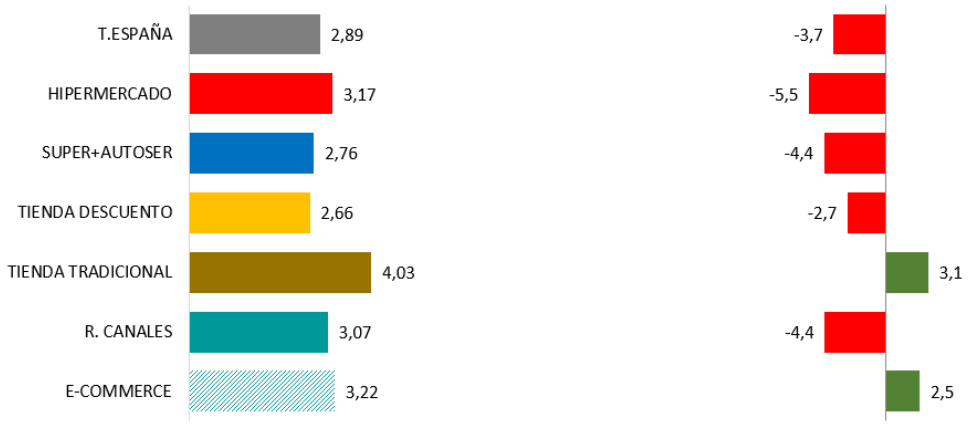
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	24,0	49,3	15,6	1,2	9,9	2,1
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	13,4	-1,1	-11,1	-3,0	24,3	10,6

El canal supermercados y autoservicios es el canal principal en la compra de total aceite con el 49,3% de los litros. Su tendencia en este año sin embargo es negativa (-1,1%), al igual que para la tienda de descuento, cuyo volumen llega a decrecer un 11,1% hasta situarse en una cuota del 15,6%. Contrariamente, el hipermercado destaca por su buena evolución en este año (+13,4%), siendo su participación sobre el total de los litros del 24,0%, es decir casi 1 de cada 4 litros de aceite a cierre de año 2018 se compró en este tipo de establecimientos.

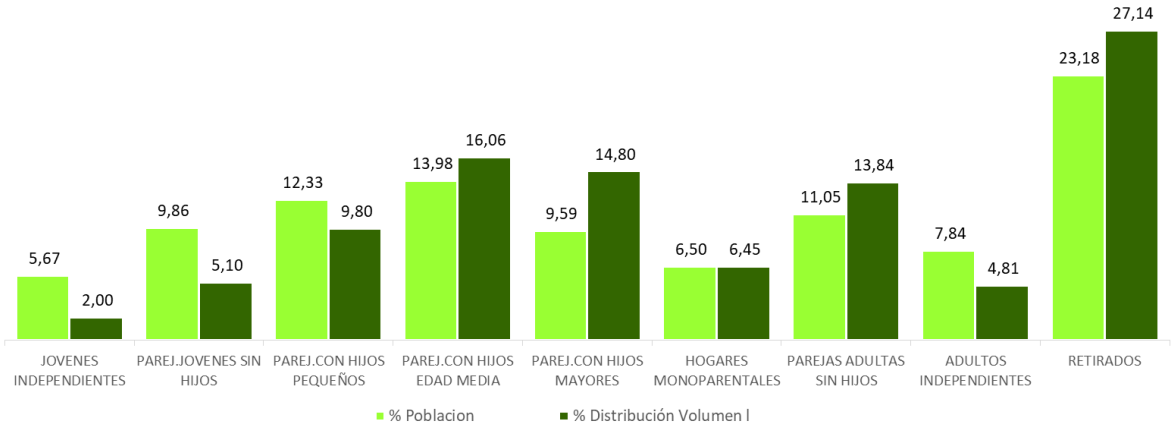
Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El año 2018, fue un año de fuerte caída en precios para la categoría de aceite. Cerró en un precio de venta al público de 2,89 €/litro con un fuerte retroceso respecto al 2017 del 3,7%. La bajada se produce de forma generalizada en todos los canales de distribución con las excepciones del e-commerce (+2,5%) y la tienda tradicional (+3,1%), que cuenta precisamente con el precio medio más alto. El canal con el precio más asequible es la tienda de descuento con un precio medio que se sitúa un 7,8% por debajo del precio a nivel nacional (2,89€/litro).

- **Demográficos**

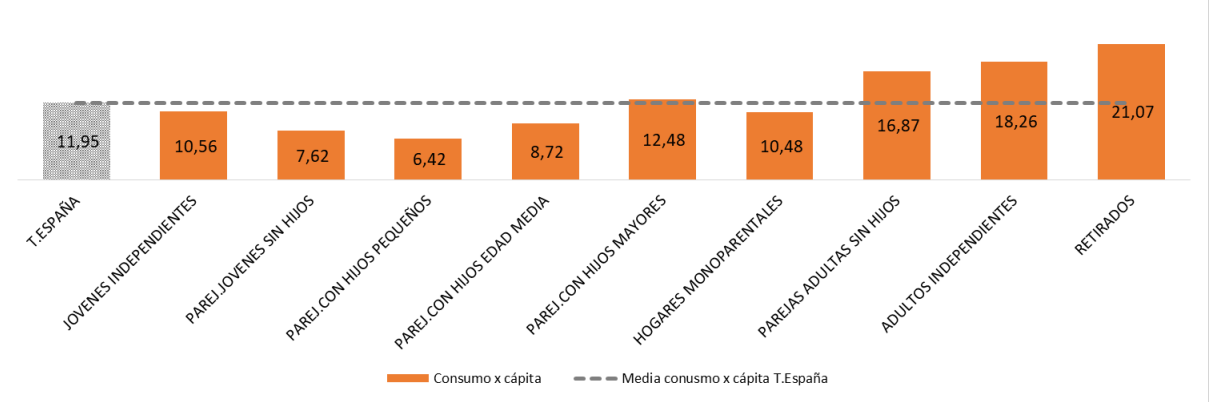
% Población y % distribución del volumen por perfil sociodemográfico (2018)



En 2018, el perfil consumidor para la categoría de aceite, se corresponde con hogares formados por hijos mayores y medianos, así como hogares formados por parejas adultas sin hijos y retirados.

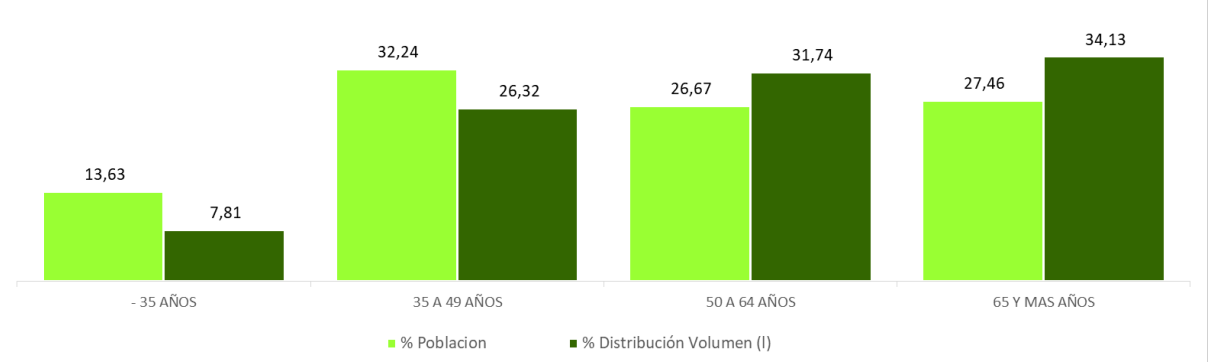
Por otro lado, tal y como puede verse en el gráfico, son retirados quienes mueven el 27,1% del aceite, siendo muy intensivos en la compra de la categoría, puesto que su peso poblacional les del 23,2%. Son sin embargo los jóvenes independientes, quienes menos compran aceite, con un peso del 2,0%, cuando lo esperado debería ser al menos su peso poblacional (5,7%).

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



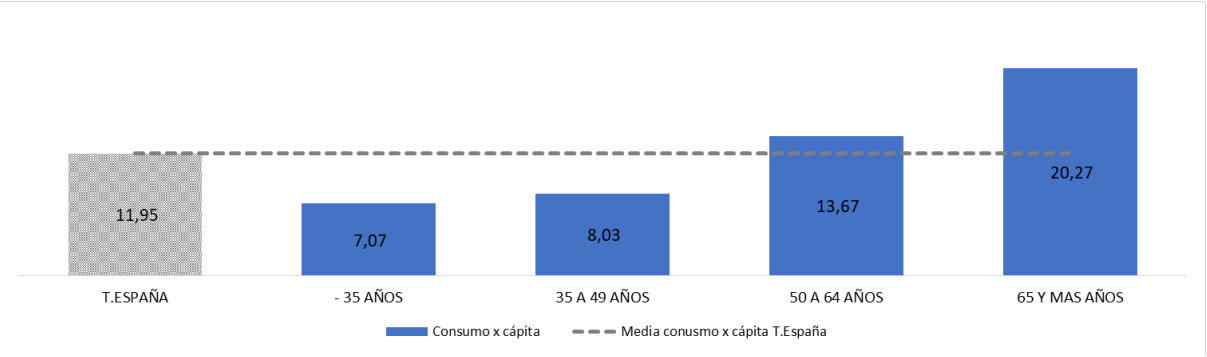
Son los retirados quienes mayor consumo per cápita realizan de aceite, con un consumo per cápita de 21,07 litros por persona y año. Es una cantidad que supera la media nacional (11,95 litros) en un 76%. Con un consumo por encima de la media nacional se sitúan también parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o bien adultos independientes. Del lado contrario se encuentran parejas con hijos pequeños, con un consumo per cápita unos 5,53 litros menos por persona que la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



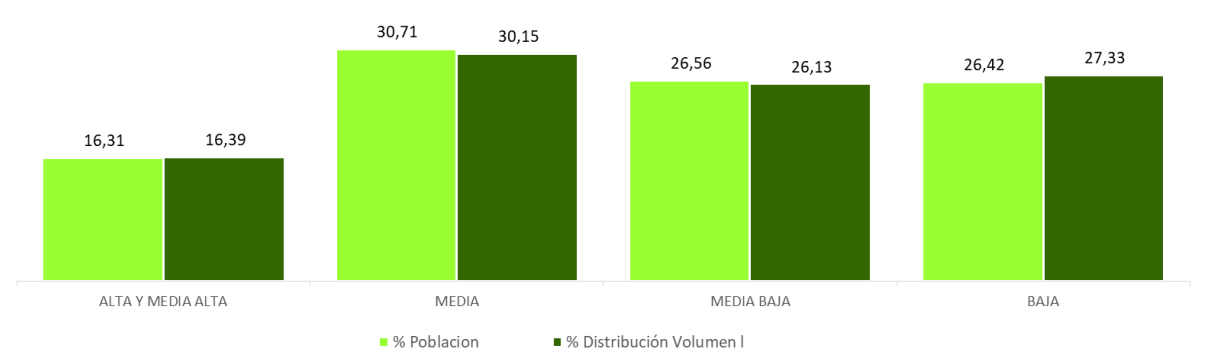
El perfil consumidor de total aceite se corresponde con hogares formados por mayores de 50 años. Es decir, el 65,9% de los litros de aceite se adquirieron por parte de hogares cuyo responsable de las compras es mayor de 50 años, si bien el peso que tienen en hogares a nivel total España es del 54,1%.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



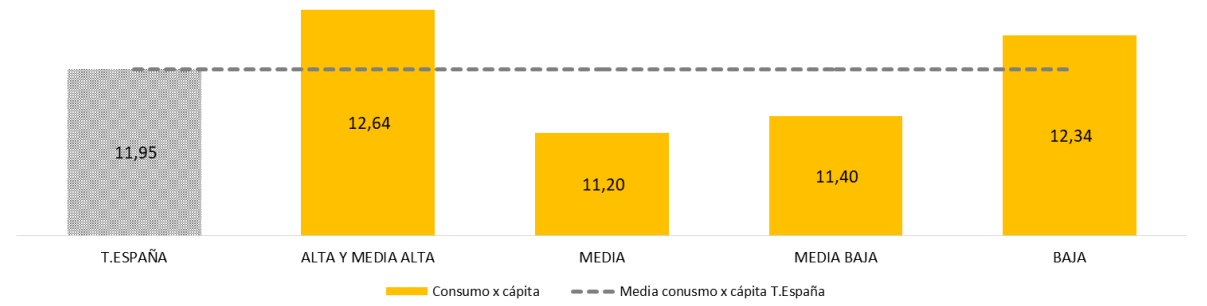
Si tenemos en cuenta cual es el consumo per cápita de esta categoría por la edad del responsable de las compras, son los mayores de 50 quienes mantienen la proporción más alta, ya que su consumo a cierre de año 2018 fue de 16,51 litros, una cantidad un 38% superior a la media nacional (11,95 litros) es decir, el equivalente a consumir 4,56 litros más por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



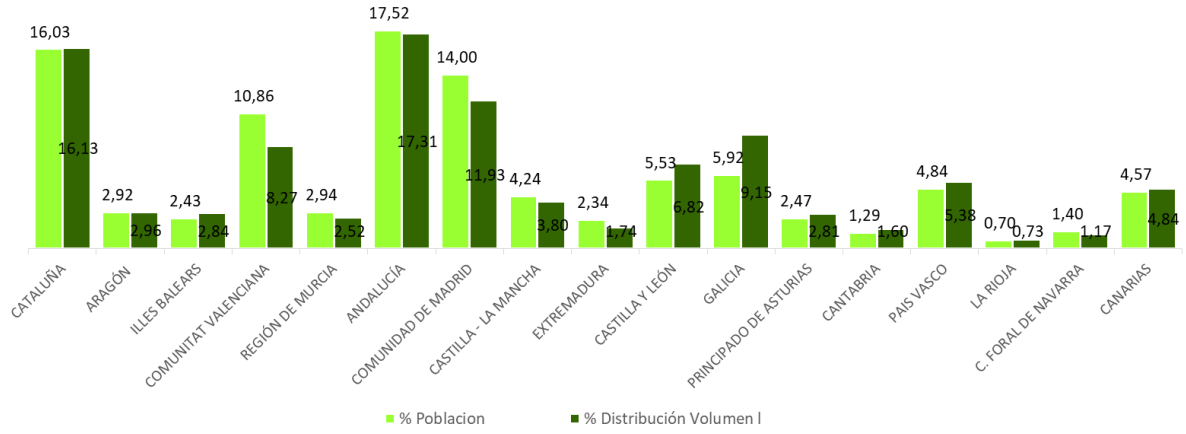
En la categoría de aceite, no existen diferencias significativas en el consumo de las diferentes clases socioeconómicas, contra cualquier pronóstico.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



Si tenemos en cuenta cual es el consumo per cápita de total aceite por clase socioeconómica, observamos que son precisamente los extremos quienes mantienen el mayor consumo per cápita de la categoría, manteniendo el liderazgo la clase alta y media alta con una ingesta media por persona y año de 12,64 litros/persona/año.

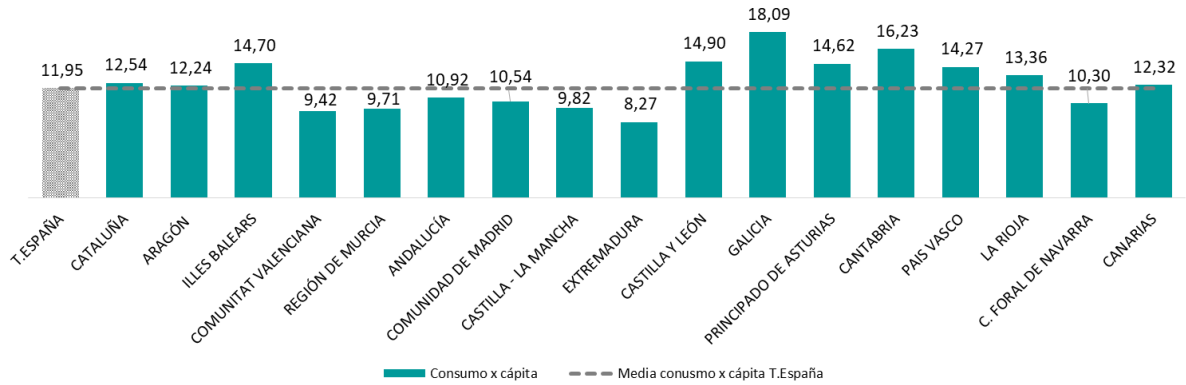
% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Destacan como CCAA consumidoras de aceite Castilla y León, Galicia, Principado de Asturias, Cantabria y el País Vasco. Si tenemos en cuenta el incremento en la compra en volumen con respecto al año 2017, las comunidades autónomas que sobresalen son Aragón y Cantabria, que ganan más de 10 puntos porcentuales, mientas que Extremadura lo hace por el caso contrario, donde el volumen llega a caer un 10,9%.

Por otro lado, el gráfico refleja que Andalucía, Cataluña, la Comunidad de Madrid y Galicia son las comunidades autónomas que cuentan con el mayor porcentaje de consumo de aceite en volumen.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Como puede observarse en el gráfico de arriba, la comunidad autónoma que registra el menor consumo por habitante es Extremadura. Su consumo per cápita es un 31% más bajo que la media nacional, lo que supone que cada ciudadano extremeño consumió de media 3,68 litros menos que la media nacional. Si bien hay comunidades que mantienen el consumo per cápita más elevado que el nacional, destacando Galicia. Los habitantes gallegos ingieren la cantidad de 18,09 litros por persona y año, una cantidad superior en un 51% a la media ingerida por el total España.

3.1.1 ACEITE DE OLIVA

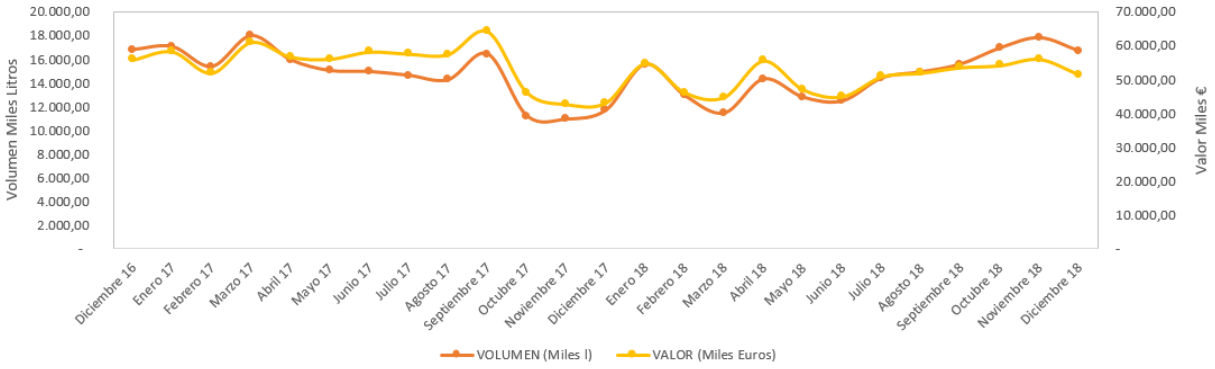
- **Resultados totales de aceite de oliva**

Con el 32,1% del volumen total, éste es el tipo de aceite más consumido por los hogares. Durante 2018, su consumo se mantuvo estable con una ligera variación positiva del +0,2% con respecto al año anterior. El gasto, sin embargo, se redujo un 6,5% como consecuencia de la variación a la baja del precio medio (-6,7%). El precio medio en 2018 fue 3,48 €/l, 0,25 € menos por litro respecto del año 2017.

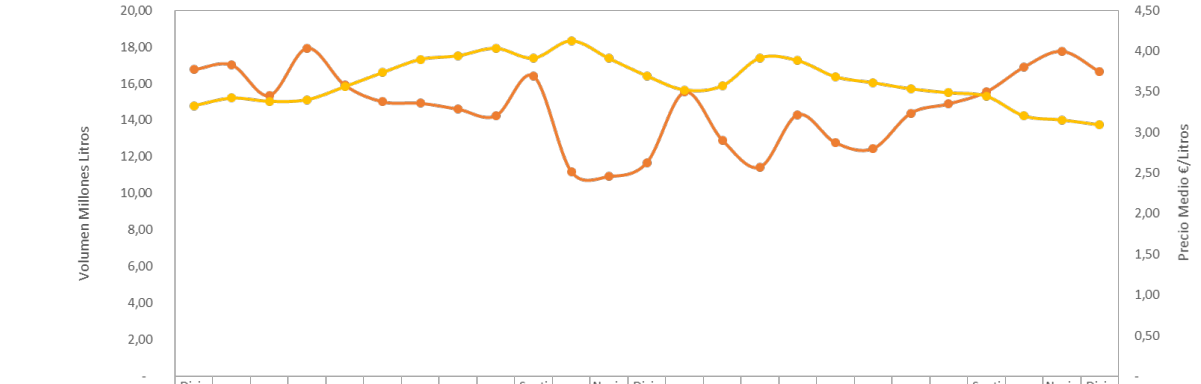
La ingesta media realizada por persona y año se sitúa en los 3,83 litros, siendo relativamente estable con respecto a la cantidad ingerida en el periodo previo de estudio (-0,2%).

	Consumo doméstico Aceite de Oliva en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	175.495,85	0,2%
VALOR (Miles €)	610.802,22	-6,5%
CONSUMO x CÁPITA (l)	3,83	-0,2%
GASTO x CÁPITA (€)	13,34	-6,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,61	0,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,89	-7,9%
PRECIO MEDIO (€/l)	3,48	-6,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



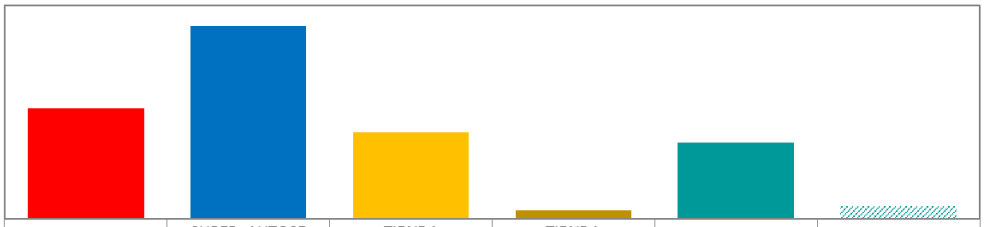
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	16,76	17,02	15,34	17,93	15,91	15,00	14,92	14,60	14,23	16,40	11,18	10,92	11,67	15,53	12,91	11,43	14,29	12,76	12,45	14,38	14,89	15,54	16,90	17,76	16,64
PRECIO MEDIO (l)	3,33	3,42	3,38	3,40	3,56	3,74	3,90	3,94	4,03	3,91	4,12	3,91	3,69	3,52	3,57	3,92	3,88	3,68	3,61	3,53	3,49	3,44	3,20	3,15	3,09

- **Canales**

Aceite de oliva: % distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



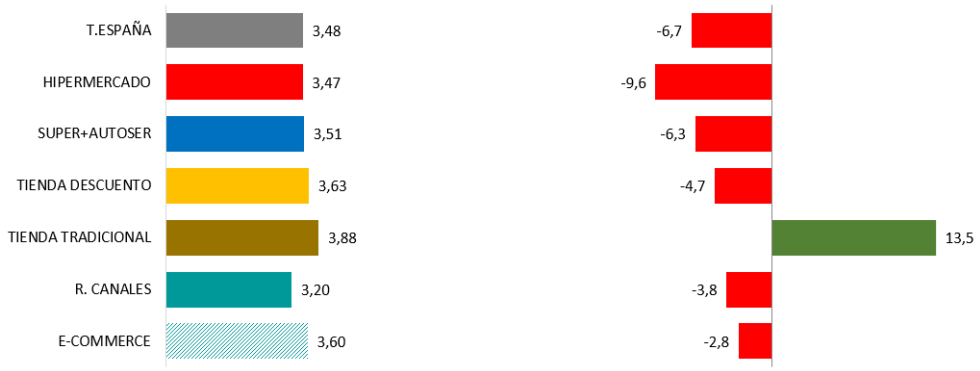
	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	23,34	40,51	18,22	1,86	16,07	2,72
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	19,34	-15,67	-8,31	8,59	51,50	11,94

Supermercados y autoservicios, fueron los canales más importantes para la adquisición de aceite de oliva durante el pasado año. Su cuota fue del 40,5%. Sin embargo, cae a doble dígito (-15,7%) con respecto a 2017.

Al igual que en el total de la categoría, la tienda de descuento también evoluciona de forma negativa (-8,3%) y su cuota en 2018 es del 18,2%.

No obstante, los demás canales de comercialización considerados, evolucionan positivamente. Como el hipermercado, cuyo volumen de compra crece (+19,3%), siendo su participación sobre el total de 23,34%.

Aceite de oliva: precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El año 2018 cierra con una importante variación en el precio medio en el aceite de oliva, contrayéndose de media un 6,7%, hasta los 3,48 €/l. Son las grandes superficies del canal dinámico las que contribuyen en mayor proporción a este descenso. Por otro lado, la tienda tradicional se convierte en el único canal cuyo precio medio crece este año y además en gran proporción (+13,5%). Cierra con el precio medio más alto de la categoría: 3,88€/l.

- **Demográficos**

Aceite de Oliva	% Población	% Distribución Volumen (l)	Consumo x cápita (l)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,83**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,31	4,03
MEDIA	30,71	30,75	3,67
MEDIA BAJA	26,56	24,83	3,47
BAJA	26,42	28,12	4,07
- 35 AÑOS	13,63	5,55	1,61
35 A 49 AÑOS	32,24	22,73	2,23
+ 50 AÑOS	54,13	71,72	5,77
CATALUÑA	16,03	18,68	4,66
ARAGÓN	2,92	3,25	4,31
ILLES BALEARS	2,43	3,31	5,48
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	6,88	2,52
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,59	3,20
ANDALUCÍA	17,52	12,04	2,44
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,46	3,53
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,54	2,94
EXTREMADURA	2,34	1,15	1,75
CASTILLA Y LEÓN	5,53	7,10	4,98
GALICIA	5,92	10,89	6,90
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,06	5,11
CANTABRIA	1,29	1,53	4,98
PAIS VASCO	4,84	5,08	4,32
LA RIOJA	0,70	0,61	3,57
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,20	3,40
CANARIAS	4,57	6,63	5,42
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,01	3,40
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,24	2,03
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,26	1,53
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,05	2,45
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	16,05	4,34
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,54	3,41
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,75	5,77
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,32	5,26
RETIRADOS	23,18	30,77	7,66

En 2018, el perfil de hogar consumidor por clase socieconómica de aceite de oliva, se corresponde con hogares de clase baja, ya que compran más volumen que el que les corresponde por su peso poblacional. No obstante, son los hogares de clase baja y alta y media alta quienes tienen un consumo per cápita más alto de este producto, en el caso de los últimos un consumo del 6% superior a la media, el equivalente a 0,24 litros por persona más que la media nacional.

De igual forma si tenemos en cuenta el responsable de las compras, son aquellos formados por mayores de 50 años responsables de la compra del 71,7% de los litros, cuando su peso poblacional se corresponde con el 54,1% de los hogares. De igual manera son quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría con un consumo medio aproximado de 5,77 litros/persona/año, una cantidad un 51% superior a la media nacional.

El perfil intensivo en la compra, teniendo en cuenta el consumo en litros de este tipo de aceite, es un hogar formado por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o retirados. Son estos últimos quienes realizan el mayor consumo per cápita de aceite de oliva con una ingesta de 7,66 litros/persona/año, una cantidad superior en 3,83 litros por persona más que la media nacional.

Por otro lado, las CCAA que realizan un mayor consumo per cápita de este tipo de aceite es Galicia, se corresponde además con la CCAA que adquiere mayor volumen de esta variedad de aceite en relación a su peso poblacional, de únicamente el 5,92%.

Andalucía por su parte se consolida como una comunidad autónoma que adquiere poco aceite de oliva en relación con su peso poblacional. Además, el consumo per cápita de estos individuos es menor (1,40 litros menos) que a nivel total España.

3.1.2 ACEITE DE OLIVA VIRGEN

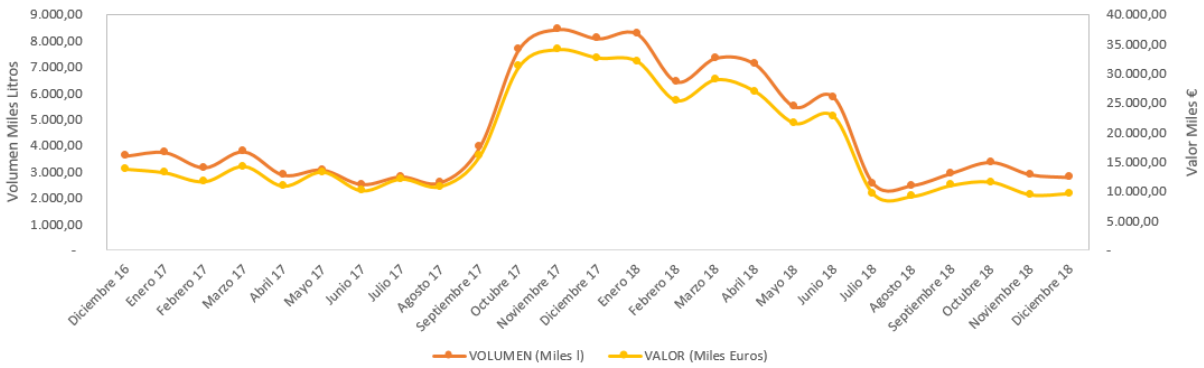
- **Resultados totales de aceite de oliva virgen**

Con una participación en volumen sobre la categoría del 10,5%, se produce un incremento en la demanda del aceite de oliva virgen del 9,2% en comparación con el año 2017. Su valor también crece, pero en menor medida (+3,8%), compensado en parte por una contracción del precio medio (-4,9%). Este cierra 2018 con 3,79 €/l de media, 0,20€ menos por litro en comparación con el mismo periodo del año anterior.

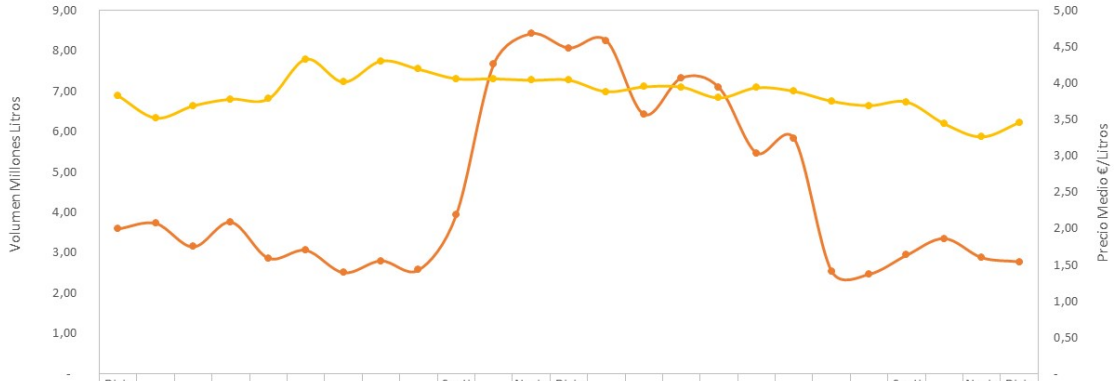
El consumo por persona y año es de 1,25 litros, una cantidad un 8,8% mayor en comparación con el mismo periodo del año anterior.

	Consumo doméstico de Aceite de Oliva Virgen Doméstico en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	57.371,34	9,2%
VALOR (Miles €)	217.604,07	3,8%
CONSUMO x CÁPITA (l)	1,25	8,8%
GASTO x CÁPITA (€)	4,75	3,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,20	9,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,32	2,2%
PRECIO MEDIO (€/l)	3,79	-4,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



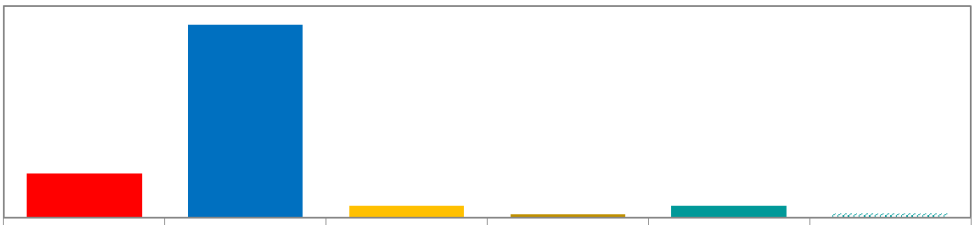
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	3,59	3,73	3,15	3,76	2,87	3,06	2,51	2,80	2,58	3,93	7,67	8,42	8,07	8,25	6,43	7,33	7,09	5,47	5,83	2,55	2,47	2,94	3,35	2,88	2,78
PRECIO MEDIO (l)	3,82	3,52	3,69	3,78	3,78	4,33	4,01	4,30	4,19	4,06	4,06	4,04	4,04	3,88	3,95	3,94	3,80	3,94	3,89	3,75	3,69	3,74	3,44	3,26	3,46

- **Canales**

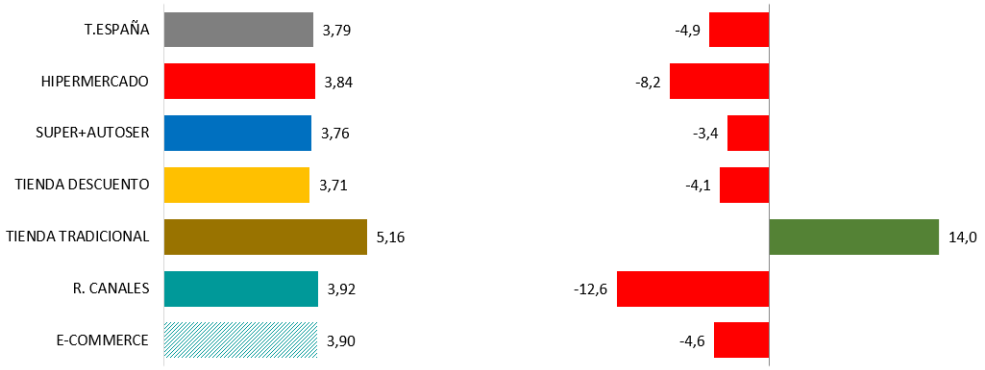
Aceite de oliva virgen: % distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	16,65	72,98	4,50	1,25	4,62	1,61
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	-11,83	17,02	6,64	-5,10	-3,57	3,11

En 2018 el canal con mayor proporción de compras dentro del aceite de oliva virgen fue el supermercado y autoservicio con el 73,0% de las mismas y una variación positiva (17,0%) respecto al año anterior. Se incrementa también el volumen de compra de la tienda de descuento (+6,7%) que representa el 4,5% del volumen de compra. Contrariamente, la tienda tradicional y el hipermercado ven reducida su relevancia dentro de la categoría, con una evolución negativa de 5,1% y 11,8% respectivamente.

Aceite de oliva virgen: precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio del aceite de oliva virgen cerró 2018 en 3,79 €/l de media, con un descenso del 4,9% respecto al año anterior. De nuevo, esta contracción del precio medio se ha producido de forma generalizada en todos los canales con la única excepción de la tienda tradicional, que cuenta con el precio medio más alto: 5,16 €/l, lo que supone pagar un 36,1% por litro que en la media del mercado. Por el contrario, el precio medio más asequible se encuentra en la tienda descuento (3,71€/l), si bien el supermercado y autoservicio también mantiene un precio medio por debajo del precio medio del mercado.

- **Demográficos**

Aceite de oliva virgen	% Población	% Distribución Volumen (l)	Consumo x cápita (l)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,25**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,41	1,41
MEDIA	30,71	30,22	1,18
MEDIA BAJA	26,56	26,26	1,20
BAJA	26,42	26,10	1,24
- 35 AÑOS	13,63	6,64	0,63
35 A 49 AÑOS	32,24	26,89	0,86
+ 50 AÑOS	54,13	66,47	1,75
CATALUÑA	16,03	21,14	1,72
ARAGÓN	2,92	2,47	1,07
ILLES BALEARS	2,43	3,13	1,70
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,31	1,11
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,13	0,86
ANDALUCÍA	17,52	16,33	1,08
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,96	1,20
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,18	1,13
EXTREMADURA	2,34	1,90	0,95
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,90	1,35
GALICIA	5,92	4,77	0,99
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,52	1,37
CANTABRIA	1,29	1,38	1,47
PAIS VASCO	4,84	5,60	1,56
LA RIOJA	0,70	0,58	1,11
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,53	0,49
CANARIAS	4,57	5,18	1,38
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,66	0,92
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,39	0,85
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,09	0,69
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,74	0,90
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,10	1,25
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,94	1,01
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,19	1,81
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,32	1,72
RETIRADOS	23,18	28,56	2,32

En 2018, el perfil consumidor de aceite de oliva virgen, teniendo en cuenta el consumo per cápita, se corresponde con un hogar de clase socioeconómica alta, media-alta cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años. Siendo los mayores de 50 años, consumidores intensivos de este tipo de aceite con una ingesta media que supera la media nacional en un 39%, el equivalente a 0,49 litros más por persona y año que la media.

A nivel regional destacan Cataluña, Illes Balears, País Vasco y Castilla y León como las comunidades más intensivas en la compra (en volumen) de aceite de oliva virgen. Ahora bien, de entre estas destacan como los individuos más intensivos en términos de consumo per cápita los catalanes y los ciudadanos del archipiélago balear, con un consumo medio que ronda 1,70 litros por persona, muy superior a al valor de España, que es de 1,25 litros por persona.

Si tenemos en cuenta el ciclo de vida son las parejas con hijos mayores, así como personas adultas sin hijos y retirados los consumidores más intensivos en este tipo de aceite. Si bien no

son los más intensivos en términos de consumo per cápita si se compara con su peso poblacional. Haciendo ese análisis, se observa que los más intensivos en términos de consumo per cápita son los adultos independientes, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes.

Por otro lado, las parejas con hijos mayores, las parejas adultas sin hijos y los retirados por su parte son intensivos en compra, es decir, compran más volumen en litros de lo que cabría esperar por su peso poblacional, y además, su consumo per cápita es mayor con respecto al dato de total España, a excepción de las parejas con hijos mayores, cuyo valor de consumo per cápita coincide con el valor de España.

Cabe destacar el caso de retirados con un consumo que supera los 2,32 litros por persona y año, lo que se traduce en 1,07 litros más que la media nacional por persona en el periodo de estudio.

3.1.3 ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

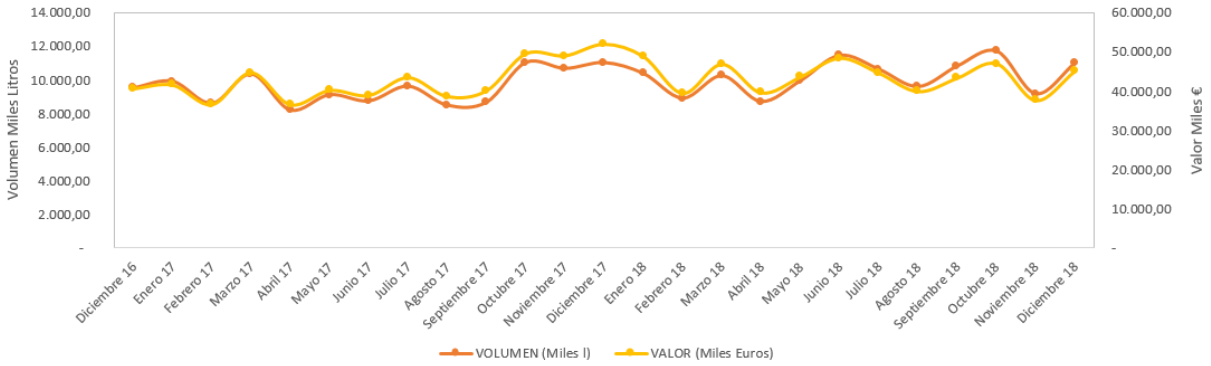
- **Resultados totales de aceite de oliva virgen extra**

Con una participación en volumen de un 22,4% es el tercer tipo de aceite más consumido. Su evolución a cierre de año 2018 es positiva, con un fuerte incremento del 7,2%. En valor el incremento es del 2,5%. La causa es, el efecto de la contracción del precio de este tipo de aceite de un 4,3%. Este, es el tipo de aceite que tiene el precio más alto de la categoría, situándose en 4,28 €/l de media en 2018, siendo un 48,1% superior a la media de la categoría.

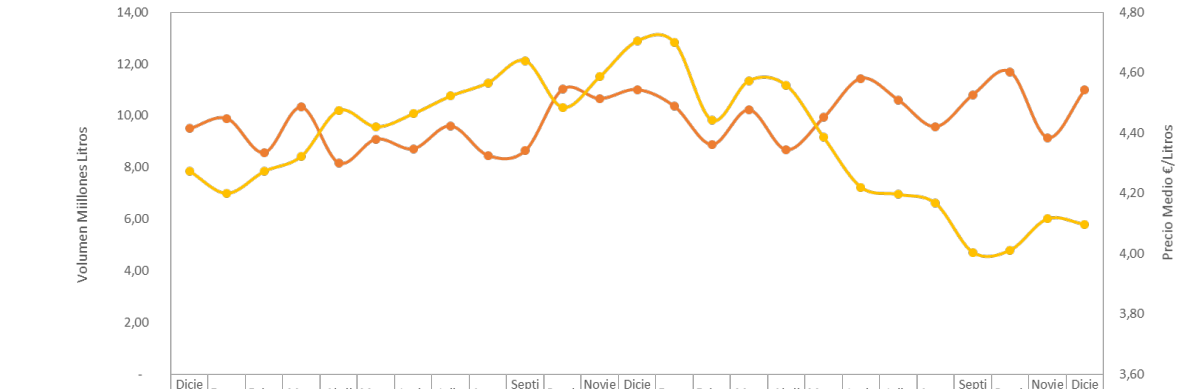
El consumo per cápita de aceite de oliva virgen extra a cierre de año 2018 fue de 2,67 litros/persona/año, una cantidad superior en 6,8 puntos porcentuales en relación con la cantidad ingerida en el año 2017.

	Consumo doméstico de Aceite de Oliva Virgen Extra Doméstico en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	122.358,42	7,2%
VALOR (Miles €)	523.642,26	2,5%
CONSUMO x CÁPITA (l)	2,67	6,8%
GASTO x CÁPITA (€)	11,44	2,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,42	7,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,76	0,9%
PRECIO MEDIO (€/l)	4,28	-4,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



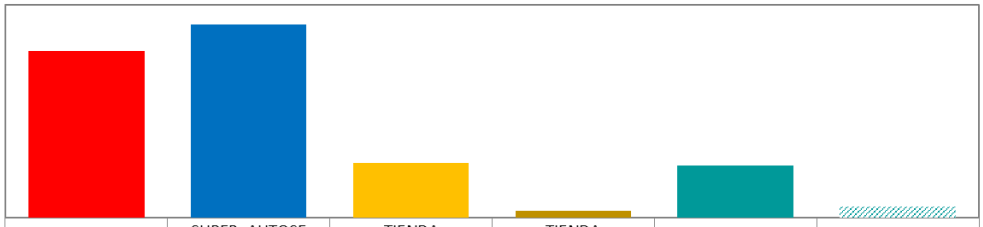
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	9,50	9,89	8,57	10,33	8,18	9,09	8,72	9,60	8,46	8,64	11,02	10,66	11,01	10,36	8,89	10,23	8,68	9,93	11,44	10,61	9,58	10,81	11,70	9,15	10,99
PRECIO MEDIO (l)	4,27	4,20	4,27	4,32	4,47	4,42	4,46	4,52	4,57	4,64	4,48	4,59	4,70	4,70	4,44	4,57	4,56	4,39	4,22	4,20	4,17	4,00	4,01	4,12	4,10

- **Canales**

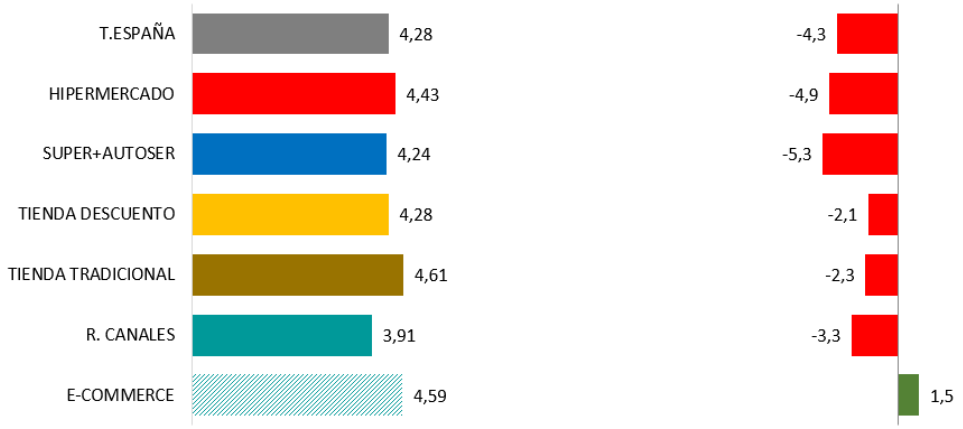
Aceite de oliva virgen extra: % distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	35,28	40,72	11,49	1,52	10,99	2,32
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	20,97	6,82	-15,99	-17,24	4,43	35,03

El canal preferido para la compra de aceite de oliva virgen extra es el supermercado y autoservicio con el 40,7% de los litros, además durante el pasado año estos se incrementan en una proporción del 6,8% con respecto al año anterior. Le sigue el hipermercado, que representa un 35,3% del mercado tras lograr un fuerte incremento del 21,0% con respecto a 2017. La evolución del volumen es sin embargo ha sido negativa para la tienda de descuento (-16,0%) y la tienda tradicional (-17,2%).

Aceite de oliva virgen extra: precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



Se reduce el precio medio del aceite de oliva virgen extra en un 4,3%, lo que le lleva a cerrar en 4,28 €/l. En este caso, la contracción del precio medio se da de forma generalizada en todos los canales excepto en el e-commerce. El precio medio más asequible se encuentra en el supermercado (4,24 €/l) que además se reduce un 5,3% en comparación con el de 2017, siendo esta la mayor reducción de todas. Por el contrario, el precio más alto se localiza dentro de la tienda tradicional (4,61€/l, lo que supone pagar un 7,7% más por litro que en la media del mercado).

- **Demográficos**

Aceite de oliva virgen extra	% Población	% Distribución Volumen (l)	Consumo x cápita (l)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**2,67**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	21,01	3,62
MEDIA	30,71	33,37	2,77
MEDIA BAJA	26,56	24,65	2,40
BAJA	26,42	20,97	2,12
- 35 AÑOS	13,63	5,58	1,13
35 A 49 AÑOS	32,24	25,08	1,71
+ 50 AÑOS	54,13	69,35	3,89
CATALUÑA	16,03	13,51	2,35
ARAGÓN	2,92	2,45	2,26
ILLES BALEARS	2,43	1,41	1,63
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	6,69	1,71
REGIÓN DE MURCIA	2,94	1,61	1,38
ANDALUCÍA	17,52	25,99	3,67
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	15,47	3,06
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	2,70	1,56
EXTREMADURA	2,34	2,44	2,60
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,43	2,65
GALICIA	5,92	5,98	2,64
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,10	2,45
CANTABRIA	1,29	2,35	5,34
PAIS VASCO	4,84	6,82	4,05
LA RIOJA	0,70	0,83	3,40
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,52	2,99
CANARIAS	4,57	2,69	1,53
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,07	2,45
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,76	1,59
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	8,26	1,21
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,96	1,82
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,13	2,67
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,60	2,04
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,19	4,14
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,43	5,46
RETIRADOS	23,18	28,60	4,97

En 2018, el perfil de hogar consumidor de aceite de oliva virgen extra se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o retirados. Son normalmente de clase socioeconómica alta y media alta o media, cuyo responsable de compra supera los 50 años.

Andalucía, Comunidad de Madrid, Extremadura, Galicia, Cantabria, así como el País Vasco o La Rioja son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de aceite de oliva virgen extra. Por su parte las áreas menos intensivas son el Archipiélago Balear, la Región de Murcia y Castilla-La Mancha entre otros.

Los individuos cántabros son quienes mantienen el consumo per cápita más alto de este tipo de aceite. Llegan a duplicar el consumo per cápita medio de un individuo español, con una ingesta de 5,34 litros por persona y año, le siguen los habitantes de País Vasco con una ingesta media superior a la media en un 51%.

Son los individuos adultos independientes quienes de igual manera realizan la mayor ingesta de este tipo de aceite, 5,46 litros por persona y año le siguen retirados con una ingesta un 86% superior a la media nacional, llegando a los 4,97 litros por persona y año a cierre de año 2018.

3.1.4 ACEITE DE GIRASOL

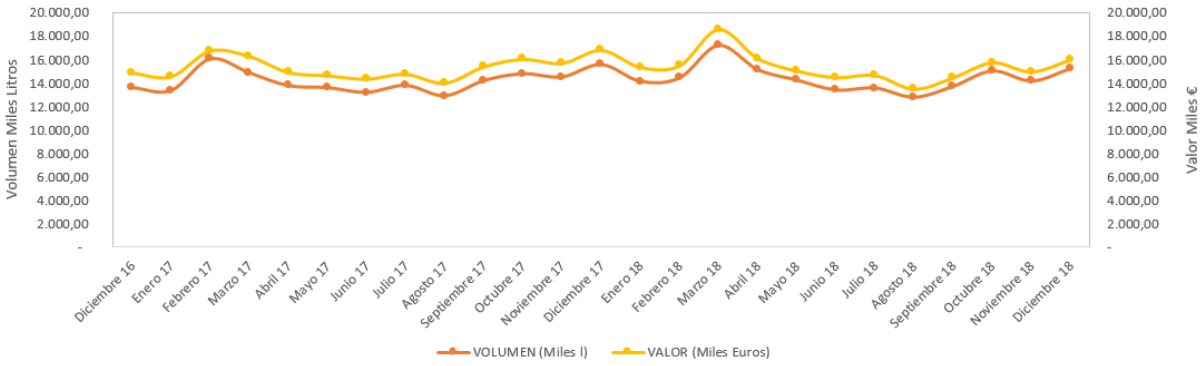
- **Resultados totales de aceite de girasol**

Con el 31,6% de los litros de aceite consumido, el aceite de girasol es el tipo de aceite más consumido en cuanto a cuota en volumen después de los aceites de oliva. Su presencia aumentó en los hogares españoles a cierre de año 2018 en un 1,4%. El descenso de su precio (-1,3%), que cierra 2018 con una media de 1,07 €/l. Como es el precio más bajo dentro de la categoría, provoca, sin embargo, que su facturación no crezca y se mantenga en términos positivos variando un +0,1% con respecto a 2017.

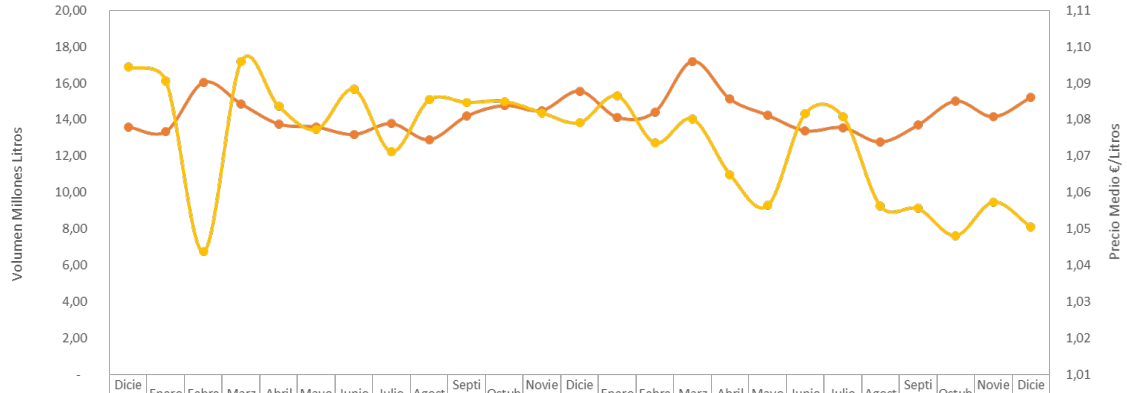
La ingesta media por persona y año es de 3,78 litros, un 1,0% más con relación a lo ingerido durante el año anterior.

	Consumo doméstico de Aceite de Girasol en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	172.920,64	1,4%
VALOR (Miles €)	184.341,05	0,1%
CONSUMO x CÁPITA (l)	3,78	1,0%
GASTO x CÁPITA (€)	4,03	-0,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,60	1,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,27	-1,4%
PRECIO MEDIO (€/l)	1,07	-1,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



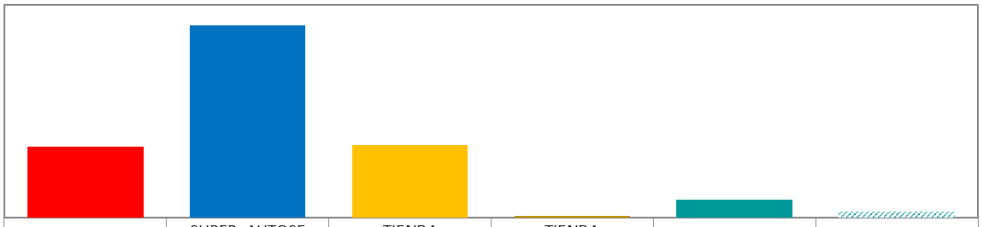
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	13,59	13,35	16,04	14,86	13,76	13,59	13,18	13,78	12,90	14,19	14,78	14,50	15,57	14,13	14,42	17,20	15,12	14,24	13,39	13,56	12,77	13,70	15,02	14,15	15,22
PRECIO MEDIO (l)	1,09	1,09	1,04	1,10	1,08	1,08	1,09	1,07	1,09	1,08	1,08	1,08	1,08	1,09	1,07	1,08	1,06	1,06	1,08	1,08	1,06	1,06	1,05	1,06	1,05

- **Canales**

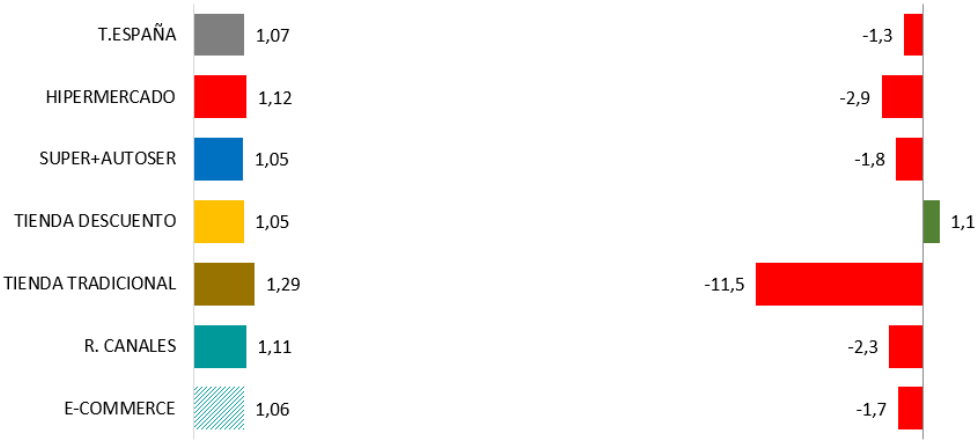
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	20,08	54,17	20,42	0,37	4,95	1,70
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	13,53	1,67	-10,66	-7,70	13,40	-2,71

El 94,7% del volumen de aceite de girasol se distribuye en el canal dinámico (hipermercado, supermercado y autoservicio, tienda descuento). De entre ellos, el supermercado y autoservicio es el canal más importante con una participación del 54,2% sobre el volumen total de la categoría. Respecto a la tienda de descuento y el hipermercado, aunque tienen cuotas de participación muy similares, mientras que la de la tienda de descuento baja un 10,7%, la del hipermercado sube un 13,5% con respecto al año anterior.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de aceite de girasol es de 1,07 €/l, con una variación negativa del 1,3% en comparación con el año anterior. La tienda de descuento es el único canal cuyo precio medio se ha incrementado en este periodo (+1,1%) y aun así es la que ofrece, junto con el supermercado, el precio más asequible (1,05 €/l). En el extremo contrario sigue estando la tienda tradicional (precio medio 0,22 €/l más caro que la media del mercado), a pesar de ser el canal con mayor reducción de precio en comparación con 2017.

- **Demográficos**

Aceite de girasol	% Población	% Distribución Volumen (l)	Consumo x cápita (l)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,78**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	13,19	3,22
MEDIA	30,71	27,38	3,22
MEDIA BAJA	26,56	28,62	3,95
BAJA	26,42	30,81	4,40
- 35 AÑOS	13,63	12,02	3,44
35 A 49 AÑOS	32,24	30,48	2,94
+ 50 AÑOS	54,13	57,50	4,56
CATALUÑA	16,03	13,69	3,36
ARAGÓN	2,92	3,22	4,22
ILLES BALEARS	2,43	3,29	5,38
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,40	3,74
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,10	3,77
ANDALUCÍA	17,52	16,14	3,22
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	8,90	2,49
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,68	3,83
EXTREMADURA	2,34	1,77	2,67
CASTILLA Y LEÓN	5,53	7,88	5,44
GALICIA	5,92	11,13	6,95
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,30	5,43
CANTABRIA	1,29	1,29	4,15
PAIS VASCO	4,84	4,79	4,02
LA RIOJA	0,70	0,82	4,70
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,20	3,34
CANARIAS	4,57	4,39	3,53
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,11	3,53
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,00	2,83
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	13,34	2,76
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,72	3,21
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,24	3,79
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,92	3,56
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,12	4,67
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,48	5,38
RETIRADOS	23,18	22,07	5,42

El perfil consumidor de aceite de girasol se corresponde con un hogar cuyo responsable de compra supera los 50 años, además mantienen un consumo per cápita de aceite de girasol por encima de la media del mercado 4,56 litros/persona/año.

Coincide además con un posicionamiento socioeconómico de clase media baja y baja, siendo responsable de más volumen adquirido que lo que les corresponde por peso poblacional. De igual manera su consumo per cápita es superior a la media nacional, especialmente en la clase baja, pues consumen de media un 16% más que la media del mercado, el equivalente a 0,62 litros más por persona y periodo de estudio.

Por ciclo de vida, se corresponde con hogares en los que hay presencia de niños, independientemente de la edad que sean; si bien, no destacan como grandes consumidores per cápita ninguno de estos. Es decir, el volumen de compra supera al porcentaje que representan en población, si bien, el número de personas dentro del hogar es mayor, por lo que la cantidad ingerida por persona no supera la media nacional.

Son los retirados, así como los adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de este tipo de aceite, superando en más de 1,60 litros en ambas tipologías de hogar a la media nacional de consumo.
Además, Galicia, Castilla y León e Illes Balears se confirman como las CCAA más intensivas en la compra de aceite de girasol, además también sus habitantes tienen un consumo per cápita más alto que la media nacional. Por el contrario, son las CCAA como Comunidad de Madrid y Extremadura quienes proporcionalmente a su peso poblacional realizan una menor compra de aceite de girasol. Coincide de hecho que sus habitantes tengan un menor consumo per cápita que la media nacional.

3.2 ACEITUNAS

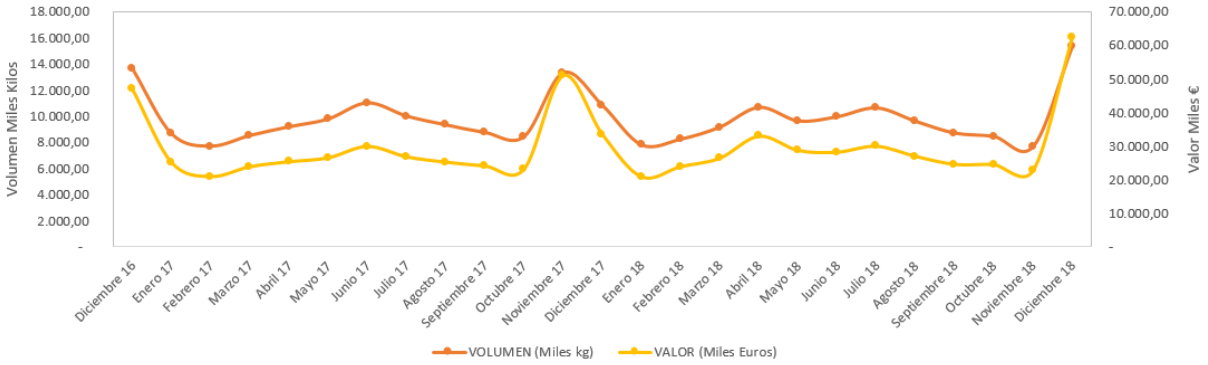
- **Resultados totales**

El consumo doméstico de aceitunas permanece estable a cierre de año 2018 (+0,3%). El consumo en valor crece de forma notable (5,0%) en 2018, debido al empuje que tiene la subida del precio medio de aceitunas en comparación con 2017. Cierra con una variación del 4,7% en positivo, siendo su precio medio kilo de 3,04 €/kg.

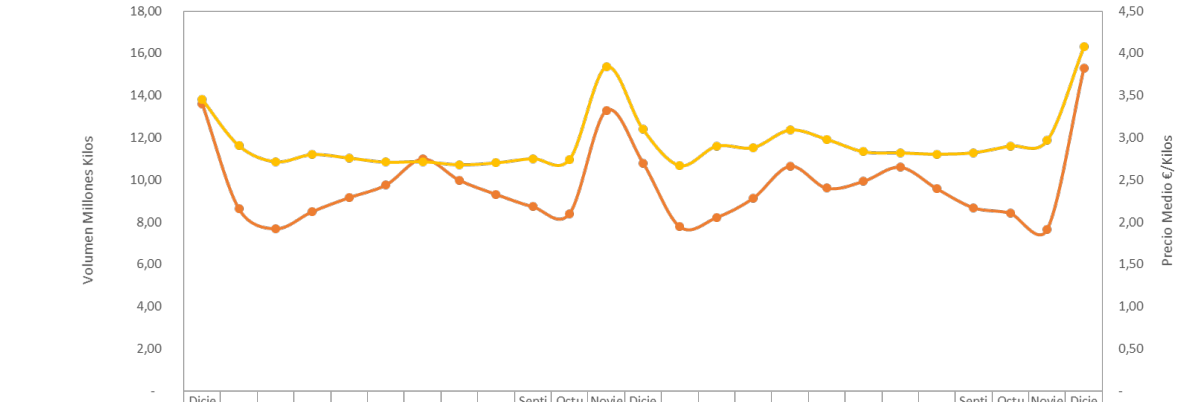
El consumo medio realizado por persona y año en aceitunas a cierre de periodo de estudio fue de 2,52 kilogramos, siendo relativamente estable con lo ingerido durante el año 2017. Implica un gasto de 7,67 € por persona y año, una cantidad superior en 4,6 puntos porcentuales a la invertida en el año 2017. Los hogares destinan apenas el 0,51 del presupuesto medio anual a la compra de dicha categoría.

	2018	
	Consumo doméstico de aceitunas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	115.495,23	0,3%
VALOR (Miles €)	351.168,12	5,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	2,52	-0,1%
GASTO x CAPITA (€)	7,67	4,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,40	0,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,51	3,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	3,04	4,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

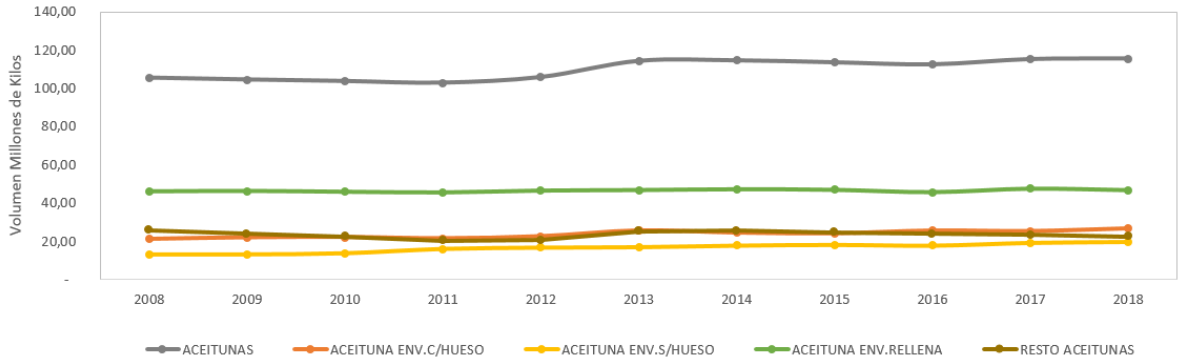


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



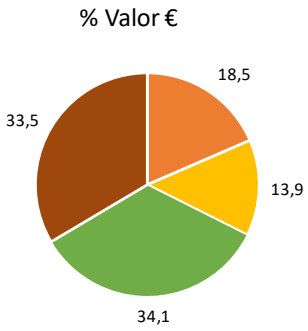
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	13,6	8,63	7,68	8,49	9,16	9,75	10,9	9,98	9,31	8,73	8,40	13,2	10,8	7,78	8,21	9,13	10,6	9,60	9,93	10,6	9,57	8,67	8,41	7,65	15,3
PRECIO MEDIO (kg)	3,45	2,90	2,71	2,80	2,76	2,71	2,72	2,68	2,70	2,75	2,74	3,84	3,10	2,67	2,90	2,88	3,09	2,98	2,83	2,82	2,80	2,82	2,90	2,97	4,08

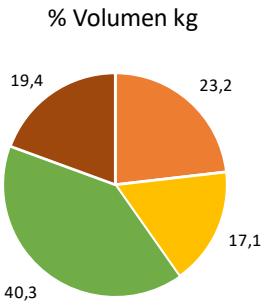
Evolución anual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



Como se puede ver en el gráfico, el consumo a largo plazo de aceitunas se ha intensificado en España. Las aceitunas envasadas con hueso, así como las que están envasadas sin hueso con quienes más variación tienen a lo largo de los años, en positivo.

- ## Importancia de los tipos de aceitunas





% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
ACEITUNAS	5,0%	0,3%
ACEITUNA ENV.C/HUESO	8,4%	6,0%
ACEITUNA ENV.S/HUESO	8,1%	2,8%
ACEITUNA ENV.RELLENA	4,6%	-1,8%
RESTO ACEITUNAS	2,3%	-3,9%

Si tenemos en cuenta la distribución del volumen por tipo de aceitunas, el 40,3% del volumen corresponde al tipo de aceituna envasada rellena, con una proporción del valor del 34,1%, su variación en volumen es negativa con un descenso del 1,8%; mientras que en valor el dato es positivo con una variación del 4,6%.

Con el 23,2% del volumen y una proporción del valor del 18,5%, es decir en segundo lugar por orden de importancia, se posiciona la aceituna envasada con hueso. Tiene un incremento positivo tanto en volumen como en valor (6,0% y 8,4%). Aumenta también el valor para la aceituna envasada sin hueso (+8,1%) cuya proporción sobre el valor total es del 13,9%, siendo su cuota en volumen del 17,1%, y su variación con respecto al año 2017 del 2,8% en positivo.

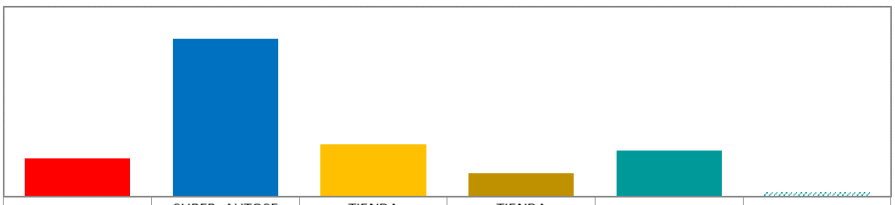
- ## Consumo per cápita de los tipos de aceitunas

El consumo per cápita para la categoría de aceitunas a cierre de año 2018 se situó en los 2,52 kilos por persona y año, una cantidad un -0,1% menor respecto a 2017. De entre los diferentes tipos, la aceituna envasada rellena es la que ocupa una proporción mayor con un consumo per cápita de 1,02 kilogramos, con un leve retroceso respecto al año 2017. Se incrementa no obstante en aceitunas envasadas sin y con hueso.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
ACEITUNAS	**2,53**	**2,52**
ACEITUNA ENV.C/HUESO	0,55	0,58
ACEITUNA ENV.S/HUESO	0,42	0,43
ACEITUNA ENV.RELLENA	1,04	1,02
RESTO ACEITUNAS	0,51	0,49

- **Canales**

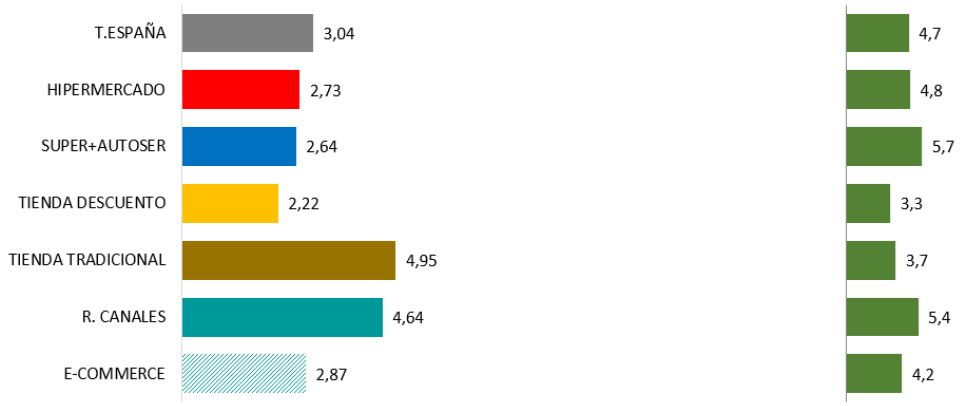
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	11,9	49,8	16,5	7,3	14,4	1,3
% EVOLUCION VOLUMEN kg	4,9	-1,4	3,4	-11,5	5,9	8,8

1 de cada 2 kilos de aceitunas comprados para consumo doméstico a cierre de año 2018 se adquirieron en el canal supermercado y autoservicio, su evolución sin embargo es negativa y cae un 1,4%. La tienda descuento concentra el 16,5% de los kilos de aceitunas, su tendencia es positiva en este año con un incremento de su volumen del 3,4%.

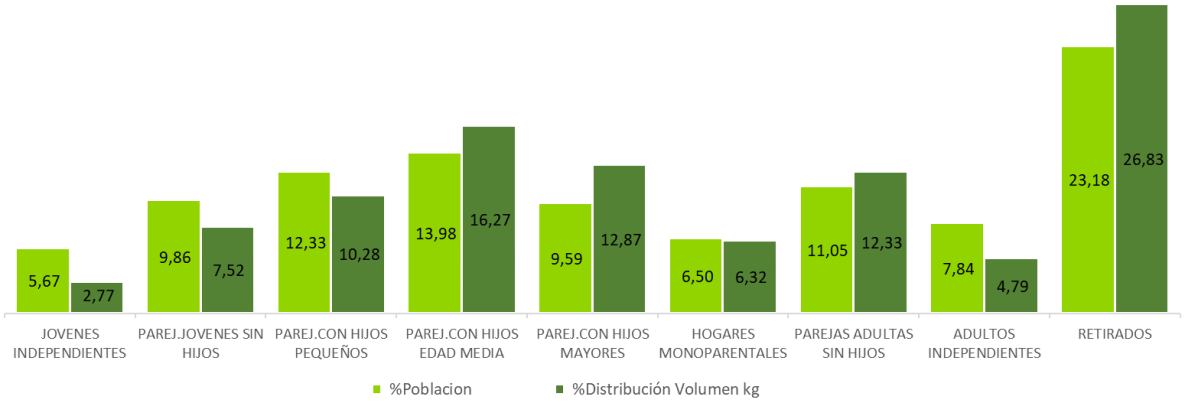
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de aceitunas cerro a año móvil diciembre 2018 en 3,04 €/kg, con un incremento respecto al año previo de 4,7%. Los precios medios se incrementaron de forma generalizada en todos los canales de compra, por encima de la media creció en el hipermercado, así como en supermercados y en resto de canales. En general el canal dinámico registra precios medio por debajo de la media del mercado, especialmente la tienda descuento 2,22 €/kg.

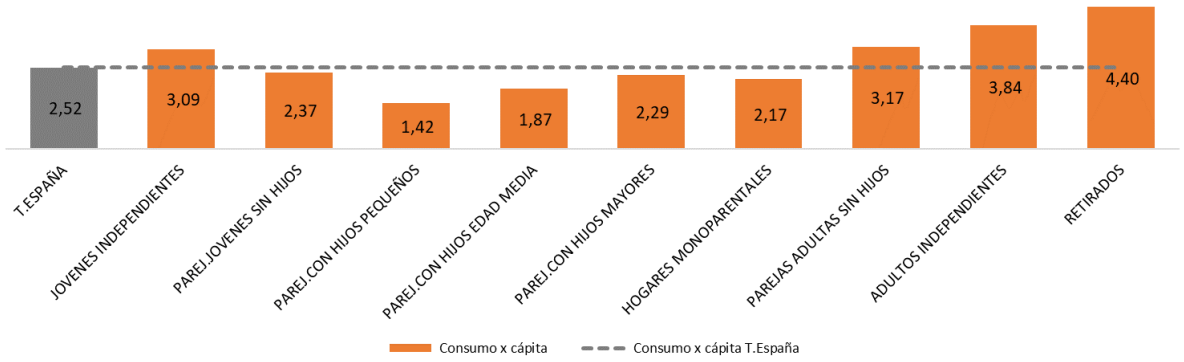
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



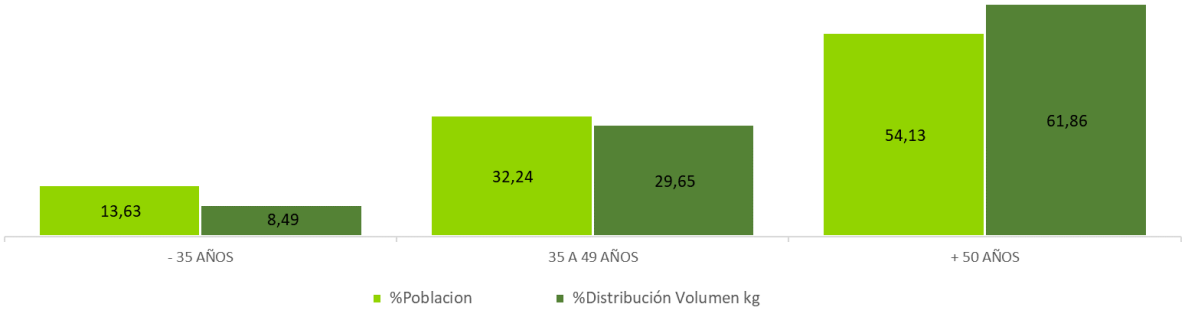
Se perfilan como hogares consumidores de aceitunas aquellos formados por parejas con hijos en edad mediana, así como aquellos mayores, al igual que parejas adultas sin hijos y hogares formados por retirados. De lado contrario quienes menor compra realizan de aceitunas en proporción con su peso poblacional son los hogares formados por jóvenes independientes seguidos de adultos independientes.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



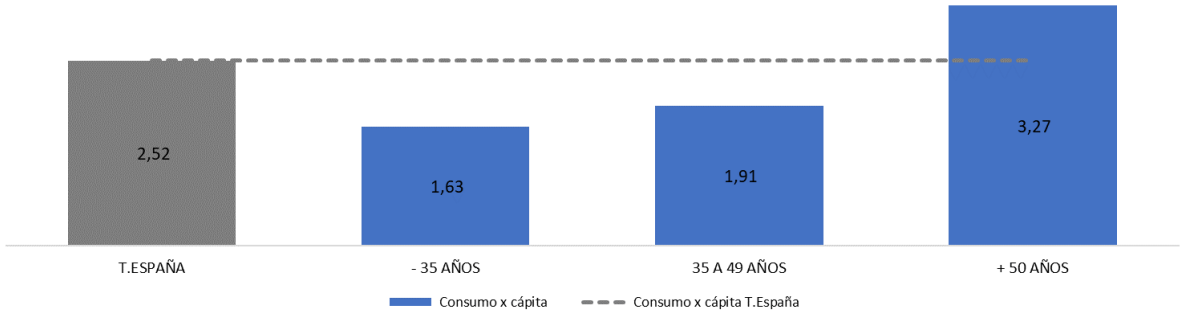
El consumo per cápita total España de aceitunas durante el año 2018 fue de 2,52 kilos por persona y año, individuos como jóvenes independientes, así como parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y retirados superan esta cantidad. Son de hecho los retirados quienes lideran el consumo medio por persona y año con una cantidad de 4,40 kilos por persona, una cantidad un 74% superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



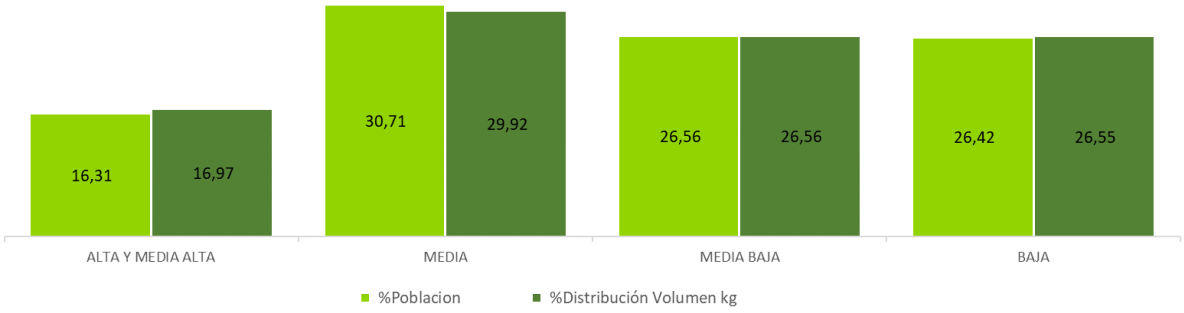
El perfil consumidor por la edad del responsable de las compras se corresponde con un hogar que supera los 50 años, ya que son responsables de la compra del 61,86% de los kilos de aceitunas, pese a que su peso poblacional se corresponde con el 54,13%.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



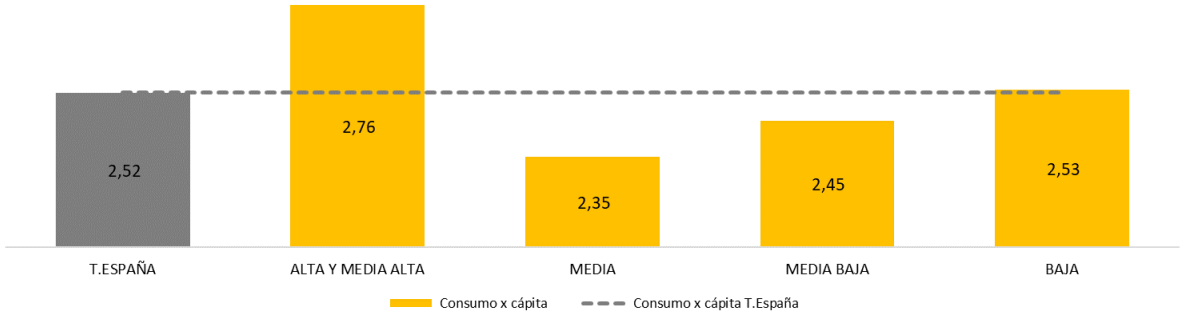
De igual forma, son los retirados quienes tienen el consumo per cápita más alto si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras, ya que es 1,58 kilos superior a la media nacional. Por el contrario, son los menores de 35 años quienes en proporción realizan un menor consumo de este producto.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



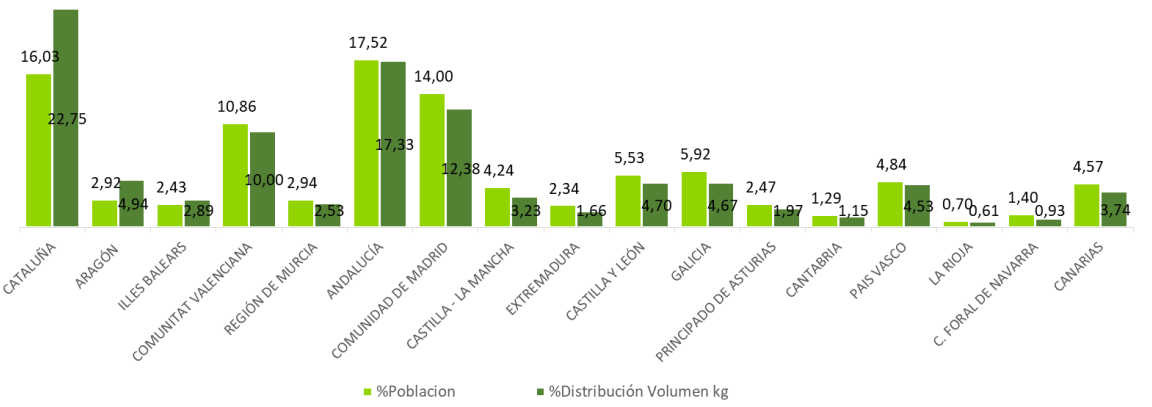
Si tenemos en cuenta la clasificación socioeconómica, no hay grandes saltos en cuanto al peso poblacional y a la distribución del volumen. Podríamos destacar a la clase alta y media alta, pues hay un 4% de diferencia entre su volumen de compra y su peso poblacional, si bien no se considera destacable.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



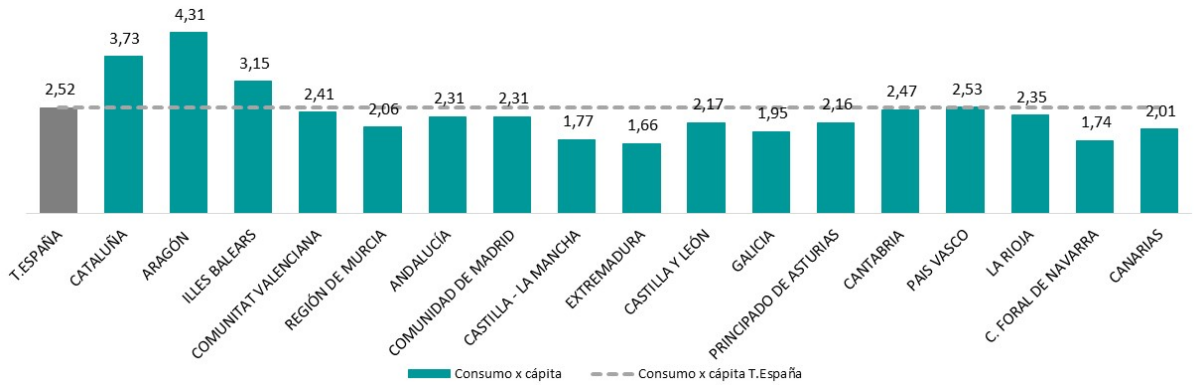
El consumo per cápita de aceitunas es de 2,52 kilos por periodo de estudio. Son los individuos de clase alta y media alta quienes tienen el consumo per cápita más alto de este producto con una ingesta un 10% superior a la media, lo que se traduce en 0,24 kilogramos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2018)



Cataluña, al igual que Aragón y el archipiélago Balear son las comunidades autónomas con la distribución del volumen más alta en proporción al peso poblacional durante el año 2018. Es decir, que compran más kilos de aceitunas de lo que cabría esperar en base a lo que representan en hogares.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2018)



Los habitantes de Aragón, Cataluña e Illes Balears, justo coincide con los datos del gráfico anterior, se perfilan como los más intensivos en consumo per cápita. En el caso de los aragoneses, son los más intensivos, con una ingesta media por año de 4,31 kilos, un 71% superior a la media nacional, lo que se traduce en 1,79 kilogramos por ingeridos por persona y año.

3.3 ARROZ

- **Resultados totales**

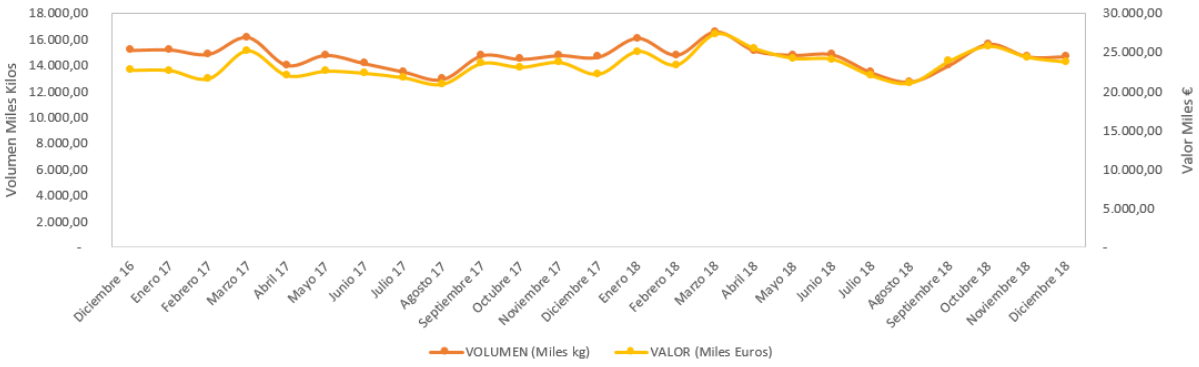
El mercado de arroz crece en términos de volumen a cierre de año 2018, con un incremento en compra del 1,8%. En valor el aumento es mayor y llega hasta el 6,9%, debido al impacto que tiene el incremento del precio medio del 5,0%, cerrando a cierre de año 2018 en 1,64 €/kg.

El consumo per cápita de arroz se sitúa en 3,86 kilogramos por persona y año, una cantidad un 1,4% superior a la ingerida en el periodo anterior, mientras que el gasto invertido por persona en el año 2018 crece un 6,5% y asciende a 6,32 €.

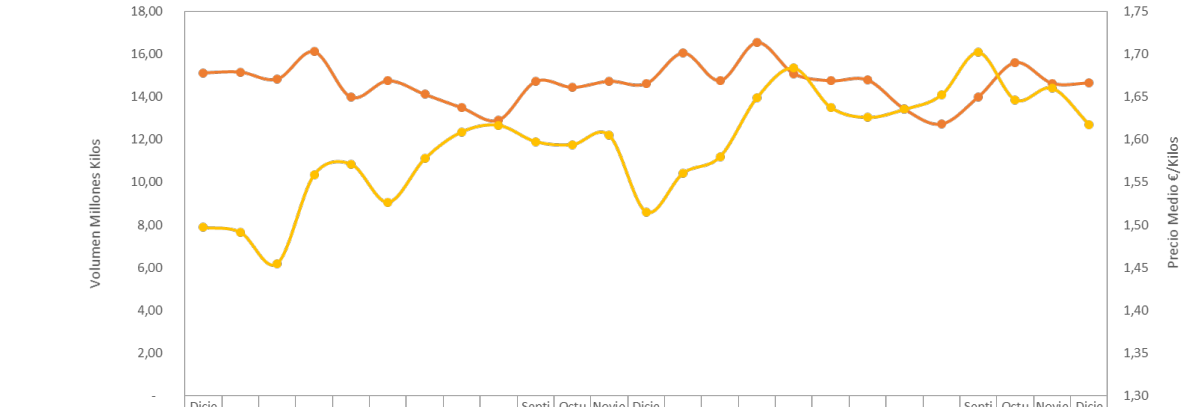
Esta categoría de alimentación representó un 0,42% del presupuesto total destinado a la compra de alimentación de los hogares.

	Consumo doméstico de Arroz en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	176.904,18	1,8%
VALOR (Miles €)	289.515,68	6,9%
CONSUMO x CÁPITA (l)	3,86	1,4%
GASTO x CÁPITA (€)	6,32	6,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,61	2,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,42	5,3%
PRECIO MEDIO (€/l)	1,64	5,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

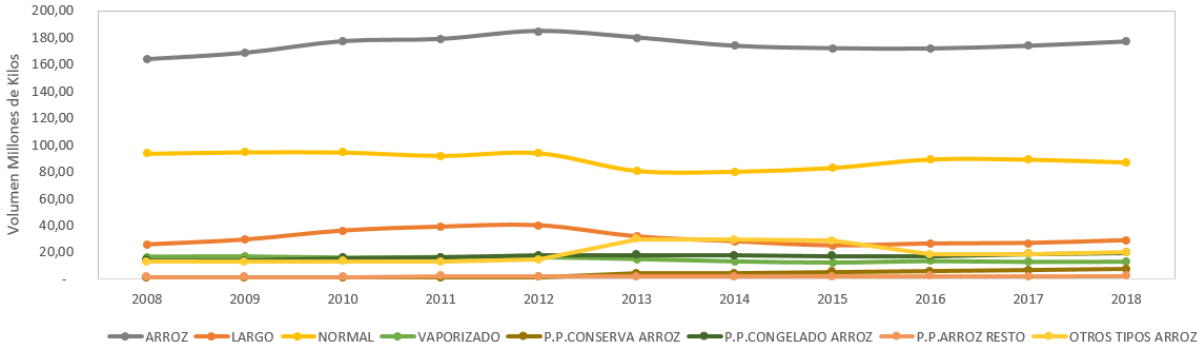


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	15,1	15,1	14,8	16,1	13,9	14,7	14,1	13,4	12,9	14,7	14,4	14,7	14,6	16,0	14,7	16,5	15,0	14,7	14,7	13,4	12,7	13,9	15,5	14,6	14,6
PRECIO MEDIO (kg)	1,50	1,49	1,45	1,56	1,57	1,53	1,58	1,61	1,62	1,60	1,59	1,60	1,52	1,56	1,58	1,65	1,68	1,64	1,63	1,64	1,65	1,70	1,65	1,66	1,62

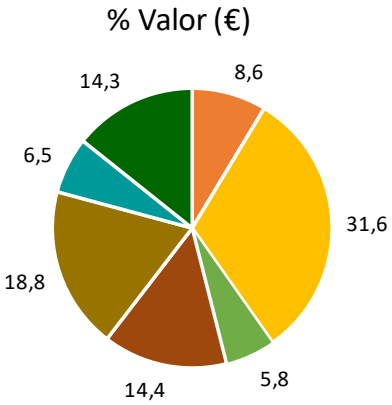
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos de aceitunas

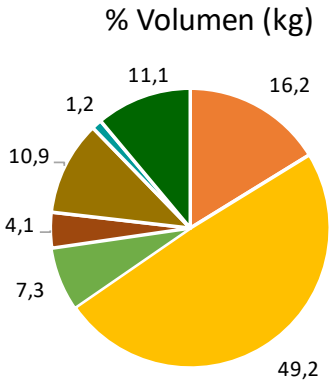


A largo plazo los datos son positivos para el consumo de arroz, especialmente si lo comparamos con el año 2008, pues el crecimiento respecto a ese año es del 7,8%.

En relación con los tipos o variedades de arroz, y si tomamos este espacio temporal (2008) los platos preparados de arroz ya sean en conserva, congelados o el resto han crecido de forma muy notable. En cuanto a los granos más clásicos como el normal y vaporizado, su evolución no ha sido positiva, en contraprestación del arroz largo que ha crecido en estos años.

- **Importancia de los tipos de arroz**





% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
ARROZ	6,9%	1,8%
LARGO	15,0%	8,1%
NORMAL	2,4%	-2,4%
VAPORIZADO	0,1%	1,0%
P.P.CONSERVA ARROZ	12,7%	13,6%
P.P.CONGELADO ARROZ	3,7%	3,5%
P.P.ARROZ RESTO	28,6%	22,3%
OTROS TIPOS ARROZ	6,5%	5,6%

El tipo de arroz normal tiene una proporción del volumen del 49,2% a cierre de año 2018, en valor representa el 31,6%. Su variación con respecto al año 2017 ha sido negativa en volumen con un retroceso en compra del 2,4% y positiva en valor con un incremento en facturación del 2,4%. El segundo tipo más demandado en los hogares es el arroz largo, representa el 16,2% del volumen, con una variación positiva con respecto al año 2017 del 8,1% de su volumen. En valor representa el 8,6% (apenas la mitad de lo que representa en volumen) y tiene un incremento del 15,0%.

Destaca el peso en volumen que tienen los platos preparados de arroz, entre los tres tipos tienen una proporción del 16,2%, si bien en valor su cuota es del 39,7%, es decir 4 de cada 10 euros de esta categoría vienen de la mano de los platos preparados. Además, su demanda es creciente por parte de los hogares, pues en comparación con el año 2017 crecen de forma significativa tanto en volumen como en valor, especialmente los platos de conserva de arroz y aquellos que no son congelados.

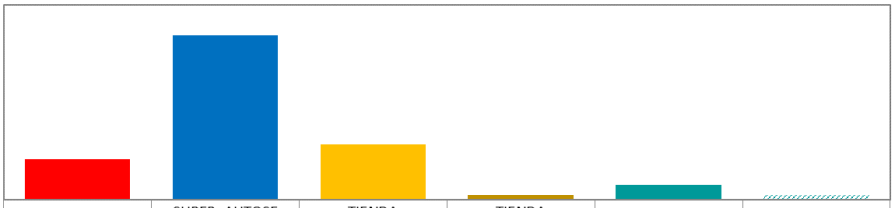
- ## Consumo per cápita de los tipos de arroz

	Consumo per cápita (l)	
	2017	**2018**
ARROZ	**3,81**	**3,86**
LARGO	0,58	0,63
NORMAL	1,95	1,90
VAPORIZADO	0,28	0,28
P.P.CONSERVA ARROZ	0,14	0,16
P.P.CONGELADO ARROZ	0,41	0,42
P.P.ARROZ RESTO	0,04	0,05
OTROS TIPOS ARROZ	0,41	0,43

A cierre de año 2018 cada individuo español consumió de media la cantidad de 3,86 kilos de arroz. Es una cantidad superior en un 1,4% a la cantidad ingerida durante el año 2017. En términos de proporción el arroz normal es el que más se consume, con una cantidad por persona y año de 1,90 kilos. El segundo tipo de arroz con mayor consumo per cápita es el arroz largo con un consumo medio aproximado de 0,63 kilogramos, se incrementa un 7,7% con respecto al año anterior.

- ## Canales

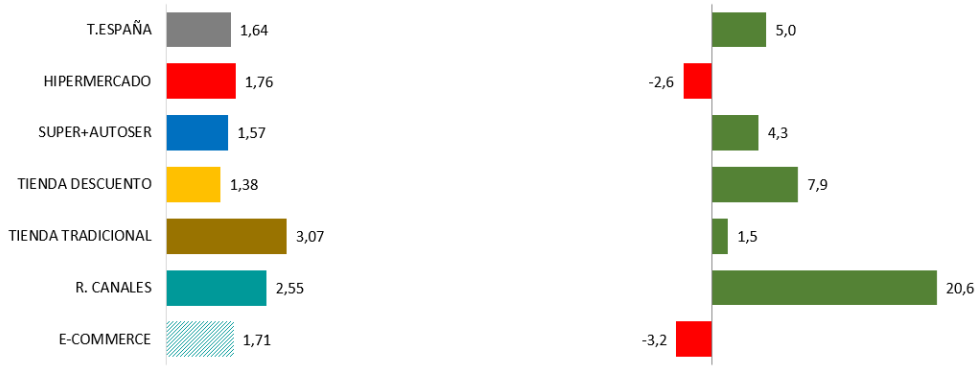
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	14,5	59,0	19,7	1,5	5,3	1,7
% EVOLUCION VOLUMEN kg	4,9	1,6	-1,5	-10,5	13,7	0,6

El supermercado y autoservicio es el canal favorito para la compra de este producto con una proporción del 59,0% de las compras y una variación de estas del 1,6% en positivo con respecto al año anterior. La tienda descuento también tiene una concentración del 19,7% de las compras de arroz, es decir 1 de cada 5 kilos comprados en 2018 para consumo doméstico se adquirieron en este canal, sin embargo, pierde intensidad de compra (-1,5%).

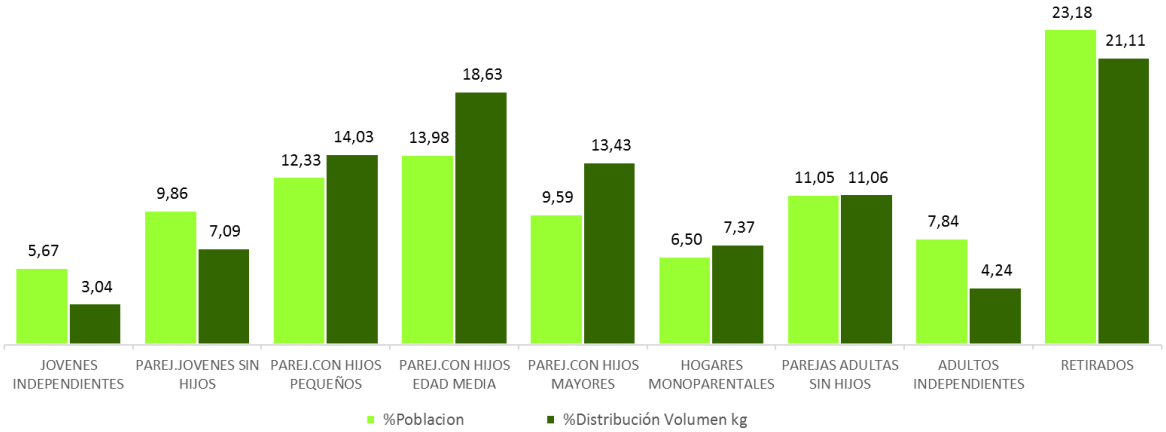
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio pagado por kilo de arroz a total España durante el año 2018 fue de 1,64 €/kg; con respecto al año 2017 el precio se encarece un 5,0%. Este encarecimiento no es evidente en todas las plataformas de distribución; el hipermercado y el e-commerce reducen el precio medio de este producto, si bien pese a esta reducción son canales que aún tienen un precio medio por encima de la media del mercado.

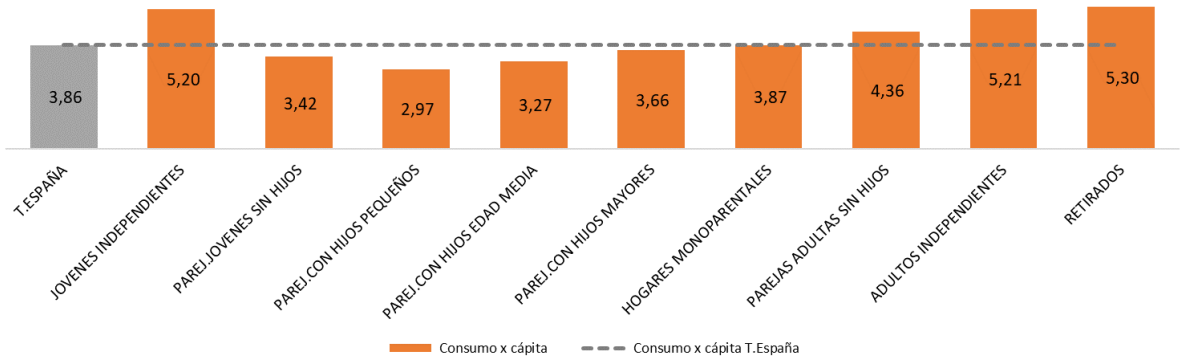
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



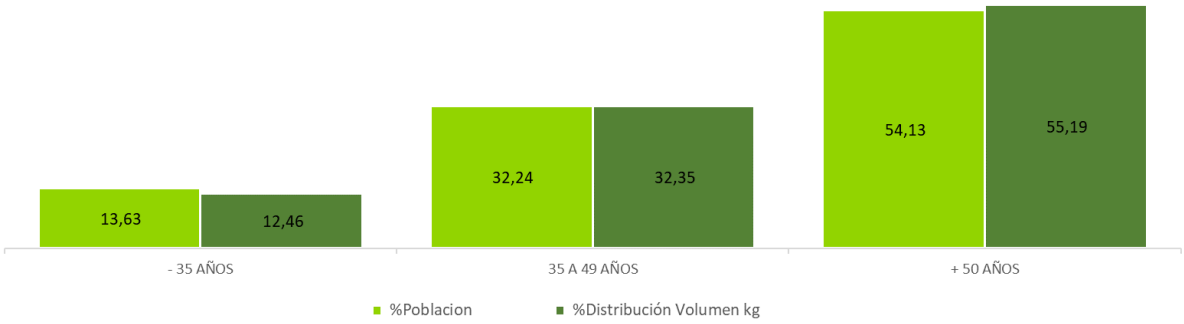
El perfil consumidor de arroz es un hogar formado por parejas con hijos, ya sean pequeños medianos o mayores, también aquellos que están formados por hogares monoparentales. Con lo que tener presencia de hijos es fundamental para este producto independientemente de la edad.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



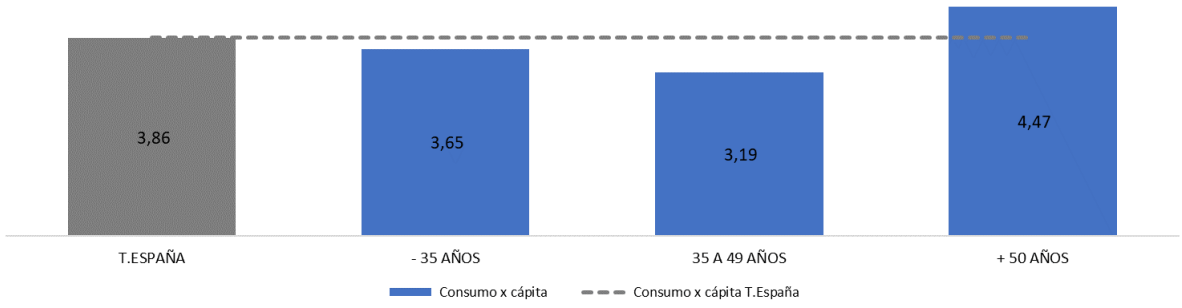
No obstante, se posicionan como los más intensivos en consumo per cápita de la categoría aquellos individuos que no tienen hijos, como los son retirados, los jóvenes y los adultos independientes. De hecho, los retirados son quienes mayor consumo hacen por año e individuo, con una ingesta un 30% mayor que la media nacional, lo que se traduce en 1,43 kilos más por persona.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



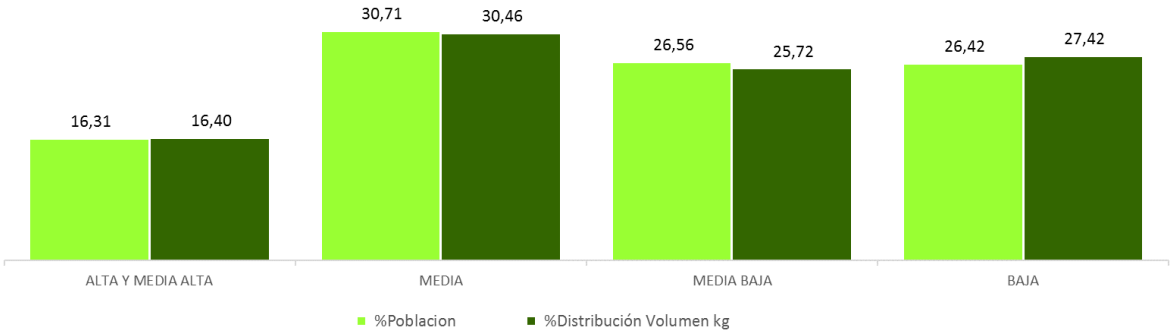
El perfil intensivo de la categoría se corresponde con hogares cuyo responsable de compra supera los 50 años de edad, ya que son responsables del 55,19% de los kilos de arroz adquiridos durante el año 2018, cuando su peso poblacional es del 54,13%.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



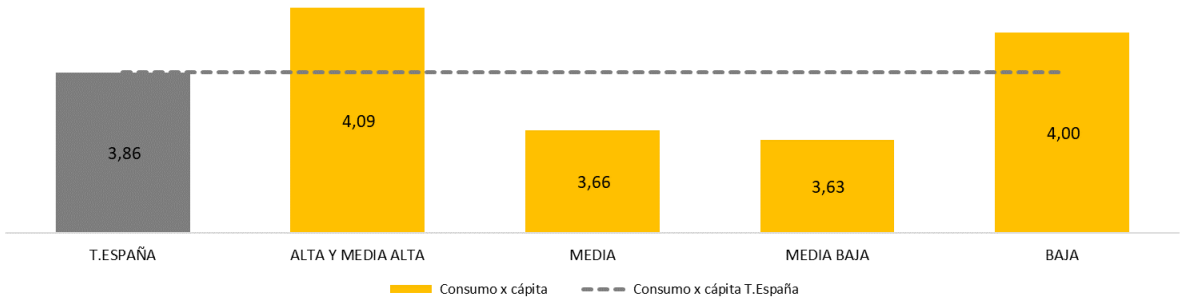
Mayores de 50 años, se conforman además como quienes mayor consumo per cápita realizan de arroz con una ingesta que supera en un 9% la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



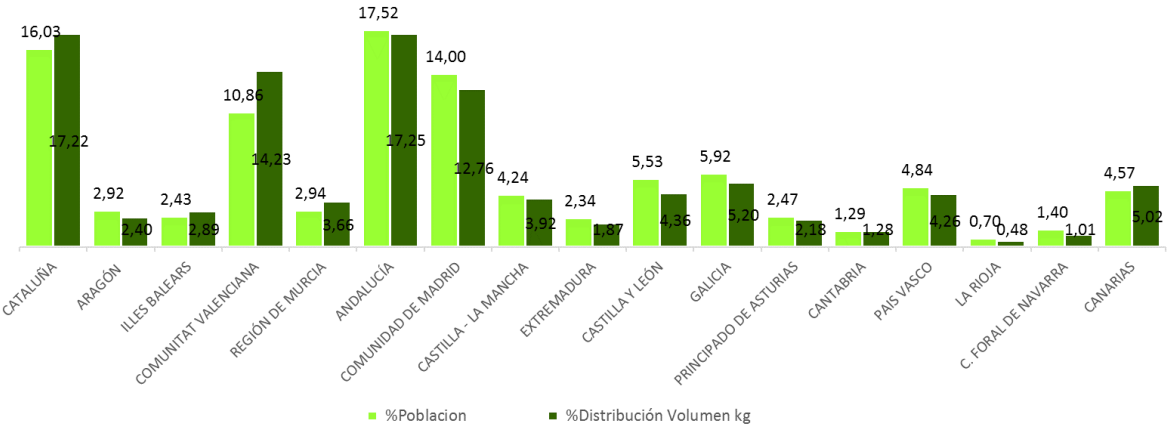
El perfil intensivo en la categoría de arroz se corresponde con un hogar de clase socioeconómica baja, pues adquieren el 27,42% de los kilos de arroz durante el año 2018, es decir un 4% más de lo que cabría esperar en base a lo que representan según su distribución de hogares.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



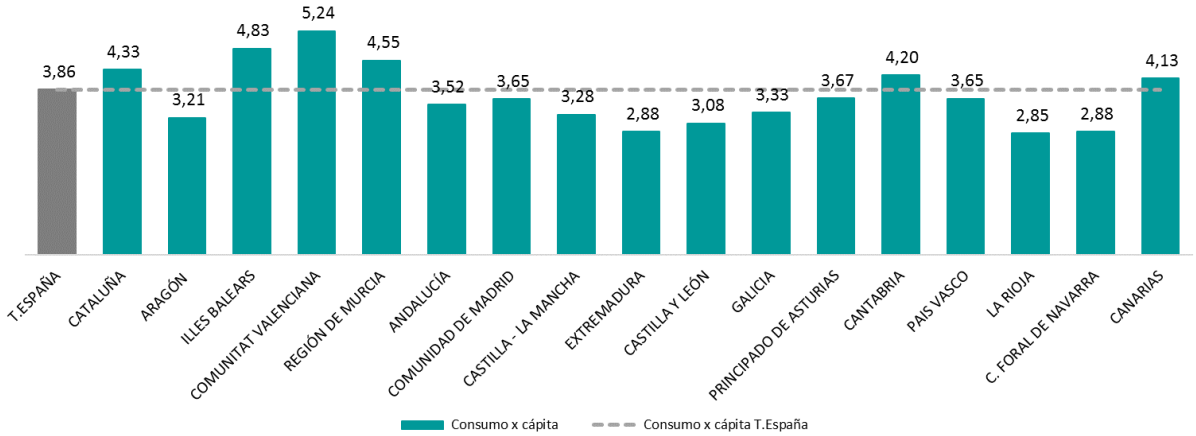
Son los individuos de clase alta y media alta, así como los de clase baja quienes se confirman como quienes realizan el mayor consumo per cápita de este producto, con un consumo que supera la media nacional que se sitúa en los 3,86 kilos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Las comunidades más intensivas en la compra de arroz son Valencia, Murcia, así como el archipiélago Balear. Por el contrario, las comunidades autónomas que realizan una menor compra de arroz en base a lo que cabría esperar por su peso poblacional son La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Coincide en este sentido que sean aquellas comunidades autónomas intensivas en compra con los individuos intensos en el consumo per cápita de arroz, pues en el caso de Illes Balears, Valencia y Murcia, el consumo per cápita es superior a la media nacional.

En el caso de Cataluña, Cantabria y Canarias, los individuos también superan a la media nacional, que como se aprecia en el gráfico se sitúa en los 3,86 kilos por persona y año.

3.4 BEBIDAS

En este capítulo se incluyen los siguientes tipos de bebidas, bebidas derivadas del vino, vinos, cerveza, sidras, agua envasada, gaseosas y bebidas refrescantes, bebidas espirituosas, zumos y néctares.

3.4.1 TOTAL BEBIDAS

- **Resultados globales**

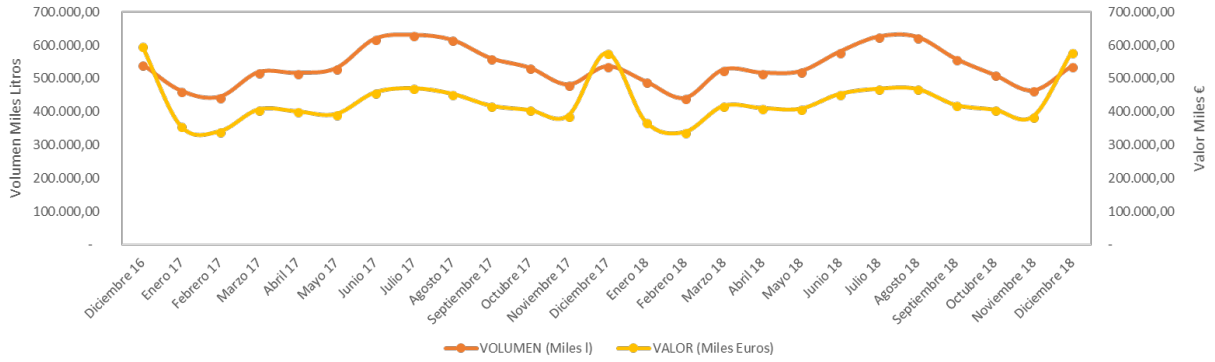
Los hogares españoles consumieron en general menos bebidas durante el año 2018, si lo comparamos con el año inmediatamente anterior en una proporción del 0,8%. En valor, sin embargo, crece un 1,2%, como consecuencia de impacto que tiene la variación del precio medio. Durante el año 2018 el precio medio general para el total segmento de bebidas se sitúo en los 0,80 € el litro, suponiendo un incremento con respecto al año anterior de un 2,0%.

Los hogares destinan a la compra de bebidas el 7,49% del presupuesto medio de un hogar para la compra total de alimentación y bebidas. Esto implica que cada individuo gasta de media en la compra de esta categoría la cantidad de 112,11€ de media, una cantidad que varía con respecto al año anterior en un 0,8%.

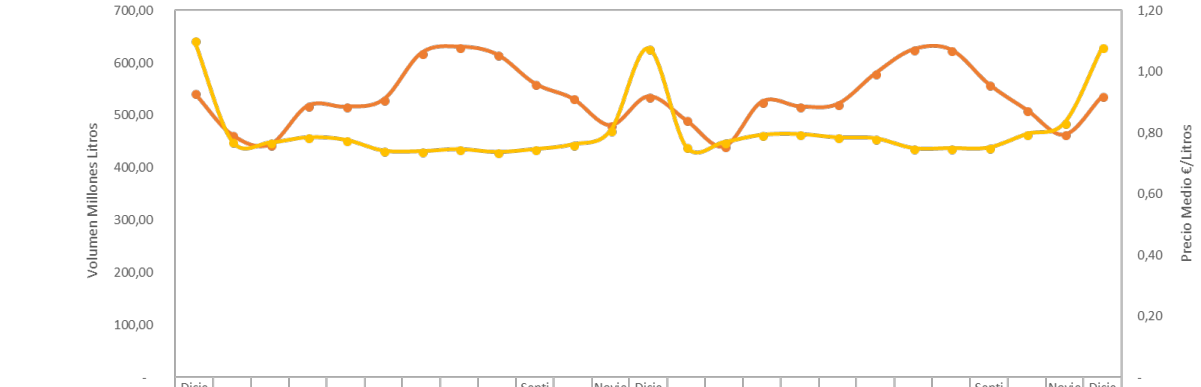
Por su parte, el consumo per cápita fue de 139,76 litros por persona, una cantidad que se reduce un 1,2% con respecto a los doce meses previos.

	Consumo doméstico de Total Bebidas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	6.398.166,53	-0,8%
VALOR (Miles €)	5.132.411,67	1,2%
CONSUMO x CAPITA (l)	139,76	-1,2%
GASTO x capita (€)	112,11	0,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	22,20	-0,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	7,49	-0,4%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,80	2,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)

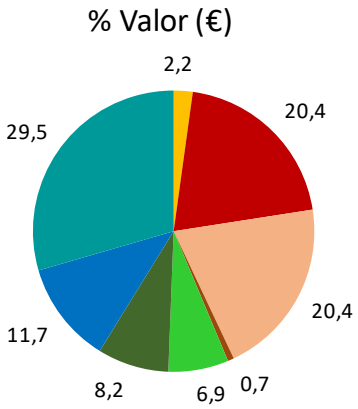


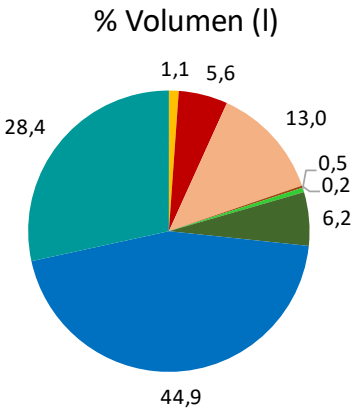
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	543,	463,	444,	518,	516,	530,	618,	630,	615,	560,	532,	481,	536,	490,	441,	526,	517,	521,	580,	625,	624,	559,	510,	463,	537,
PRECIO MEDIO (l)	1,10	0,77	0,77	0,78	0,78	0,74	0,74	0,75	0,74	0,75	0,76	0,81	1,07	0,75	0,77	0,79	0,80	0,78	0,78	0,75	0,75	0,75	0,80	0,83	1,08

Los meses de verano tienen siempre mayor impacto en litros debido al efecto del calor y a su impacto en bebidas refrescantes y aguas. Sin embargo, la curvatura pronunciada en valor durante el mes de diciembre se debe al impacto que tienen aquellas bebidas con un valor más alto como son los vinos y las bebidas espirituosas y cuya demanda se intensifica en estas fechas coincidiendo con la navidad.

- ## Importancia de los tipos de bebidas

El agua es el tipo de bebida que ocupa mayor proporción de volumen dentro del segmento de bebidas con el 44,9% de los litros, si bien su cuota en valor es menor (11,7%) como consecuencia de su bajo precio medio, como veremos más adelante en el capítulo destinado a esta bebida. Durante el año 2018 se adquirió más agua por parte de los hogares (+2,6%), si bien, su facturación retrocedió respecto al dato registrado en el año anterior (-1,4%).





% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL BEBIDAS	1,2%	-0,8%
BEBIDAS DERIVADAS VI	1,2%	-4,6%
TOTAL VINOS	4,0%	-2,4%
CERVEZAS	2,0%	-1,6%
SIDRAS	38,2%	22,8%
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	-1,4%	-1,4%
TOTAL ZUMO Y NECTAR	-3,1%	-6,2%
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	3,2%	2,6%
GASEOSAS Y BEBID.REFR	-0,8%	-4,0%

Las gaseosas y bebidas refrescantes son por orden de importancia las segundas bebidas con mayor cuota en volumen, y en valor son las que más aportan al total bebidas. (+28,4% y +29,5% respectivamente). Su evolución durante el año 2018 ha sido negativa para ambos indicadores, pues retrocede tanto en volumen (-4,0%) como en valor (-3,1%).

Los vinos y las cervezas aportan 1 de cada 5 euros de facturación de forma respectiva. Su participación en volumen es diferente. Los vinos tienen una cuota del 5,6% en volumen, mientras que la cerveza es responsable del 13% de los litros sobre el total bebidas. De igual manera, decrecen en volumen, mientras que ambos tipos de bebidas crecieron en valor a cierre de año 2018.

El año 2018, fue un año muy favorable para la sidra. Aunque su cuota aún es pequeña con respecto a otros tipos de bebida, consigue crece en volumen un 22,8% mientras que en valor su evolución es más contenida (+4,0%).

Los zumos y néctares, pierden peso en volumen durante el año 2018 (-6,2%), mientras que en valor crecen a doble dígito +38,2%, como consecuencia del incremento de aquellos como refrigerados con una prima de precio más alto, lo cual repercute en el valor total del segmento.

- ## Consumo per cápita de los tipos de bebidas

	Consumo per cápita (l)	
	2017	**2018**
TOTAL BEBIDAS	**141,40**	**139,76**
BEBIDAS DERIVADAS VI	1,66	1,57
TOTAL VINOS	8,11	7,89
CERVEZAS	18,50	18,14
SIDRAS	0,28	0,35
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	0,74	0,73
TOTAL ZUMO Y NECTAR	9,20	8,60
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	61,37	62,76
GASEOSAS	3,31	2,99
BEBIDAS REFRESCANTES	38,22	36,73

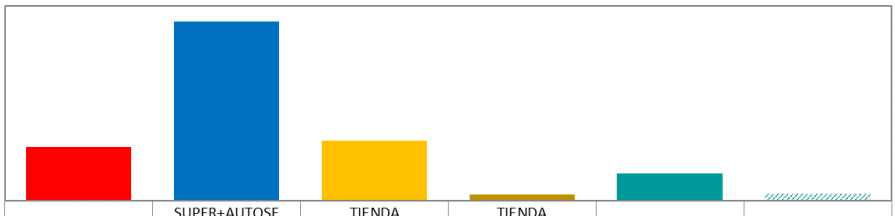
El consumo medio por persona de bebidas a cierre de año 2018 fue de 139,76, merma con respecto al año 2017 un 1,2%, lo que se traduce en 1,64 litros menos ingeridos por persona y año.

El agua es el tipo de bebida con mayor ingesta por persona, 62,76 litros por persona y año, se incrementa además en estos doce meses un 2,3%. Le siguen las bebidas refrescantes con una cantidad media ingerida de 39,72, si bien se reduce la ingesta en un 4,4%, es decir, 1,81 litros menos ingeridos por persona de este tipo de bebidas durante el año 2018.

El tercer tipo de bebida que cuenta con una proporción alta de consumo per cápita es la cerveza. Cada individuo consumió durante el año 2018 la cantidad de 18,14 litros de cerveza, si bien también se reduce con respecto al dato registrado durante el año 2017.

Se incrementa el consumo per cápita de sidra (+22,3%) pasado de 0,28 litros por persona y año a los actuales 0,35 litros.

- ## Canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	16,4	55,3	18,3	1,7	8,2	2,1
% EVOLUCION VOLUMEN (l)	-4,1	0,0	-1,9	-10,8	5,7	9,9

Más de la mitad de los litros de bebidas que se adquieren para consumo doméstico, se adquieren en el canal supermercado y autoservicio. También cuenta con una importante proporción de

volumen el hipermercado y las tiendas descuento (16,4% y 18,3%) si bien, pierden peso con respecto al volumen registrado el año anterior.

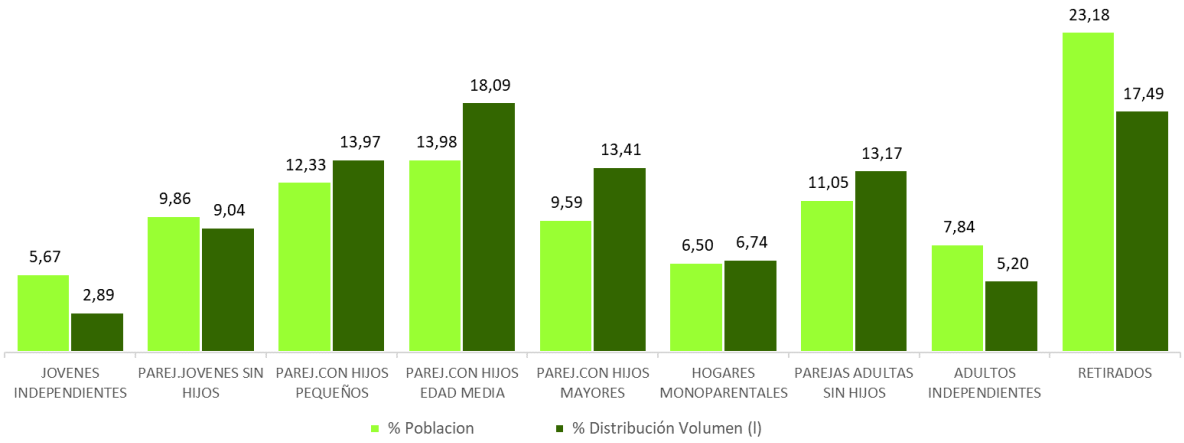
Tan solo evoluciona en positivo el resto de canales y el e-commerce, si bien, aún no representan 1 de cada 10 kilos sobre el total.



El precio medio para las bebidas se cerró en 0,80€-litro, se encarece con respecto al año anterior un 2,0%. Todos los canales encarecen el precio excepto el resto canales (-0,7%). Tienda tradicional, canal con el precio medio más alto (1,17€-litro). Tienda descuento, se confirma como el canal con el precio medio más competitivo 0,72€-litro.

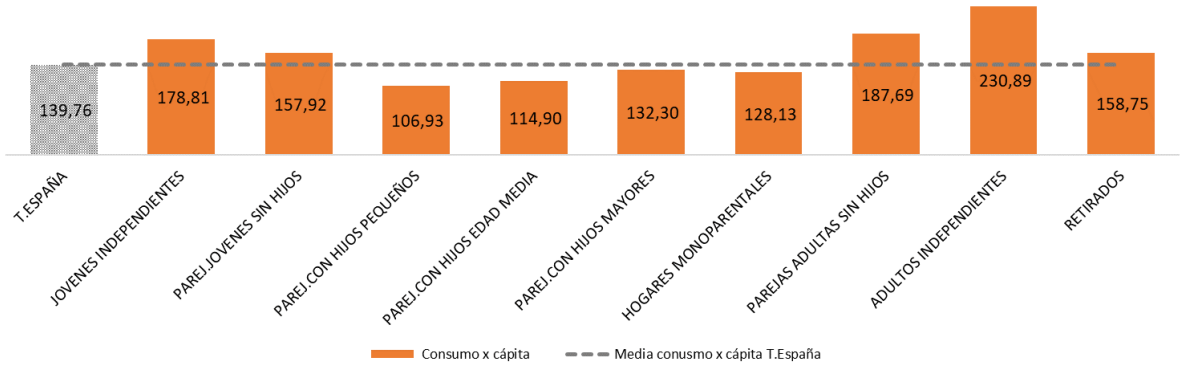
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



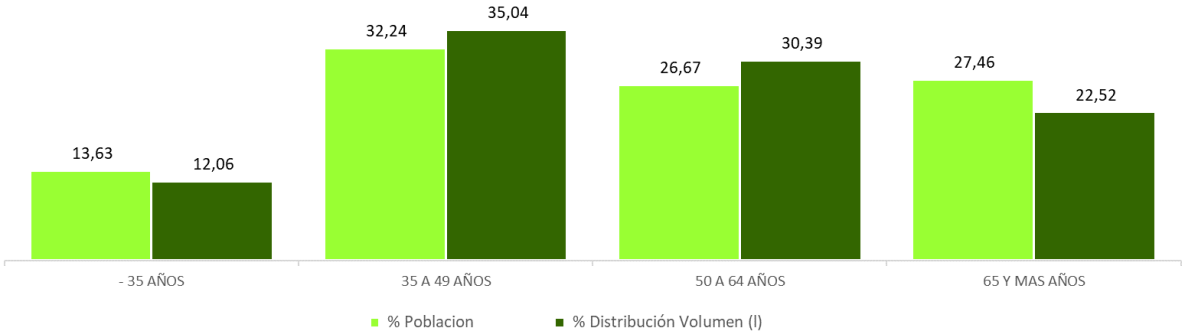
Se corresponde con un hogar intensivo en la compra de bebidas, el hogar formado por parejas con hijos mayores al igual que medianos, parejas adultas sin hijos o con ellos pequeños. Por el contrario, los jóvenes independientes, o adultos independientes son poco intensivos en la compra de bebidas.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



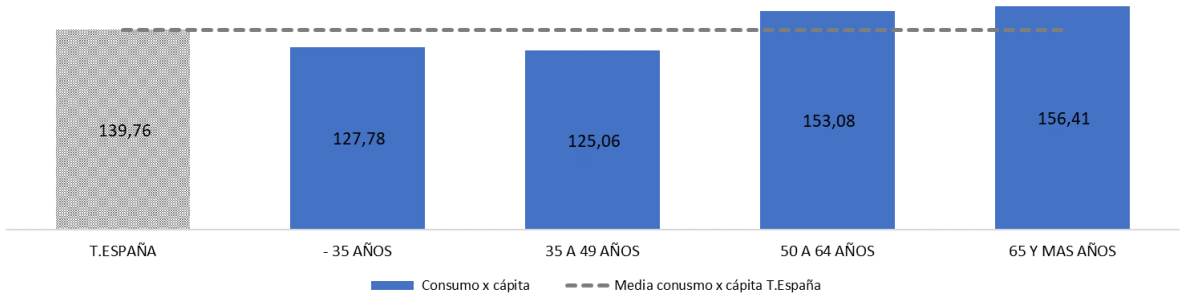
Los hogares con un consumo per cápita superior a la media son: jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, parejas adultas sin hijos, y retirados. Son los adultos independientes quienes se sitúan con el mayor consumo per cápita de todo el territorio, con una ingesta que supera la media en un 65,2%.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



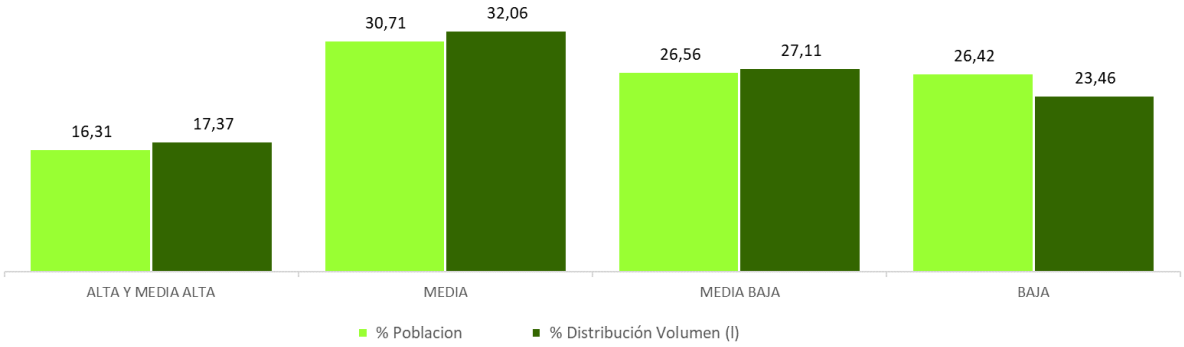
El perfil intensivo de compra de bebidas se corresponde con un hogar que tiene una edad comprendida entre los 35 y 64 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



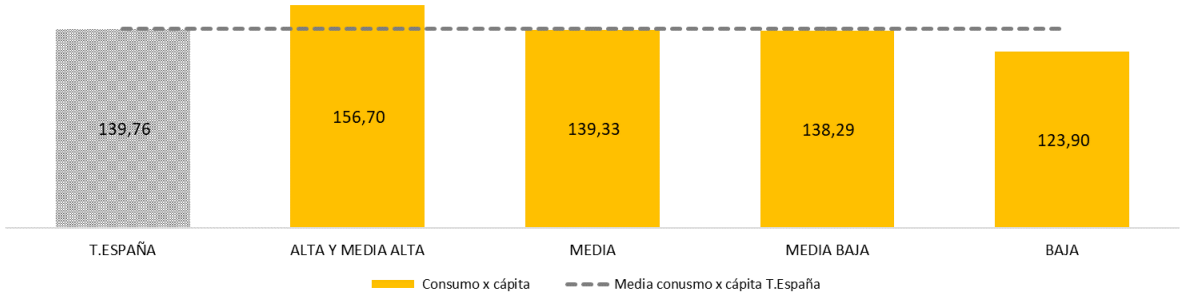
Son los mayores de 50 años quienes tienen el consumo per cápita más alto de bebidas, destacan especialmente aquellos que tienen más de 65, con un consumo superior en 11,9% la media (139,76 litros por persona y año).

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



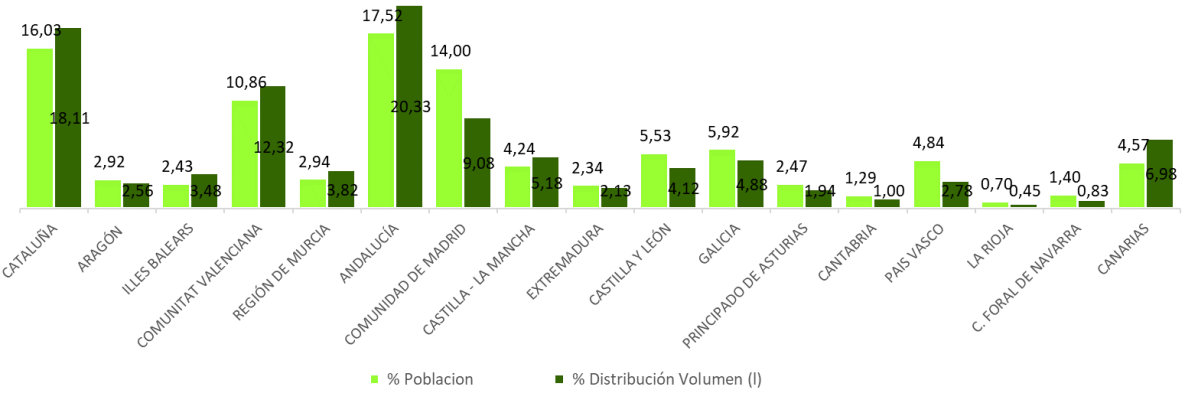
Excepto los hogares de clase baja que no llegan a adquirir en volumen su peso poblacional, los demás si pueden definirse como hogares intensivos de compra de la categoría de bebidas.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



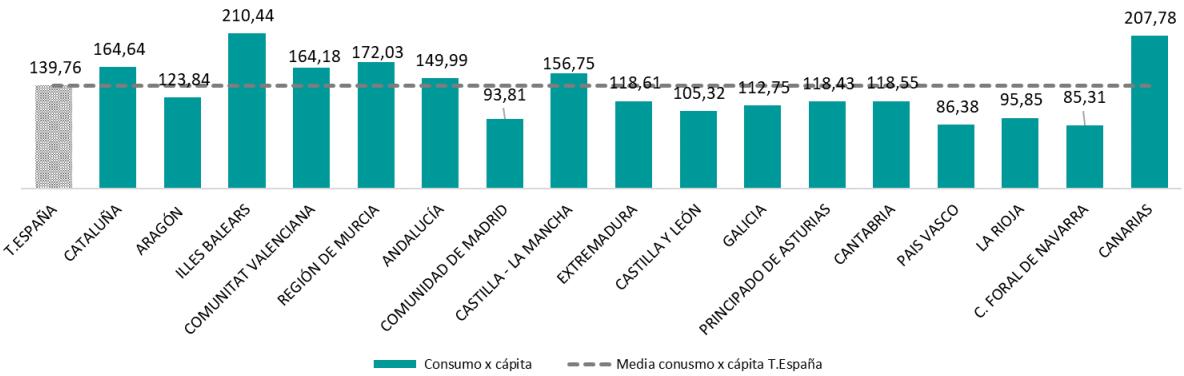
Los hogares clasificados en clase alta y media alta son quienes tienen el consumo per cápita más alto de la categoría de bebidas, su consumo super la media en un 12,1%.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



País Vasco, La Comunidad Foral de Navarra al igual que la Rioja son quienes menor compra realizan de bebidas. Por el contrario son Canarias, Illes Balears y la Región de Murcia quienes se conforman como CCAA intensivas en la compra de bebidas.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los habitantes de Illes Balears son quienes realizan el mayor consumo per cápita de bebidas de todo el territorio nacional. Su consumo se sitúa por encima de la media (139,76 litros/persona/año). Lo superan en una proporción del 50,6% lo cual implica que consumen de media 70,68 litros más durante un año. Otras comunidades autónomas con un consumo superior a la media son: Cataluña, Comunitat Valenciana, Región de Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha y Canarias.

3.4.2 TOTAL VINO

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos: vinos tranquilos con DOP, vinos espumosos (incluido Cava) y gasificados con DOP, resto vinos con DOP (vinos de aguja, vinos de licor, otros vinos con DOP), vinos con IGP, vinos sin DOP / IGP.

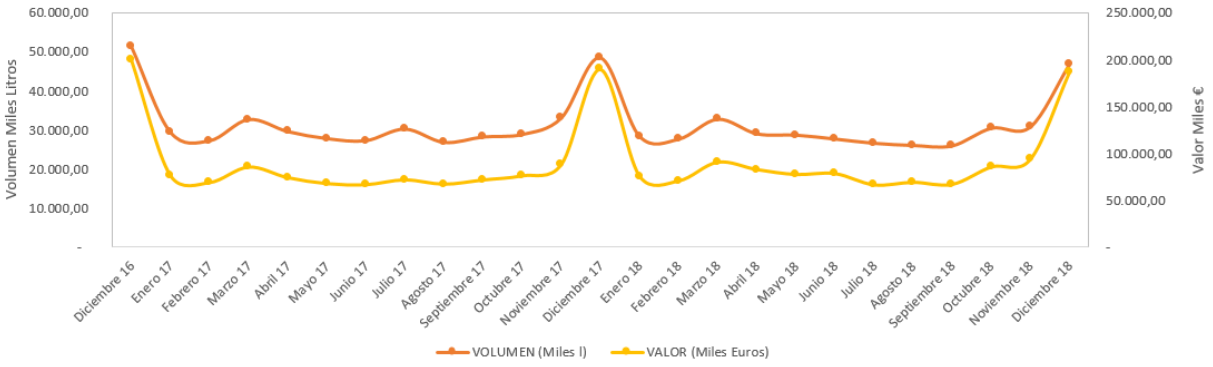
- **Resultados totales**

El consumo doméstico de total vinos a lo largo del año 2018 disminuyó un 2,4% con respecto a 2017. Contrariamente, el valor de la categoría aumenta 4 puntos porcentuales debido a la relación directa de esta variable con el precio medio, que cierra el periodo en 2,89€/l, lo que se corresponde con un incremento del +6,6% respecto al año anterior.

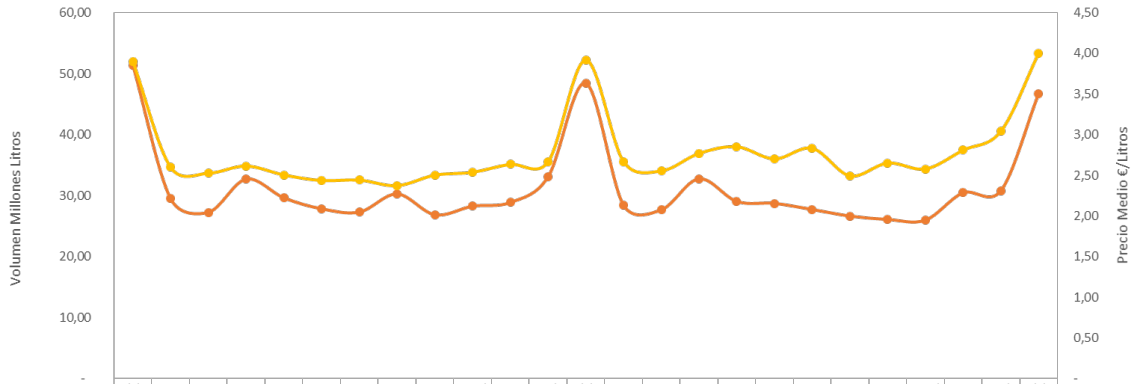
Los hogares españoles destinan a la compra de vinos el 1,52% de su presupuesto para alimentación y bebidas, lo que supone un gasto per cápita de 22,82€/persona/año (+3,7% en relación con 2017). El consumo medio sin embargo se situó un 2,8% por debajo cerrando en los 7,89 litros por persona y año.

	2018	
	Consumo Doméstico de Total Vinos	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	361.080,99	-2,4%
VALOR (Miles €)	1.044.863,14	4,0%
CONSUMO x CAPITA (l)	7,89	-2,8%
GASTO x capita (€)	22,82	3,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,25	-2,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,52	2,5%
PRECIO MEDIO (€/l)	2,89	6,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

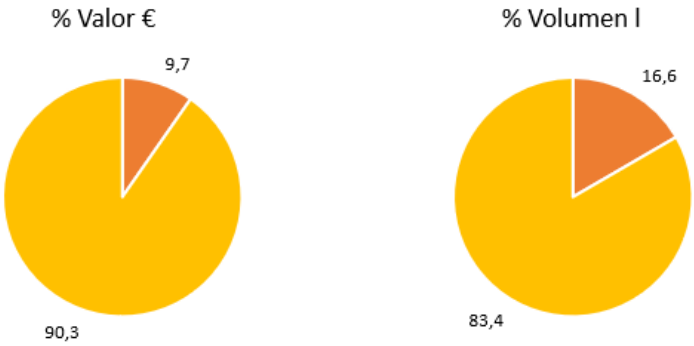


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	51,37	29,48	27,26	32,70	29,63	27,84	27,30	30,27	26,86	28,26	28,88	33,07	48,44	28,43	27,67	32,76	29,05	28,73	27,73	26,65	26,09	25,98	30,47	30,81	46,71
PRECIO MEDIO (l)	3,90	2,60	2,53	2,61	2,50	2,44	2,44	2,37	2,50	2,54	2,64	2,66	3,92	2,67	2,55	2,77	2,85	2,70	2,83	2,49	2,65	2,58	2,81	3,04	4,00

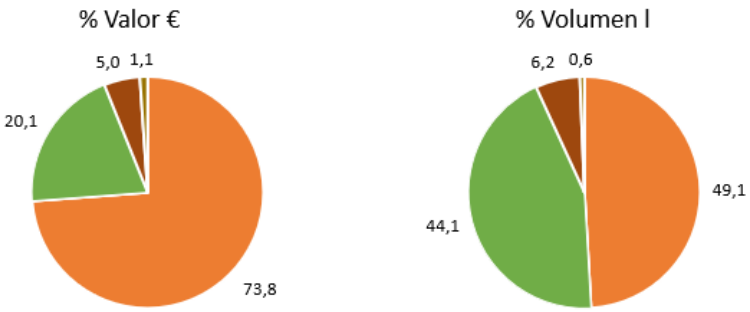
- **Importancia de los tipos de vinos**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
T.VINOS Y DERIVADOS	3,8%	-2,8%
BEBIDAS DERIVADAS VI	1,2%	-4,6%
TOTAL VINOS	4,0%	-2,4%

En función de la clasificación realizada de la categoría de vinos, podemos ver cómo se reparte el mercado. Tengamos en cuenta que actualmente estamos analizando el total vinos, pero históricamente se ha englobado dentro de un mercado más amplio que aunaba los vinos con las bebidas derivadas de vino.

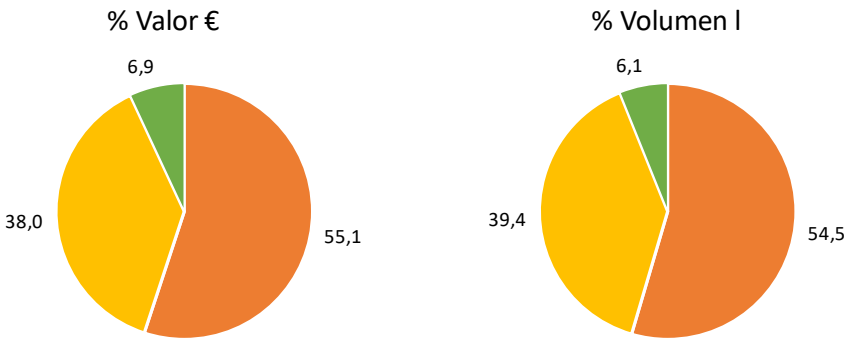
No obstante, como puede verse en el gráfico de arriba, la cuota tanto en volumen como en valor para los vinos es mayoritaria, siendo su participación del volumen de un 83,4% y en valor del 90,3%. La tendencia es igual para ambos segmentos, disminuye el volumen y crece el valor.



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL VINOS	4,0%	-2,4%
VINOS CON DOP	2,3%	-2,3%
OTROS VINOS CON DOP	-	-
VINO SIN DOP/IGP	2,4%	-7,4%
VINOS CON I.G.P.	58,5%	60,1%
OT.VINOS SIN DOP/IG	-10,1%	-18,1%

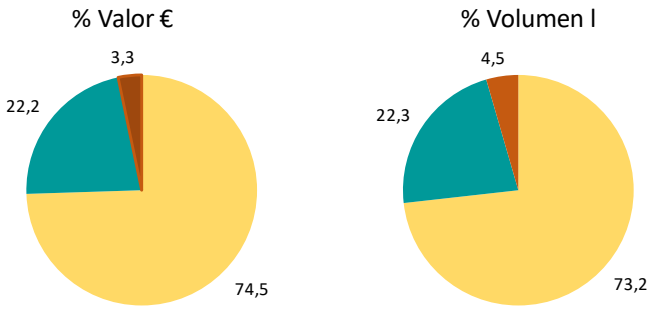
Atendiendo a las diferentes categorías en las que se clasifica el vino, los vinos con denominación de origen protegida (DOP) abarcan un 49,1% del total de los litros y un 73,8% de la facturación, mientras que los vinos con indicación geográfica protegida tan solo representan un 6,2% del

volumen total y un 5,0% del valor. Así, aquellos que son vinos sin DOP/IGP cuentan con una cuota en volumen del 44,1% y del 20,1% en valor.



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
VINO SIN DOP/IGP	2,3%	-7,4%
TINTO	-5,4%	-10,1%
BLANCO	17,3%	-1,3%
ROSADO	-3,3%	-18,0%

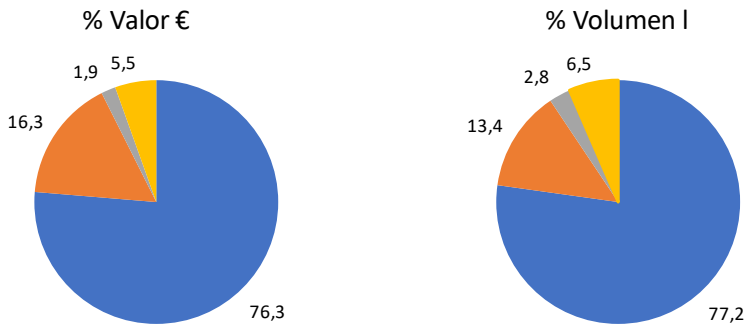
En referencia a las distintas variedades de vino sin DOP/IGP, el tinto y el blanco son las más consumidas, representando el 54,5% y 39,4% respectivamente, aunque ambas sufren una reducción de la compra, de -10,1% en el caso del tinto y de -1,3% en el del blanco. En valor sus cuotas son similares (55,1% en el caso del tinto y 38,0% en la del blanco) destacando el crecimiento en 17,3 puntos porcentuales de la facturación del vino blanco. Respecto al vino rosado, acumula el 6,1% restante del volumen y el 6,9% restante del valor, sufriendo además contracciones en ambas variables en este año.



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
VINOS TRANQUILOS	4,9%	-0,7%
TRANQUILO TINTO	3,9%	-0,5%
TRANQUILO BLANCO	8,5%	-1,4%
TRANQUILO ROSADO	4,3%	1,0%

Con relación a los vinos tranquilos, es decir la parte de los vinos con DOP/IGP que se pueden clasificar por los tipos de vino tinto, blanco y rosado la variación con respecto al año anterior es positiva en volumen, pero no lo es valor. Se adquieren más vinos para consumo doméstico en una proporción del 4,9%, si bien el dato en valor es decreciente. Son los vinos tintos quienes

lideran el mercado con una cuota del 73,2%, siendo algo mayor su cuota en valor. Los vinos tranquilos blancos son los segundos por orden de elección ya que su cuota es del 22,3% en volumen y en valor del 22,2%. La tendencia para el vino tranquilo rosado es creciente tanto en volumen como en valor.



% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
VINOS CON DOP	2,3%	-2,3%
VINOS TRANQUILOS	4,9%	-0,7%
ESPUM(INC CAVA)+GAS	-6,6%	-9,5%
VINOS DE AGUJA	-17,0%	-21,2%
VINOS LICOROSOS	5,0%	5,1%

Tal como hemos comentado anteriormente los vinos con DOP, representan el 49,1% del volumen total de vinos, siendo su evolución negativa en el año 2018. Por su parte se segmentan en cuatro tipos de caldos, por un lado, con el 77,2% de los litros en vinos tranquilos, con casi tres cuartas partes de la facturación (76,3%). En este año 2018, han crecido en valor, pero no se ha incrementado el volumen de estos.

Los espumosos donde además se incluyen los cavas así como las bebidas gasificadas, tienen una proporción del volumen del 13,4%, siendo su cuota en valor algo superior, alcanzando el 16,3% de la facturación. Si bien, el año 2018 no fue incremental ni para el volumen ni para el valor. Los vinos de aguja y los vinos licorosos tienen una cuota menor, si bien la tendencia es dispar para estos caldos. Aumenta la demanda doméstica en el caso de los vinos licorosos, mientras que disminuye en el caso de los vinos de aguja.

- **Consumo per cápita de los tipos de vinos**

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
BEBIDAS DERIVADAS VI	1,66	1,57
TOTAL VINOS	8,11	7,89

Contracción del consumo per cápita para el mercado no solo de vinos, sino que lo es también para las bebidas derivadas de vino.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
TOTAL VINOS	**8,11**	**7,89**
VINOS CON DOP	3,98	3,87
OTROS VINOS CON DOP	0,00	0,00
VINO SIN DOP/IGP	3,76	3,47
VINOS CON I.G.P.	0,31	0,49
OT.VINOS SIN DOP/IG	0,06	0,05

En líneas generales se reduce la cantidad ingerida por persona y año, siendo actualmente la cantidad de vino menor de 8 litros por persona y año dentro de los hogares, decrece el consumo per cápita un 2,8%. Dentro de los diferentes segmentos de vino, son los caldos con DOP aquellos que mantienen el consumo per cápita más alto de la categoría, pese a reducirse durante el año 2018.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
VINO SIN DOP/IGP	**3,76**	**3,47**
TINTO	2,11	1,89
BLANCO	1,39	1,37
ROSADO	0,26	0,21

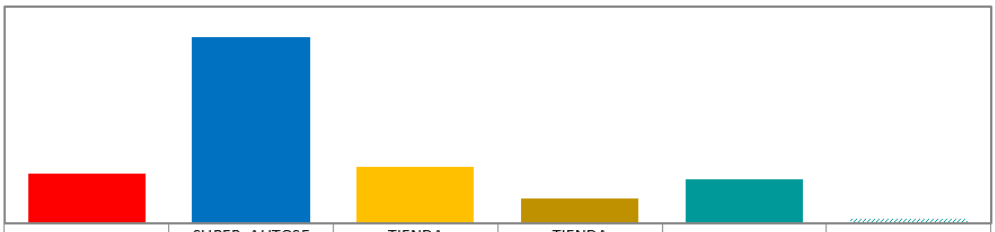
De entre los vinos sin denominación de origen protegida o sin identificación geográfica protegida son los vinos tintos quienes gozan de un mayor consumo per cápita. En este aspecto, tampoco hay variación al alza.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
VINOS TRANQUILOS	**3,02**	**2,99**
TRANQUILO TINTO	2,21	2,19
TRANQUILO BLANCO	0,68	0,67
TRANQUILO ROSADO	0,13	0,13

Siguen siendo los vinos del tipo tinto quienes gozan de mayor popularidad en los hogares como se podía observar en los gráficos anteriores, es por ello por lo que consiguen tener más adeptos, pues es muy diferencial la cantidad media ingerida por persona y año de estudio.

- **Canales**

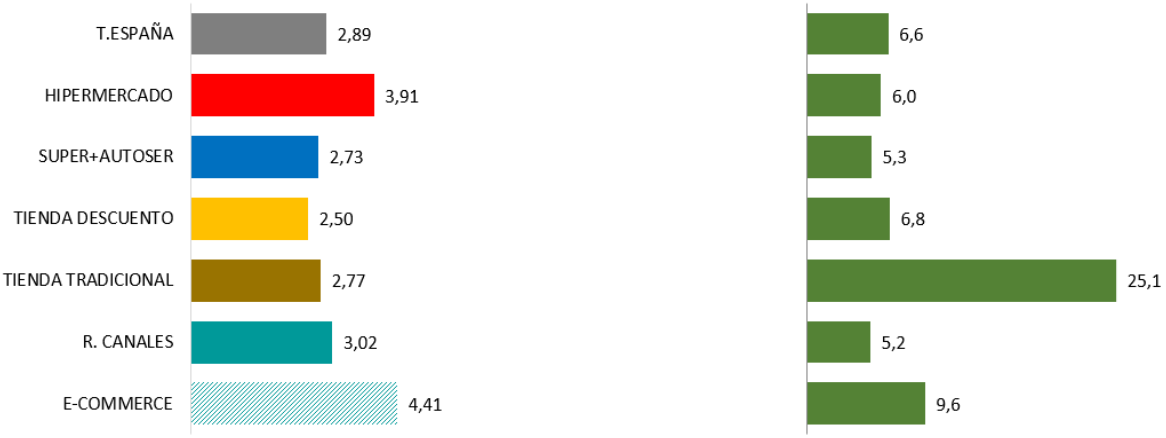
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	13,8	51,8	15,5	6,9	12,1	1,3
% EVOLUCION VOLUMEN I	-3,6	-2,7	-0,9	-1,8	-1,9	14,1

El 81,0% de las compras de vinos se llevan a cabo dentro del canal dinámico, manteniendo su cuota estable en comparación con el 2017 (-0,1%). El supermercado y autoservicio es el canal principal para la compra de esta bebida con el 51,8% del volumen, aunque presenta una variación negativa en comparación con el año anterior (-2,7%). De hecho, todos los canales sufren una contracción en su volumen de compra, siendo la mayor de todas del -3,6% en el hipermercado. El e-commerce es el único canal cuya cuota se incrementa en este periodo (+14,1%) aunque solo representa un 1,3% del total.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio del mercado se sitúa en los 2,89€/l, con un aumento respecto a 2017 del +6,6%. Este incremento se observa en todas las plataformas de distribución. En canales como la tienda de descuento (+6,8%), e-commerce (+9,6%) y tienda tradicional (25,1%) los aumentos se sitúan por encima de la media. El e-commerce es precisamente el canal con el precio menos competitivo (4,41€/litro) seguido del hipermercado (3,91€/litro). A pesar de ser el del mayor incremento en comparación con 2016. Estos resultan respectivamente un 52,4% y 35,1% más caros que la media del mercado. En el lado contrario está la tienda de descuento, cuyo precio (250€/litro), a pesar de haberse incrementado un +6,8%, equivale a pagar 0,39€ menos por litro.

- **Demográficos**

Total Vinos	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**7,89**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,02	9,68
MEDIA	30,71	33,45	8,21
MEDIA BAJA	26,56	23,89	6,88
BAJA	26,42	23,63	7,04
- 35 AÑOS	13,63	4,45	2,66
35 A 49 AÑOS	32,24	22,05	4,44
+ 50 AÑOS	54,13	73,50	12,16
CATALUÑA	16,03	22,21	11,39
ARAGON	2,92	2,07	5,65
BALEARES	2,43	3,41	11,63
VALENCIA	10,86	8,58	6,46
MURCIA	2,94	2,42	6,14
T.ANDALUCIA	17,52	16,78	6,99
MADRID	14,00	11,99	6,99
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,48	5,94
EXTREMADURA	2,34	1,77	5,55
CASTILLA LEON	5,53	4,86	7,01
GALICIA	5,92	7,37	9,61
ASTURIAS	2,47	3,23	11,09
CANTABRIA	1,29	1,24	8,31
PAIS VASCO	4,84	4,89	8,57
LA RIOJA	0,70	0,41	4,88
NAVARRA	1,40	0,88	5,11
CANARIAS	4,57	4,42	7,42
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,01	7,00
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,67	4,61
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	5,37	2,32
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	12,28	4,40
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,22	7,91
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,78	5,13
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	19,11	15,38
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,33	15,86
RETIRADOS	23,18	31,23	16,00

El perfil de hogar consumidor por clase socieconómica de vino se corresponde con hogares de clase media y alta/media-alta, pues compran más volumen que el que les corresponde por su peso poblacional. Estos son además los hogares con un mayor consumo per cápita más alto de este producto, siendo en el caso de los de clase alta/media-alta un consumo un 22,8% superior a la media nacional, el equivalente a 1,8 litros más por persona.

En lo que respecta a la edad del responsable de las compras, son los mayores de 50 años quienes conforman el perfil consumidor de vino, pues son responsables de la compra del 73,5% de los litros cuando su peso poblacional es de un 54,1% del total de los hogares. También son quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría con un consumo medio aproximado de 12,16 litros/persona/año, una cantidad un 54,2% superior a la media nacional.

El perfil intensivo en la compra de este tipo de bebida es un hogar formado por parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores, o retirados. Son estos últimos quienes realizan el mayor consumo per cápita de vino con una ingesta de 16,00 litros/persona/año, una cantidad superior en 8,11 litros por persona más que la media nacional.

La Comunidad Autónoma que realiza un mayor consumo per cápita de vino es Illes Balears, que es responsable de la compra de un 51% de los litros. Illes Balears es sin embargo la que registra el mayor consumo per cápita: 11,63 litros, 3,75 litros más que la media a nivel total España. Además, también adquiere mayor volumen de esta variedad de bebida en comparación a su peso poblacional (3,4% vs 2,4% de su peso poblacional).

Por otro lado, La Rioja se posiciona como una Comunidad autónoma que adquiere poco vino en relación con su peso poblacional (0,4% vs 0,7% de su peso poblacional). Además, el consumo per cápita de estos individuos es menor que a nivel total España (3,01 litros menos).

3.4.3 CERVEZA

En esta categoría se incluyen cervezas con alcohol y cervezas sin alcohol.

- **Resultados totales**

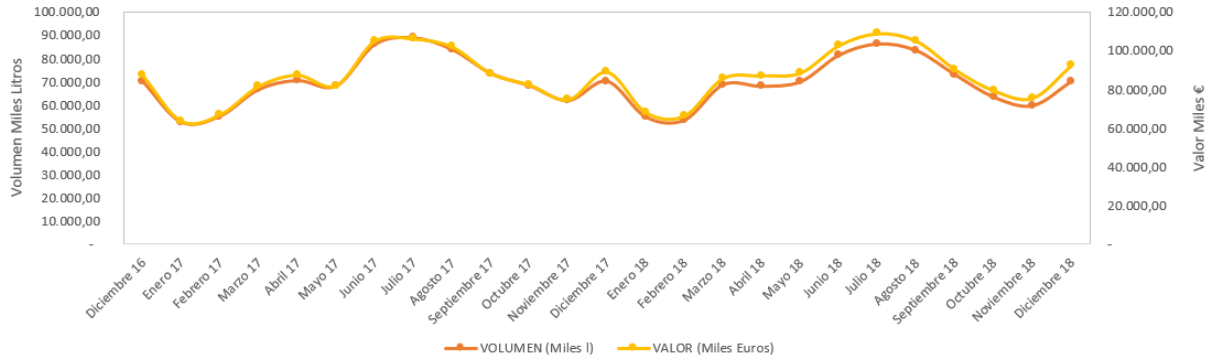
A cierre del año, el consumo de cerveza en los hogares españoles cae un -1,6%. Contrariamente, su valor crece un +2,0% debido al incremento del precio medio en un 3,7%, que cerró en los 1,26 €/litro mientras que hace un año se situaba en los 1,22€-litro.

La compra de cerveza representa el 1,53% del presupuesto que los hogares destinan a la compra de alimentación y bebidas para el hogar, lo que supone un incremento de este del +0,5%.

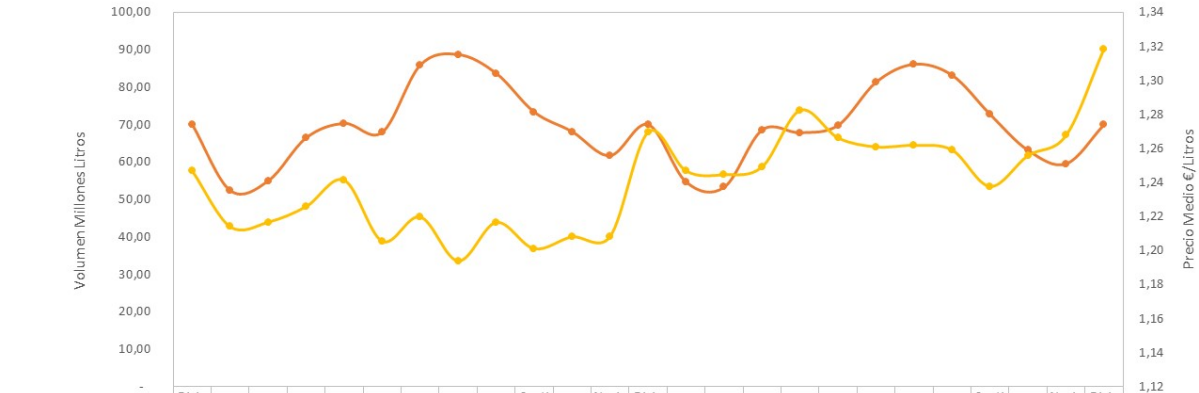
Esto equivale a un gasto medio por persona y año de 22,91€, que se traduce en un aumento del +1,6% respecto al mismo periodo del año anterior. El consumo per cápita, sin embargo, desciende un -2,0%, situándose en los 18,14 litros/persona/año.

	2018	
	Consumo doméstico de Cervezas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	830.378,81	-1,6%
VALOR (Miles €)	1.048.779,79	2,0%
CONSUMO x CAPITA (l)	18,14	-2,0%
GASTO x capita (€)	22,91	1,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,88	-1,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,53	0,5%
PRECIO MEDIO (€/l)	1,26	3,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

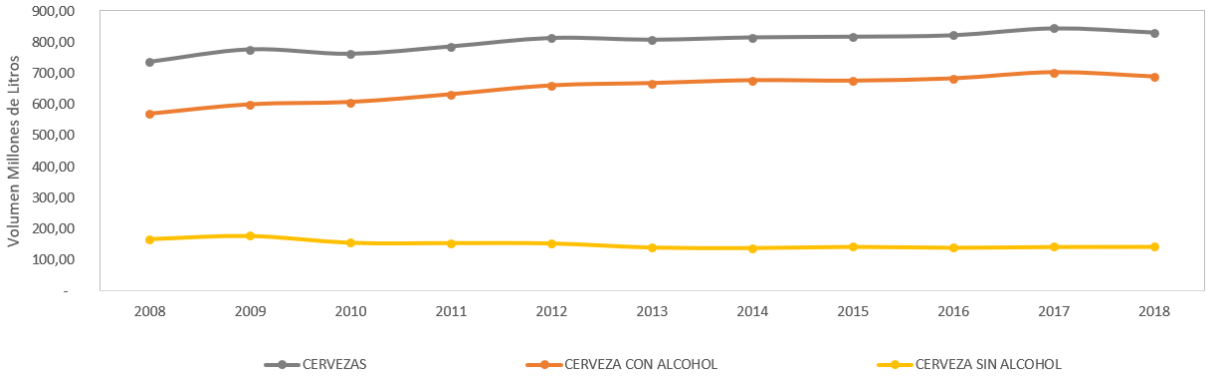


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



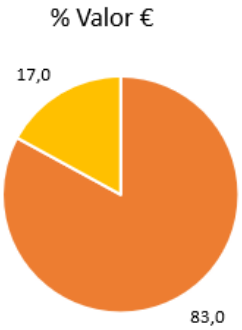
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	70,0	52,4	55,0	66,5	70,3	67,9	85,9	88,7	83,7	73,3	68,1	61,7	70,0	54,6	53,2	68,5	67,8	69,8	81,3	86,1	83,2	72,7	63,1	59,5	69,9
PRECIO MEDIO (l)	1,25	1,21	1,22	1,23	1,24	1,21	1,22	1,19	1,22	1,20	1,21	1,21	1,27	1,25	1,24	1,25	1,28	1,27	1,26	1,26	1,26	1,24	1,26	1,27	1,32

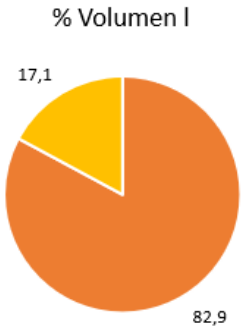
Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de cerveza



El consumo de cervezas dentro del hogar desciende ligeramente en 2018 después del incremento continuo que se había producido desde el año 2008, siendo la cerveza con alcohol la que ha provocado esta variación. Por el contrario, el consumo de cervezas sin alcohol, que había iniciado una tendencia de lenta reducción desde 2010, mantiene esa ligera recuperación que se produjo ya en 2017.

- **Importancia de los tipos de cerveza**





% Evolución 2018 vs. 2017	Valor	Volumen
CERVEZAS	2,0%	-1,6%
CERVEZA CON ALCOHOL	1,8%	-2,0%
CERVEZA SIN ALCOHOL	3,2%	0,3%

Del total de los litros de cerveza que se consumen dentro de los hogares, el 82,9% son de cerveza con alcohol, cuyo volumen decrece por encima del de la categoría (-2,0%) aunque su valor aumenta un +1,8%.

La variedad de cerveza sin alcohol se corresponde con el 17,1% restante del total de los litros de cerveza que se consumen dentro de los hogares. Al contrario que la otra variedad de cerveza, su demanda evoluciona de forma favorable en estos doce meses, aunque no llega a crecer (+0,3%). Su valor sigue la misma tendencia y aumenta un +3,2%.

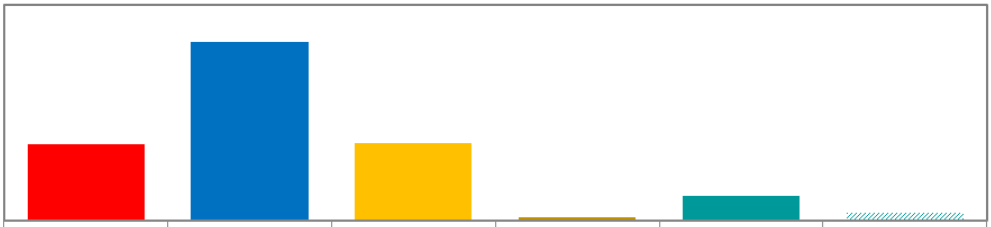
- **Consumo per cápita de los tipos de cerveza**

El consumo per cápita de cerveza por persona y año es de 18,14 litros, una cantidad un 2,0% inferior que en 2017. El tipo con alcohol es el que mayor consumo presenta (15,03 litros) aunque su ingesta se ha reducido 2,4 puntos porcentuales. El consumo de cerveza sin alcohol se mantiene estable, siendo la ingesta media aproximada de 3,11 litros por persona y año.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CERVEZAS	**18,50**	**18,14**
CERVEZA CON ALCOHOL	15,39	15,03
CERVEZA SIN ALCOHOL	3,11	3,11

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	21,2	49,7	21,5	0,8	6,8	2,1
% EVOLUCION VOLUMEN I	-1,1	-4,5	-0,1	-1,8	16,9	19,1

El canal dinámico acumula el 92,4% de las compras de cerveza con una variación negativa respecto de 2017 del 1,2% producida principalmente por el impacto que tiene la contracción del volumen en 4,5 puntos porcentuales de supermercados y autoservicios, que es el canal principal de compra de cervezas para consumo en el hogar (49,7%). Tienda de descuento e hipermercado asumen cuotas que se sitúan en torno al 20% en ambos casos. Mientras que la primera apenas varía respecto a 2017 (-0,1%), el hipermercado sufre una reducción del -1,1%.

Precio medio (€/l) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la cerveza cierra 2018 en 1,26€/l con un incremento del 3,7%. Las tiendas de descuento y los supermercados son los establecimientos con el precio por debajo de la media del mercado (1,15€/litro y 1,23 €/litro respectivamente), mientras que la tienda tradicional presenta el precio más alto, un 17,2% mayor a la media nacional. Los canales englobados bajo la categoría “resto canales”, donde está incluido el “e-commerce” son los únicos que presentan una evolución negativa en su precio medio.

- **Demográficos**

Total Cerveza	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**18,14**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	22,16	25,94
MEDIA	30,71	33,36	18,82
MEDIA BAJA	26,56	25,05	16,58
BAJA	26,42	19,44	13,32
- 35 AÑOS	13,63	8,71	11,98
35 A 49 AÑOS	32,24	34,58	16,02
+ 50 AÑOS	54,13	56,71	21,57
CATALUÑA	16,03	14,77	17,43
ARAGON	2,92	2,26	14,18
BALEARES	2,43	2,54	19,93
VALENCIA	10,86	12,04	20,83
MURCIA	2,94	4,30	25,14
T.ANDALUCIA	17,52	23,57	22,57
MADRID	14,00	14,12	18,94
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,22	20,51
EXTREMADURA	2,34	2,50	18,06
CASTILLA LEON	5,53	3,77	12,51
GALICIA	5,92	3,75	11,24
ASTURIAS	2,47	1,45	11,44
CANTABRIA	1,29	0,80	12,34
PAIS VASCO	4,84	3,66	14,72
LA RIOJA	0,70	0,47	12,93
NAVARRA	1,40	0,92	12,31
CANARIAS	4,57	3,85	14,88
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,64	21,15
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,44	16,88
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,01	10,94
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,49	16,06
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	16,94	21,68
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,29	13,05
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,99	27,74
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,41	31,16
RETIRADOS	23,18	16,79	19,79

El consumo per cápita de cerveza en España es de 18,14 litros por persona y año. Son los individuos que por tipología y ciclo de vida en el hogar son parejas adultas sin hijos o con ellos en una edad adulta o mediana. El mayor consumo per cápita lo realizan los adultos independientes o las parejas adultas sin hijos, (más que la media nacional). En términos de consumo per cápita, se corresponde con individuos que tienen una edad que supera los 50 años y tienen un perfil de clase socioeconómica alta o media-alta.

Ahora bien, si se tiene en cuenta la distribución en volumen por hogar, son los hogares donde residen parejas con hijos medianos o mayores, así como parejas adultas sin hijos donde mayor volumen de cerveza se adquirió durante el año 2018.

Respecto a las CCAA, son los individuos que residen en Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Valencia, Illes Balears y Comunidad de Madrid los que se posicionan como consumidores intensivos al registrar una distribución del volumen por ciclo de vida, mayor que el correspondiente a su peso poblacional. En términos de consumo per cápita también son los murcianos y andaluces los que se posicionan como más intensivos, llegando a consumir respectivamente 7,00 y 4,43 kilos más por individuo y año que la media nacional.

El perfil consumidor de cerveza con alcohol es muy similar al total categoría, por eso no se ofrecen datos.

CERVEZA SIN ALCOHOL	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,11**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	20,23	4,06
MEDIA	30,71	32,54	3,15
MEDIA BAJA	26,56	27,07	3,07
BAJA	26,42	20,16	2,37
- 35 AÑOS	13,63	6,92	1,63
35 A 49 AÑOS	32,24	28,82	2,29
+ 50 AÑOS	54,13	64,27	4,19
CATALUÑA	16,03	15,68	3,17
ARAGON	2,92	2,44	2,63
BALEARES	2,43	2,15	2,89
VALENCIA	10,86	11,54	3,42
MURCIA	2,94	2,36	2,36
T.ANDALUCIA	17,52	23,15	3,80
MADRID	14,00	13,54	3,11
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,77	3,21
EXTREMADURA	2,34	2,10	2,60
CASTILLA LEON	5,53	4,22	2,40
GALICIA	5,92	4,95	2,55
ASTURIAS	2,47	1,58	2,14
CANTABRIA	1,29	1,17	3,09
PAIS VASCO	4,84	4,32	2,98
LA RIOJA	0,70	0,46	2,16
NAVARRA	1,40	1,18	2,70
CANARIAS	4,57	4,40	2,91
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,43	3,34
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,25	2,43
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,29	1,75
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,10	2,13
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,47	3,40
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,84	2,05
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,89	5,36
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,33	5,26
RETIRADOS	23,18	23,41	4,73

El consumo per cápita de cerveza sin alcohol a cierre de año 2018 fue de 3,11 litros por persona y año. Se corresponde con una tipología de hogar de clase más bien media y alta, y de edad adulta. Son hogares formados por parejas con hijos mayores o parejas adultas sin hijos principalmente.

Si tenemos en cuenta la distribución regional se corresponden con las comunidades de Andalucía, Castilla-La Mancha y Valencia. Mientras que por el lado contrario se posicionan Principado de Asturias y La Rioja.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita por comunidades autónomas son los individuos de Andalucía quienes mayor consumo per cápita hicieron de cerveza sin alcohol durante el año 2018, con una ingesta que supera el consumo medio nacional en cerca de 0,69 litro más por persona y año.

Ahora bien, son las parejas adultas sin hijos y los adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de cerveza sin alcohol, como mínimo consumen la cantidad de 2,24 litros más por persona que la media del mercado.

Las parejas con hijos pequeños, quienes menor consumo per cápita tienen, con un consumo medio aproximado de 1,75 litros por persona y año, no llegan a la media que se sitúa en los 3,11 litros por persona y año.

3.4.4 AGUA

En esta categoría se incluyen agua envasada con gas y agua envasada sin gas.

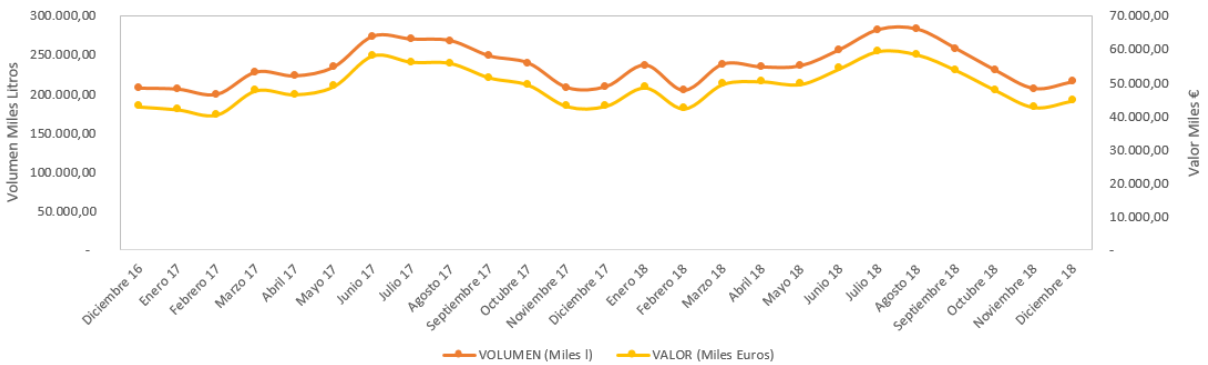
- **Resultados totales**

Crece la compra de agua de bebidas envasadas de agua en el hogar a cierre de año 2018 un 2,6%. En valor el incremento es algo mayor (3,2%), como consecuencia de la leve variación del +0,5% que existe en el precio medio durante estos doce meses, lo que le lleva a cerrar en los 0,21 €-litro.

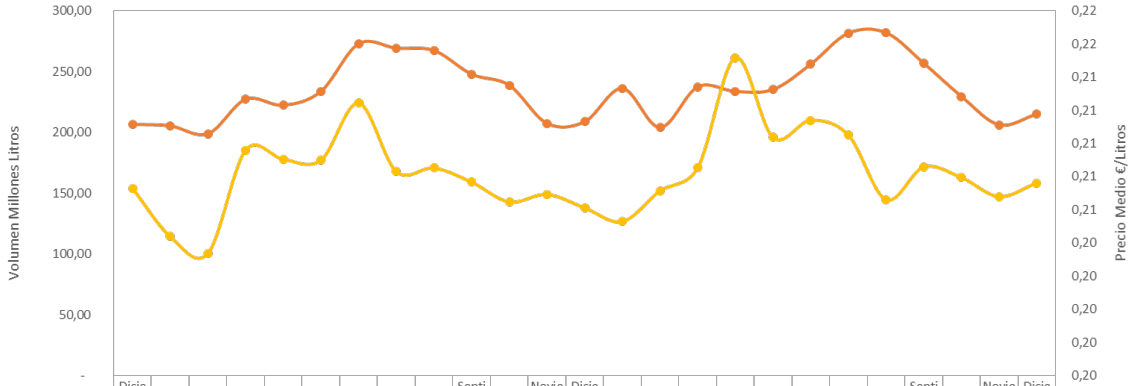
El consumo per cápita que realizaron los individuos españoles fue de 62,76 litros, supone un incremento del 2,3% en relación con el año 2017. Por su parte el gasto per cápita fue de 13,11€ por persona y año, también se incrementa un 2,8% en comparación con los doce meses anteriores.

	2018	
	Consumo doméstico de Agua De Bebida Envas.	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	2.873.242,01	2,6%
VALOR (Miles €)	600.151,24	3,2%
CONSUMO x CAPITA (l)	62,76	2,3%
GASTO x capita (€)	13,11	2,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	9,97	2,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,88	1,6%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,21	0,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l) (2018 vs 2017)

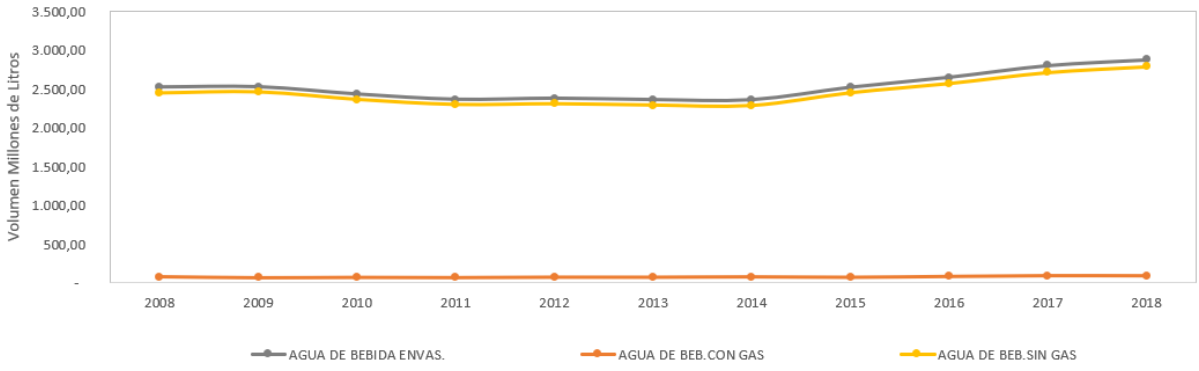


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	206,	205,	198,	227,	222,	233,	272,	269,	267,	247,	238,	207,	208,	236,	203,	237,	233,	235,	255,	281,	281,	256,	229,	206,	215,
PRECIO MEDIO (l)	0,21	0,20	0,20	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,22	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21

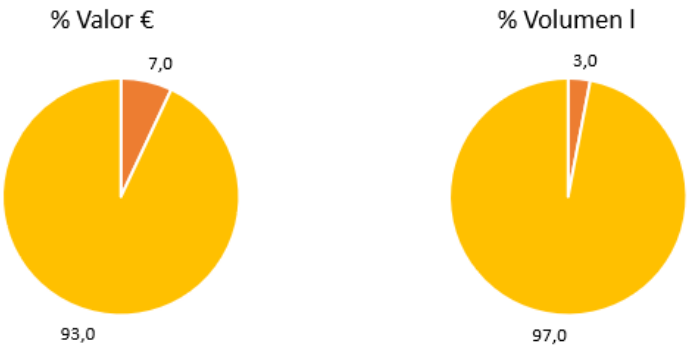
Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de agua



La expansión del mercado iniciada en 2015 continúa en 2018 debido principalmente al aumento del consumo de agua envasada sin gas, que a cierre de año alcanza niveles máximos de volumen total de compras en relación a los últimos 10 años.

- **Importancia de los tipos de agua**

El 97,0% de los litros del total de la categoría se corresponden con el tipo de agua envasada sin gas. En valor su proporción es algo más baja, representando el 93,0%. Este tipo de agua mantiene la buena evolución tanto en volumen como en valor con incrementos del 2,8% y del 3,3% respectivamente.



% Evolución 2018 vs. 2017	Valor	Volumen
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	3,2%	2,6%
AGUA DE BEB.CON GAS	0,8%	-1,2%
AGUA DE BEB.SIN GAS	3,3%	2,8%

El 3,0% restante del volumen representa la cuota de compra de agua con gas, que se reduce un -1,2% en este periodo. En valor, sin embargo, la evolución es positiva, de manera que su evolución es positiva en estos doce meses (+0,8%) hasta alcanzar una proporción del 7,0% sobre el total de la facturación.

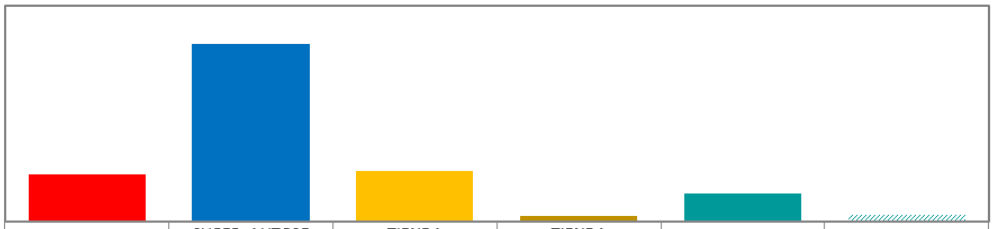
- **Consumo per cápita de los tipos de agua**

	Consumo per cápita (l)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
AGUA DE BEBIDA ENVAS.	**61,37**	**62,76**
AGUA DE BEB.CON GAS	1,92	1,89
AGUA DE BEB.SIN GAS	59,46	60,88

El consumo per cápita de agua envasada durante el año 2018 fue de 62,76 l/persona/año. De estos, 60,88 litros se corresponden con agua sin gas y los 1,89 litros restantes con agua con gas. Mientras que el consumo per cápita del agua sin gas se ha incrementado un 2,4%, el del agua sin gas se ha reducido un 1,5%.

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	15,2	57,7	16,2	1,9	9,0	2,2
% EVOLUCION VOLUMEN I	-1,7	3,9	2,9	-13,6	6,4	10,2

En el canal supermercados y autoservicios se han adquirido el 57,7% de los litros de agua envasada, canal que además presenta una evolución favorable con un incremento de 3,9%. Por el contrario, la tienda tradicional es el canal con la evolución más desfavorable, reduciéndose un 13,6% el volumen de compra en estos establecimientos, si bien su cuota es más bien reducida para esta bebida, tan solo representa el 1,9% del volumen total.

Precio medio (€/l) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de este producto se sitúa un 0,5% por encima a cierre de año en comparación con 2016 cerrando en 0,21€/l. La tienda de descuento es el canal donde el incremento del precio es mayor (3,9%), lo cual no impide que mantenga el precio más bajo dentro de la categoría: 0,19€/l, un 8,3% más barato que el de la categoría.

Contrariamente, el e-commerce registra el precio menos económico (0,26€/l, el equivalente a pagar 0,04€ más por litro) a pesar de haberse reducido un 0,7%.

- **Demográficos**

Agua de bebida envasada	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**62,76**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	15,83	64,14
MEDIA	30,71	31,10	60,69
MEDIA BAJA	26,56	28,19	64,56
BAJA	26,42	24,88	59,02
- 35 AÑOS	13,63	13,51	64,33
35 A 49 AÑOS	32,24	35,56	56,99
+ 50 AÑOS	54,13	50,93	67,04
CATALUÑA	16,03	21,03	85,86
ARAGON	2,92	2,93	63,61
BALEARES	2,43	4,35	118,13
VALENCIA	10,86	14,54	86,98
MURCIA	2,94	4,26	86,16
T.ANDALUCIA	17,52	18,08	59,91
MADRID	14,00	4,07	18,88
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,07	68,82
EXTREMADURA	2,34	2,04	51,10
CASTILLA LEON	5,53	4,05	46,41
GALICIA	5,92	4,43	46,00
ASTURIAS	2,47	1,80	49,22
CANTABRIA	1,29	0,95	50,49
PAIS VASCO	4,84	1,58	22,04
LA RIOJA	0,70	0,50	47,45
NAVARRA	1,40	0,65	30,15
CANARIAS	4,57	9,68	129,34
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,10	86,05
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	10,17	79,79
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	15,58	53,56
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,57	47,24
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	11,74	52,00
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,92	59,08
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,19	84,44
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,15	102,73
RETIRADOS	23,18	17,58	71,68

El perfil de hogar consumidor de agua de bebida envasada se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de cualquier edad, al igual que parejas adultas sin hijos. Son normalmente de clase socioeconómica media o media baja, cuyo responsable de compra tiene entre 35 y 49 años.

Canarias, Illes Balears, Murcia, o Cataluña son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de agua de bebida envasada. Por su parte las áreas menos intensivas son Comunidad de Madrid, País Vasco y Comunidad Foral de Navarra entre otros.

Los individuos canarios son quienes mantienen el consumo per cápita más alto de agua. Llegan a duplicar el consumo per cápita medio de un individuo español, con una ingesta de 129,34 litros por persona y año. Le siguen los habitantes de Illes Balears con una ingesta media superior a la media en un 88,2%.

Son los adultos independientes quienes de igual manera realizan la mayor ingesta de este tipo de bebida: 102,73 litros por persona y año, un 63,7% más que la media. Les siguen los jóvenes independientes con una ingesta un 37,1% superior a la media a nivel total España, llegando a los 86,05 litros por persona y año a cierre de año 2018.

3.4.5 GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos de refrescos: gaseosas y bebidas refrescantes sabor cola, bebidas refrescantes sabor limón, bebidas refrescantes sabor naranja, bebidas refrescantes sabor tónica, bebidas refrescantes de té/café, bebidas refrescantes isotónicas, otras bebidas refrescantes y bebidas zumo leche.

- **Resultados totales**

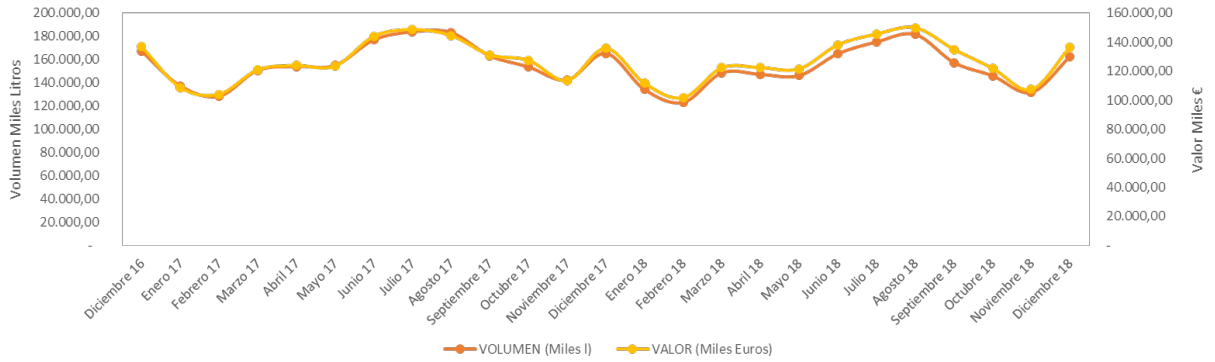
Los hogares españoles dejaron de comprar bebidas refrescantes en 2018 en una proporción del 4,0% con respecto al año anterior. En valor, el descenso no es tan acusado (-0,8%) debido a que el precio medio para este tipo de bebidas cerró en los 0,83 €-litro, con un incremento en precio del 3,3%.

Los hogares destinan a la compra de esta categoría el 2,21% del presupuesto medio asignado para la compra total de alimentación y bebidas del hogar.

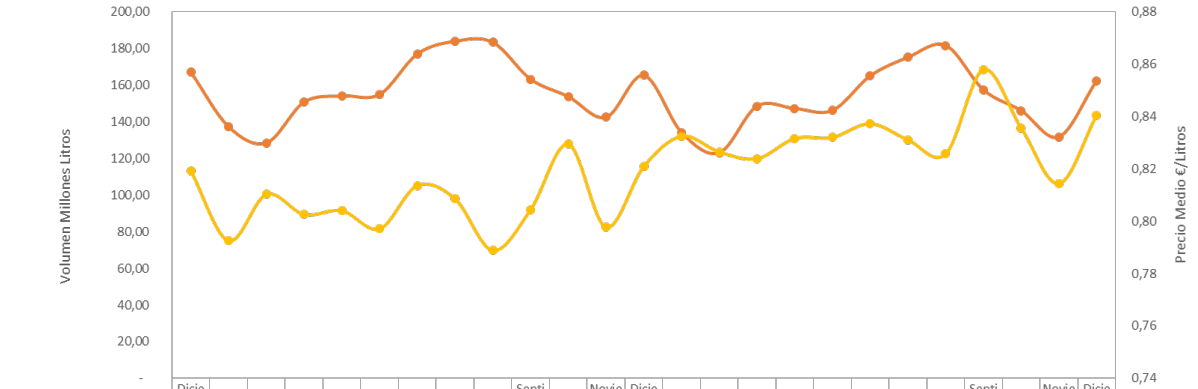
El consumo per cápita para estas bebidas desciende un 4,4% siendo la cantidad media ingerida por persona y año de 39,72 litros, y el gasto per cápita cerró en 33,07 € con un retroceso de unos 1,2 puntos porcentuales con respecto a los doce meses anteriores.

	Consumo doméstico de Gaseosas Y Bebid.Refr en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	1.818.362,37	-4,0%
VALOR (Miles €)	1.514.142,61	-0,8%
CONSUMO x CAPITA (l)	39,72	-4,4%
GASTO x capita (€)	33,07	-1,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	6,31	-3,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	2,21	-2,3%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,83	3,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

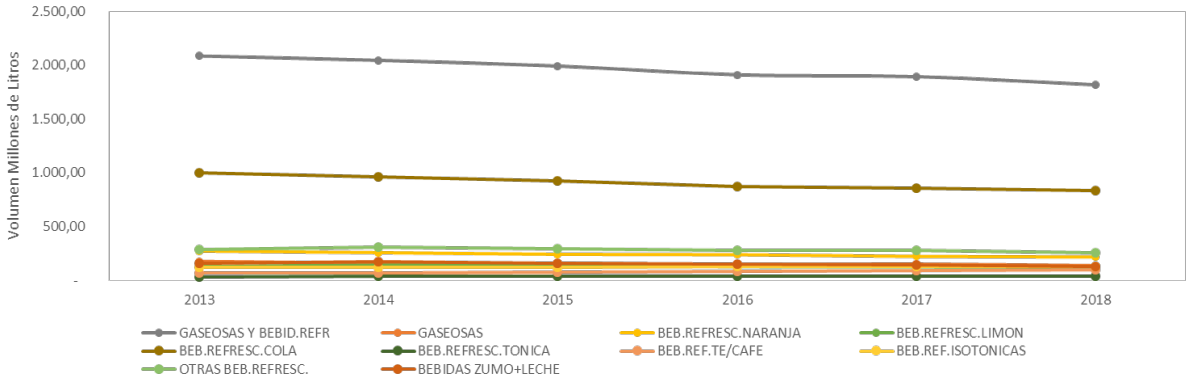


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



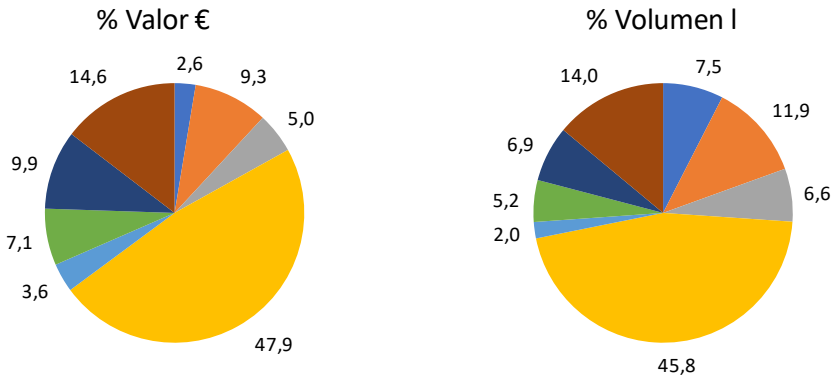
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	167,	137,	128,	150,	154,	154,	176,	183,	183,	163,	153,	142,	165,	134,	123,	148,	147,	146,	164,	175,	181,	157,	146,	131,	162,
PRECIO MEDIO (l)	0,82	0,79	0,81	0,80	0,80	0,80	0,81	0,81	0,79	0,80	0,83	0,80	0,82	0,83	0,83	0,82	0,83	0,83	0,84	0,83	0,83	0,86	0,84	0,81	0,84

Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de bebida refrescante



En 2018 continua y se acentúa la tendencia de contracción del consumo de gaseosas y bebidas refrescantes que se inició en el año 2013. Las bebidas sabor cola y sabor naranja son los mayores propulsores de esta caída.

- **Importancia de los tipos de bebidas refrescantes**



% Evolución 2018 vs. 2017	Valor	Volumen
GASEOSAS Y BEBID.REFR	-0,8%	-4,0%
GASEOSAS	-7,1%	-9,2%
BEB.REFRESC.NARANJA	-0,5%	-2,1%
BEB.REFRESC.LIMON	-0,9%	-3,7%
BEB.REFRESC.COLA	1,0%	-2,9%
BEB.REFRESC.TONICA	-2,3%	-6,1%
BEB.REF.TE/CAFE	7,0%	5,3%
BEB.REF.ISOTONICAS	-2,2%	-3,3%
OTRAS BEB.REFRESC.	-7,2%	-9,2%

Dentro de la categoría de bebidas refrescantes, son las bebidas de cola las que acumulan la mayor proporción tanto en volumen como en valor (45,8% y 47,9% respectivamente). Su compra se contrae un 2,9%, pero en valor consigue crecer 1 punto porcentual siendo de los pocos refrescos con una evolución favorable en valor. De entre los diferentes tipos de colas, las que tienen una mayor relevancia son la light y la normal. En proporción ambas superan el 20% tanto en volumen como en valor, aunque la light despunta ligeramente por encima de la normal con una diferencia del 0,8% en su cuota en volumen.

Las bebidas refrescantes sabor naranja son las siguientes por orden de importancia con una proporción del volumen del 11,9%, siendo su valor algo más bajo (9,3%). A cierre de año su compra se ha reducido un 2,1%. En valor, el dato también es negativo, pero no tan acusado como en volumen (-0,5%).

Las bebidas refrescantes sabor limón mantienen una cuota del volumen de un 6,6%, siendo su porcentaje en valor de dos puntos porcentuales menos (5,0%). Su evolución es decreciente tanto en valor como en volumen.

Uno de los tipos de bebidas refrescantes que crecen en ambos indicadores, son las bebidas de té y café. Lo hacen tanto en volumen como en valor su cuota es del +5,2% en volumen y del +7,1% en valor. Es significativo, puesto que la tendencia para este sector es de caída.

- ## Consumo per cápita de los tipos de bebidas refrescantes

	Consumo per cápita (l)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
GASEOSAS Y BEBID.REFR	**41,53**	**39,72**
GASEOSAS	3,31	2,99
BEB.REFRESC.NARANJA	4,87	4,74
BEB.REFRESC.LIMON	2,73	2,62
BEB.REFRESC.COLA	18,79	18,18
BEB.REFRESC.TONICA	0,86	0,81
BEB.REF.TE/CAFE	1,97	2,07
BEB.REF.ISOTONICAS	2,86	2,76
OTRAS BEB.REFRESC.	6,13	5,55

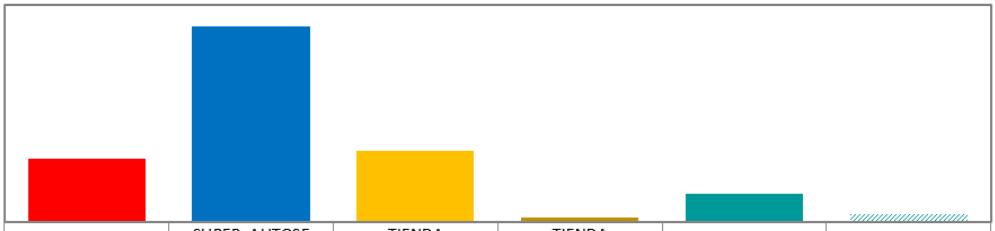
El consumo per cápita de bebidas refrescantes se situó en los 39,72 litros por persona y año, una cantidad un 4,4% menor que lo ingerido por persona y año durante el año 2017.

El consumo per cápita de bebidas refrescantes de cola se sitúa en 18,18 litros. La evolución de 2 de sus 4 variedades de sabor (Normal, Sin Cafeína) es negativa, siendo la cola light y light sin cafeína quienes evolucionan en positivo, no siendo suficiente para hacer que a nivel total colas se consuma de más.

El consumo per cápita medio de bebida refrescante de sabor naranja es de 4,74 litros por persona y año, mientras que en el caso de bebida refrescante sabor limón el valor es de 2,62 litros, ambas reduciendo su consumo en relación con el 2017 (-2,5% y -4,1% respectivamente).

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	17,4	54,1	19,7	1,1	7,7	2,2
% EVOLUCION VOLUMEN l	-7,4	-1,4	-7,5	-14,5	3,5	4,2

Se produce una reducción de la demanda en las tres plataformas que conforman el canal dinámico, siendo las mayores contracciones del -7,4% y -7,5% en el hipermercado y la tienda de descuento respectivamente. Supermercados y autoservicios continúan siendo el canal preferido para la adquisición de refrescos destinados a consumo doméstico con 54,1% del mercado.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de las bebidas refrescantes es de 0,88€/l a cierre de 2018, lo que supone un incremento del 3,0%. Contrario a este comportamiento de aumento de precio que se produce a nivel nacional, la tienda tradicional y el e-commerce reducen sus precios un -3,5% y un -1,7% respectivamente. En ambos casos el precio está por encima del registrado a nivel total España, y es precisamente el e-commerce donde encontramos el precio menos económico, pues se paga 0,12€ más por litro adquirido. Por el contrario, el precio más asequible se localiza en la tienda de descuento: 0,78€/l, precio un 10,5% más barato que la media.

- **Demográficos**

Gaseosas y Bebidas Refrescantes	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**39,72**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,17	44,02
MEDIA	30,71	32,36	39,98
MEDIA BAJA	26,56	27,48	39,84
BAJA	26,42	22,99	34,50
- 35 AÑOS	13,63	13,22	39,82
35 A 49 AÑOS	32,24	36,84	37,37
+ 50 AÑOS	54,13	49,94	41,61
CATALUÑA	16,03	14,78	38,19
ARAGÓN	2,92	2,21	30,44
ILLES BALEARS	2,43	2,78	47,74
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,09	38,20
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,26	41,75
ANDALUCÍA	17,52	23,17	48,58
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,83	37,69
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	6,01	51,68
EXTREMADURA	2,34	2,28	36,12
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,14	30,08
GALICIA	5,92	5,60	36,79
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,15	37,26
CANTABRIA	1,29	1,10	37,12
PAIS VASCO	4,84	3,27	28,80
LA RIOJA	0,70	0,37	22,37
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,01	29,47
CANARIAS	4,57	4,94	41,80
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,69	47,32
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	9,19	45,64
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,59	31,74
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	21,03	37,95
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,20	39,80
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	7,29	39,37
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	11,33	45,90
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,02	63,40
RETIRADOS	23,18	14,66	37,82

El perfil de hogar consumidor de bebidas refrescantes se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de cualquier edad, al igual que hogares monoparentales. Pertenecen a una clase socioeconómica entre media-baja y alta, y su responsable de compra no supera los 49 años.

Si en vez de en el volumen nos fijamos en el consumo per cápita, son los adultos independientes quienes realizan la mayor ingesta de bebidas refrescantes: 63,40 litros por individuo y periodo de estudio, un 59,6% más que la media. Les siguen los jóvenes independientes con una ingesta un 19,1% superior a la media a nivel total España, llegando a los 47,3 litros por persona y año a cierre de año 2018.

Castilla-La Mancha, Andalucía, Illes Balears, así como la Región de Murcia, o Canarias son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de refrescos. Por su parte las áreas menos intensivas son La Rioja, País Vasco y Comunidad Foral de Navarra entre otros.

Es en Castilla-La Mancha, donde el consumo per cápita más alto en refrescos: 51,68 litros, por persona y año, 11,96 litros más que la media. La Rioja donde menor consumo se realiza, 22,37 litros menos que la media.

3.4.6 BEBIDAS ESPIRITUOSAS

La categoría de bebidas espirituosas incluye los siguientes tipos: whisky, brandy, ginebra, ron, anís y otras (licores de frutas, orujos, pacharán, tequila, vodka, etc.).

- **Resultados totales**

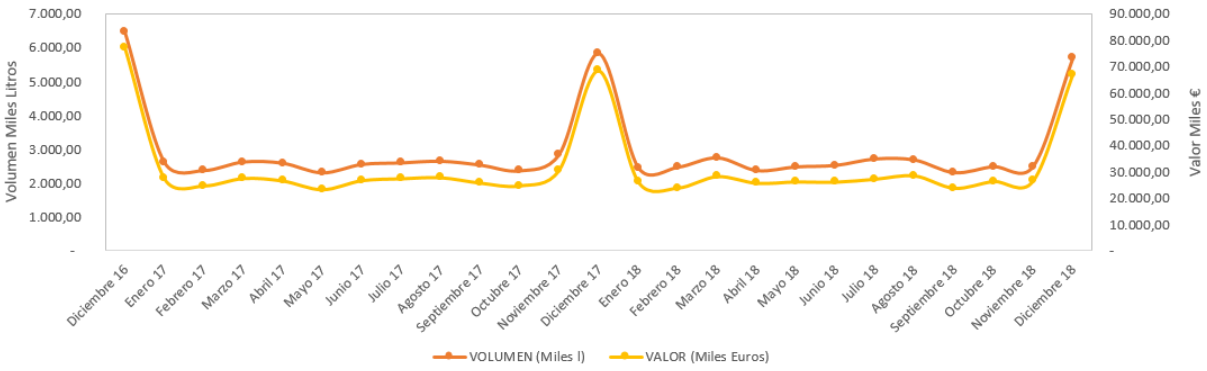
El consumo de bebidas espirituosas durante el año 2018 cae en los hogares españoles un 1,4%. La facturación se contrae en la misma proporción (-1,4%) aunque el precio medio se mantiene estable con una evolución negativa del -0,1% situándose en los 10,65€/litro.

Los hogares españoles destinaron a la compra de bebidas espirituosas en este periodo el 0,52% de su presupuesto para alimentación y bebidas en el hogar. Esto equivale a un gasto por persona anual de 7,76€, cantidad un 1,8% menor que la invertida en el año anterior y que supone una reducción de 0,14€ del gasto medio por persona y año.

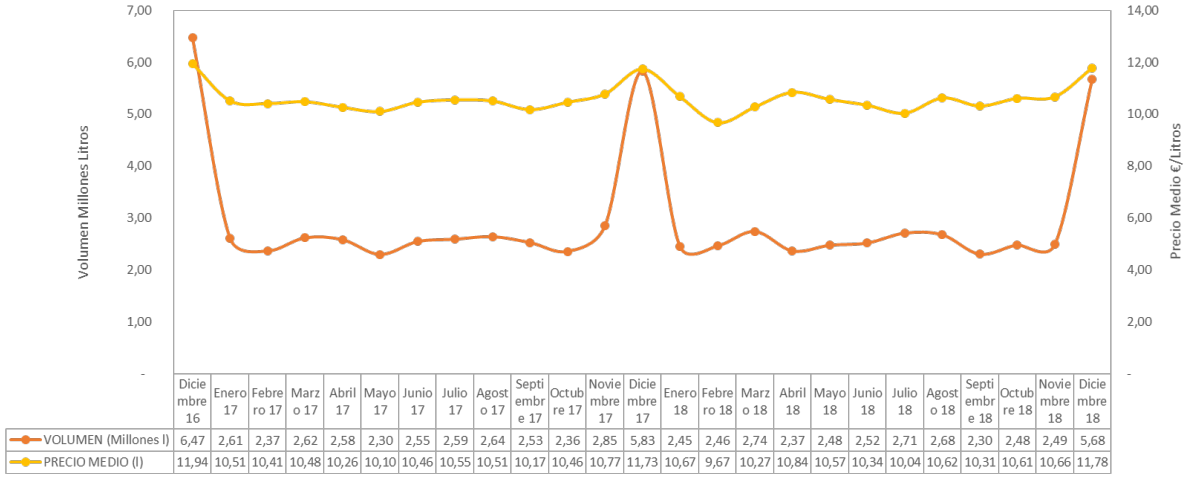
En cuanto a la cantidad media ingerida a cierre de año 2018, fue de 0,73 litros por persona y periodo de estudio disminuyéndose un 1,7%.

	2018	
	Consumo doméstico de T.Bebidas Espirituosa	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	33.359,06	-1,4%
VALOR (Miles €)	355.200,48	-1,4%
CONSUMO x CAPITA (l)	0,73	-1,7%
GASTO x capita (€)	7,76	-1,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,12	-1,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,52	-3,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	10,65	-0,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

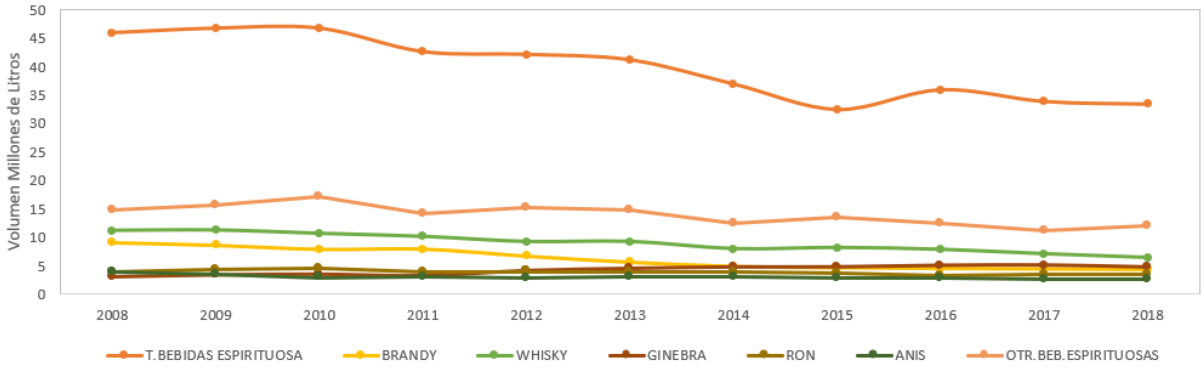


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	6,47	2,61	2,37	2,62	2,58	2,30	2,55	2,59	2,64	2,53	2,36	2,85	5,83	2,45	2,46	2,74	2,37	2,48	2,52	2,71	2,68	2,30	2,48	2,49	5,68
PRECIO MEDIO (l)	11,94	10,51	10,41	10,48	10,26	10,10	10,46	10,55	10,51	10,17	10,46	10,77	11,73	10,67	9,67	10,27	10,84	10,57	10,34	10,04	10,62	10,31	10,61	10,66	11,78

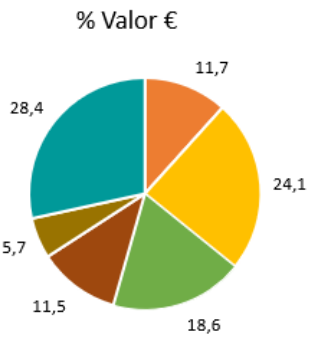
Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de bebida espirituosa

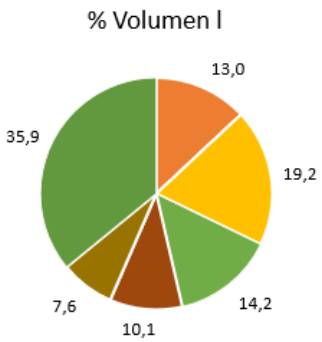


En términos de volumen de mercado, en 2018 se vuelve a producir una bajada que ya se inició el año pasado después del repunte que tuvo la categoría en 2016. Whisky y ron son las variedades más inciden en la contracción de las compras, si bien se ha producido un incremento respecto a 2017 de las bebidas englobadas en otras bebidas espirituosas.

- ## Importancia de los tipos de bebidas espirituosas

Whisky y ginebra siguen siendo los dos tipos de bebidas espirituales que más volumen mueven, representando el 19,2% y 14,2% respectivamente, aunque ambas sufren una reducción de la compra, destacando la del whisky en 9,3 puntos porcentuales. En valor sus cuotas son incluso mayores (24,1% en el caso del whisky y 18,6% en la de la ginebra) a pesar de que de nuevo la evolución ha sido desfavorable en este año.





% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	-1,4%	-1,4%
BRANDY	-1,5%	-2,2%
WHISKY	-6,4%	-9,3%
GINEBRA	-2,6%	-6,6%
RON	-6,0%	-5,3%
ANIS	4,5%	-1,5%
OTR.BEB.ESPIRITUOSAS	5,0%	7,7%

El brandy es el siguiente tipo de bebida espirituosa con mayor relevancia dentro de la categoría con una cuota del 13,0% sobre los litros totales y del 11,7% sobre la facturación. En comparación con el año anterior, su evolución es negativa tanto en volumen (-2,4%), como en valor (-1,5%).

Después se encuentra el ron, que acumula un 10,1% de las compras siendo su proporción en valor mayor: 11,5%. De nuevo, la evolución de su volumen y valor es desfavorable (-5,3% y-6,0% respectivamente). Otro 7,6% de los litros corresponden al tipo de anís, que pierde presencia en el hogar con respecto a 2017 (-1,5%). El valor sin embargo tiene una evolución positiva (+4,5%) aunque su cuota es la más reducida de todas: 5,7%.

En último lugar, destaca el crecimiento tanto en volumen (+7,7%) como en valor (+5,0%) de las bebidas agrupadas en la línea otras bebidas espirituosas, siendo las únicas que alcanzan resultados positivos en los dos indicadores estudiados y que acumula unas cuotas del 35,9% de los litros y del 28,4% de la facturación.

- **Consumo per cápita de los tipos de bebidas espirituosas**

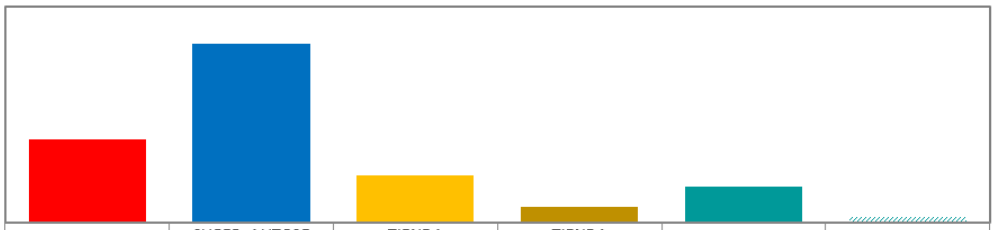
El consumo per cápita de bebidas espirituosas en 2018 fue de 0,73 litros por persona y año, con un descenso del 1,7% con relación al año 2017. El whisky es la bebida espirituosa más consumida (0,14 litros por persona y año) con una evolución negativa del -9,6%. Ginebra se sitúa en una ingesta media por persona y año de 0,10 litros y una variación negativa del -6,9%.

El consumo per cápita del brandy también es de 0,10 litros, lo que implica una reducción del 2,3% en comparación con el año pasado. En el caso del ron y el anís, el consumo per cápita se sitúa por debajo de los 0,10 litros/persona/año. Otras bebidas espirituosas sin embargo tienen una evolución positiva del consumo per cápita pasando de 0,24 litros a 0,26 litros por individuo y periodo de estudio.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
T.BEBIDAS ESPIRITUOSA	**0,74**	**0,73**
BRANDY	0,10	0,09
WHISKY	0,15	0,14
GINEBRA	0,11	0,10
RON	0,08	0,07
ANIS	0,06	0,06
OTR.BEB.ESPIRITUOSAS	0,24	0,26

- ## Canales

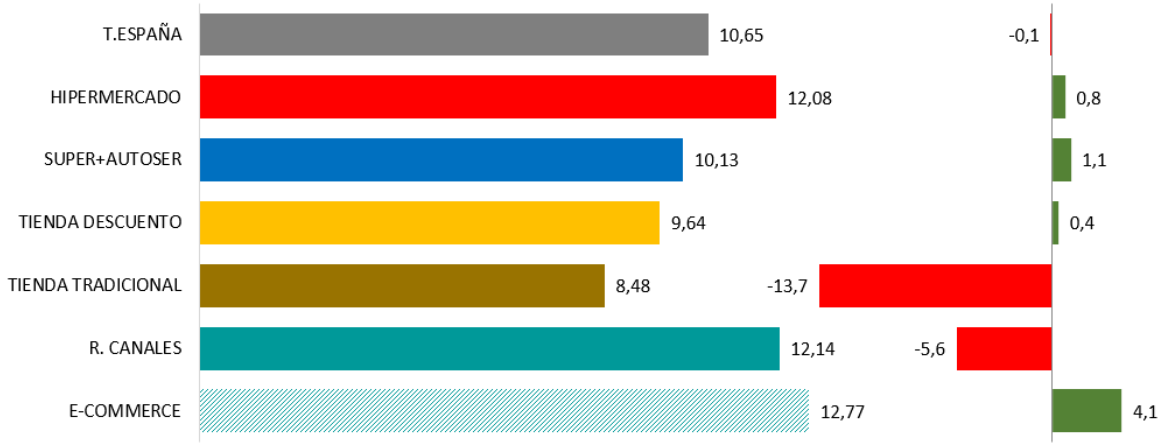
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	23,0	49,7	12,9	4,2	10,1	1,4
% EVOLUCION VOLUMEN I	3,4	-6,0	-0,5	12,3	6,6	-1,3

A pesar de ser el canal favorito para la compra de bebidas espirituosas durante el 2018, el supermercado (con un 49,7% de cuota en volumen) ve reducido su volumen de en un 6,0%, siendo la caída más pronunciada. Contrariamente, el hipermercado, que se posiciona como el canal con la segunda cuota más grande (23,0%), tiene una evolución positiva y gana 3 puntos porcentuales. En cuanto a las tiendas de descuento se mantienen estables con una variación de -0,5% respectivamente.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la categoría cerró 2017 en 10,65€/l posicionándose en términos negativos con una variación del -0,1%. La tienda tradicional y el resto canales son los causantes de que a nivel total España el precio medio no crezca, pues su precio se contrajo un 13,7% y un 5,6% respectivamente. En el e-commerce fue donde se produjo el mayor aumento (+4,1%), de manera que se posiciona como el canal con el precio medio más alto: 12,77€/litro, un 19,9% más caro que la media. Le sigue el hipermercado con un precio medio de 12,08€/litro, lo que supone pagar 1,49€ más por litro.

- **Demográficos**

Bebidas Espirituosas	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,73**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,95	0,89
MEDIA	30,71	29,73	0,67
MEDIA BAJA	26,56	27,33	0,73
BAJA	26,42	23,99	0,66
- 35 AÑOS	13,63	6,63	0,37
35 A 49 AÑOS	32,24	29,20	0,54
+ 50 AÑOS	54,13	64,17	0,98
CATALUÑA	16,03	19,34	0,92
ARAGÓN	2,92	2,69	0,68
ILLES BALEARS	2,43	2,48	0,78
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	11,71	0,81
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,44	0,57
ANDALUCÍA	17,52	20,46	0,79
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	10,91	0,59
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,48	0,55
EXTREMADURA	2,34	1,97	0,57
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,25	0,70
GALICIA	5,92	5,03	0,61
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,21	0,70
CANTABRIA	1,29	0,93	0,57
PAIS VASCO	4,84	4,80	0,78
LA RIOJA	0,70	1,06	1,17
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,69	0,37
CANARIAS	4,57	4,55	0,71
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,66	0,86
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,86	0,62
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,48	0,26
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,07	0,53
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,86	0,76
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,19	0,61
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	17,62	1,31
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,59	1,52
RETIRADOS	23,18	22,68	1,07

El perfil consumidor de bebidas espirituosas se corresponde con un hogar cuyo responsable de compra supera los 50 años, perfil que además registra un consumo per cápita por encima de la media del mercado, concretamente un 34,6% por encima.

Coincide además con un posicionamiento socioeconómico de clase media baja o alta y media alta, pues su volumen de compra es mayor al que les corresponde por peso poblacional. No obstante, en términos de peso consumo per cápita solo los de alta y media alta tienen un consumo superior a la media nacional, que consumen de media un 22,3% más que la media del mercado, el equivalente a 0,16 litros más por individuo y periodo de estudio.

Por ciclo de vida, se corresponde con hogares en los que hay presencia de niños medianos y mayores, así como adultos sin hijos, si bien en términos de consumo per cápita quienes más destacan son los adultos independientes con un consumo de 0,80 litros superior a la media.

La Rioja, Cataluña, Andalucía, Valencia y Balares se confirman como las CCAA más intensivas en la compra de bebidas espirituosas. Coinciden además en ser las que tienen un consumo per cápita más alto que la media nacional siendo el mayor de todos de 0,78 litros/persona/año en La Rioja.

Por el contrario, CCAA como Comunidad Foral de Navarra, Cantabria o Comunidad de Madrid son las que con relación a su peso poblacional realizan una menor compra de bebidas espirituosas. Comunidad Foral de Navarra, Castilla-La Mancha y Murcia son sin embargo las comunidades en las que los habitantes realizan un menor consumo per cápita que la media nacional. Los navarros consumen 0,36 litros menos que la media, los manchegos 0,18 litros menos, y los murcianos 0,16 litros.

3.4.7 ZUMOS Y NÉCTARES

En esta categoría se incluyen: zumos de frutas refrigerados / exprimidos, zumos concentrados, zumos de hortalizas, néctares, y el resto de los zumos y néctares no contemplados anteriormente.

- **Resultados totales**

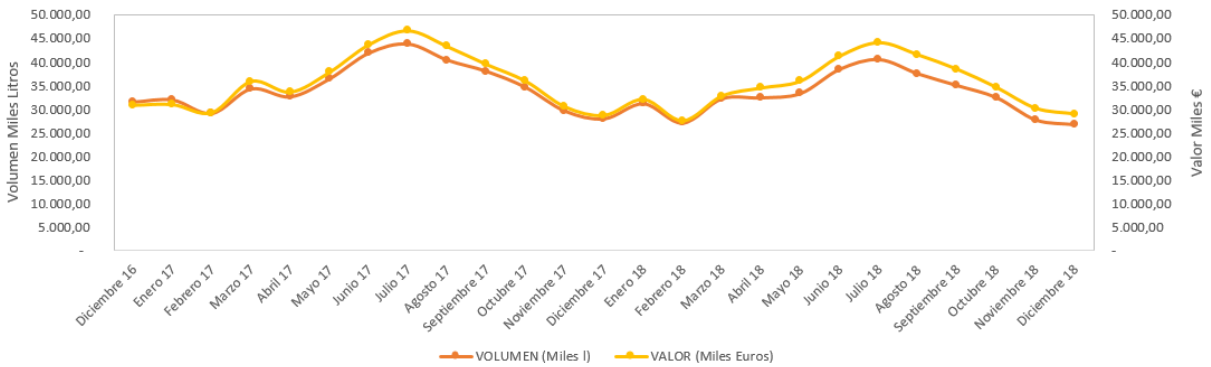
En 2018 el consumo de zumos y néctar por parte de los hogares españoles sufre una caída del 6,2%. El valor de la categoría también se contrae, aunque en menor proporción (-3,1%) ya que el precio medio crece un 3,2% hasta posicionarse en los 1,07 €-litro.

La compra de zumo y néctar representa el 0,61% del presupuesto que los hogares destinan a la compra de alimentación y bebidas para el hogar. Esto representa un gasto medio por persona y año de 9,19€, lo que supone una reducción de un 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

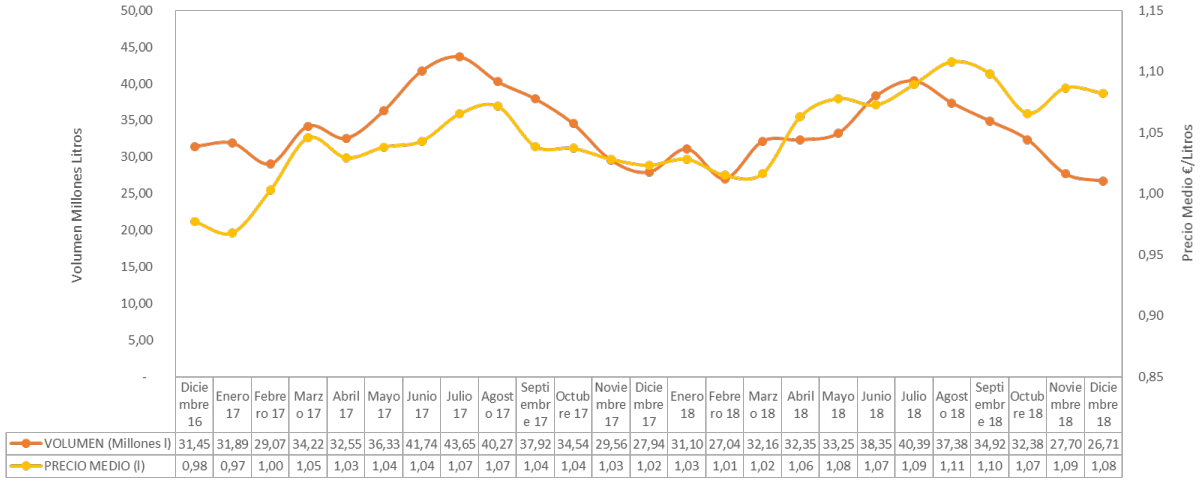
El consumo per cápita se sitúa en 8,60 litros/persona/año, produciéndose una variación negativa con respecto a 2017 del 6,5% que equivale a una ingesta de 0,60 litros menos por persona y año.

	2018	
	Consumo doméstico de Total Zumo Y Nectar	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	393.713,33	-6,2%
VALOR (Miles €)	420.724,86	-3,1%
CONSUMO x CAPITA (l)	8,60	-6,5%
GASTO x capita (€)	9,19	-3,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,37	-6,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,61	-4,6%
PRECIO MEDIO (€/l)	1,07	3,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)

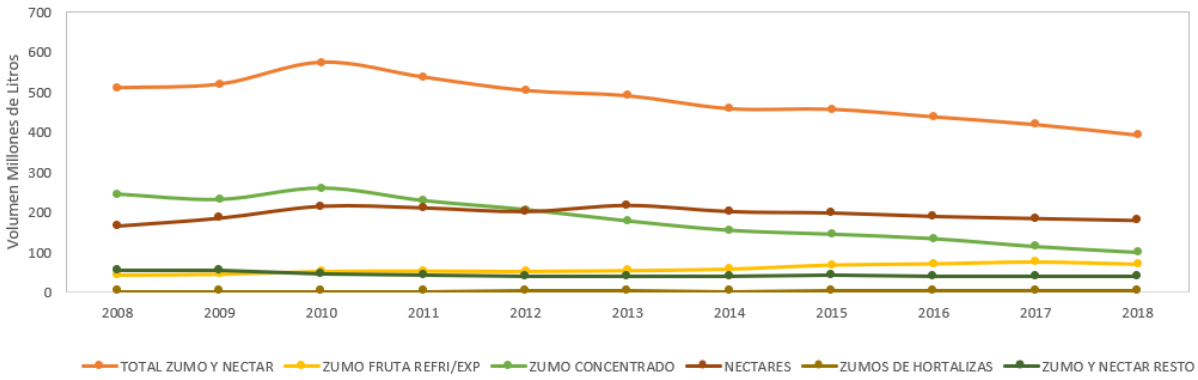


Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



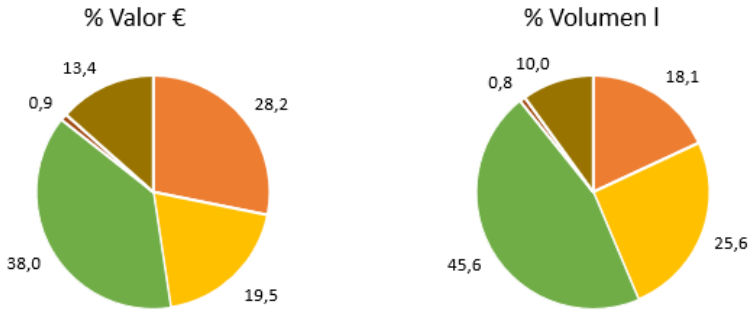
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	31,45	31,89	29,07	34,22	32,55	36,33	41,74	43,65	40,27	37,92	34,54	29,56	27,94	31,10	27,04	32,16	32,35	33,25	38,35	40,39	37,38	34,92	32,38	27,70	26,71
PRECIO MEDIO (l)	0,98	0,97	1,00	1,05	1,03	1,04	1,04	1,07	1,07	1,04	1,04	1,03	1,02	1,03	1,01	1,02	1,06	1,08	1,07	1,09	1,11	1,10	1,07	1,09	1,08

Evolución anual de total compras (millones l) por tipo de zumo



Desde el año 2010 se reduce el consumo doméstico de zumo y néctar progresivamente, arrastrado por la contracción del volumen de zumo concentrado, que desde 2013 se ve superado en volumen de compra por los néctares, que junto con el zumo de frutas refrigerado son las variedades o tipos de zumos que presentan una tendencia positiva y creciente.

- **Importancia de los tipos de zumos y néctares**



% Evolución 2018 vs. 2017	Valor	Volumen
TOTAL ZUMO Y NECTAR	-3,1%	-6,2%
ZUMO FRUTA REFRI/EXP	0,8%	-7,3%
ZUMO CONCENTRADO	-12,5%	-12,4%
NECTARES	-3,0%	-2,6%
ZUMOS DE HORTALIZAS	8,3%	-1,6%
ZUMO Y NECTAR RESTO	3,1%	-3,2%

Néctar es el tipo de bebida dentro de la categoría que tiene mayor proporción tanto en volumen como en valor. En 2018, representa el 45,6% de los litros y el 38,0% del valor de la categoría. Su consumo, sin embargo, se reduce un 2,6% y su valor se contrae en una proporción similar (-3,0%)

El zumo concentrado es la siguiente variedad con mayor relevancia dentro de la categoría con una cuota del 25,6% sobre los litros totales y del 19,5% sobre la facturación. En comparación con el año anterior, su evolución es significativamente negativa tanto en volumen (-12,4%), como en valor (-12,5%).

Otro 18,1% de los litros de la categoría corresponden al tipo de zumo refrigerado/exprimido, que pierde presencia en el hogar con respecto a 2017 (-7,3%). El valor sin embargo tiene una evolución positiva (+0,8%) situándose en segunda posición respecto del total de la facturación con un 28,2%.

Finalmente, se encuentra la categoría de zumos de hortalizas que tan solo representa un 0,8% de los litros de la categoría de zumos, una proporción que además de pequeña, se ha visto reducida un 1,6%. Su valor también representa una parte reducida del total de la categoría (0,9%), pero ha llegado a aumentar un 8,3% al cierre del año.

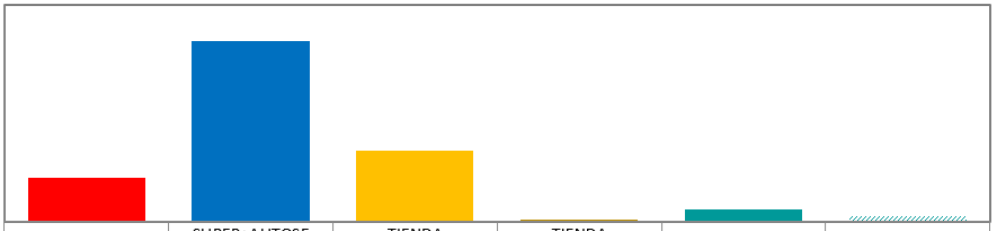
- **Consumo per cápita de los tipos de zumos y néctares**

El consumo per cápita de zumo y néctar se sitúa en los 8,60 litros por persona y año. De estos, 3,92 litros son de néctar, 2,20 litros son de zumo concentrado, y 1,55 litros son de zumo de fruta refrigerado/exprimido. El consumo se reduce en todos los casos, destacando la caída en la ingesta de zumo concentrado en un 12,7%.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
TOTAL ZUMO Y NECTAR	**9,20**	**8,60**
ZUMO FRUTA REFRI/EXP	1,68	1,55
ZUMO CONCENTRADO	2,52	2,20
NECTARES	4,04	3,92
ZUMOS DE HORTALIZAS	0,07	0,07
ZUMO Y NECTAR RESTO	0,89	0,86

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	14,0	58,4	23,0	0,7	3,9	1,6
% EVOLUCION VOLUMEN I	-14,3	-4,7	-4,6	-23,0	-1,8	-1,5

Se produce una reducción de la demanda a lo largo de todos los canales de distribución, siendo las mayores contracciones de un -23,0% en la tienda tradicional y de un -14,3% en el hipermercado.

Los supermercados y autoservicios continúan siendo el canal preferido para la adquisición de zumos y néctares destinados a consumo doméstico con 58,4% del mercado, seguido por la tienda de descuento con un 23,0%.

Precio medio (€/l) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de este tipo de bebida cierra en 1,07€/l con una variación positiva respecto del año 2017 de un +3,2%. Este aumento se extiende a todos los canales a excepción de la tienda tradicional, que pese a haber reducido su precio en 2,8 puntos porcentuales, resulta un 66,2% superior a la media del mercado. La tienda de descuento destaca como el canal con el precio medio más bajo y el único por debajo de la media (un 15,6% más barato).

- **Demográficos**

Total Zumos y Néctares	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**8,60**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,52	9,72
MEDIA	30,71	33,60	8,99
MEDIA BAJA	26,56	24,87	7,80
BAJA	26,42	24,02	7,81
- 35 AÑOS	13,63	11,95	7,80
35 A 49 AÑOS	32,24	38,14	8,38
+ 50 AÑOS	54,13	49,91	9,00
CATALUÑA	16,03	16,71	9,35
ARAGON	2,92	2,63	7,83
BALEARES	2,43	2,67	9,92
VALENCIA	10,86	10,97	9,00
MURCIA	2,94	3,53	9,76
T.ANDALUCIA	17,52	19,34	8,78
MADRID	14,00	12,83	8,16
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,97	7,39
EXTREMADURA	2,34	1,82	6,24
CASTILLA LEON	5,53	4,35	6,83
GALICIA	5,92	4,97	7,06
ASTURIAS	2,47	1,82	6,81
CANTABRIA	1,29	0,91	6,64
PAIS VASCO	4,84	4,99	9,53
LA RIOJA	0,70	0,38	5,00
NAVARRA	1,40	1,13	7,19
CANARIAS	4,57	6,99	12,79
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,46	13,18
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,49	9,12
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	15,75	7,42
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,00	7,43
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,46	8,17
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	8,09	9,47
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	11,21	9,83
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,60	12,55
RETIRADOS	23,18	15,93	8,90

El perfil de hogar consumidor de zumos y néctares se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de cualquier edad, hogares monoparentales, y parejas adultas sin hijos. Son sin embargo los jóvenes independientes quienes realizan la mayor ingesta de zumos y néctares, concretamente 13,18 litros por persona y año, 4,58 litros más que la media. Le siguen los adultos independientes con una ingesta un 46,0% superior a la media nacional, llegando a los 12,55 litros por persona y año a cierre de año 2018.

En referencia a la clase socioeconómica, son normalmente de clase media o alta y media alta, cuyo responsable de compra tiene entre 35 y 49 años.

Canarias, Murcia, Andalucía, y el archipiélago balear, así como Cataluña, Valencia y el País Vasco, son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de zumos y néctares. Por su parte las áreas menos intensivas son La Rioja, Cantabria, Principado de Asturias y Extremadura entre otros.

Los individuos canarios son quienes mantienen el consumo per cápita más alto de este tipo de bebida. Superan en un 48,8% el consumo per cápita medio de un individuo español, con una ingesta de 12,79 litros por persona y año. Le siguen los habitantes de Murcia con una ingesta media de 9,76 litros/persona/año, 1,2 litros más que la media.

3.5 BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS, CEREALES DE DESAYUNO Y PRODUCTOS NAVIDEÑOS

3.5.1 BOLLERIA/PASTELERIA

- **Resultados totales**

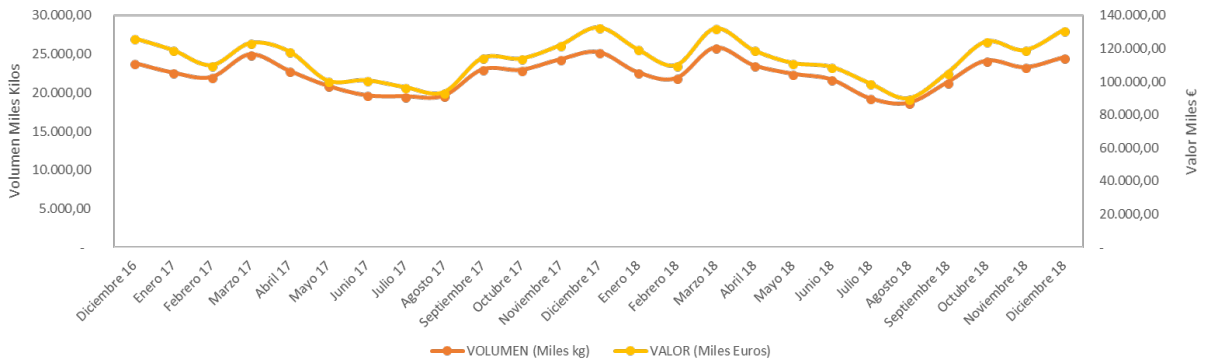
Aumenta la compra de productos de bollería y pastelería durante el año 2018 por parte de los hogares españoles en una proporción del 0,6% con respecto al año 2017. En valor sin embargo el aumento es más significativo (1,8%) debido al efecto que tiene en este el incremento durante los últimos doce meses del precio medio para la categoría. Tal como decíamos el precio medio aumento en estos meses un 1,1%, siendo el precio medio kilo de 5,08€ aproximadamente.

La parte destinada a la compra de esta categoría en valor se corresponde con el 2,00% del presupuesto medio de un hogar a la compra total de alimentación y bebidas, en volumen apenas alcanza el 1%.

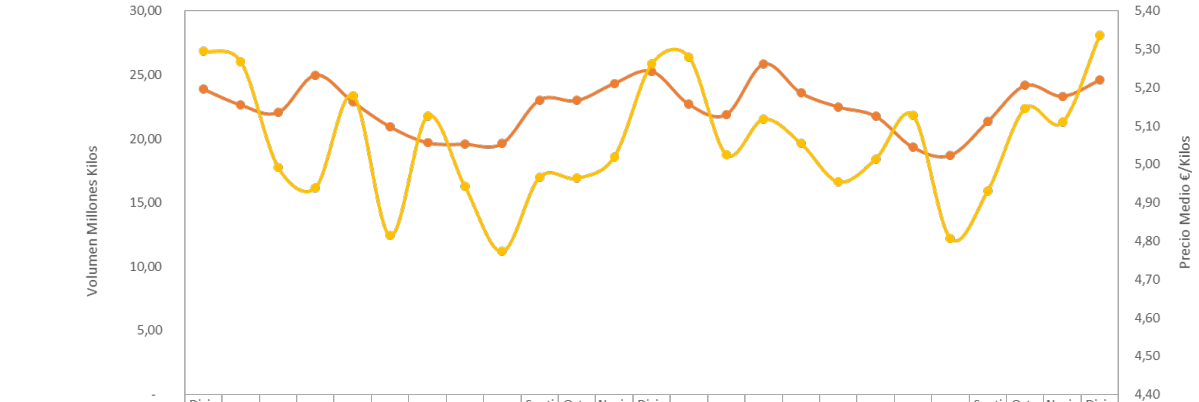
El consumo medio realizado por persona y año de bollería y pastelería fue de 5,89 kilos, una cifra ligeramente superior (0,3%) al periodo previo. Se incrementó también el gasto medio realizado en estos productos dulces, de media cada persona invierte en la compra de estos 29,94€ superando la cantidad invertida durante el año pasado en un 1,4%.

	Consumo doméstico de Bolleria/Pasteleria en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	269.667,34	0,6%
VALOR (Miles €)	1.370.544,09	1,8%
CONSUMO x CAPITA (kg)	5,89	0,3%
GASTO x CAPITA (€)	29,94	1,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,94	0,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	2,00	0,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	5,08	1,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

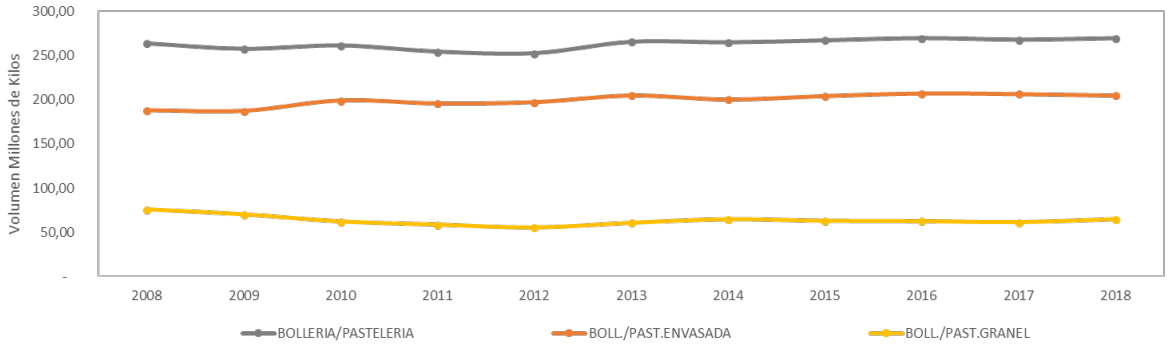


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

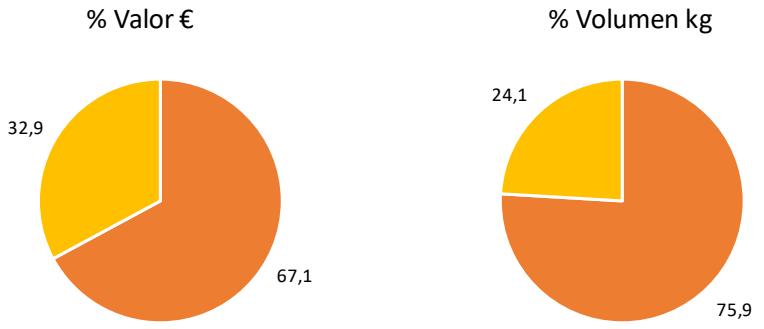


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	23,8	22,6	22,0	24,9	22,8	20,9	19,6	19,5	19,6	23,0	22,9	24,3	25,2	22,6	21,8	25,8	23,5	22,4	21,7	19,3	18,7	21,3	24,1	23,3	24,5
PRECIO MEDIO (kg)	5,30	5,27	4,99	4,94	5,18	4,81	5,12	4,94	4,77	4,97	4,96	5,02	5,26	5,28	5,03	5,12	5,05	4,95	5,01	5,13	4,81	4,93	5,15	5,11	5,34

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



- **Importancia de los tipos de bollería**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
BOLLERIA/PASTELERIA	1,8%	0,6%
BOLL./PAST.ENVASADA	-0,6%	-0,8%
BOLL./PAST.GRANEL	6,9%	5,5%

Tres cuartas partes del volumen de la categoría se adquiere envasado, si bien su correspondencia en valor es algo menor (67,1%). La evolución para la bollería y pastelería envasada es decreciente, para los dos indicadores que estamos midiendo actualmente que son

volumen y valor. Es la parte a granel, que ocupa una proporción más pequeña (24,1% de cuota en volumen) y un 32,9% en valor, el segmento que aporta en positivo.

Podemos decir, que la categoría en términos generales está creciendo por la buena evolución que tiene el segmento granel que es quien impulsa el sector.

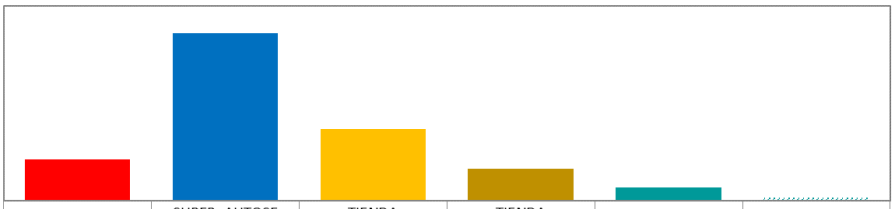
- **Consumo per cápita de los tipos de bollería**

	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
BOLLERIA/PASTELERIA	**5,88**	**5,89**
BOLL./PAST.ENVASADA	4,53	4,47
BOLL./PAST.GRANEL	1,35	1,42

El consumo per cápita de bollería y pastelería a cierre de año 2018 fue de 5,89 kilos por persona y año. La mayor parte del consumo per cápita se realiza en el segmento envasado, pero sin embargo retrocede un 1,2% con respecto al año 2017. Actualmente se consume de este tipo de bollería/pastelería 4,47 kilos por persona y año. Aumenta sin embargo el consumo por persona y periodo de estudio de la bollería/pastelería a granel en una proporción del 5,2%, siendo actualmente la cantidad media ingerida por persona y año de 1,42 kilogramos por persona.

- **Canales**

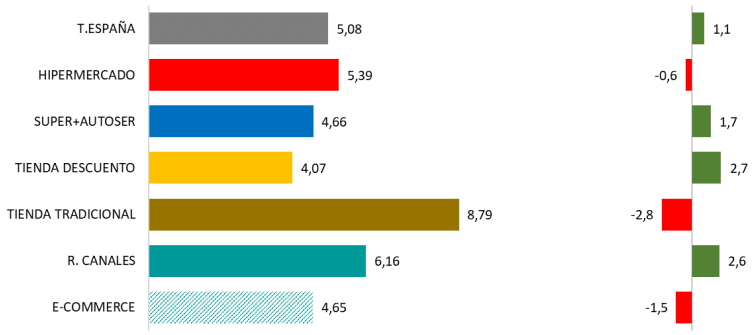
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	12,6	51,7	22,0	9,8	3,9	0,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,7	-3,5	7,3	5,0	9,3	8,2

1 de cada 2 kilos de estos productos se adquieren en el supermercado y autoservicio, si bien es la única plataforma que pierde volumen con respecto al año anterior. Tienda descuento es el segundo por orden de importancia, con una evolución muy favorable.

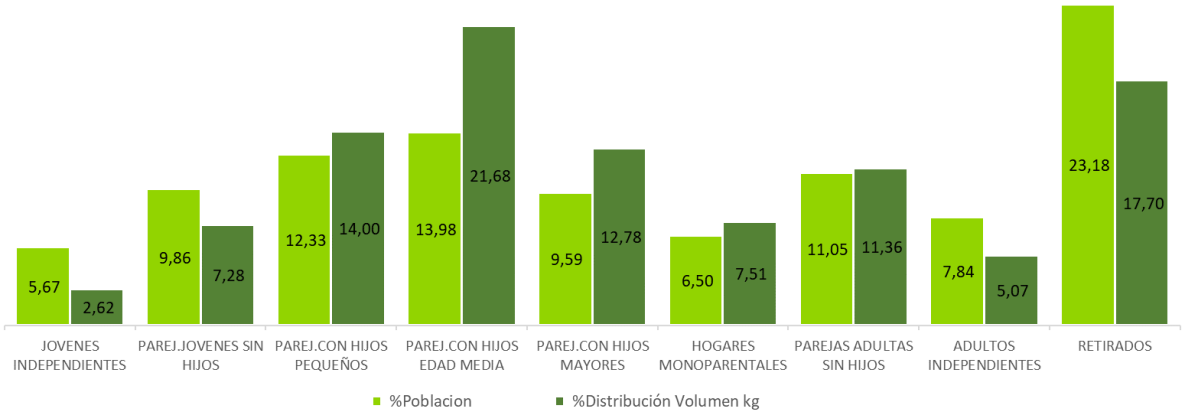
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de bollería/pastelería cerro en 5,08€-kilo, con un incremento del 1,1%. El precio más accesible se encuentra en las tiendas descuento, pese a haber sido la plataforma con el mayor incremento de precio del año 2018, aún queda lejos del precio medio. Super también mantiene un precio por debajo de la media nacional. La tienda tradicional se confirma como el canal con el precio menos competitivo.

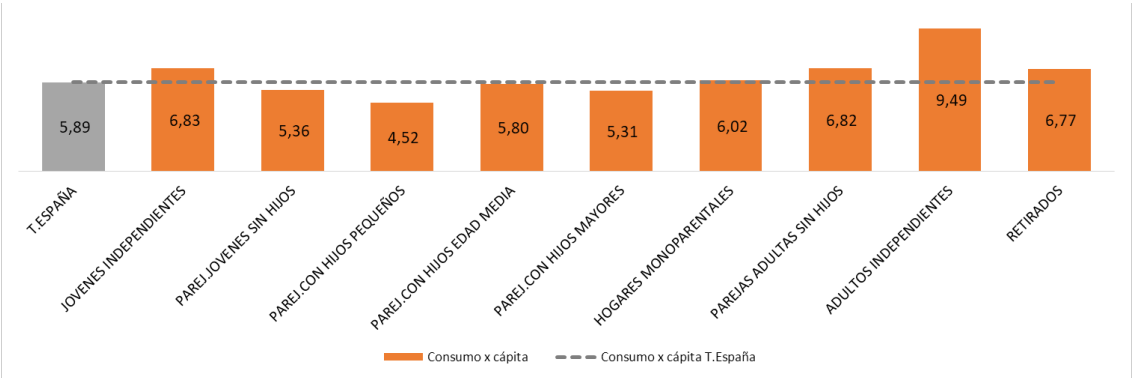
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



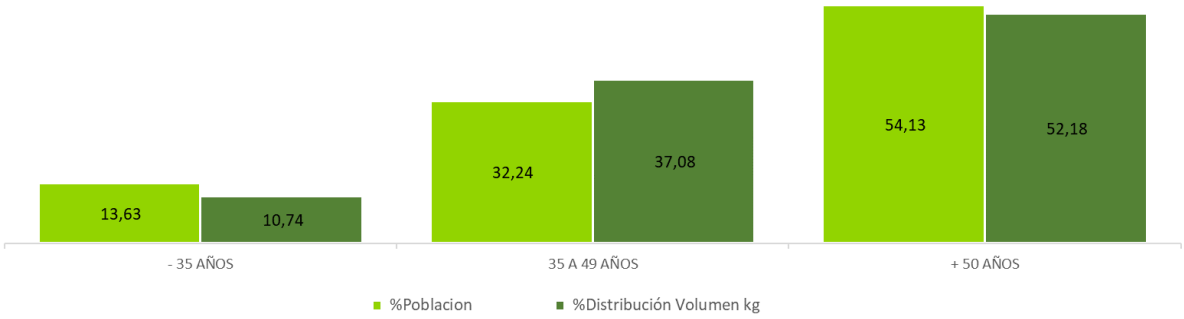
El perfil de hogar consumidor de bollería pastelería se corresponde con parejas con hijos independientemente de la edad, así como como parejas adultas sin hijos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



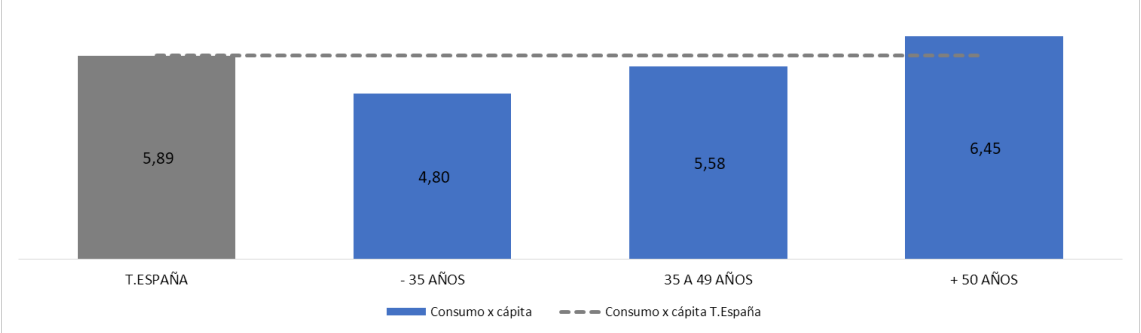
Son los adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría, su consumo durante el año 2018 ha sido de 9,49 kilos por persona 5 y año, una cantidad un 61 superior a la media nacional. Otros individuos que superan la media son, las parejas adultas sin hijos, los retirados, los hogares monoparentales y los jóvenes independientes.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



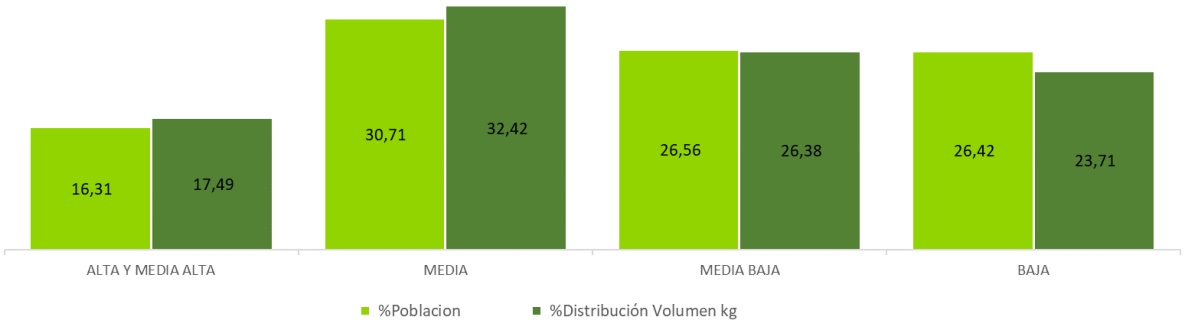
Hogares cuyo responsable de compra tiene una edad comprendida entre los 35 y 49 años intensivos en la compra de la categoría.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



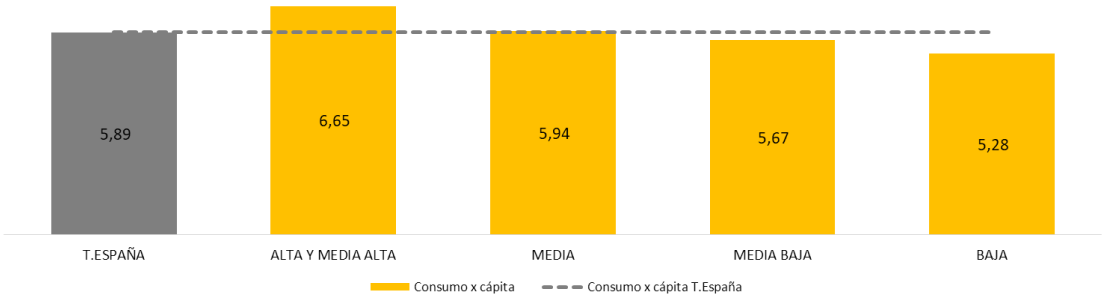
Sin embargo, son los individuos mayores de 50 años quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría con una ingesta media de 6,45 kilogramos por persona y año, una cantidad un 9% superior a la media.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



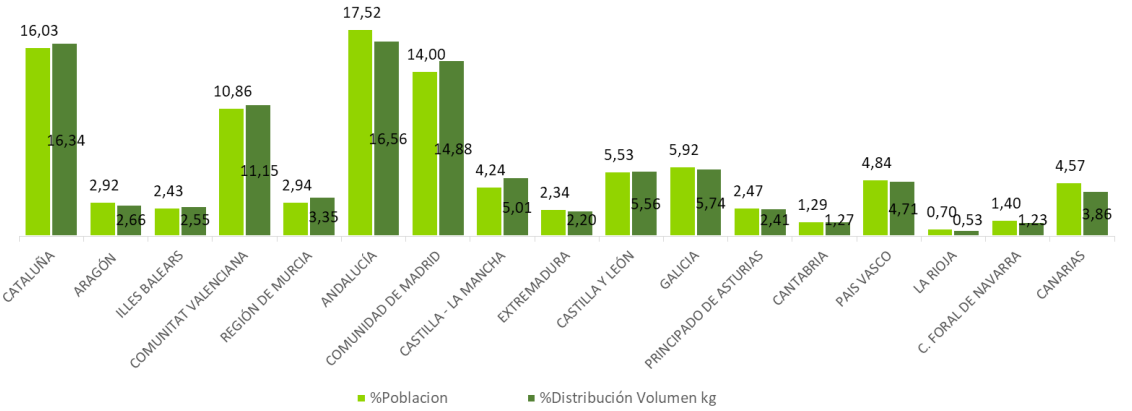
Los hogares de clase alta y media alta, así como media, son los intensivos de compra de estos productos.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



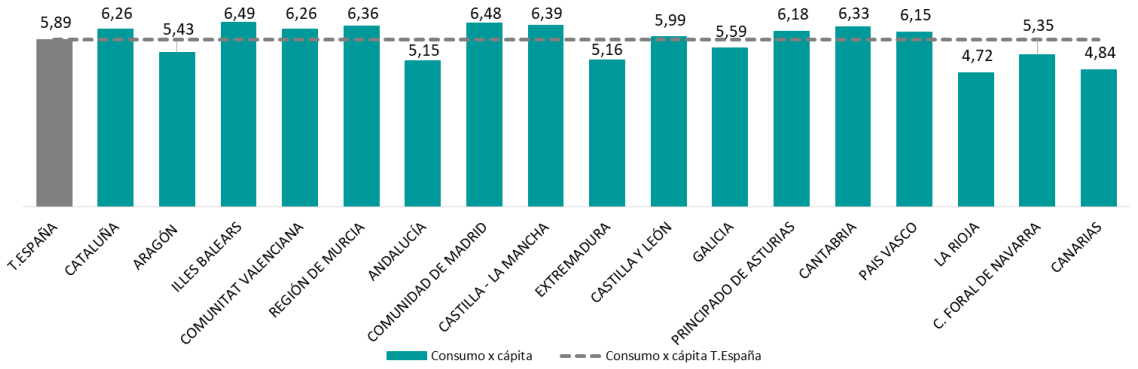
Los mayores consumidores de bollería y pastelería son los individuos de clase alta y media alta, con una ingesta que supera la media en un 13%, que supone una cantidad de 0,76 kilogramos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Castilla-La Mancha y la Región de Murcia, así como la Comunidad de Madrid son las CCAA que se perfilan como las más intensivas en la compra de estos productos, por el contrario, se sitúan otras como por ejemplo La Rioja o Canarias.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



La CCAA con la mayor ingesta per cápita de bollería pastelería es Illes Balears. Los individuos residentes en este archipiélago consumen de media una cantidad de 6,49 kilogramos por persona y año, la cantidad que supera la media nacional. También superan la media de consumo los habitantes de CCAA tales como Cataluña, la Comunitat Valenciana, la Región de Murcia, la Comunidad de Madrid o Castilla-La Mancha. Los riojanos son por el contrario los ciudadanos españoles que menor cantidad de estos productos consumen.

3.5.2 CEREALES

- **Resultados totales**

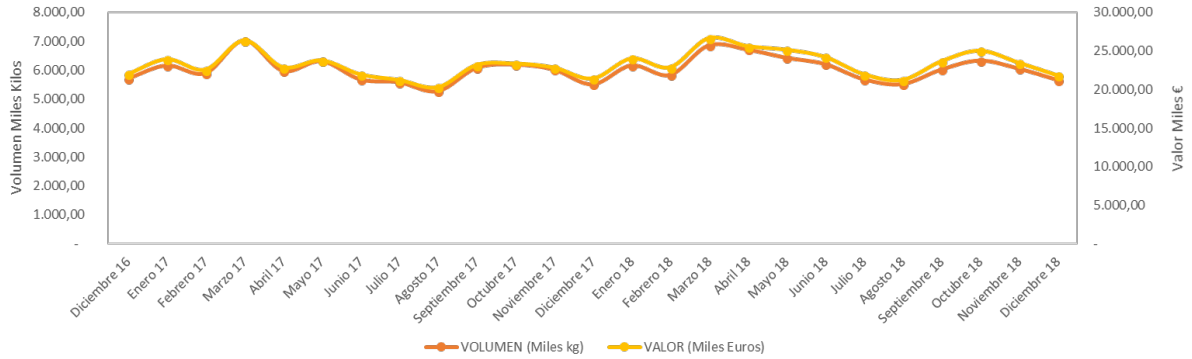
Aumenta un 2,5% la compra de cereales en los hogares españoles. En valor la resultante también es positiva con una variación al alza del 4,4%, debido al impacto que tiene la variación del precio medio de un 1,9%.

Los hogares destinan a la compra de estos productos el 0,42% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 6,26€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 4,0%.

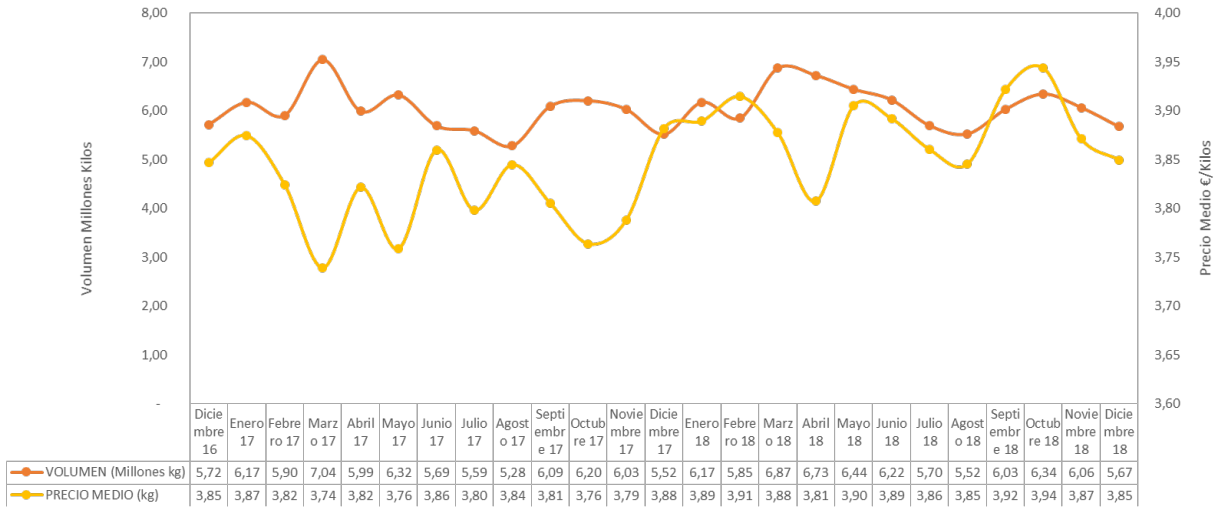
El consumo per cápita de cereales fue de 1,61 kilos por persona y año, superado en un 2,1% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Cereales en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	73.602,36	2,5%
VALOR (Miles €)	285.690,03	4,4%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	1,61	2,1%
GASTO x CÁPITA (€)	6,24	4,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,26	2,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,42	2,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	3,88	1,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

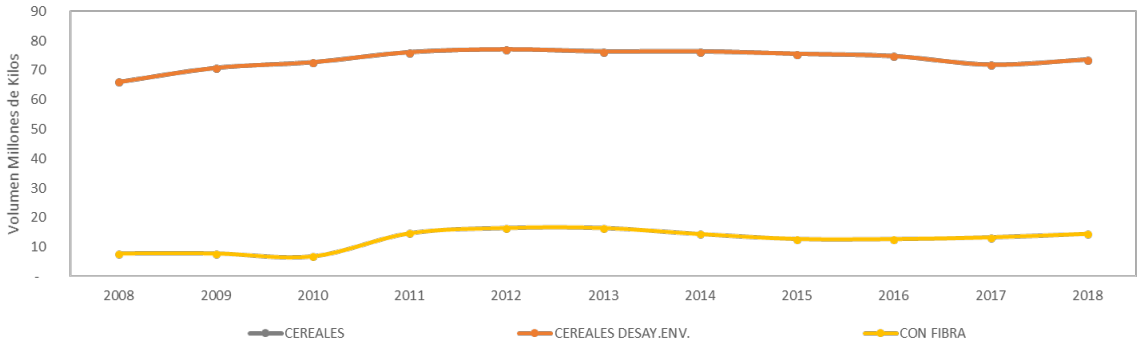


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

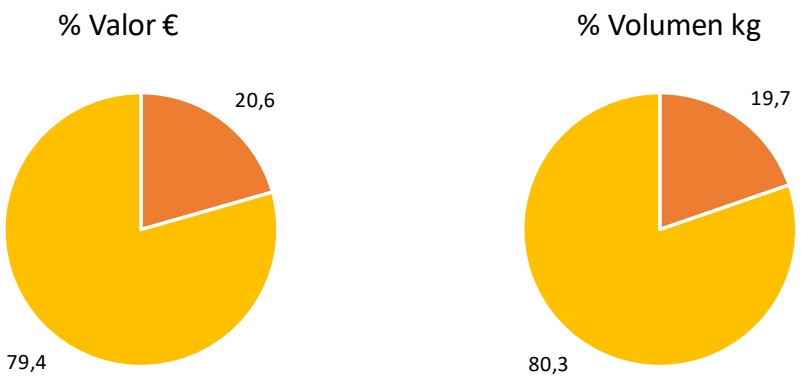


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	5,72	6,17	5,90	7,04	5,99	6,32	5,69	5,59	5,28	6,09	6,20	6,03	5,52	6,17	5,85	6,87	6,73	6,44	6,22	5,70	5,52	6,03	6,34	6,06	5,67
PRECIO MEDIO (kg)	3,85	3,87	3,82	3,74	3,82	3,76	3,86	3,80	3,84	3,81	3,76	3,79	3,88	3,89	3,91	3,88	3,81	3,90	3,89	3,86	3,85	3,92	3,94	3,87	3,85

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



- **Importancia de los tipos de cereales**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
CEREALES	4,4%	2,5%
CEREALES CON FIBRA	11,4%	9,0%
RESTO CEREALES	2,7%	1,0%

La cuota de cereales con fibra se corresponde casi con una quinta parte del volumen total de cereales (19,7%) su variación con respecto al año anterior es positiva y se incrementa un 4,4%. En valor su peso con respecto al total es del 20,6% y crece a doble dígito con una evolución del 11,4%.

- **Consumo per cápita de los tipos de cereales[3]**

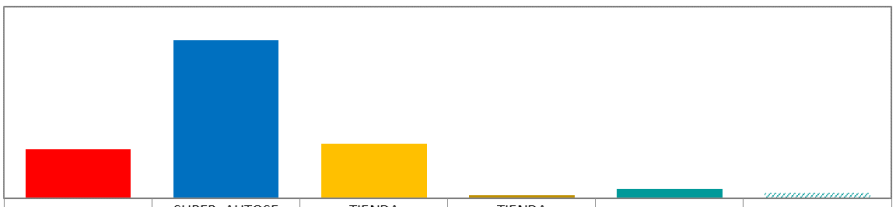
	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CEREALES	**1,57**	**1,61**
CEREALES DESAY.ENV.	1,57	1,61
CEREALES CON FIBRA	0,29	0,32

Aumenta el consumo per cápita de cereales a cierre de año 2018 un 2,1%, la cantidad ingerida por persona y año es de 1,61 kilogramos por persona. Aumenta el consumo de cereales con fibra de forma destacada (+8,6%) siendo actualmente la ingesta media por persona de 0,32 kilogramos.

[3] Los cereales con fibra forman parte de los cereales de desayuno, por lo que su consumo per cápita está incluido en el de los cereales de desayuno.

- **Canales**

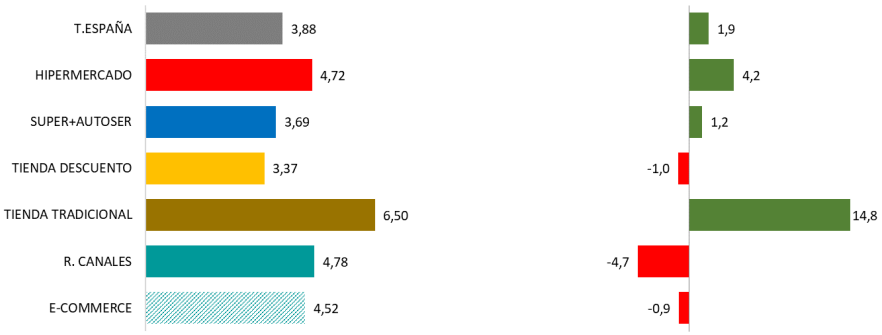
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	17,9	57,8	19,9	1,2	3,2	1,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	9,7	3,6	-6,0	32,6	-6,7	9,3

Más de la mitad de los kilos de cereales para consumo doméstico se adquieren en el supermercado y autoservicio, su variación con respecto al año anterior es positiva (+3,6%). Las tiendas descuento son responsables de una quinta parte de los kilos de cereales, si bien pierden un 6,0% de volumen con respecto al mismo periodo del año anterior.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

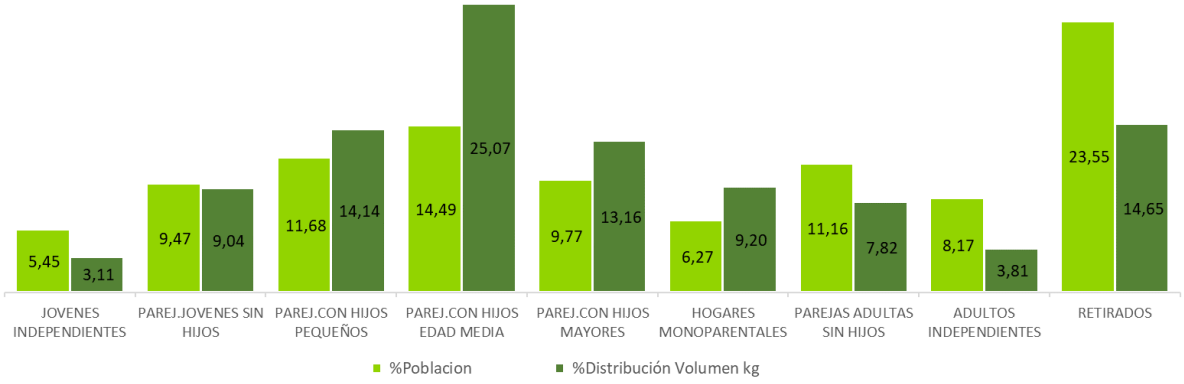


El precio medio total España para los cereales fue de 3,88 €-kilo con un encarecimiento del 1,9% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento de precio excepto la tienda descuento, canal que tal como decíamos perdía volumen de compra y que precisamente en este gráfico mantiene un precio medio por debajo de la media del mercado.

El canal con el precio medio menos competitivo es la tienda tradicional (mantiene el precio medio un 67,4% más alto que la media nacional). Además, en este año lo encarece de media un 14,8% con respecto al año anterior.

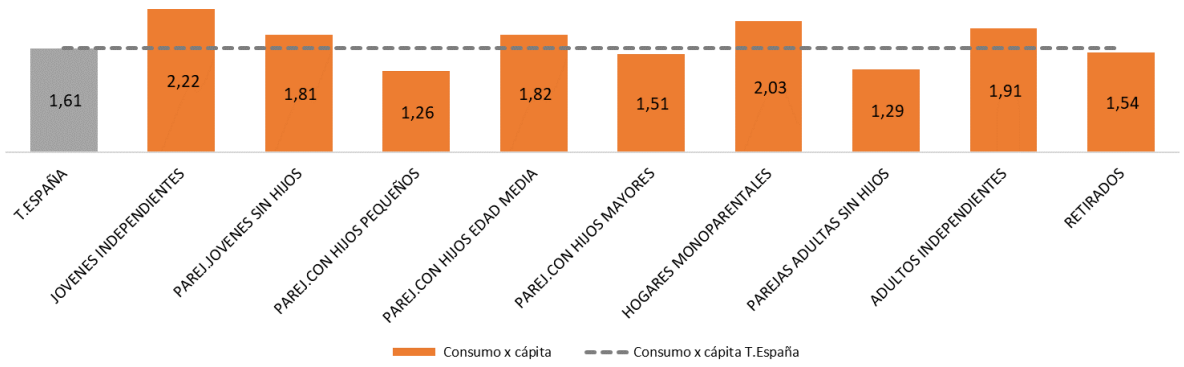
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



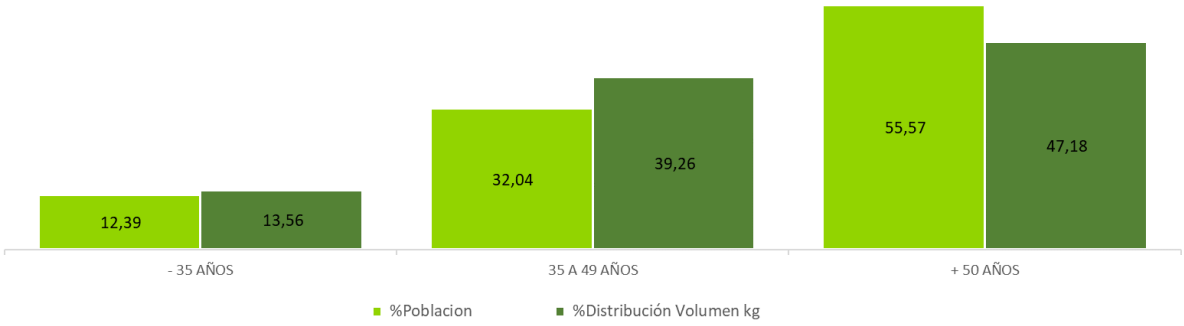
El perfil de consumidor de cereales se corresponde con hogares con hijos especialmente con ellos medianos, hogares monoparentales, con hijos mayores o pequeños. Sin embargo, del lado contrario se posicionan hogares formados por adultos o jóvenes independientes.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



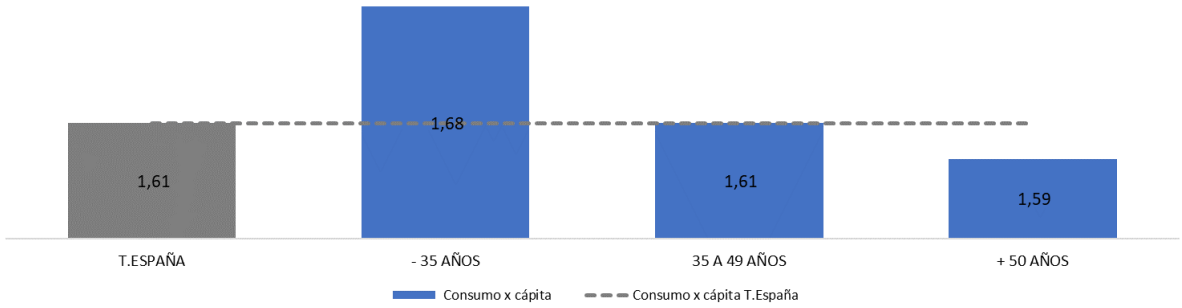
Se posicionan con un consumo per cápita superior a la media nacional los individuos clasificados según este ciclo de vida; parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos de edad media, adultos independientes, hogares monoparentales y jóvenes independientes. De hecho, estos últimos son quienes más consumen cereales con una ingesta un 53% superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



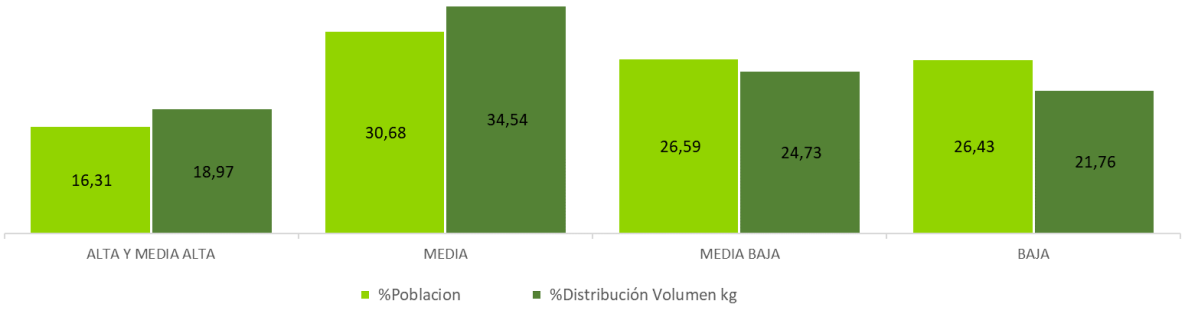
El perfil comprador de cereales por la edad del responsable de las compras se corresponde con una tipología de hogar que tiene una edad que oscila entre los 35 y los 49 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



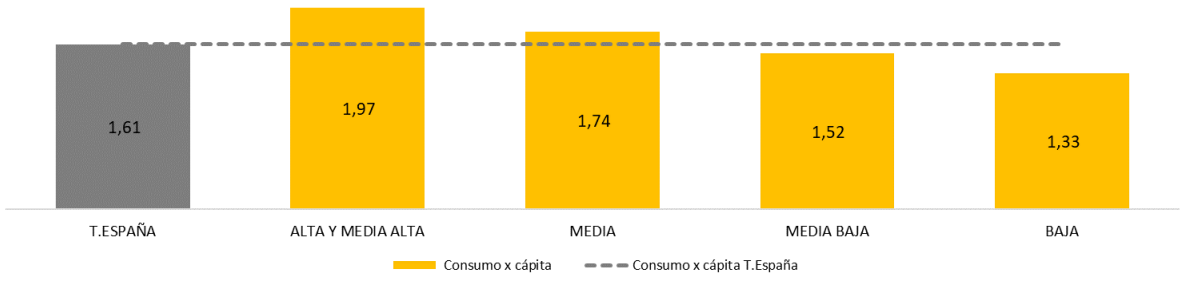
Los menores de 35 años, son claramente quienes realizan el consumo per cápita más alto de la categoría de cereales, ingieren de media un 3% más que el individuo promedio español.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



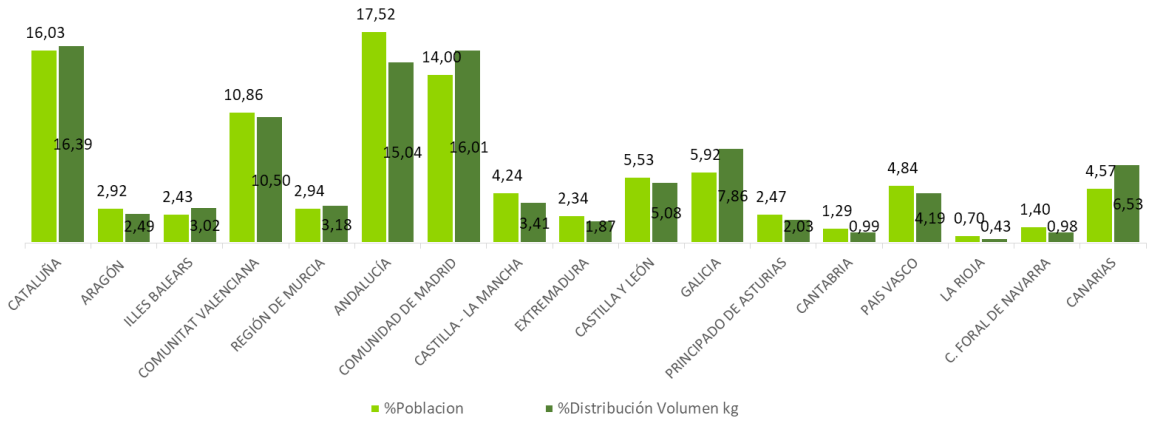
Son aquellos hogares englobados en clase alta y media alta, o bien en clase media quienes se perfilan como consumidores intensivos de la categoría de cereales, pues adquieren más volumen de compra que lo que representan en porcentaje de peso poblacional.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



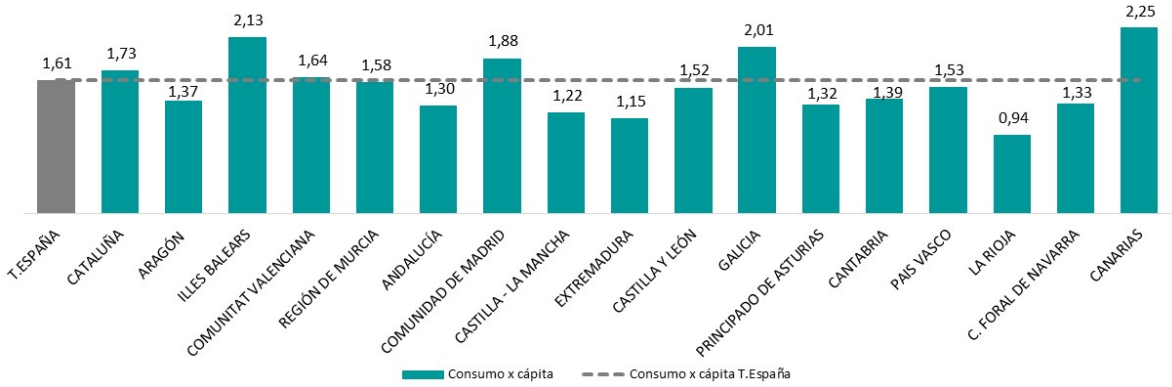
Tal como decíamos en el gráfico anterior se corresponde con estas tipologías de hogar además quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría, estando su consumo per cápita por encima de la media del mercado.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Canarias, Galicia e Illes Balears entre otras, son las CCAA más intensivas en la compra de cereales. Aquellas que se sitúan entre las menos intensivas son, La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los habitantes de ambos archipiélagos se sitúan entre quienes realizan el mayor consumo per cápita de cereales. Coincide en este caso con ser las CCAA que proporcionalmente adquieren un volumen mayor al peso que les corresponde. Destacan otros habitantes españoles como los gallegos, madrileños y catalanes. Son los riojanos los españoles que menor consumo per cápita realizan de cereales, no llegan a consumir ni un kilo por habitante y periodo de estudio.

3.5.3 GALLETAS

- **Resultados totales**

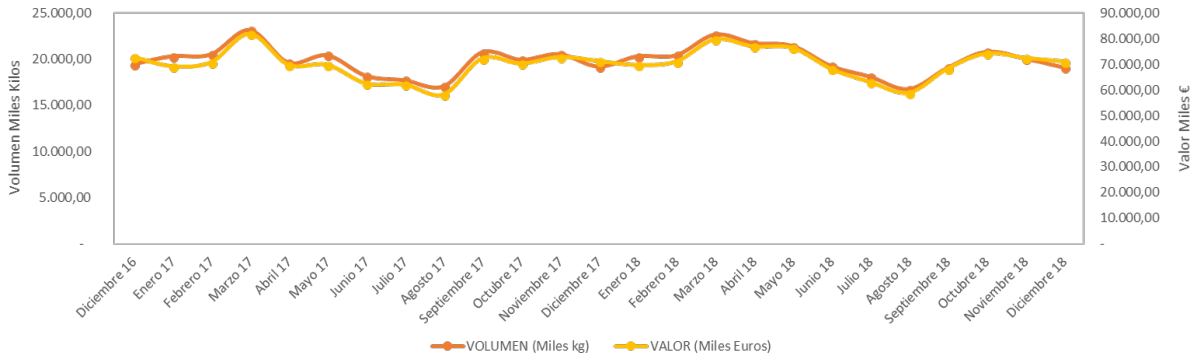
Crece el consumo de galletas a cierre de año 2018 un 0,9%. En valor la categoría aumenta un 2,3%. La diferencia está en el precio medio, pues aumenta un 1,4% durante este año cerrando en los 3,54 €-kilo.

Los hogares destinan a la compra de galletas el 1,24% del presupuesto medio asignado para comprar alimentos y bebidas. Esto implica un gasto per cápita de 18,57€, una cantidad que se incrementa con respecto al año anterior en un 1,9%.

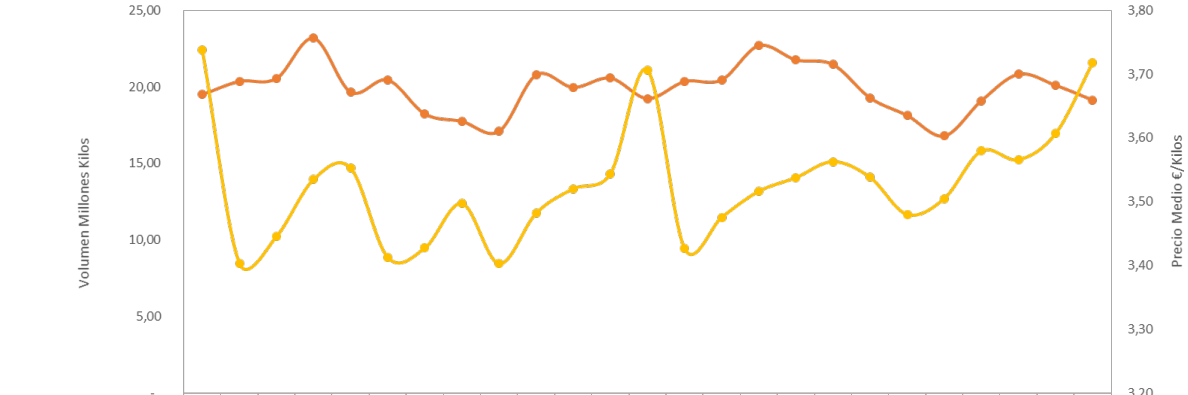
El consumo per cápita de galletas fue de 5,24 kilogramos, un 0,6% superior al año anterior.

	Consumo doméstico de Galletas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	239.997,03	0,9%
VALOR (Miles €)	850.202,07	2,3%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	5,24	0,6%
GASTO x CÁPITA (€)	18,57	1,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,83	1,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,24	0,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	3,54	1,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

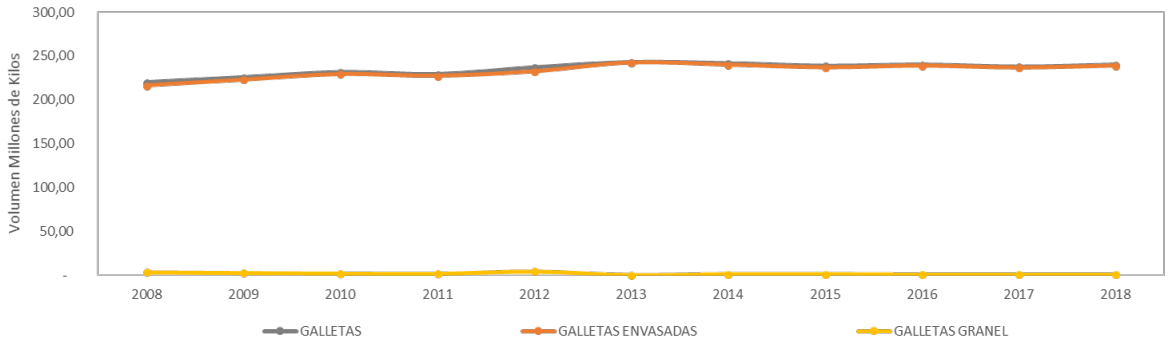


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

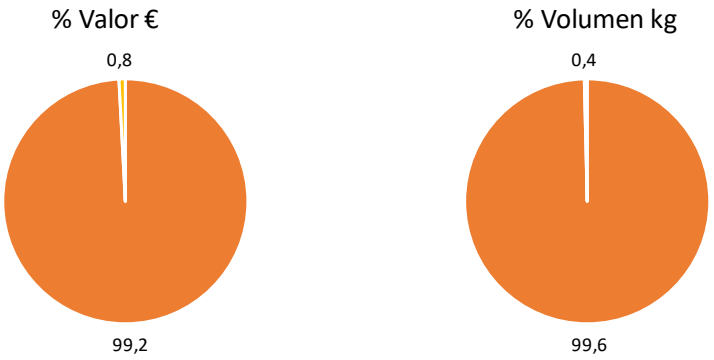


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	19,4	20,3	20,5	23,1	19,6	20,4	18,2	17,7	17,1	20,7	19,9	20,5	19,2	20,3	20,4	22,6	21,7	21,4	19,2	18,1	16,8	19,0	20,8	20,0	19,1
PRECIO MEDIO (kg)	3,74	3,40	3,45	3,53	3,55	3,41	3,43	3,50	3,40	3,48	3,52	3,54	3,71	3,43	3,48	3,52	3,54	3,56	3,54	3,48	3,51	3,58	3,57	3,61	3,72

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



- ## Importancia de los tipos de galletas



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
GALLETAS	2,3%	0,9%
GALLETAS ENVASADAS	2,3%	0,9%
GALLETAS GRANEL	6,1%	9,5%

Prácticamente la totalidad de las galletas, es decir el 99,6% del volumen se adquieren envasadas. Su evolución con respecto al año anterior es favorable y crecen un 0,9%. En valor también evolucionan de forma positiva y crecen un 2,3%. Crece también los indicadores de volumen y valor de forma más acentuada en las galletas a granel, si bien su cuota con respecto al total categoría es menor.

- ## Consumo per cápita de los tipos de galletas

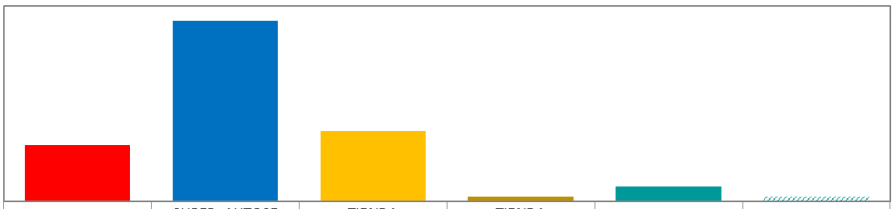
	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
GALLETAS	**5,21**	**5,24**
GALLETAS ENVASADAS	5,19	5,22
GALLETAS GRANEL	0,02	0,02

Aumenta el consumo per cápita de galletas a cierre de año 2018 un 0,6%, la cantidad ingerida por persona y año es de 5,24 kilogramos por persona. La mayor parte del consumo per cápita se concentra en las galletas envasadas, con un consumo medio aproximado de 5,22 kilos por

persona y periodo de estudio, su variación con respecto al año anterior es del 0,5%. Aumenta el consumo de galletas a granel de forma destacada (+9,1%) siendo actualmente la ingesta media por persona de 0,02 kilogramos, si bien su ingesta actualmente es muy pequeña

- **Canales**

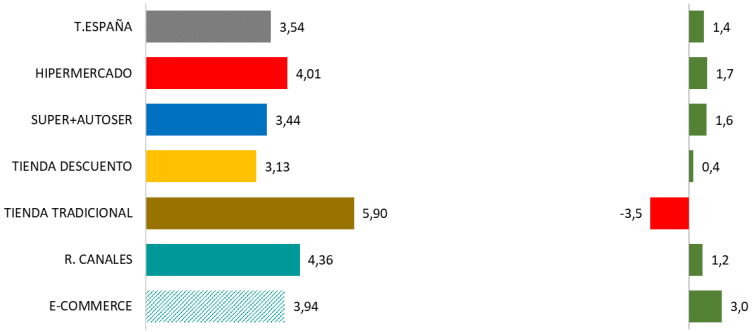
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	17,2	55,6	21,5	1,3	4,4	1,4
% EVOLUCION VOLUMEN kg	0,2	1,7	-1,3	2,9	5,2	2,0

La mayor parte del volumen de galletas se compró en los supermercados y autoservicios, el volumen para estas plataformas de distribución aumentó en este año también con una variación del 1,7% en positivo. Las tiendas descuento tienen una cuota del 21,5% del volumen de galletas, sin embargo, a lo largo del año 2018, pierden peso con respecto año anterior, pues en volumen retroceden un 1,3%.

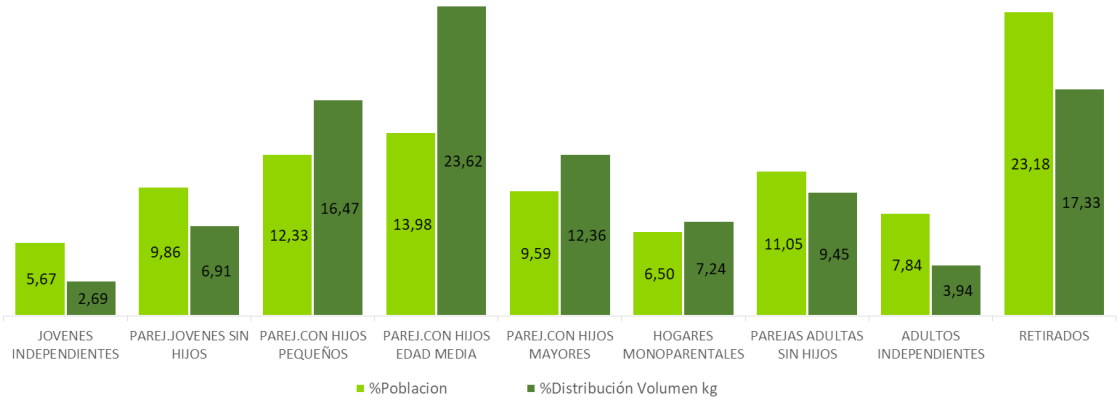
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de galletas cerró en 3,54 €-kilo con una variación al alza del 1,4% durante el año 2018. Todas las plataformas del canal dinámico mantienen la tendencia alcista en el precio medio; la más contenida proviene de la tienda descuento con una variación del 0,4%, cerrando en los 3,13 €-kilo, convirtiéndose por tanto en el canal con el precio medio más competitivo. La tienda tradicional es el único agrupado de canales que reduce precio a cierre de año móvil 2018 (-3,5%) aún con este esfuerzo en precio sigue siendo el canal con el precio medio más alto, concretamente un 66,5% por encima de la media del mercado.

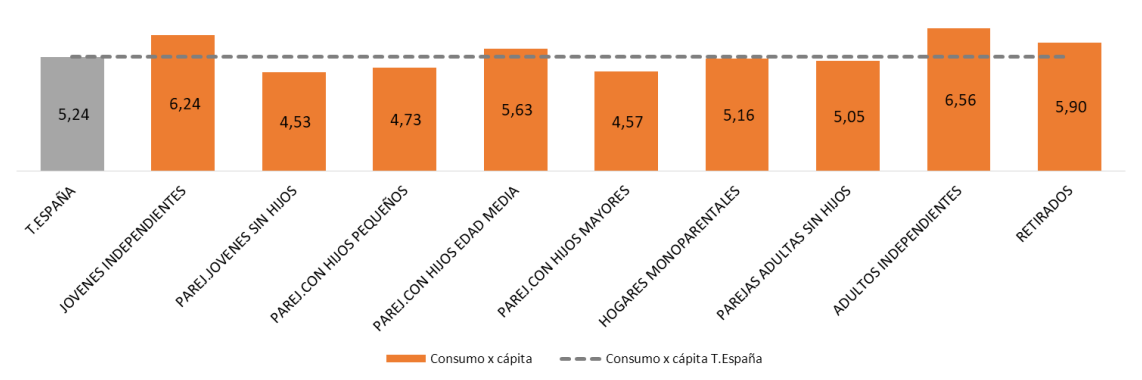
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



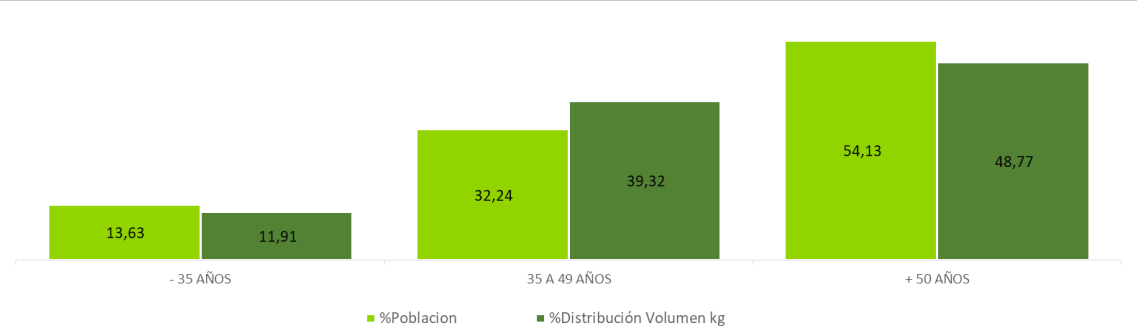
Según la distribución del volumen por criterio por ciclo de vida, se definen como intensivos de la categoría hogares en los que hay presencia de hijos, independientemente de la edad, especialmente si son de edad media o pequeños. Por el contrario, jóvenes o adultos independientes realizan una compra menor de lo que cabría esperar según el peso poblacional que suponen.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



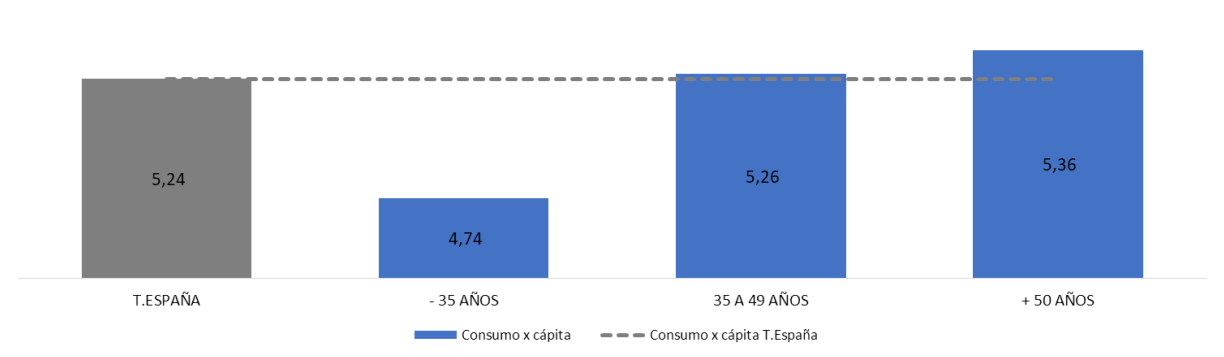
Son los adultos independientes quienes realizan el mayor consumo per cápita de galletas, exactamente consumen un 25% más que la media nacional, lo que en conversión en kilos suponen 1,32 kilos más por persona y año que la media. También superan la cantidad media ingerida, los jóvenes independientes, los retirados o las parejas con hijos de edad media. Son las parejas jóvenes sin hijos quienes realizan el menor consumo de la categoría, consumiendo cerca de 0,71 kilogramos menos que la media.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



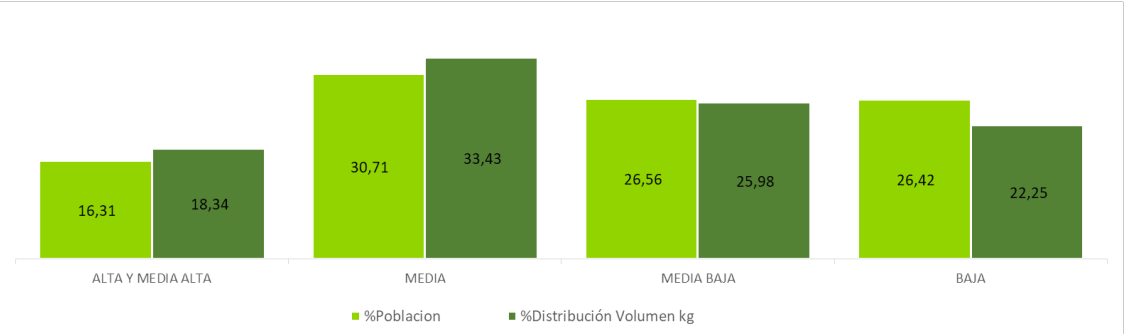
Son los hogares cuyo responsable de compra tiene una edad comprendida entre los 35 y 49 años, quienes realizan una compra mayor de galletas.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



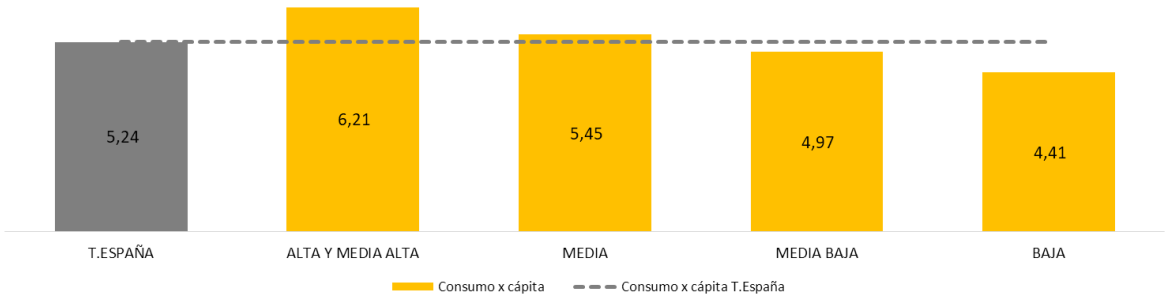
Sin embargo y si tenemos en cuenta el dato de la distribución del volumen, no son los hogares que más cantidad compraban aquellos que más consumen. Son los individuos que superan los 50 años, quienes tienen una ingesta de galletas superior a la media del mercado.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



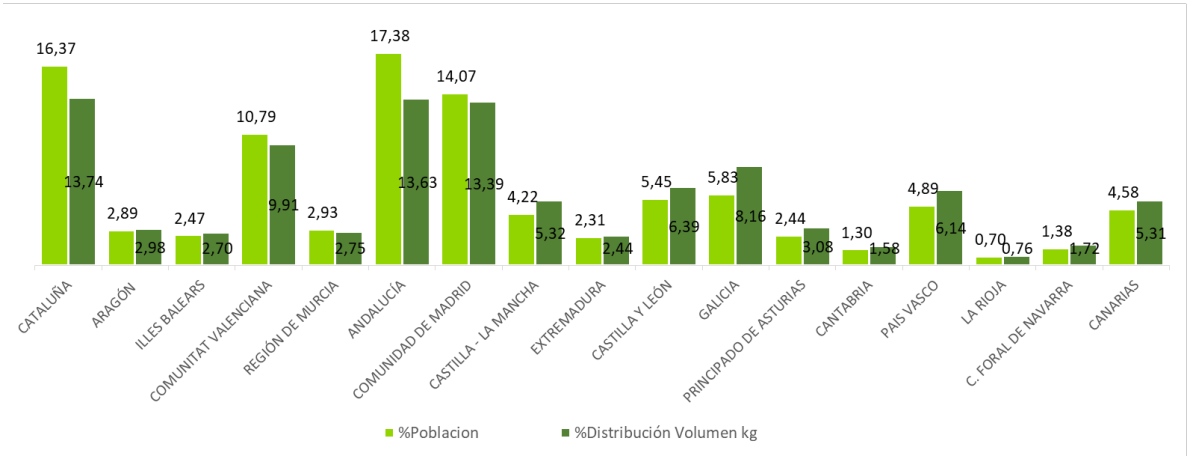
Hogares de clase alta y media alta, así como de clase media los grandes consumidores de la categoría.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



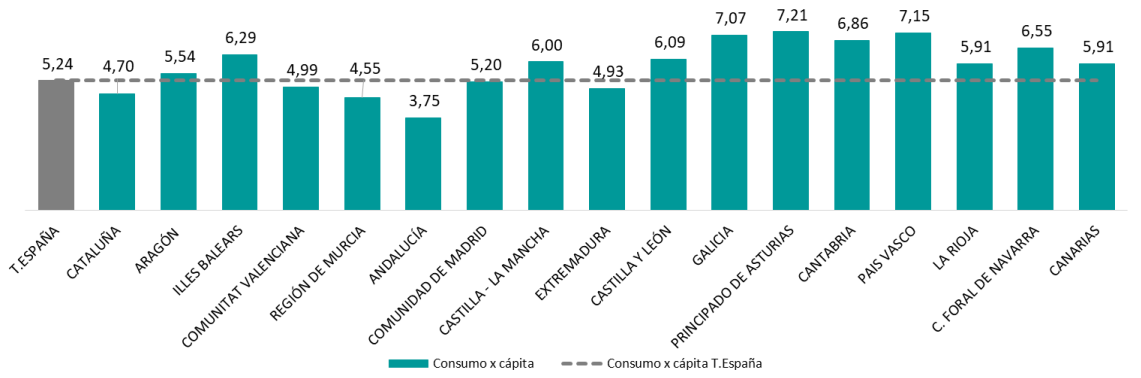
Los individuos de clase socioeconómica baja fueron a cierre de año 2018 quienes realizaron el consumo per cápita más bajo de galletas. En concreto, consumen cerca de 0,83 kilogramos menos por persona y año. Contrariamente, encontramos a los individuos de clase alta y media alta, con un consumo per cápita un 18% superior a la media; es decir de media consumen casi 0,96 kilos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Las comunidades autónomas más intensivas en la compra de galletas son: Galicia, Principado de Asturias, País Vasco y Castilla-La Mancha. Las que menor consumo tienen son: Andalucía, Cataluña y la Comunitat Valenciana, así como la Región de Murcia.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los individuos residentes en el Principado de Asturias, País Vasco y Galicia son los que mayor consumo per cápita tienen de galletas. Por el contrario, son los andaluces los españoles con el menor consumo de galletas de la península ibérica, consumen de media un kilo y medio menos que la media nacional.

3.5.4 PRODUCTOS NAVIDEÑOS

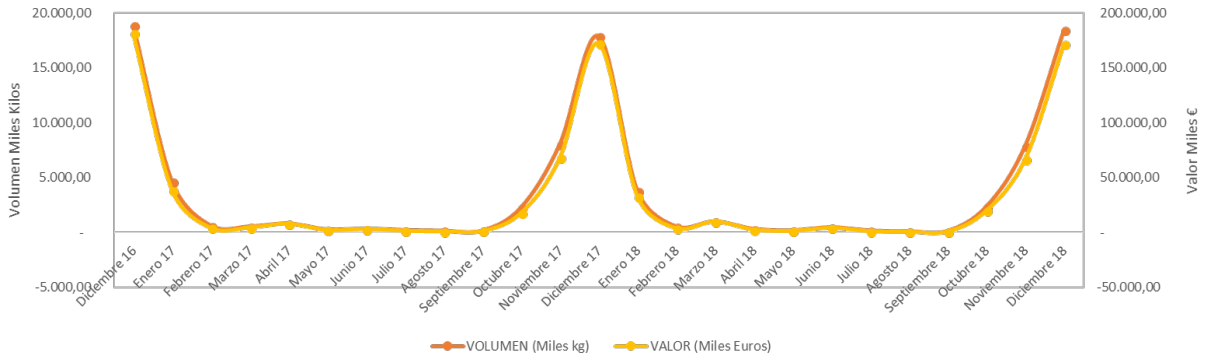
- **Resultados totales**

Disminuye la compra de productos navideños durante el 2018 un 1,6%. En valor la caída es algo mayor alcanzando el 2,2%, ya que el precio medio varió un 0,7% cerrando en 8,98€-kilo.

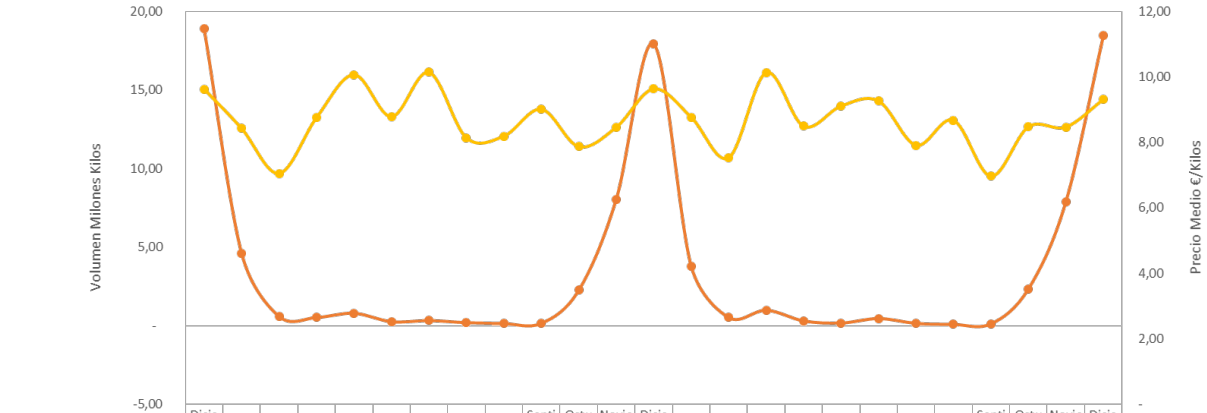
Cada español consume una cantidad de 0,77 kilogramos por persona y año, varia con respecto al año anterior un 1,9%. De igual forma disminuye la cantidad invertida por persona, siendo actualmente a cierre de año 2018 de 6,91 €, lo cual implica un descenso del 2,6%.

	Consumo doméstico de Productos Navideños en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	35.248,49	-1,6%
VALOR (Miles €)	316.454,75	-2,2%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	0,77	-1,9%
GASTO x CÁPITA (€)	6,91	-2,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,12	-1,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,46	-3,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,98	-0,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

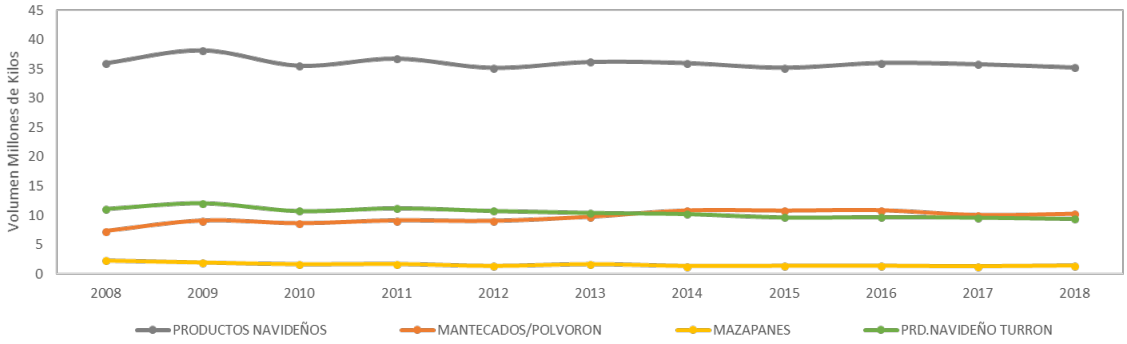


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

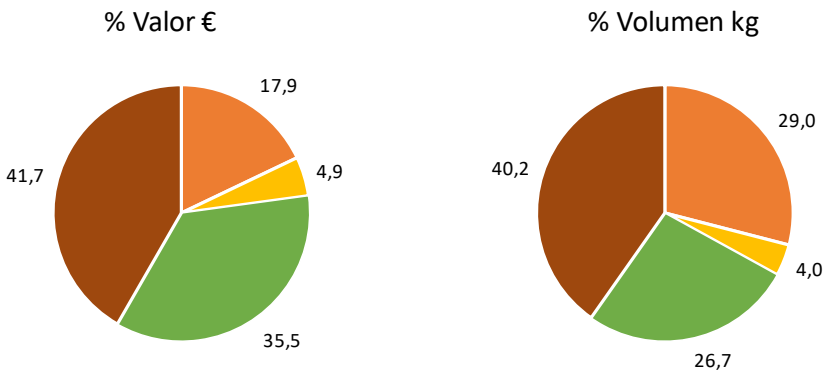


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	18,8	4,60	0,59	0,52	0,79	0,26	0,33	0,19	0,14	0,15	2,26	8,05	17,9	3,78	0,52	0,99	0,31	0,17	0,46	0,15	0,08	0,12	2,34	7,89	18,4
PRECIO MEDIO (kg)	9,63	8,42	7,05	8,75	10,0	8,78	10,1	8,14	8,19	9,01	7,87	8,46	9,63	8,76	7,53	10,1	8,49	9,11	9,26	7,91	8,68	6,97	8,47	8,47	9,31

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



- **Importancia de los tipos de productos navideños**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	-2,2%	-1,6%
MANTECADOS/POLVORON	7,1%	2,2%
MAZAPANES	9,6%	10,0%
PRD.NAVIDEÑO TURRON	-4,5%	-2,2%
OTROS PRD.NAVIDEÑOS	-5,1%	-4,6%

Los mantecados/polvorones son quienes tienen la mayor proporción del volumen de la categoría con un 29,0% de cuota. En valor representan el 17,9%. Su tendencia en este año ha sido positiva tanto en volumen como en valor (+2,2% y +7,1% respectivamente). Los mazapanes tienen una cuota más pequeña, tan solo representan el 4,0% en volumen y un 4,9% en valor. Su variación es positiva para ambos indicadores, llegando casi al doble dígito de crecimiento.

Los turrones, son por orden de importancia los segundos en cuota de volumen y los primeros en valor, si bien su tendencia en el año 2018 ha sido negativa. El resto de los productos navideños también evoluciona de forma desfavorable en este periodo de estudio.

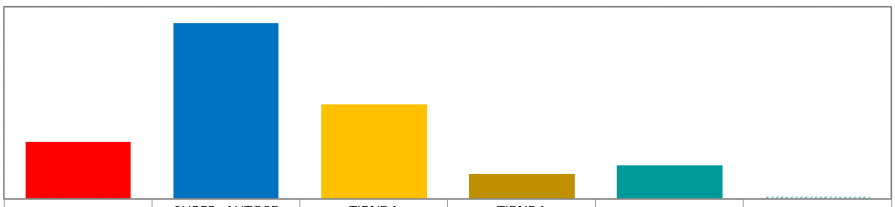
- ## Consumo per cápita de los tipos de bollería

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	**0,79**	**0,77**
MANTECADOS/POLVORON	0,22	0,22
MAZAPANES	0,03	0,03
PRD.NAVIDEÑO TURRON	0,21	0,21
OTROS PRD.NAVIDEÑOS	0,33	0,31

Decrece el consumo de productos navideños a cierre de año 2018 en España un -1,9%. El mayor consumo per cápita se da en los productos de mantecados y polvorones, seguido de turrón.

- ## Canales

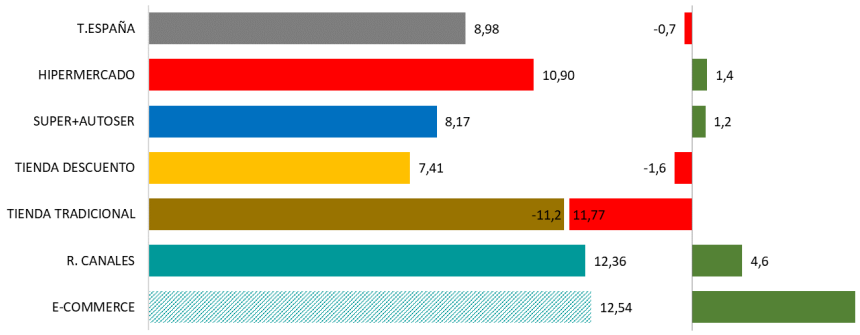
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	14,7	45,7	24,6	6,4	8,6	0,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,0	-3,7	6,0	-12,0	-5,2	-2,1

El supermercado y autoservicio tiene una cuota en volumen del 45,7%, su variación con respecto al año anterior es negativa en un 3,7%. Casi una cuarta parte del volumen de estos productos se adquiere en las tiendas descuento. Su volumen con respecto al año 2017 crece un 6,0%. Canales como las tiendas tradicionales o el resto de las superficies que no se corresponden con el canal dinámico pierden volumen con respecto al año anterior.

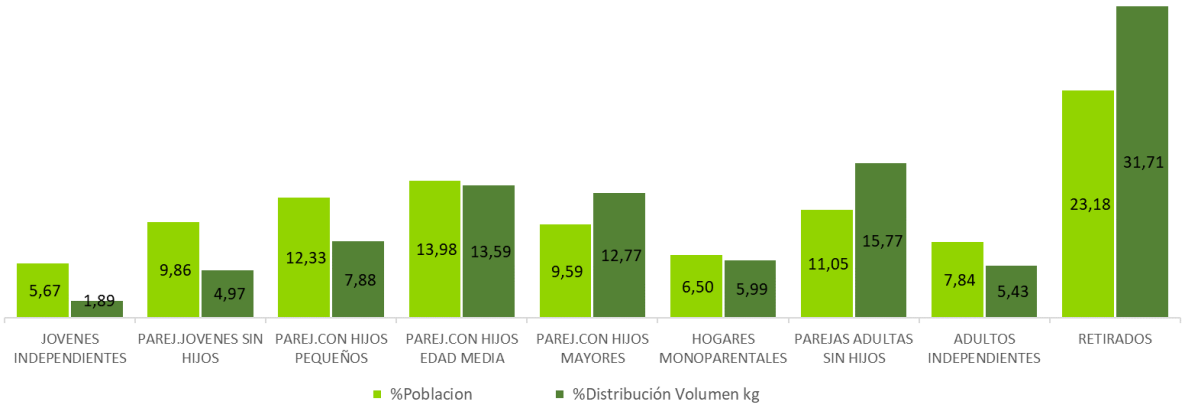
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El canal con el precio medio más competitivo es la tienda descuento, además en estos últimos doce meses reduce su precio un 1,6%. Mayor es la reducción de precio de las tiendas tradicionales (-11,77%) si bien pese a esta importante reducción, este es uno de los canales con el precio medio más alto de la categoría.

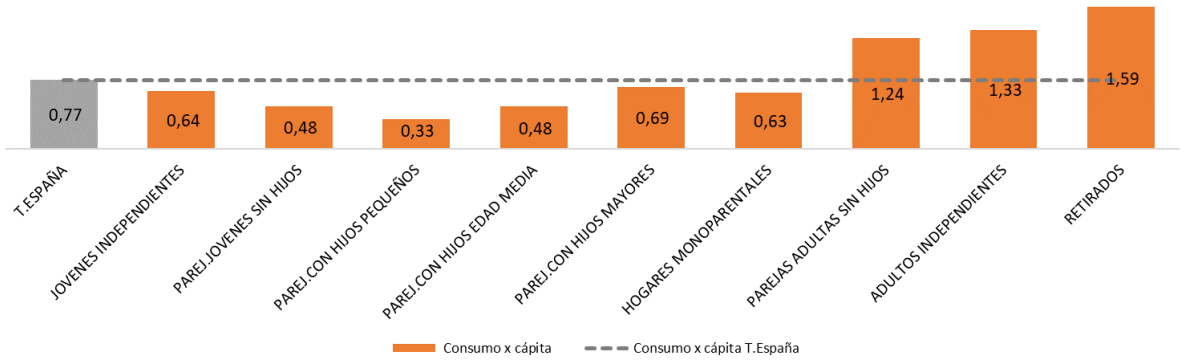
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



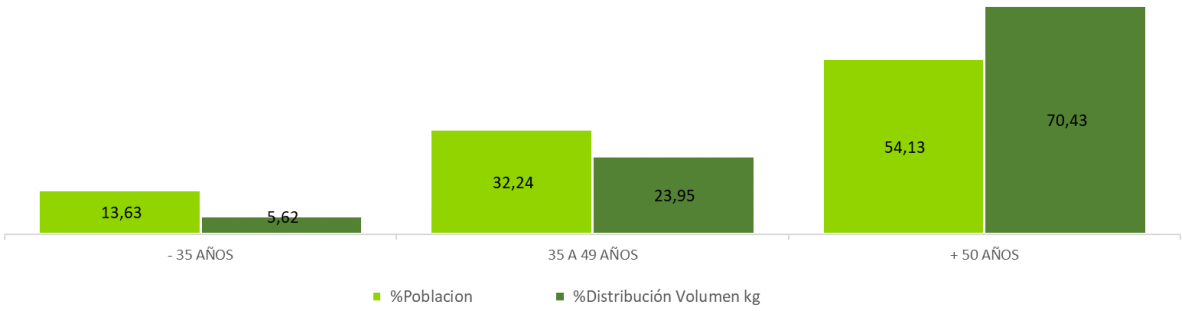
El perfil de hogar consumidor de estos productos dulces se corresponde por ciclo de vida, con hogares formados por retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores. Antitéticamente encontramos hogares compuestos por jóvenes independientes y parejas jóvenes sin hijos o con ellos pequeños, así como adultos independientes de forma más destacada.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



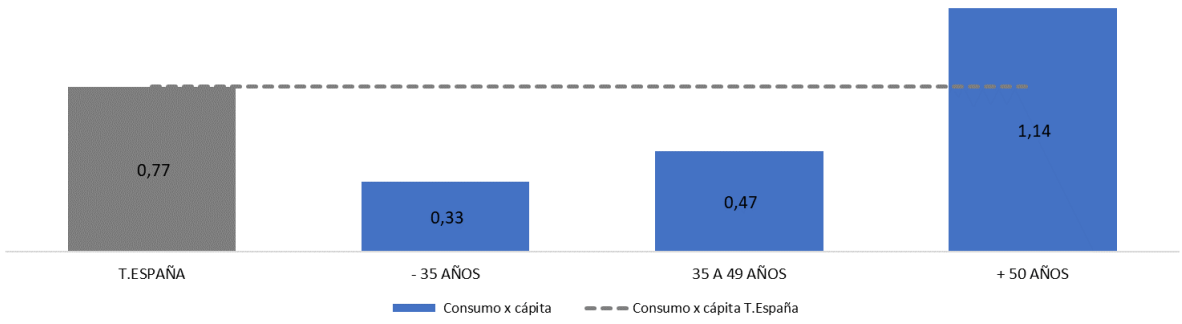
Los individuos que conforman hogares formados por parejas con hijos pequeños son quienes menor consumo per cápita realizan de la categoría. Por el contrario, los individuos que mayor consumo realizaron de productos navideños a cierre de año 2018 fueron los retirados. Estos, duplicaron la media nacional, con una ingesta aproximada por persona de 1,59 kilogramos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



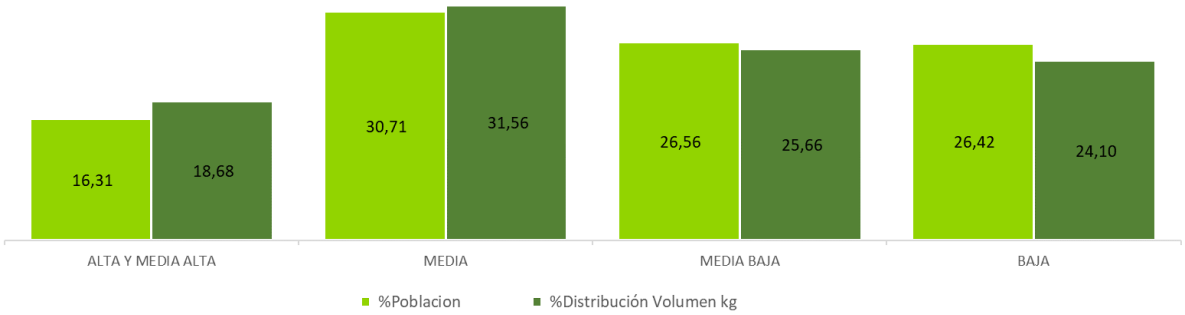
Son los hogares cuyo responsable de compra supera los 50 años, aquellos que durante el año 2018 compraron más kilos de productos navideños de lo que les correspondía según el peso que tienen a nivel de población. Esto les convierte en consumidores intensivos de la categoría, pues compran un 30% más de los kilos que se suponen deben adquirir según representan demográficamente en hogares.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



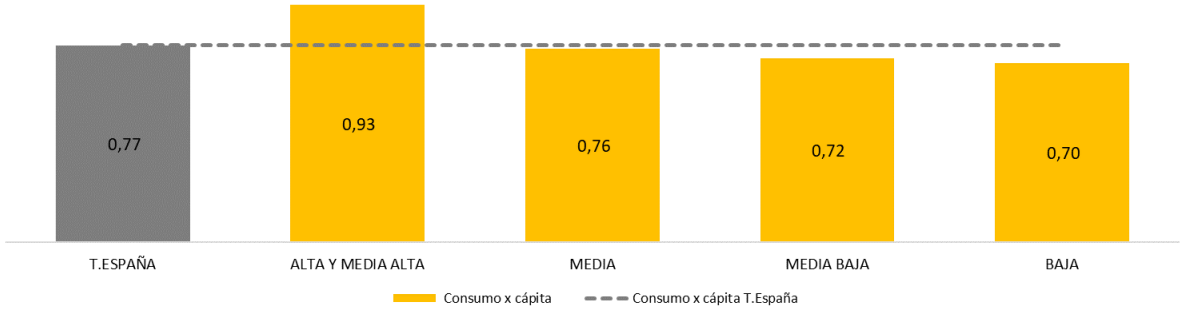
Los individuos de menos de 49 años no llegan a consumir la media de 0,77 kilogramos por persona y año. Son los mayores de 50 años, quienes mantienen un consumo per cápita superior, concretamente un 47,7% por encima de la media.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



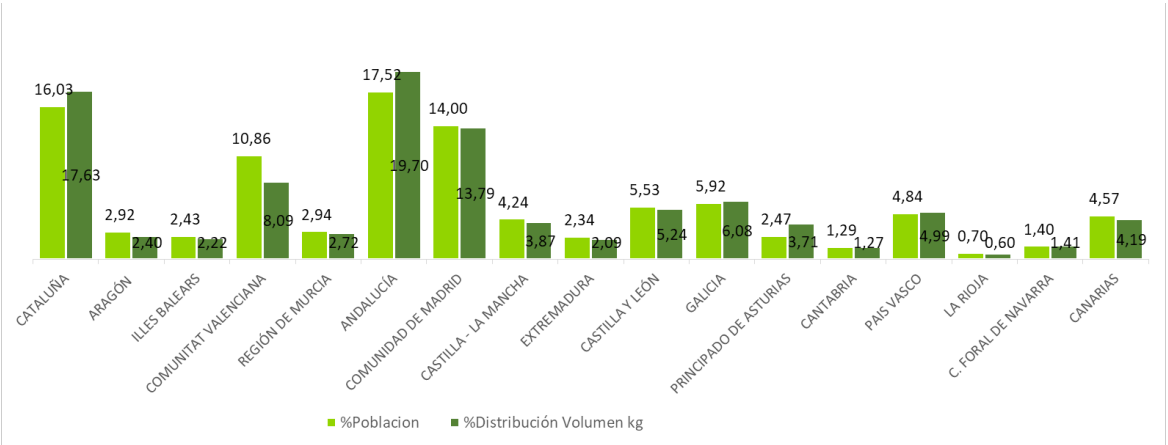
El perfil de hogar intensivo en la compra de productos navideños es de clase media, alta y media alta.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



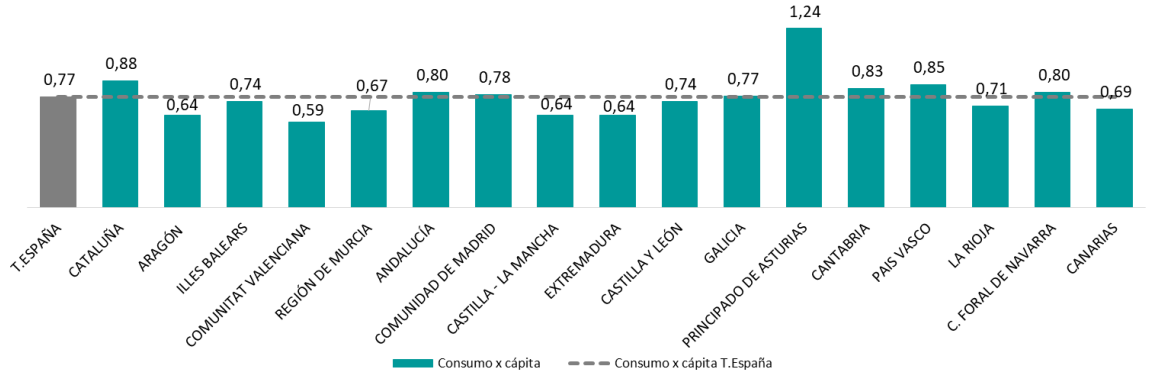
Los individuos segmentados por clase socioeconómica en clase alta y media alta, son quienes realizan un mayor consumo per cápita de estos productos navideños, siendo la cantidad media ingerida por persona y año de 0,93 kilogramos. Una cifra que supera en cerca de 0,16 kilogramos la cantidad media nacional.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Las CCAA más intensivas en compra de estos productos son: El Principado de Asturias y Cataluña, así como Andalucía. Sin embargo, las que menos volumen representan comparándolo con su peso demográfico son la Comunitat Valenciana, Aragón y La Rioja.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los habitantes asturianos son quienes a cierre de año 2018 realizaron la mayor ingesta de productos navideños de todo el territorio nacional con un consumo per cápita aproximado de 1,24 kilogramos. Como dato destacado, hay que comentar que es la única comunidad que supera el kilo de consumo de estos productos. Del lado contrario encontramos a los valencianos, con un consumo de 0,59 kilogramos por persona y año, lejos de los 0,77 de la media nacional.

3.6 CAFÉS E INFUSIONES

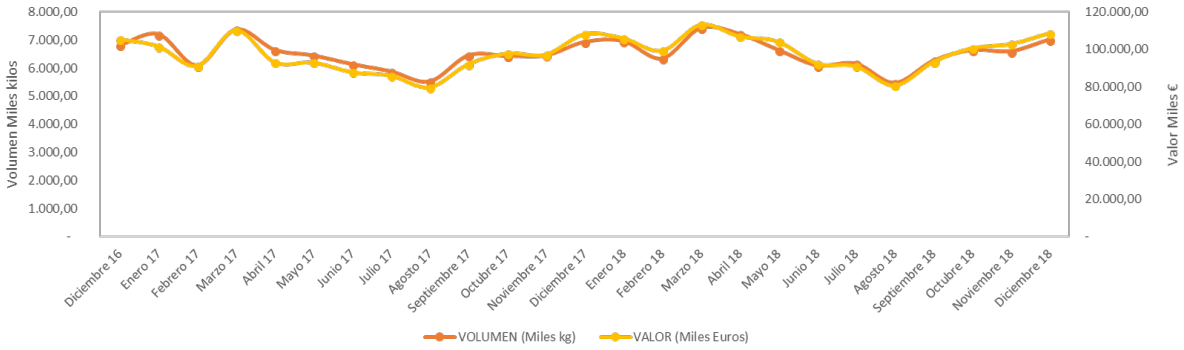
- **Resultados totales**

En 2018 se produce un aumento de compra de café e infusiones para consumo dentro de los hogares en comparación con el año 2017 del 1,6%. El impacto económico es mayor, ya que en valor la categoría crece en torno al 5,4%, como consecuencia de la variación del precio medio, siendo dicha variación del 3,7% en términos positivos, cerrando en 15,24 €/kilo.

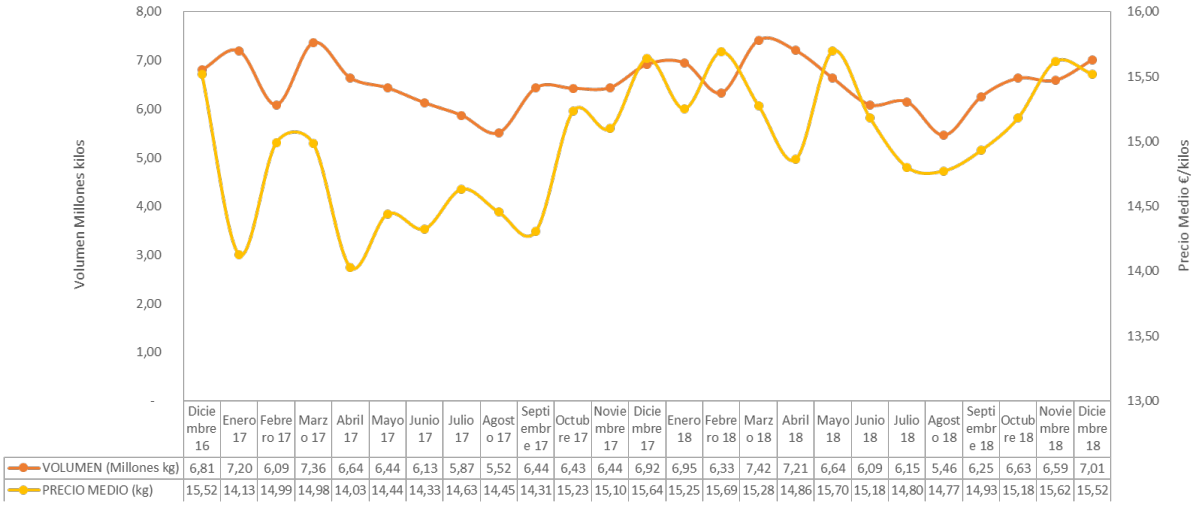
La categoría conforma el 1,75% del gasto total realizado en alimentación y bebidas para el hogar. El gasto medio realizado por cada individuo ascendió a 26,21 €, una cantidad un 5,0% superior al año 2017. El consumo per cápita realizado por cada individuo durante el año 2018 de cafés e infusiones fue de 1,72 kilos, habiéndose incrementado un 1,2%.

	2018	
	Consumo doméstico de Cafés e Infusiones	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	78.733,15	1,6%
VALOR (Miles €)	1.199.959,87	5,4%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	1,72	1,2%
GASTO x capita (€)	26,21	5,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,27	1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,75	3,8%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	15,24	3,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

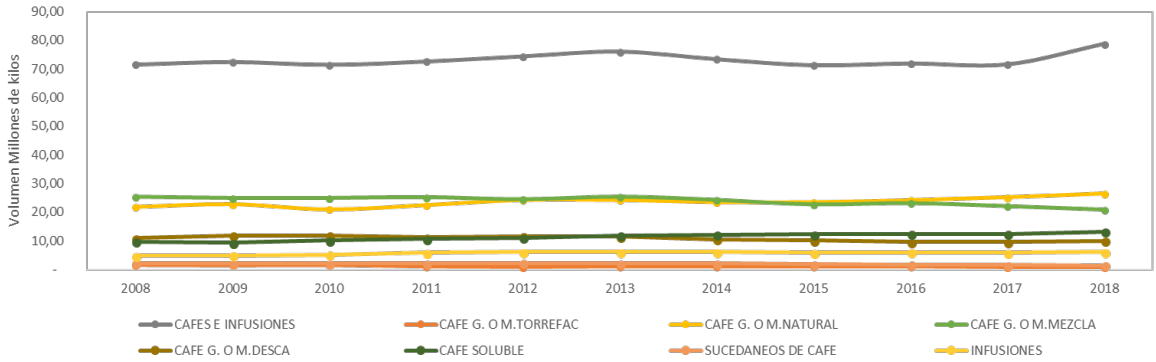


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



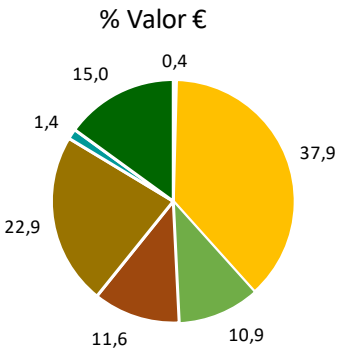
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	6,81	7,20	6,09	7,36	6,64	6,44	6,13	5,87	5,52	6,44	6,43	6,44	6,92	6,95	6,33	7,42	7,21	6,64	6,09	6,15	5,46	6,25	6,63	6,59	7,01
PRECIO MEDIO (kg)	15,52	14,13	14,99	14,98	14,03	14,44	14,33	14,63	14,45	14,31	15,23	15,10	15,64	15,25	15,69	15,28	14,86	15,70	15,18	14,80	14,77	14,93	15,18	15,62	15,52

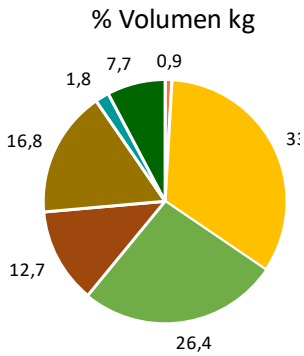
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



Desde el año 2008 es evidente el fuerte aumento de compra de productos como cafés e infusiones para consumo doméstico. En términos de evolución en volumen hay un fuerte aumento de la demanda de café soluble, así como de infusiones, con crecimientos que superan el 25% del volumen con respecto al año de referencia.

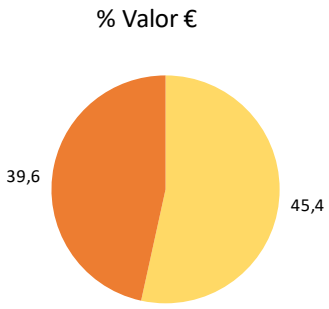
- **Importancia de los tipos de cafés e infusiones**

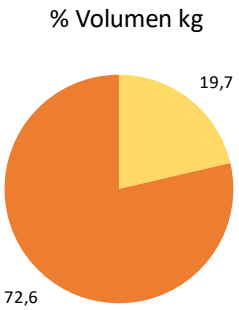




% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
CAFES E INFUSIONES	5,4%	1,6%
CAFE G. O M.TORREFAC	-8,9%	-9,4%
CAFE G. O M.NATURAL	10,9%	5,1%
CAFE G. O M.MEZCLA	-11,5%	-5,5%
CAFE G. O M.DESCA	10,6%	3,3%
CAFE SOLUBLE	6,9%	6,9%
SUCEDANEOS DE CAFE	-7,0%	-9,6%
INFUSIONES	2,4%	4,4%

El café natural es el que tiene una mayor proporción en volumen dentro de los hogares españoles a cierre de año 2018 con un 33,6% de los kilos, en valor representa casi un 38%. Su variación tanto en volumen como en valor es positiva con incrementos del 5,1% y 10,9% respectivamente. Las infusiones tienen una participación sobre el total en volumen del 7,7%, mientras que en valor duplican están cuota con un peso del 15,0%. Su consumo se ha incrementado con respecto al año 2017 en volumen ha crecido un 4,4%, mientras que en valor lo ha hecho un 2,4%.





% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL CAFÉ	5,9%	1,4%
CAFE EN CAPSULAS	12,2%	14,6%
RESTO CAFÉ	-0,5%	-1,7%

El café crece en volumen y valor (+1,4% y +5,9% respectivamente), este crecimiento proviene únicamente del auge que tienen las cápsulas de café. Este auge del valor proviene de la parte del café en cápsulas que crece a doble dígito (+12,2%). Si bien en volumen las cápsulas de café crecen un 14,6%. El resto de café decrece tanto en volumen como en valor.

- **Consumo per cápita de los tipos de cafés e infusiones**

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CAFES E INFUSIONES	**1,70**	**1,72**
CAFE G. O M.TORREFAC	0,02	0,02
CAFE G. O M.NATURAL	0,55	0,58
CAFE G. O M.MEZCLA	0,48	0,45
CAFE G. O M.DESCA	0,21	0,22
CAFE SOLUBLE	0,27	0,29
SUCEDANEOS DE CAFE	0,04	0,03
INFUSIONES	0,13	0,13

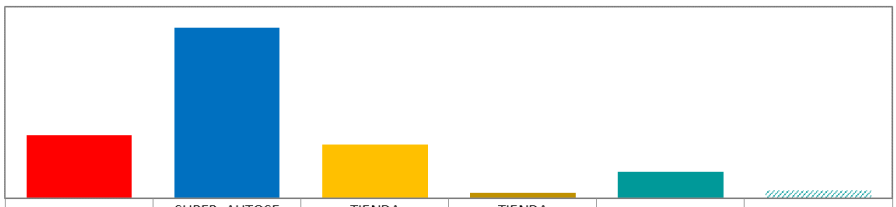
	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
TOTAL CAFÉ	**1,57**	**1,59**
CAFE EN CAPSULAS	0,30	0,34

El consumo per cápita de cafés e infusiones durante el año 2018 fue de 1,72 kilogramos, una cantidad que varía con respecto a la cantidad ingerida en el año 2017 en 1,2% de más. Los individuos españoles consumieron 0,58 kilogramos por persona y periodo de estudio de café natural siendo mayor también la cantidad en el año 2018 en comparación con lo ingerido en el año 2017.

El consumo per cápita de café a cierre de año 2018 fue de 1,59 kilogramos creciendo un 1,3% con respecto al año anterior. El incremento es más acentuado si tenemos en cuenta el café en capsulas (+14,6%) pues durante el año 2017 la cantidad media ingerida fue de 0,30 kilogramos por persona y año, mientras que a cierre de año 2018 la cantidad media por individuo ha sido de 0,34 kilogramos.

- **Canales**

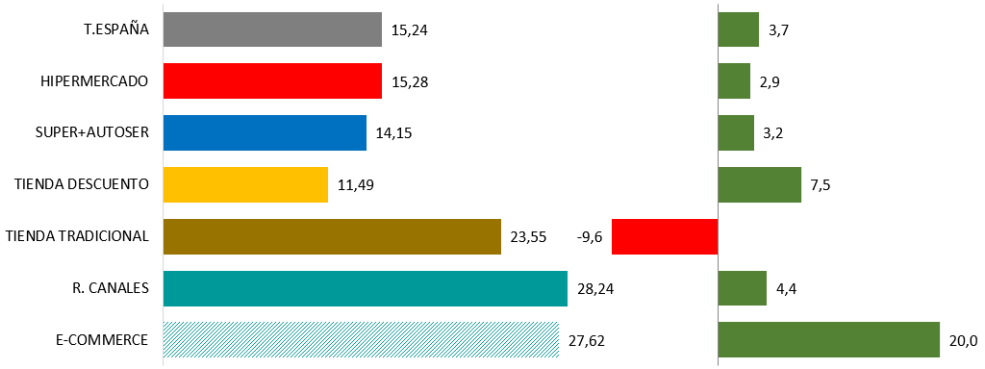
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	19,8	53,5	16,9	1,5	8,3	2,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,0	3,2	-2,8	4,9	1,9	24,5

Más de la mitad de los kilos de cafés e infusiones para consumo doméstico, concretamente el 53,5% se adquirió en el supermercado y autoservicio, además incrementa su volumen de compras con respecto al año anterior en un 3,2%. La tienda descuento pierde volumen (-2,8%) con respecto al ejercicio anterior, su cuota actual de la categoría con respecto al total es del 16,9%. 1 de cada 5 kilos de cafés e infusiones se adquieren en el hipermercado.

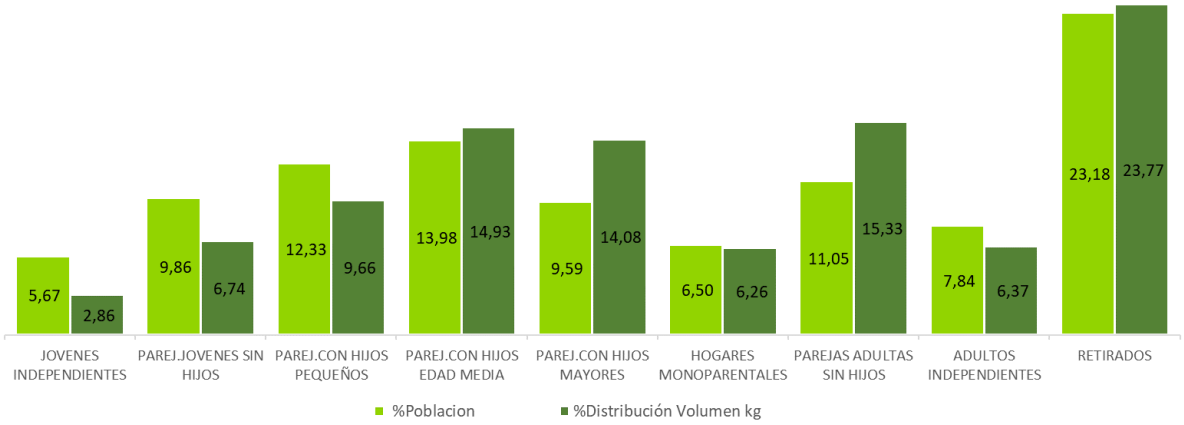
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de cafés e infusiones es de 15,24 €/kilo, con un incremento de 3,7% a cierre de año 2018. Los canales con el precio medio más alto son la tienda tradicional y el resto canales. El hipermercado también tiene un precio medio por encima de la media del mercado. Encontramos el precio medio más competitivo en la tienda descuento, exactamente 3,75 € menos pagado por kilo que la media del mercado.

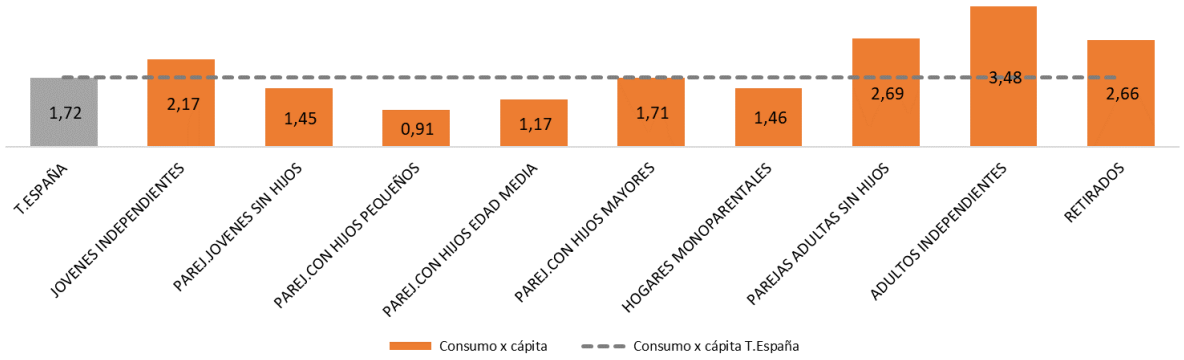
- **Demográficos**

%Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



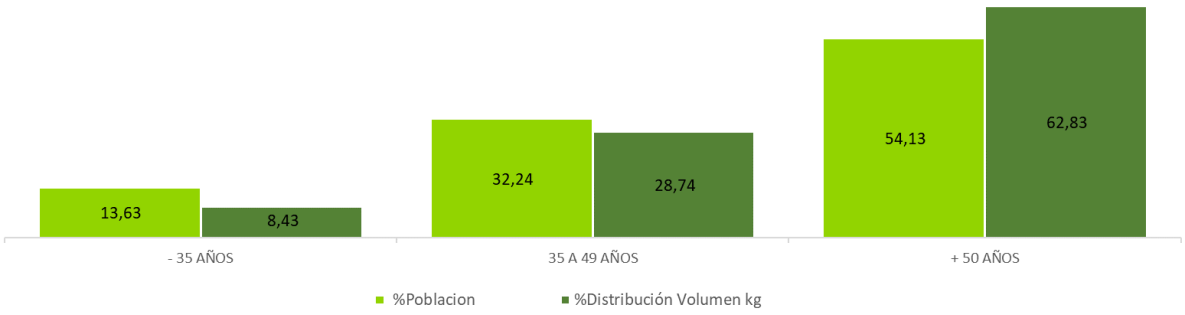
El perfil de hogar consumidor de cafés e infusiones se corresponde con hogares con un ciclo de vida de parejas con hijos mayores parejas adultas sin hijos o parejas con hijos de edad media o retirados (estos últimos en menor proporción). Quienes menor proporción de volumen adquirieron durante el año 2018 con relación a su peso poblacional fueron los hogares formados por jóvenes independientes y los compuestos por parejas jóvenes sin hijos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



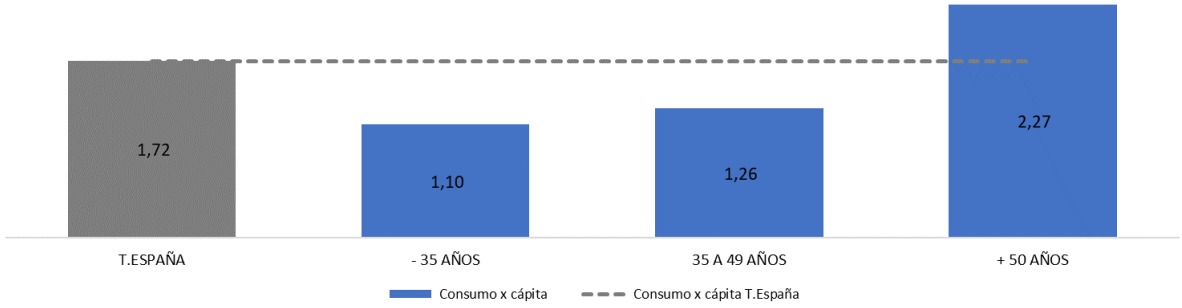
Ahora bien, los jóvenes independientes lejos de no comprar en volumen lo que cabría esperar por su peso poblacional, se confirman como intensivos de la categoría en términos del consumo per cápita que realizan, pues consumen un 26% más que la media nacional, lo que se traduce en 0,45 kilogramos más por persona y año. No obstante, son los adultos independientes los mayores consumidores de café e infusiones a cierre de año móvil 2018, con una ingesta media por persona y año que duplica la media nacional (es decir 1,76 kilogramos más por persona y año) cuando la ingesta media es de 1,72 kilos.

%Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2018)



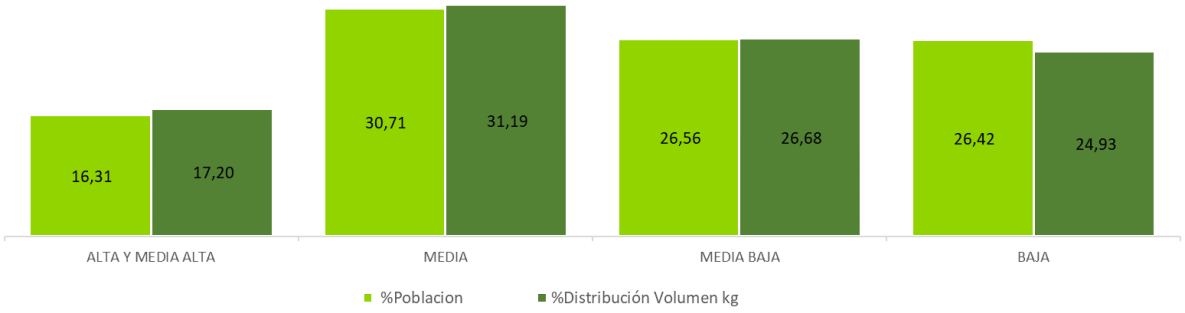
El hogar consumidor de la categoría es en el que responsable de las compras supera los 50 años, puesto que a cierre de año 2018 fue quien adquirió el 62,83% de las compras de café e infusiones. De forma contraria son los hogares formados por menores de 35 años quienes adquieren menor volumen de estos productos (8,43%) durante el año 2018, ya que deberían responsabilizarse al menos del volumen que ocupan a nivel hogares que es del 13,63%.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2018)



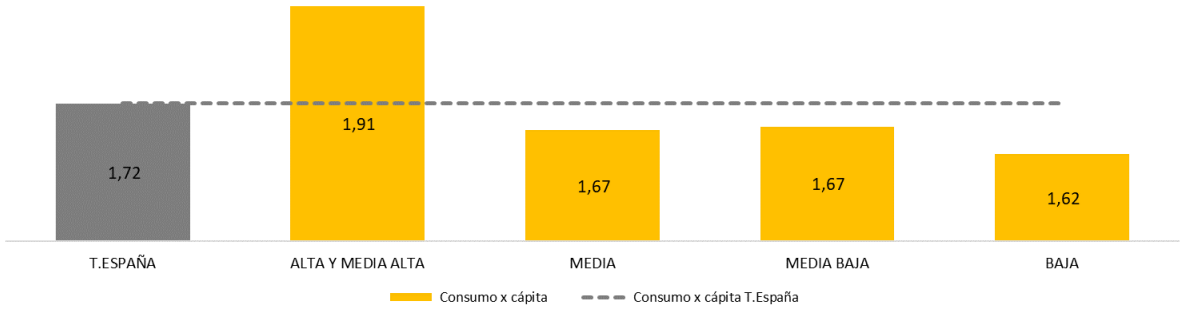
Los españoles que mayor consumo per cápita hacen de café e infusiones son los mayores de 50 años, con una ingesta que supera la media española en un 32%, el equivalente a decir 0,55 kilogramos por persona y año.

%Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



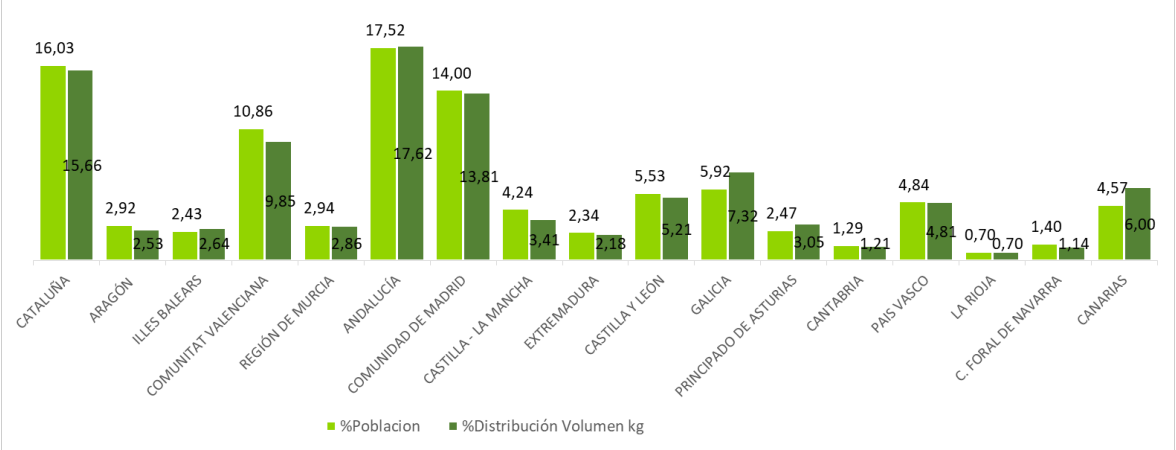
El hogar consumidor de cafés e infusiones por clase socioeconómica aumenta según avanzamos desde la clase baja hasta la clase alta y media alta, acentuándose especialmente en esta última.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



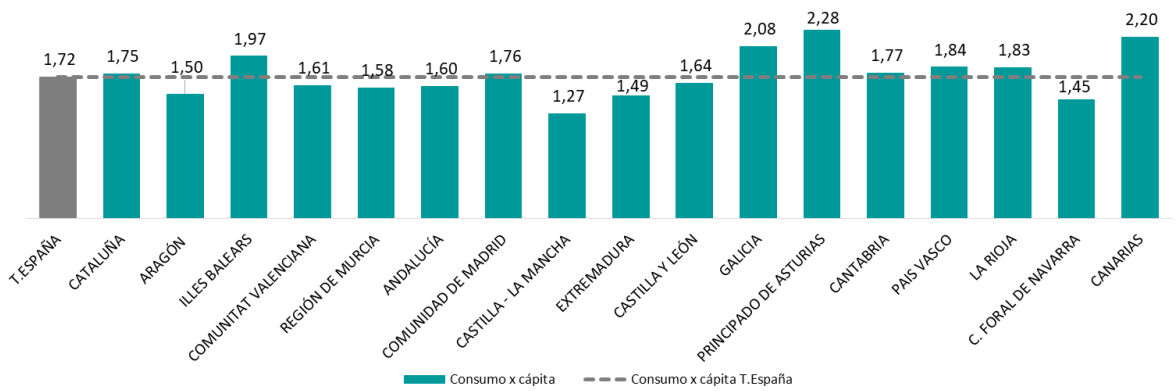
Son los individuos de clase alta y media alta quienes mayor consumo per cápita realizaron de café e infusiones durante el año 2018, con una cantidad de 1,91 kilogramos por persona y año. Por el contrario, son los individuos clasificados en clase baja quienes realizan la menor ingesta media por persona de estos productos, siendo un 6% menor a la media nacional.

%Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Canarias, Galicia y el Principado de Asturias se consolidan como las CCAA más intensivas en la compra de café e infusiones. Por su parte, del lado contrario encontramos comunidades tales como Castilla-La Mancha y Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Son los habitantes residentes en el Principado de Asturias quienes a cierre de año 2018 hicieron el mayor consumo per cápita de estos productos, con un consumo mayor en un 33% a la ingesta media nacional, superando los 1,72 kilos por persona y año del total España, por una diferencia de 0,56 kilogramos más por individuo.

Otras comunidades que superan el consumo per cápita total España son; Cataluña, Illes Balears, Comunidad de Madrid, Galicia, Cantabria, País Vasco, La Rioja y Canarias.

3.7 CARNES

La categoría de carne incluye los siguientes segmentos de carne: carne fresca, carne congelada y carne transformada.

- **Resultados totales de carnes**

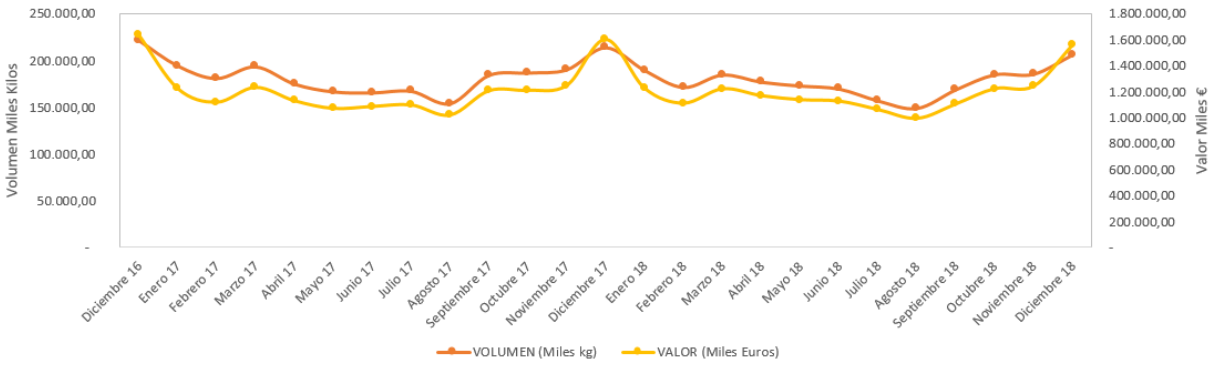
El consumo de carne durante este último año 2018 retrocede un 2,6%, alcanzando los 2.114,78 millones de kg. El valor retrocede, aunque de una forma más contenida que el volumen (-0,5%) como consecuencia del impacto que tiene el aumento del precio medio de la categoría, que cierra en 6,69 €/kg, lo cual es un 2,2% más que en el periodo previo de estudio.

Los hogares españoles destinaron a la compra de carne durante el año 2018 un 20,64% de su presupuesto para alimentación y bebidas en el hogar. Esto equivale a un gasto anual por persona de 308,98 €, lo que supone una cantidad un 0,8% inferior en relación con lo invertido en la categoría durante el año 2017.

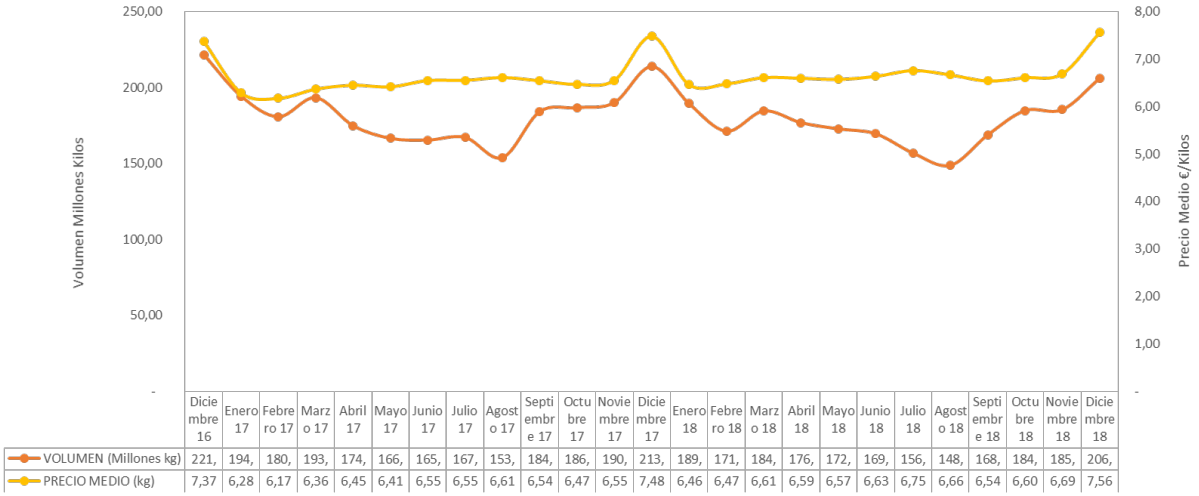
El consumo per cápita se sitúa en 46,19 kilos por persona y año, lo que supone una reducción de un 2,9% respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de Total Carne en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	2.114.780,65	-2,6%
VALOR (Miles €)	14.145.123,10	-0,5%
CONSUMO x CÁPITA (l)	46,19	-2,9%
GASTO x CÁPITA (€)	308,98	-0,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	7,34	-2,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	20,64	-2,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	6,69	2,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

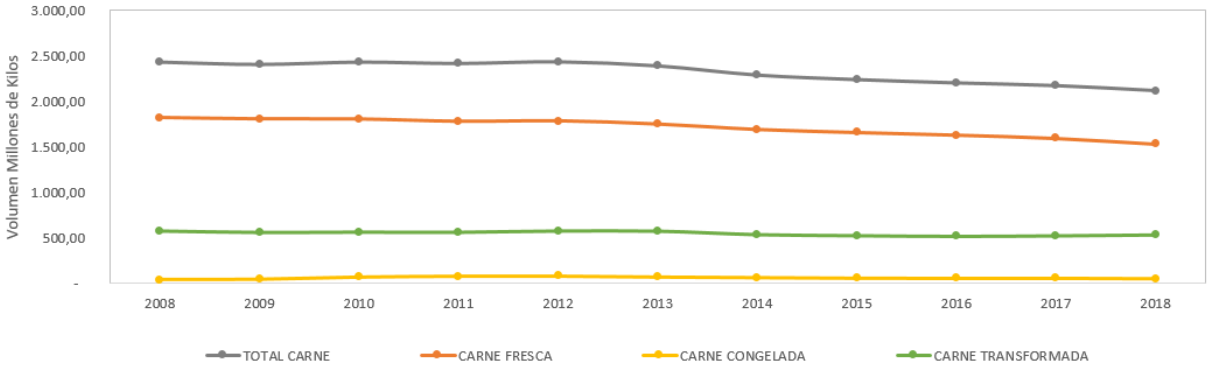


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



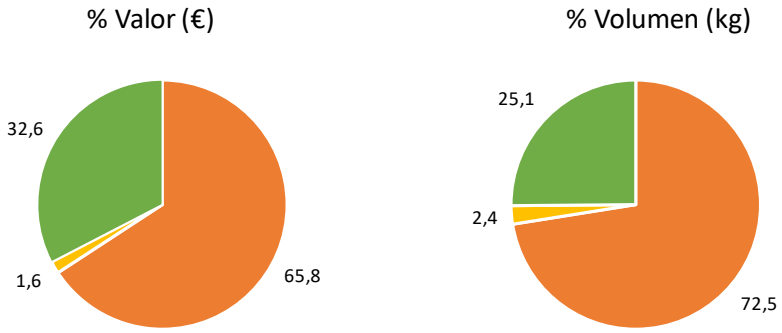
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	221,	194,	180,	193,	174,	166,	165,	167,	153,	184,	186,	190,	213,	189,	171,	184,	176,	172,	169,	156,	148,	168,	184,	185,	206,
PRECIO MEDIO (kg)	7,37	6,28	6,17	6,36	6,45	6,41	6,55	6,55	6,61	6,54	6,47	6,55	7,48	6,46	6,47	6,61	6,59	6,57	6,63	6,75	6,66	6,54	6,60	6,69	7,56

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



En 2018, continúa la tendencia de reducción constante de la demanda de carne que se inicia en 2012, siendo la carne fresca la principal responsable de esta contracción. Durante el año 2018, solo la carne transformada ha logrado un incremento del consumo con respecto al año anterior.

- **Importancia de los tipos de carne**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL CARNE	-0,5%	-2,6%
CARNE FRESCA	-1,7%	-3,8%
CARNE CONGELADA	-2,4%	-9,6%
CARNE TRANSFORMADA	2,4%	1,9%

El 72,5% de los kilos de carne que se adquieren para el consumo doméstico son de carne fresca, este segmento de carne experimenta una evolución negativa del 3,8% respecto del año anterior. Contrariamente, se incrementa un 1,9% el consumo de carne transformada de manera que esta pasa a representar un 25,1% del volumen total. La carne transformada es también el único segmento de carne cuyo valor crece este año (+2,4%). La carne congelada representa el 2,4% restante experimenta la mayor caída en volumen de todas las variedades: -9,6%.

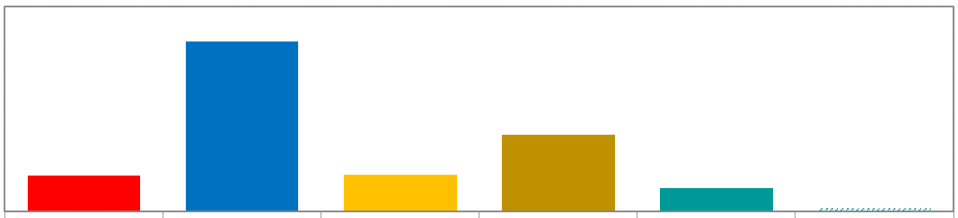
- **Consumo per cápita de los tipos de carne**

El consumo medio por persona y año de carne durante el año 2018 fue de 46,19 kilos. De entre los diferentes segmentos, la carne fresca es la más consumida, con una ingesta media de 33,48 kilos, con una variación respecto al año 2017 de 4,2 puntos porcentuales menos. Le sigue la carne transformada con una ingesta media de 11,61 kilos por persona y año, con un incremento del 1,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Por último, se sitúa la carne congelada con un consumo per cápita de 1,10 kilos, con una variación del consumo de un 9,9% menor con respecto al año 2017.

	Consumo per cápita (kg)	
	2017	**2018**
TOTAL CARNE	**47,60**	**46,19**
CARNE FRESCA	34,93	33,48
CARNE CONGELADA	1,22	1,10
CARNE TRANSFORMADA	11,44	11,61

- **Canales**

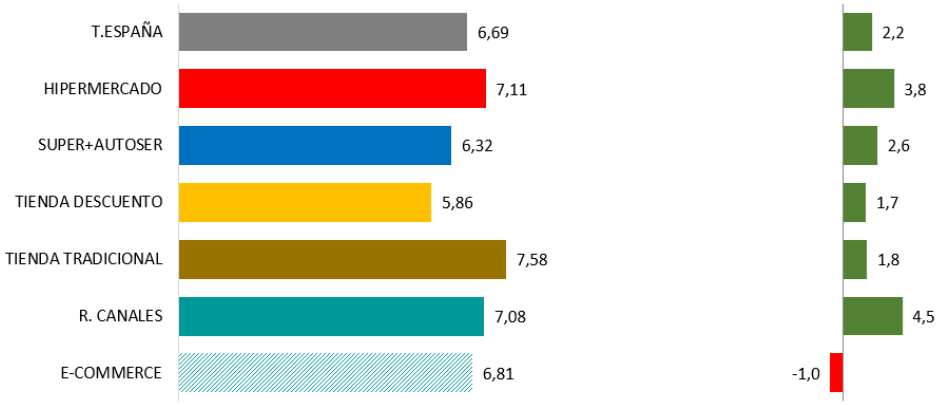
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	10,5	49,7	10,7	22,4	6,8	0,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-9,4	1,5	0,9	-8,1	-6,0	19,4

El canal principal para la adquisición de carne por parte de los hogares es el supermercado y autoservicio con el 49,7 % de los kilos totales, presentando un incremento del 1,5% respecto al año anterior. El hipermercado es el canal que pierde más peso en este año 2018 (-9,4%), actualmente tiene un peso del 10,5% respecto del total. La tienda tradicional tiene un peso del 22,4% y pierde un 8,1% del volumen con respecto al año 2017. En el lado opuesto se encuentra el e-commerce, cuya cuota, a pesar de continuar siendo muy pequeña, crece un 19,4%.

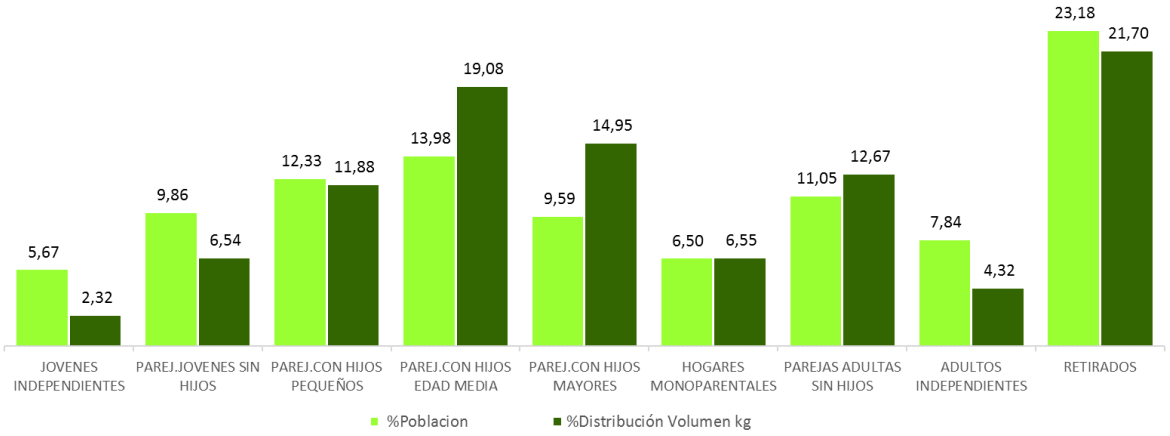
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



En 2018, el precio medio del total carne se incrementó un 2,2% hasta situarse en 6,69 €/kg. Este aumento se observa de forma generalizada en todos los canales de distribución excepto en el e-commerce, que cae 1 punto porcentual. La tienda tradicional es el canal con el precio menos competitivo del mercado con 7,58€.

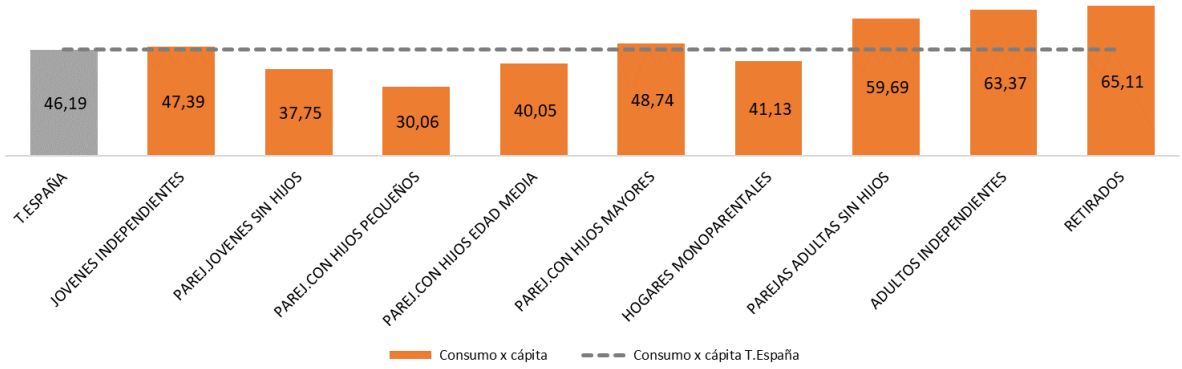
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



El perfil consumidor de carne se corresponde con hogares formados por hijos de edad media y con hijos mayores, así como hogares formados por parejas adultas sin hijos. De lado contrario se sitúan aquellos hogares formados por jóvenes y adultos independientes, así como las parejas jóvenes sin hijos o los retirados.

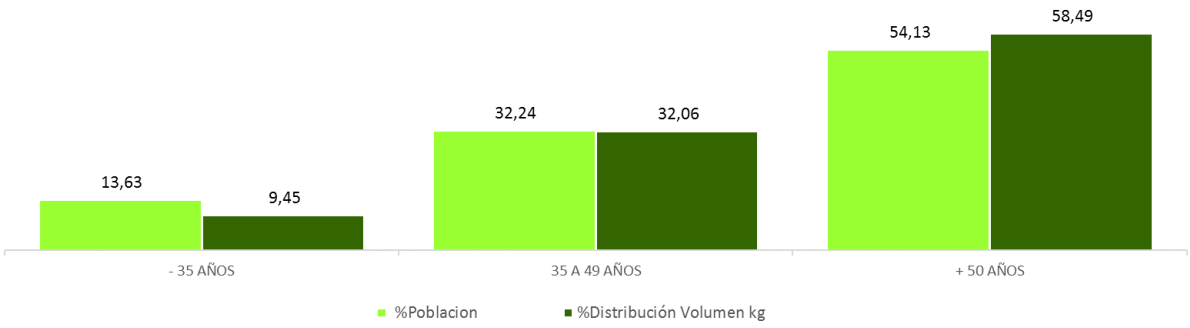
Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



Los españoles que mayor consumo per cápita realizan de carne son las parejas adultas sin hijos, los adultos independientes, así como los retirados. Son precisamente estos últimos los más intensivos, con una ingesta media que supera en un 41% la media nacional (46,19 kilogramos/persona/año).

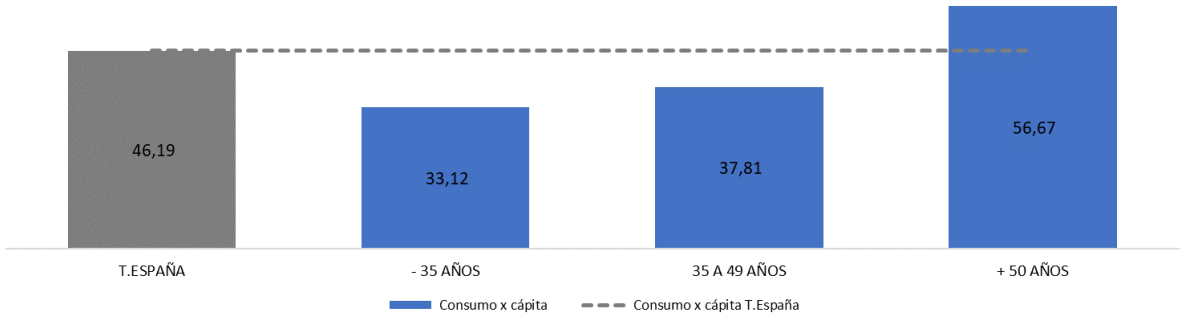
Al revés se sitúan los individuos que conforman parejas con hijos pequeños, pues su consumo de carne es un 35% más bajo que la media nacional, es decir que consumen de media 16,13 kilos menos al año por individuo que la media.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



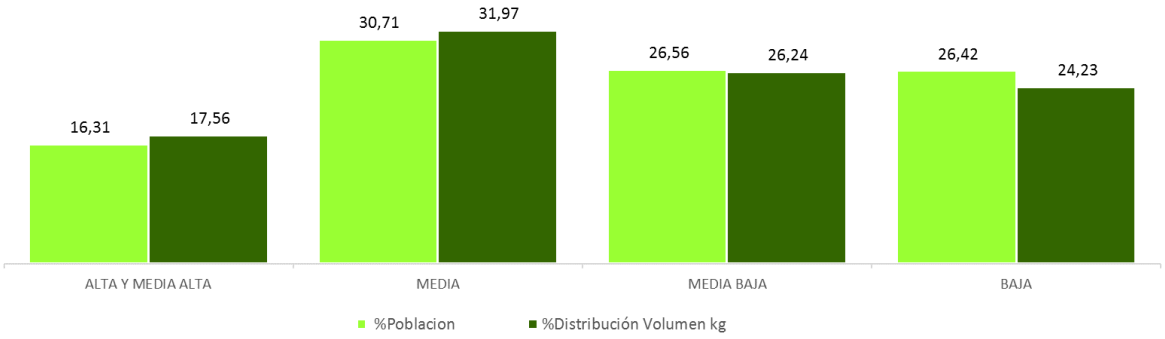
El perfil de hogar consumidor de carne se corresponde con un hogar cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años. Por el contrario, los hogares cuyo responsable de las compras tiene una edad menor de 35 años, tan solo es responsable del 9,45% del volumen de la categoría de estudio.

Consumo per cápita por responsable de compras (2018)



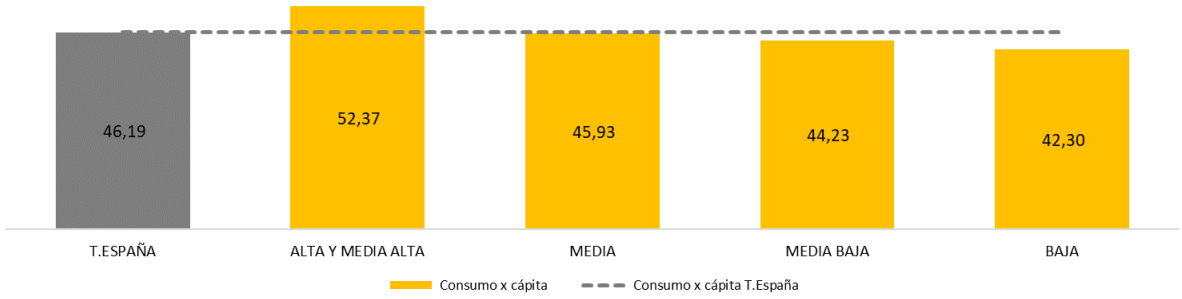
Son los individuos que superan los 50 años, aquellos cuya ingesta per cápita es más intensiva a cierre de año 2018. En concreto hablamos de una cantidad de 56,67 kilogramos/persona/año, es decir casi una cuarta parte más que la media nacional, que traducido en kilos serían 10,48 kilos más por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



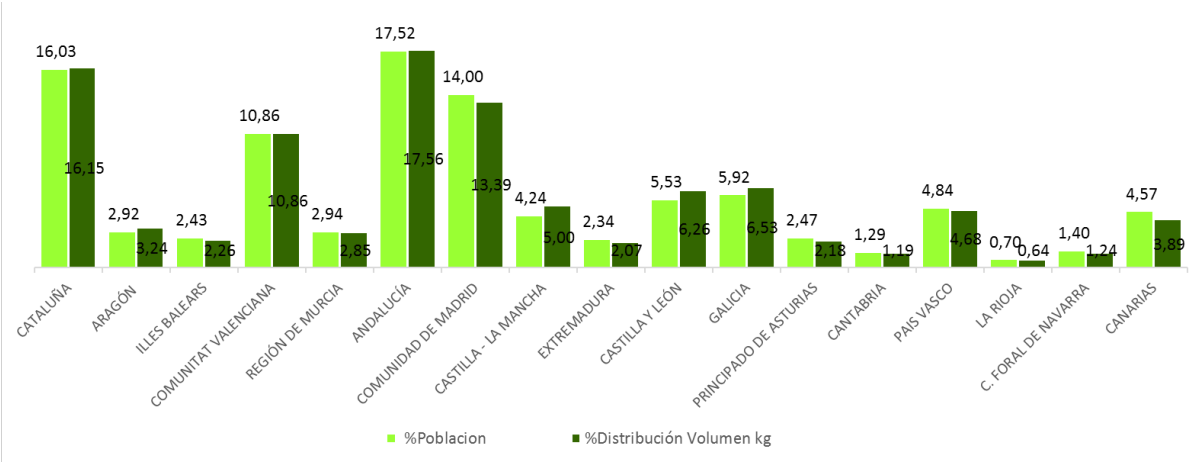
El hogar más consumidor de carne por clase socioeconómica se corresponde con un hogar de clase media, alta y media-alta.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



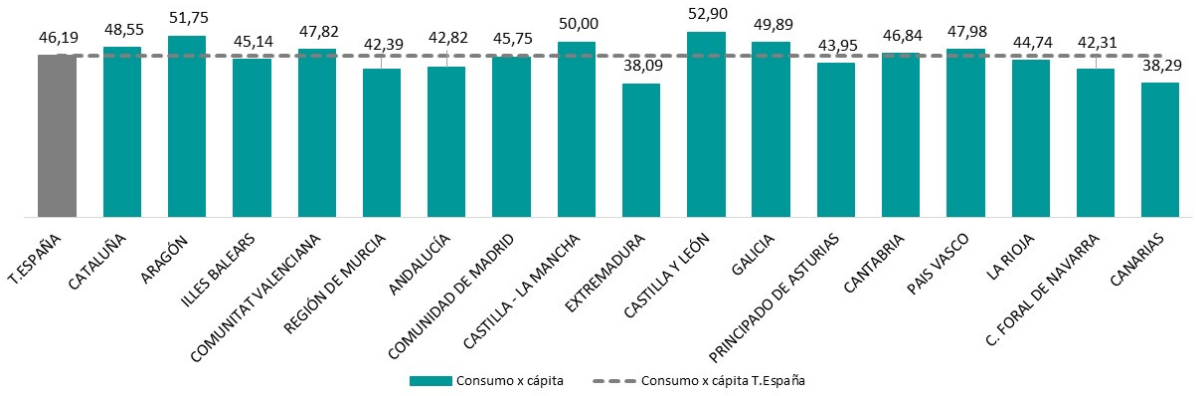
Son los individuos de clase alta y media alta quienes mayor consumo per cápita realizan de carne, precisamente un 13% más que la media nacional. Se corresponde con una cantidad de 6,18 kilos más por persona y año que la media nacional.

Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2018)



Destacan como CCAA consumidoras de carne Castilla-La Mancha, Castilla y León, y Galicia, así como Aragón. Del lado contrario se sitúan comunidades como Extremadura, Canarias o el Principado de Asturias.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2018)



Son los individuos castellanoleoneses quienes mayor ingesta de carne realizaron a cierre de año 2018, con una cantidad de 52,90 kilogramos por persona. Esta cantidad supera en 6,71 kilos la cantidad media por persona del total España, es decir que un individuo que reside en Castilla y León consume de media una cantidad un 15% superior de carne a la media nacional.

Los habitantes residentes en las CCAA de Cataluña, Aragón, Valencia, Castilla-La Mancha, y Galicia entre otros realizan un consumo per cápita superior a los 46,19 kilos de la media nacional.

Los residentes en Extremadura se confirman como los españoles que hacen el menor consumo per cápita de carne de la península ibérica (excluido Portugal) con una ingesta media de 38,09 kilos por persona y año.

3.7.1 CARNE FRESCA

La categoría carne fresca incluye los siguientes tipos: carne de vacuno, carne pollo, carne de ovino/caprino, carne de cerdo, carne conejo, otras carnes frescas (avestruz, pavo, resto de carnes frescas no contempladas anteriormente), despojos ternera, despojos pollo, despojos cordero, despojos de cerdo, despojos de otras procedencias.

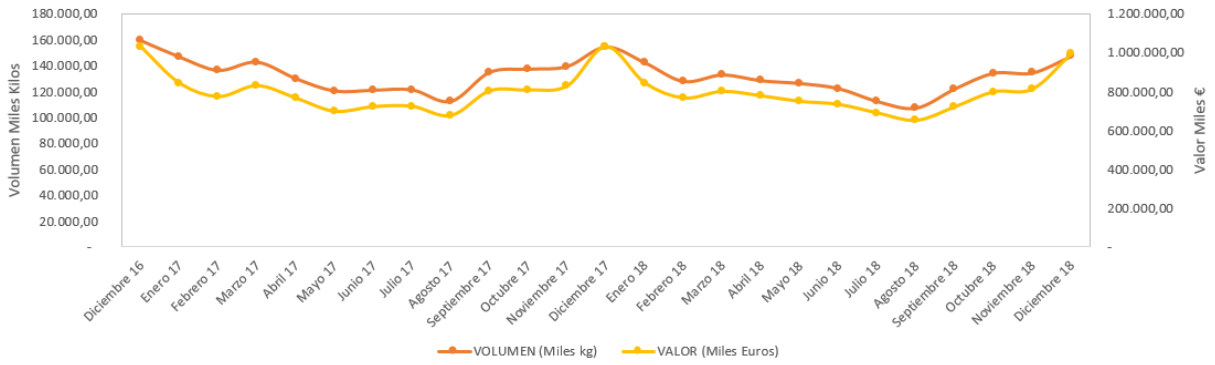
- **Resultados totales**

En 2018 se ha producido una contracción de la demanda de carne fresca (-3,8%). El valor también desciende un 1,7%, descenso moderado por el incremento del precio medio pagado, que aumenta en un 2,1%, cerrando en 6,07 €/kg.

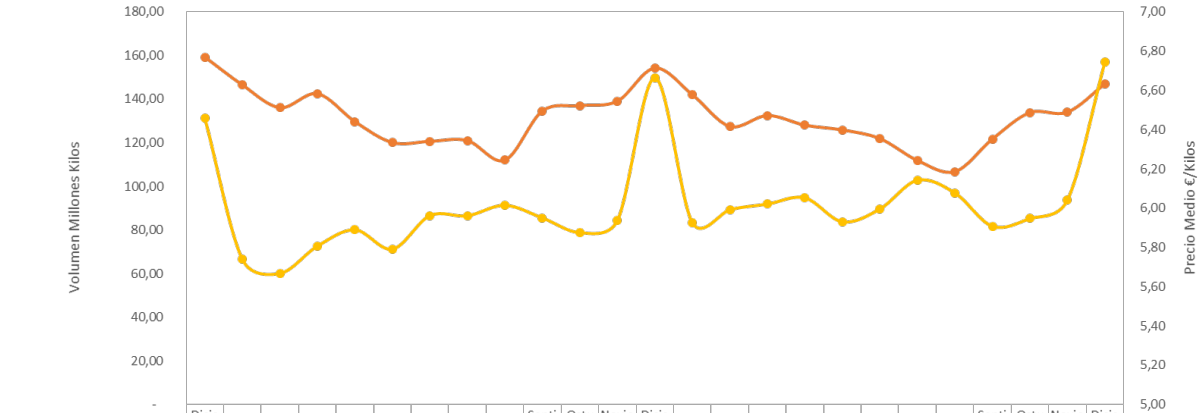
Los hogares destinan el 5,3% del presupuesto para alimentación y bebidas a la compra de este tipo de carne, lo cual implica un gasto por persona y año de 203,28€, lo que se traduce en una reducción del 2,1% respecto a 2017.

	2018	
	Consumo doméstico de Carne Fresca Doméstico	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	1.532.797,81	-3,8%
VALOR (Miles €)	9.305.996,31	-1,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	33,48	-4,2%
GASTO x CAPITA (€)	203,28	-2,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	5,32	-3,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	13,58	-3,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	6,07	2,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



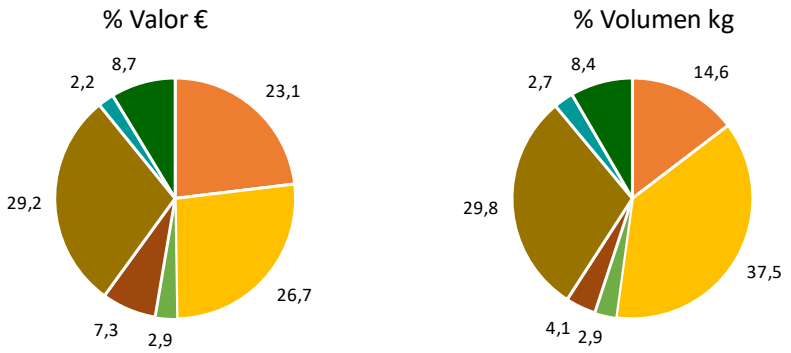
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	159,	146,	136,	142,	129,	120,	120,	120,	111,	134,	137,	139,	154,	142,	127,	132,	128,	125,	121,	111,	106,	121,	133,	134,	146,
PRECIO MEDIO (kg)	6,46	5,74	5,67	5,81	5,89	5,79	5,96	5,96	6,01	5,95	5,88	5,94	6,66	5,93	5,99	6,02	6,05	5,93	6,00	6,14	6,08	5,91	5,95	6,04	6,74

Los meses coincidentes con la campaña navideña son aquellos en los que se evidencia un aumento del precio medio de la categoría analizada, así como del incremento en volumen.

- **Importancia de los tipos de carne fresca sobre el total de carne fresca**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
CARNE FRESCA	-1,7%	-3,8%
CARNE VACUNO	-3,5%	-5,2%
CARNE POLLO	1,8%	-2,9%
CARNE CONEJO	-9,7%	-16,4%
CARNE OVINO/CAPRINO	-8,1%	-8,5%
CARNE CERDO	-0,7%	-2,0%
CARNE DESPOJOS	1,0%	-3,3%
OTRAS CARNES FRESCA	-2,8%	-4,7%

En términos de volumen, el 37,5% de los kilos de carne fresca consumida en el hogar pertenecen a carne fresca de pollo, el 29,8% se corresponde con la carne fresca de cerdo, y el 14,6% son de carne fresca de vacuno. En términos de valor, lidera la categoría la carne fresca de cerdo con el 29,2%, seguida de la carne de pollo con el 26,7% y por último la carne fresca de vacuno con el 23,1%.

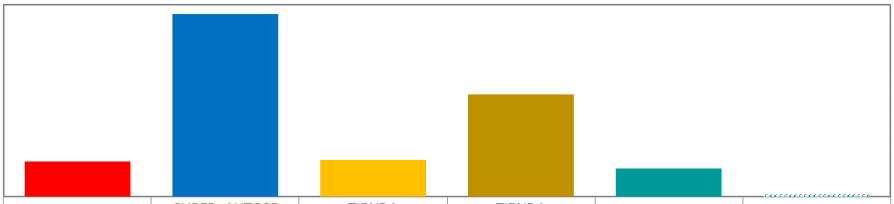
- ## Consumo per cápita

El consumo per cápita de carne fresca durante el año 2018 es de 33,48 kilos por persona y año, esto implica una reducción con respecto al año 2017 del 4,2%.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CARNE FRESCA	**34,93**	**33,48**
CARNE VACUNO	5,19	4,90
CARNE POLLO	12,99	12,57
CARNE OVINO/CAPRINO	1,49	1,36
CARNE CERDO	10,23	9,99
CARNE CONEJO	1,16	0,97
CARNE DESPOJOS	0,93	0,89
OTRAS CARNES FRESCA	2,95	2,81

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

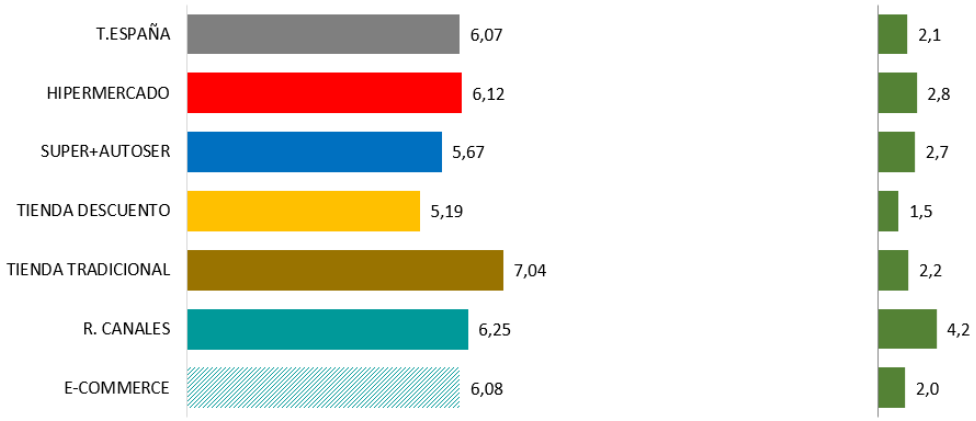


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	9,15	47,44	9,51	26,55	7,34	0,74
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-13,40	0,51	1,60	-8,06	-7,44	24,68

Casi la mitad de los kilos de carne fresca que se adquieren para consumo doméstico en España (47,4%) se compran en supermercado y autoservicio, canal que se posiciona en valores positivos a lo largo del 2018 (+0,5%). Junto con la tienda de descuento (+1,6%) e internet (+24,7%), estos son los únicos canales que presentan crecimiento en comparación con 2017.

La tienda tradicional, cuenta con la segunda mayor cuota del mercado (26,6%), pierde relevancia dentro de la categoría (-8,1%), al igual que el hipermercado, que presenta una evolución negativa del 13,4%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El aumento del precio es generalizado en todos los canales. La tienda descuento es el canal con el precio medio más bajo de la categoría (5,19€/kg), mientras que la tienda tradicional cuenta con el precio menos competitivo (7,04€/kg), un 16,0% superior al precio medio.

- **Demográficos**

Carne fresca	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**33,48**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,56	37,95
MEDIA	30,71	31,80	33,11
MEDIA BAJA	26,56	26,12	31,92
BAJA	26,42	24,52	31,02
- 35 AÑOS	13,63	9,04	22,96
35 A 49 AÑOS	32,24	30,90	26,42
+ 50 AÑOS	54,13	60,05	42,17
CATALUÑA	16,03	16,59	36,14
ARAGON	2,92	3,38	39,13
BALEARES	2,43	2,33	33,72
VALENCIA	10,86	11,20	35,75
MURCIA	2,94	2,77	29,90
T.ANDALUCIA	17,52	16,74	29,59
MADRID	14,00	13,31	32,94
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,87	35,28
EXTREMADURA	2,34	1,96	26,15
CASTILLA LEON	5,53	6,59	40,34
GALICIA	5,92	7,04	38,99
ASTURIAS	2,47	2,14	31,18
CANTABRIA	1,29	1,22	34,71
PAIS VASCO	4,84	4,85	36,01
LA RIOJA	0,70	0,69	35,31
NAVARRA	1,40	1,29	31,90
CANARIAS	4,57	3,04	21,68
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,14	31,70
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,20	25,94
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,57	21,22
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,55	28,22
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,32	36,19
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,31	28,75
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,89	44,02
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,19	44,56
RETIRADOS	23,18	22,83	49,65

El consumo per cápita de carne fresca en España es de 33,48 kg por persona y año. Son los individuos que por tipología de hogar son parejas con hijos mayores o parejas adultas sin hijos, retirados o adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de este tipo de carne. Se corresponde con individuos que tienen una edad que supera los 50 años y tienen un perfil de clase socioeconómica más bien alta y media alta.

En términos de CCAA son los individuos que residen en Cataluña, Aragón, Valencia, Castilla-La Mancha, y La Rioja entre otros quienes superan la media nacional en términos de consumo per cápita.

Si bien los que se consolidan como los más intensivos en consumo per cápita son los castellanoleoneses seguidos de los gallegos, pues en su caso la diferencia para con el resto es más significativa, ya que como mínimo consumen 5,5 kilos más por individuo y año que la media nacional.

Ahora bien, si tenemos en cuenta la distribución en volumen por hogar son los hogares donde residen parejas con hijos de edad media, así como con ellos mayores aquellos donde mayor volumen de carne fresca se adquirió durante el año 2018, sin embargo, no son hogares intensivos en términos de consumo per cápita, pues compran muchos kilos, pero han de dividirse entre las personas que habitan en el hogar.

3.7.1.1 CARNE DE VACUNO

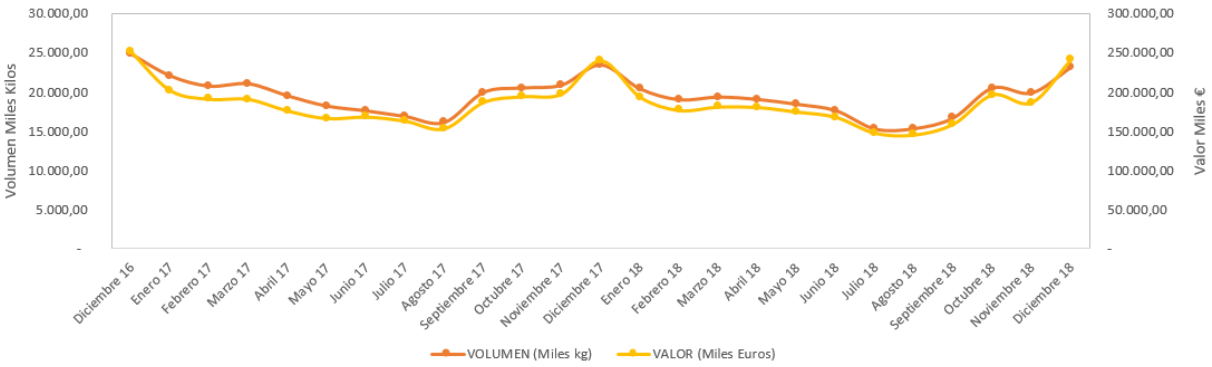
- **Resultados totales**

En este año 2018, la carne fresca de vacuno presenta una caída en volumen (-5,2%) y en valor (-3,5%), aunque esta es más contenida debido al aumento del precio medio, que pasa de 9,24 €/kg en el 2017 a 9,58 €/kg (+1,7%) al cierre del 2018.

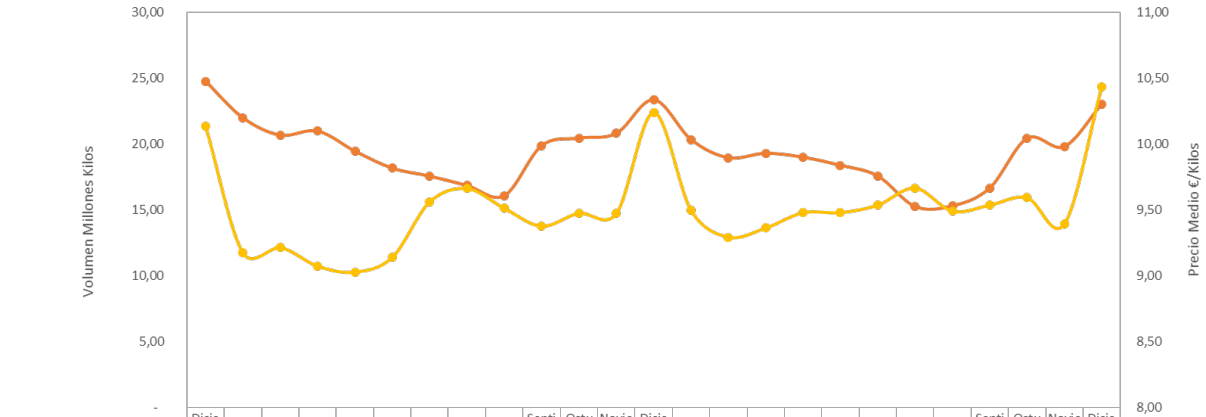
El consumo per cápita es de 4,90 kilos por persona y año, una cantidad un 5,5% menor a la ingerida durante 2017.

	2018	
	Carne Vacuno Doméstico	% Variación vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	224.304,97	-5,2%
VALOR (Miles €)	2.148.728,03	-3,5%
CONSUMO x CAPITA (kg)	4,90	-5,5%
GASTO x CAPITA (€)	46,94	-3,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,78	-5,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,14	-5,0%
PRECIO MEDIO (€/kg)	9,58	1,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



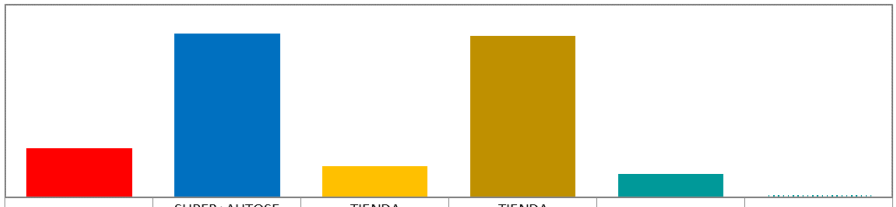
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	24,7	22,0	20,7	21,0	19,4	18,1	17,5	16,8	16,1	19,9	20,4	20,8	23,3	20,3	18,9	19,3	19,0	18,4	17,6	15,2	15,3	16,6	20,4	19,8	23,0
PRECIO MEDIO (kg)	10,1	9,17	9,22	9,07	9,03	9,14	9,56	9,66	9,51	9,38	9,48	9,47	10,2	9,50	9,29	9,36	9,48	9,48	9,54	9,67	9,49	9,54	9,59	9,40	10,4

- **Canales**

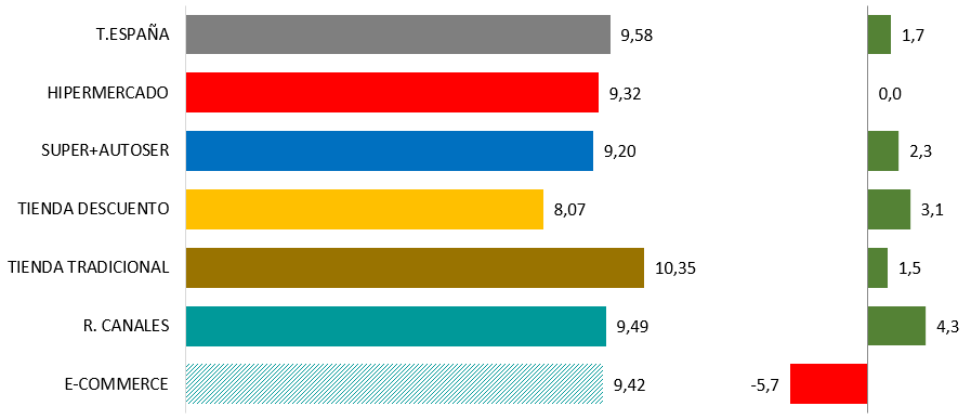
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	11,38	38,27	7,25	37,66	5,45	0,51
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-9,08	-1,13	2,53	-5,90	-23,60	-5,64

El supermercado y autoservicio es el canal que más compras asume con una cuota del 38,3%, muy seguido de la tienda tradicional, que acapara el 37,7% de las compras. En ambos casos, sin embargo, la evolución es negativa con una reducción del volumen del 1,1% y el 5,9% respectivamente. Destaca sin embargo la caída de la compra de carne fresca de vacuno en los hipermercados (-9,1%), canal que representa el 11,4% del volumen total. La tienda de descuento se convierte por tanto en el único canal que crece en este año (+2,5%).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



A cierre de año 2018 la carne de vacuno fresca cerró en un precio medio de 9,58€/kg. Resulta un 1,7% más caro que en el 2017. Este incremento es visible en todos los canales de compra, excepto en el hipermercado que muestra estabilidad y en el e-commerce, que se redujo un 5,7%.

La tienda tradicional es el canal que cuenta el precio medio más elevado (10,35€/kg). Por el contrario, la tienda de descuento destaca como el canal con el precio más bajo: 8,07€/kg, siendo un 15,8% más bajo que la media.

- **Demográficos**

Carne de vacuno	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**4,90**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	20,30	6,42
MEDIA	30,71	32,16	4,90
MEDIA BAJA	26,56	24,57	4,39
BAJA	26,42	22,97	4,25
- 35 AÑOS	13,63	8,46	3,14
35 A 49 AÑOS	32,24	28,42	3,56
+ 50 AÑOS	54,13	63,12	6,49
CATALUÑA	16,03	16,43	5,24
ARAGON	2,92	2,72	4,61
BALEARES	2,43	2,06	4,36
VALENCIA	10,86	9,30	4,35
MURCIA	2,94	1,80	2,85
T.ANDALUCIA	17,52	11,98	3,10
MADRID	14,00	17,42	6,31
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,80	4,03
EXTREMADURA	2,34	1,09	2,13
CASTILLA LEON	5,53	7,20	6,45
GALICIA	5,92	8,49	6,88
ASTURIAS	2,47	2,51	5,36
CANTABRIA	1,29	1,66	6,90
PAIS VASCO	4,84	6,76	7,35
LA RIOJA	0,70	0,57	4,22
NAVARRA	1,40	1,35	4,89
CANARIAS	4,57	4,86	5,07
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,12	4,58
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,19	3,79
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,46	2,81
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	17,11	3,81
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,06	4,86
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,05	4,03
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,86	6,93
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,14	6,45
RETIRADOS	23,18	26,03	8,28

El perfil de carne de vacuno a cierre de año 2018 se corresponde con hogares formados por dos personas como parejas adultas sin hijos o retirados. También parejas con hijos mayores y medianos. Son hogares cuyo responsable de la compra es más bien de clase media y alta, media alta, siendo el responsable de la compra mayor de 50 años.

Comunidad de Madrid, Galicia, Castilla y León y País Vasco se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo de carne fresca de vacuno. Del lado contrario encontramos comunidades tales como Extremadura, La Región de Murcia o Andalucía.

Si tenemos en cuenta ahora el consumo per cápita, son los retirados los individuos españoles que mayor ingesta realizaron de carne fresca de vacuno durante el año 2018, con una cantidad de 8,28 kilogramos por persona y año, superando la media nacional en 3,39 kilos por persona y periodo de estudio.

En términos regionales, son los individuos que viven en Galicia, aquellos que mayor consumo per cápita de media realizan, siendo superior a la media del mercado en una proporción del 40%, es decir consumen de media cerca de dos kilos más que la media nacional.

3.7.1.2 CARNE DE POLLO

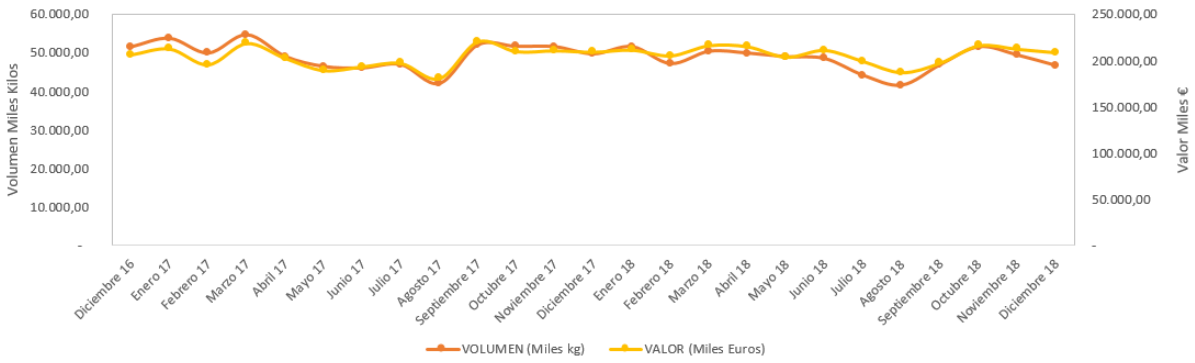
- **Resultados totales**

El año 2018 fue negativo para la carne fresca de pollo, retrocede en volumen un 2,9%. En términos de valor, sin embargo, esta variedad de carne crece 1,8 puntos porcentuales. La razón es la subida del precio medio un 4,8%, de manera que ahora se sitúa en 4,31€/kg, siendo así el tipo de carne fresca con el precio medio más económico, en concreto un 28,9% por debajo del precio medio de la categoría.

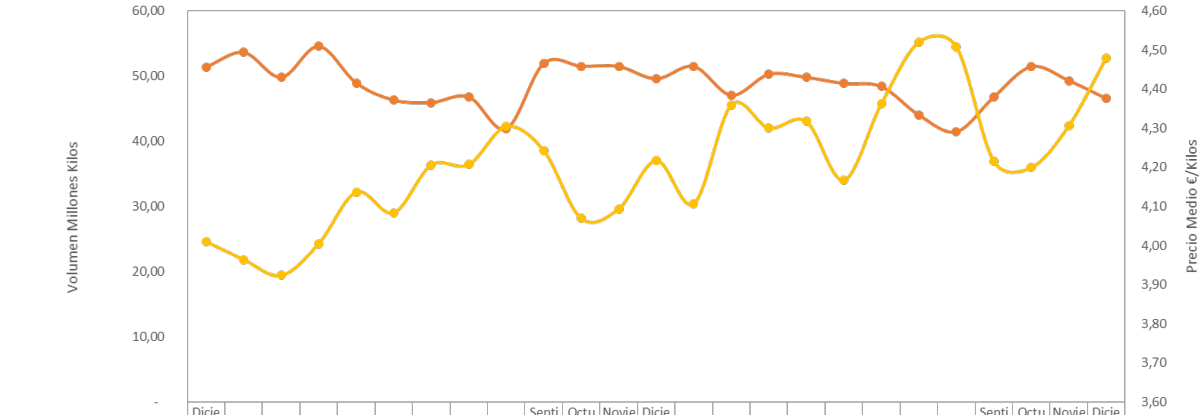
El consumo por persona y año es de 12,57 kilos, una cantidad un 3,2% menor a la ingerida durante 2017.

	2018	
	Carne Pollo Doméstico	% Variación vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	575.313,60	-2,9%
VALOR (Miles €)	2.481.808,57	1,8%
CONSUMO x CAPITA (kg)	12,57	-3,2%
GASTO x CAPITA (€)	54,21	1,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,00	-2,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,62	0,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	4,31	4,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



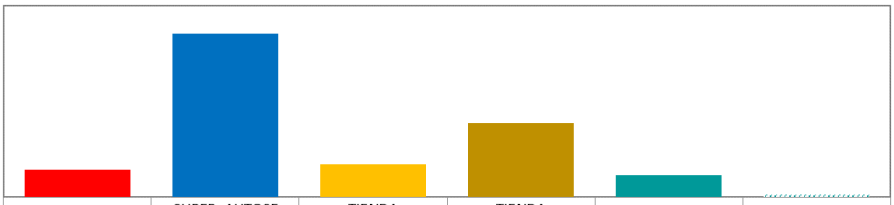
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	51,3	53,6	49,8	54,5	48,9	46,3	45,9	46,8	41,8	51,9	51,5	51,4	49,5	51,4	47,0	50,2	49,7	48,8	48,3	44,0	41,4	46,7	51,4	49,2	46,5
PRECIO MEDIO (kg)	4,01	3,96	3,92	4,00	4,14	4,08	4,21	4,21	4,30	4,24	4,07	4,09	4,22	4,11	4,36	4,30	4,32	4,17	4,36	4,52	4,51	4,21	4,20	4,31	4,48

- **Canales**

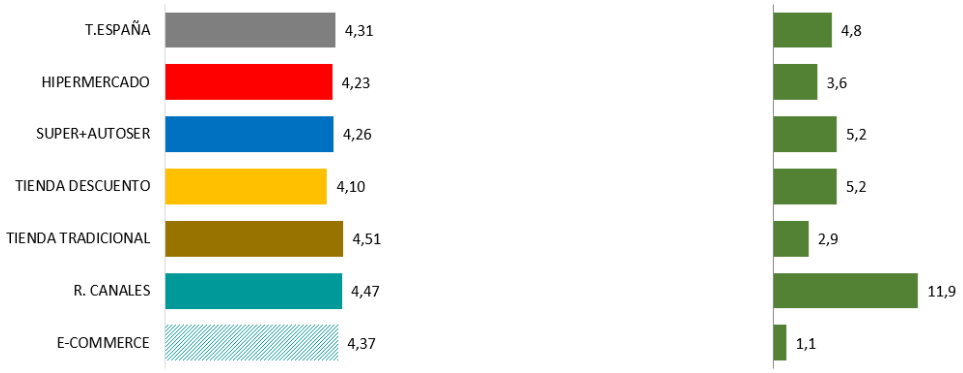
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,54	51,07	10,35	23,13	6,90	0,75
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-13,88	0,74	3,74	-8,54	-2,33	21,83

En 2018 el canal con mayor proporción de compras para la carne fresca de pollo fue el supermercado y autoservicio con el 51,1% de las mismas y una variación positiva (0,7%). Se incrementa el volumen de compra de la tienda de descuento (+3,7%) que representa el 10,4% del volumen de compra. La tienda tradicional y el hipermercado ven reducida su relevancia dentro de la categoría, con una evolución negativa de 8,5% y 13,9% respectivamente.

Precio medio (€/kg) por canales



El precio medio de la carne fresca de pollo cerró en 4,31€/kg, con un incremento del 4,8%. Este incremento del precio medio se ha producido de forma generalizada en todos los canales.

El precio medio más asequible se encuentra en la tienda descuento (4,10€/kg) a pesar del incremento de 5,2% en comparación al 2017. Por el contrario, el precio más alto se localiza dentro de la tienda tradicional (4,51€/kg) supone pagar un 4,4% más por kilo.

- **Demográficos**

Carne de pollo	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**12,57**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,25	14,00
MEDIA	30,71	31,92	12,47
MEDIA BAJA	26,56	26,45	12,13
BAJA	26,42	24,38	11,58
- 35 AÑOS	13,63	9,71	9,26
35 A 49 AÑOS	32,24	32,48	10,42
+ 50 AÑOS	54,13	57,81	15,24
CATALUÑA	16,03	15,60	12,75
ARAGON	2,92	3,42	14,89
BALEARES	2,43	2,60	14,15
VALENCIA	10,86	11,86	14,21
MURCIA	2,94	2,98	12,04
T.ANDALUCIA	17,52	19,41	12,88
MADRID	14,00	13,42	12,47
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,94	13,43
EXTREMADURA	2,34	2,13	10,66
CASTILLA LEON	5,53	5,77	13,26
GALICIA	5,92	5,74	11,92
ASTURIAS	2,47	2,07	11,33
CANTABRIA	1,29	1,12	11,91
PAIS VASCO	4,84	4,54	12,66
LA RIOJA	0,70	0,62	11,87
NAVARRA	1,40	1,16	10,77
CANARIAS	4,57	2,63	7,04
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,16	11,98
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,37	10,00
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	12,70	8,74
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,42	11,09
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,23	13,50
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,60	11,28
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,25	15,70
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,33	17,30
RETIRADOS	23,18	20,95	17,10

El perfil de carne de pollo a cierre de año 2018 en España por ciclo de vida es el siguiente; parejas con hijos pequeños, y con ellos medianos y mayores. También destacan hogares formados parejas adultas sin hijos. Se corresponden con hogares de clase socioeconómicos más bien de clase media o media alta y alta y como característica común la edad del responsable de las compras es más bien mayor de 50 años.

Por su parte las CCAA con mayor consumo de carne fresca de pollo son; Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía entre otras. Sin embargo, las comunidades que menor volumen de carne fresca de pollo tienen en base a su peso poblacional son Canarias y Comunidad Foral de Navarra. Ahora bien, en este aspecto se relaciona directamente el consumo per cápita realizado por los individuos de estas ciudades, pues coincide que son aquellas comunidades donde más kilos se adquieren con los individuos que más consumo tienen, como en el caso de Aragón, o de Castilla-La Mancha.

Sin embargo, esta regla no aplica en los ciclos de vida, pues pese a que son los hogares formados por parejas con hijos medianos o mayores, no son estos quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría. Véase, por ejemplo, que, en el caso de las parejas con hijos medianos,

incluso el consumo es menor que la media nacional. Esto ocurre debido al número de personas que componen el hogar. Son adultos independientes quienes a cierre de año 2018 hicieron el mayor consumo per cápita de carne fresca de pollo, un 38% superior a la media nacional.

3.7.1.3 CARNE DE OVINO / CAPRINO

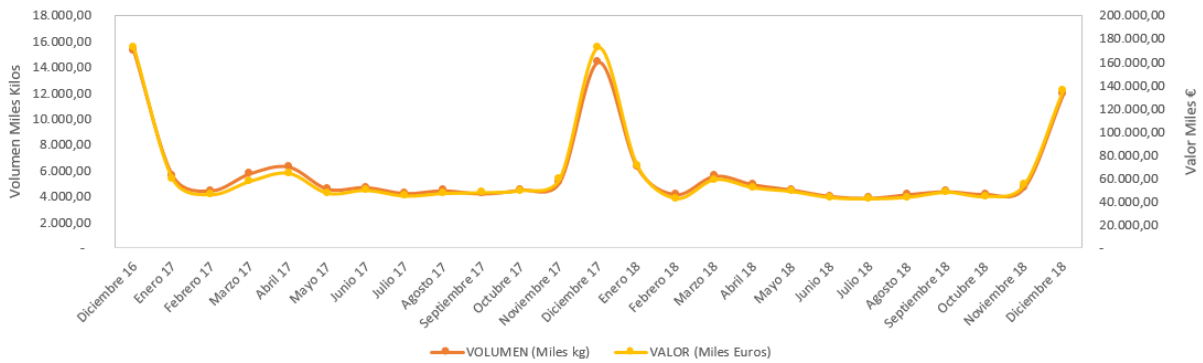
- **Resultados totales**

Fuerte retroceso en la compra del tipo de carne fresca de ovino/caprino durante el año 2018 del 8,5%. El valor de este tipo de carne también sufre contracción por parte de los hogares en una proporción del 8,1%. En cuanto al precio medio, muestra estabilidad con una variación en positivo del 0,4% cerrando en 10,95€/kg. Este tipo de carne se convierte en el tipo de carne fresca con el precio más elevado, en concreto un 80,3% por encima del precio de la categoría.

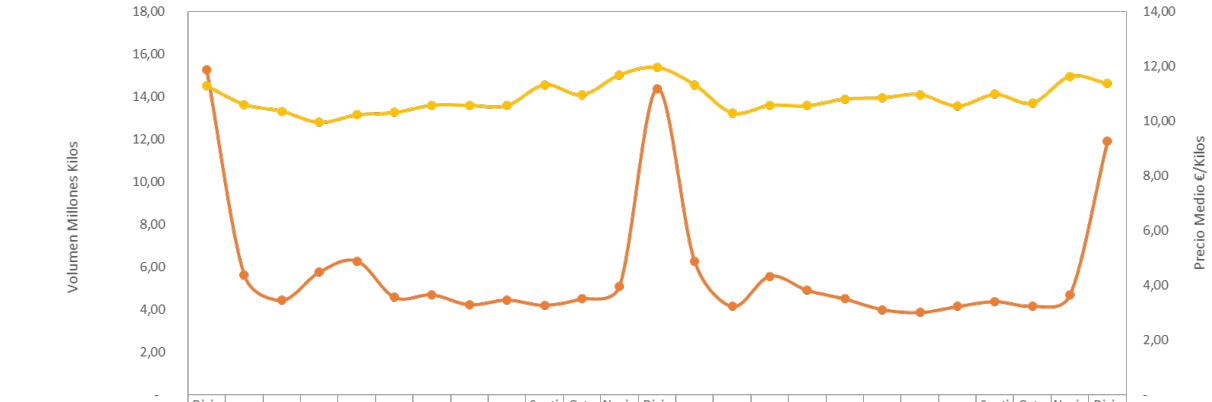
El consumo por persona y año fue de 14,91 kilos, una cantidad un 8,4% menor que lo ingerido en el año 2017.

	2018	
	Carne Ovino/Caprino Doméstico	% Variación vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	62.358,19	-8,5%
VALOR (Miles €)	682.643,66	-8,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,36	-8,8%
GASTO x CAPITA (€)	14,91	-8,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,22	-8,3%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,00	-9,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,95	0,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



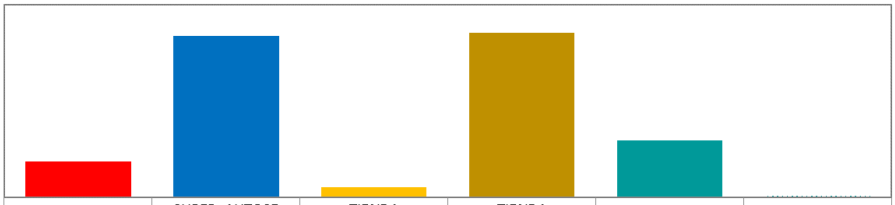
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	15,2	5,61	4,42	5,75	6,27	4,56	4,68	4,22	4,44	4,19	4,50	5,09	14,3	6,25	4,13	5,55	4,89	4,49	3,99	3,85	4,13	4,36	4,15	4,67	11,8
PRECIO MEDIO (kg)	11,2	10,6	10,3	9,94	10,2	10,3	10,5	10,5	10,5	11,3	10,9	11,6	11,9	11,3	10,2	10,5	10,5	10,8	10,8	10,9	10,5	10,9	10,6	11,6	11,3

- **Canales**

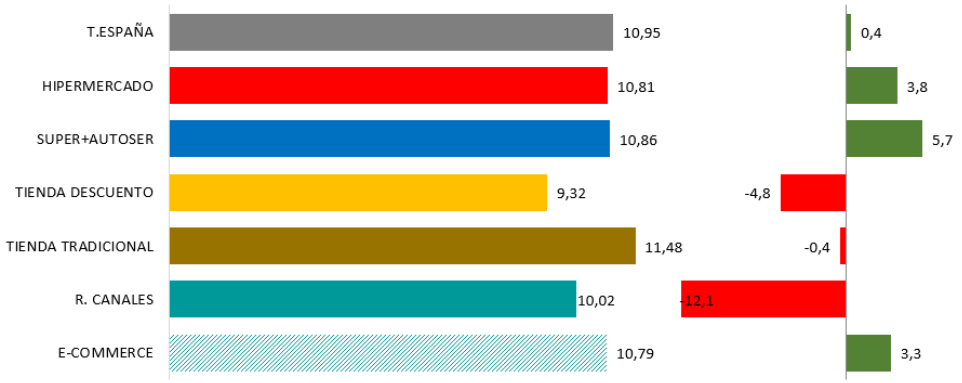
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,38	37,66	2,33	38,37	13,25	0,33
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-28,21	-1,13	-35,61	-10,43	1,90	-34,61

El canal preferido para la compra de carne de ovino/caprino es la tienda tradicional con el 38,4% de cuota, a pesar de que haya sufrido una contracción del 10,4% del volumen. Esta posición en el mercado es casi igualada por los supermercados y autoservicios que representan un 37,7% del mercado tras un decrecimiento del 1,1%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



Se mantiene estable el precio medio de la carne fresca de ovino/caprino (+0,4%), cierra en los 10,95 €/kg. El supermercado es el canal con mayor incremento de precio (5,7%), mientras que

la tienda tradicional es el canal que ofrece el precio medio del mercado más alto: 11,48 €/kg (un 4,9% por encima del precio medio).

Por el contrario, es la tienda de descuento la que tiene el precio medio más competitivo (9,32€/kg), el cual ha además se ha reducido un 4,8% durante 2018.

- **Demográficos**

Carne de ovino - caprino	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,36**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	15,94	1,40
MEDIA	30,71	30,92	1,31
MEDIA BAJA	26,56	26,38	1,31
BAJA	26,42	26,76	1,38
- 35 AÑOS	13,63	5,88	0,61
35 A 49 AÑOS	32,24	20,27	0,71
+ 50 AÑOS	54,13	73,84	2,11
CATALUÑA	16,03	19,74	1,75
ARAGON	2,92	5,77	2,72
BALEARES	2,43	2,03	1,19
VALENCIA	10,86	11,87	1,54
MURCIA	2,94	3,89	1,71
T.ANDALUCIA	17,52	9,31	0,67
MADRID	14,00	14,68	1,48
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,96	1,76
EXTREMADURA	2,34	2,22	1,20
CASTILLA LEON	5,53	8,43	2,10
GALICIA	5,92	5,78	1,30
ASTURIAS	2,47	1,59	0,95
CANTABRIA	1,29	0,93	1,08
PAIS VASCO	4,84	4,44	1,34
LA RIOJA	0,70	1,15	2,39
NAVARRA	1,40	1,45	1,46
CANARIAS	4,57	0,74	0,22
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,50	0,90
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,63	0,79
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,95	0,52
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	10,86	0,67
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,71	1,51
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	3,96	0,73
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	17,89	2,49
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	3,81	1,65
RETIRADOS	23,18	34,68	3,07

El perfil de hogar consumidor de carne de ovino/caprino en España a cierre de año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o bien retirados. El perfil socioeconómico es más bien de clase media o baja, siendo el responsable de las compras mayor de 50 años.

Aragón, La Rioja, ambas Castillas, así como Murcia, entre otras son las regiones más intensivas en la compra del tipo de carne de ovino/caprino a cierre de año 2018. Sin embargo, las comunidades con una menor compra son Canarias, Andalucía y Principado de Asturias entre otras.

La región española donde el consumo per cápita es mayor para este tipo de carne fresca es Aragón. De media cada aragonés consume al año la cantidad de 2,72 kilos de carne de ovino/caprino, una cantidad que supera la media nacional. Del lado contrario encontramos a los habitantes de Canarias, cuya ingesta media aproximada fue durante el año 2018 de 0,22 kilogramos por persona y año.

Si tenemos en cuenta el ciclo de vida, retirados se confirman como los mayores consumidores en ingesta per cápita con una cantidad de 3,07 kilos por persona, mientras que son los individuos que conforman parejas con hijos pequeños quienes realizan la menor ingesta por persona 0,52 kilos por persona y año.

3.7.1.4 CARNE DE CERDO

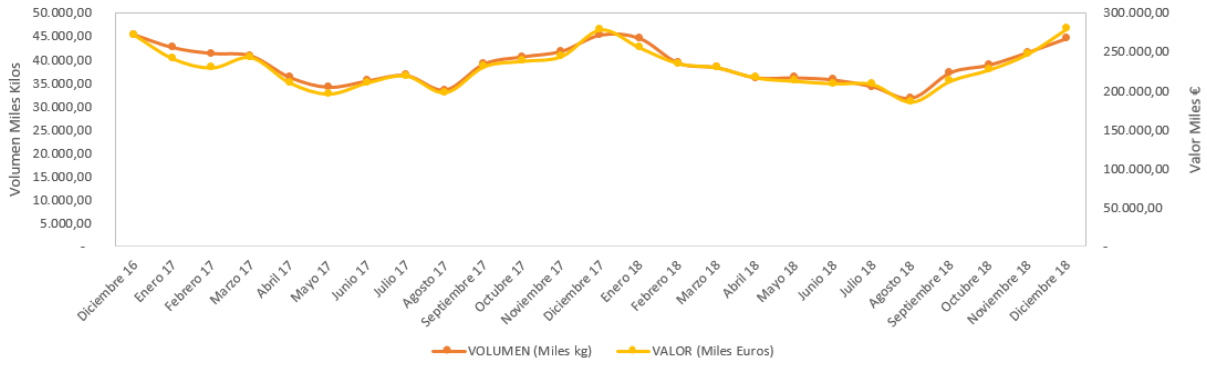
- **Resultados totales**

La demanda de la carne fresca de cerdo disminuye un 2,0% respecto al año 2017. En gasto la caída no es tan abrupta (–0,7%). El precio medio de este tipo de carne aumenta un 1,2%, el precio medio de la carne de cerdo cerró a cierre de año 2018 en 5,9€/kg.

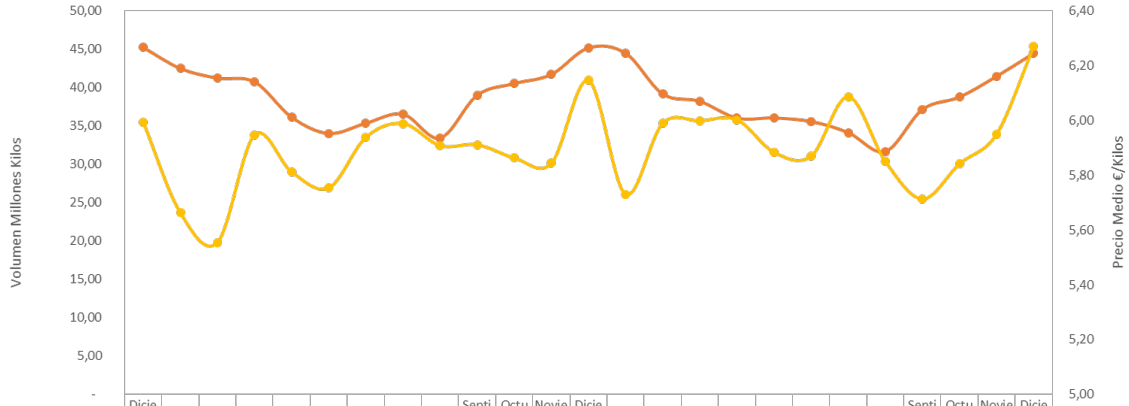
El consumo por persona y año fue de 9,99 kilos, una cantidad un 2,3% menor que lo ingerido en el año 2017.

	2018	
	Carne Cerdo Doméstico	% Variación vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	457.181,71	-2,0%
VALOR (Miles €)	2.713.292,20	-0,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	9,99	-2,3%
GASTO x CAPITA (€)	59,27	-1,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,59	-1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,96	-2,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	5,93	1,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



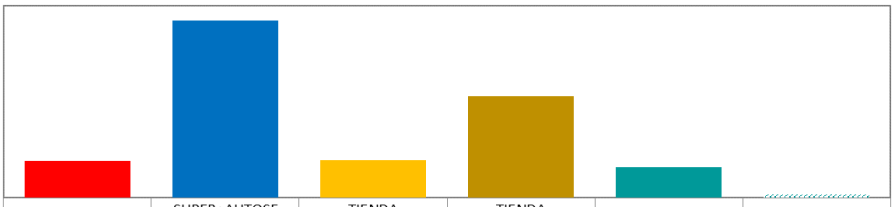
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	45,2	42,5	41,2	40,7	36,1	34,0	35,3	36,5	33,4	39,0	40,5	41,7	45,1	44,4	39,1	38,2	36,0	36,0	35,5	34,1	31,6	37,1	38,7	41,4	44,4
PRECIO MEDIO (kg)	5,99	5,66	5,56	5,95	5,81	5,75	5,94	5,99	5,91	5,91	5,86	5,84	6,15	5,73	5,99	6,00	6,00	5,88	5,87	6,09	5,85	5,71	5,84	5,95	6,27

- **Canales**

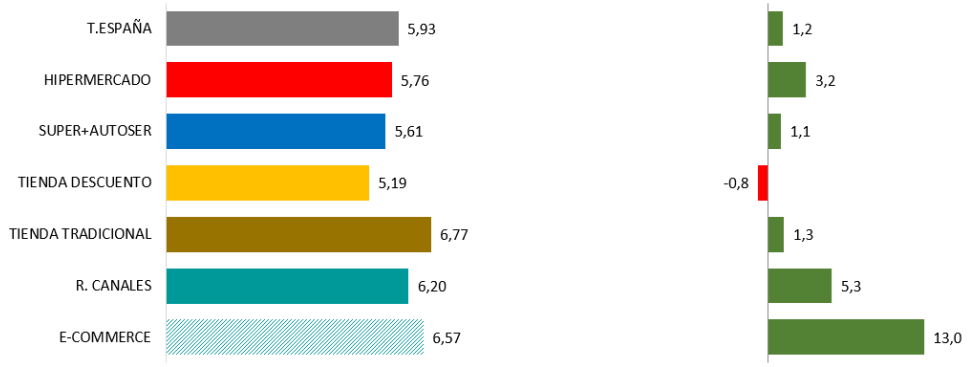
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	9,57	46,09	9,86	26,51	7,98	0,91
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-12,57	1,57	7,21	-5,80	-4,54	48,60

Supermercados y autoservicios, canal principal de compra de carne fresca de cerdo, asume el 46,1% del volumen total y aumenta un 1,6% su volumen con respecto del año pasado. La tienda tradicional es el segundo canal con una mayor participación del volumen de carne de cerdo (26,5%), ha sufrido un descenso del 5,8%. El canal que experimenta mayor crecimiento durante 2018 con un 7,2% fue la tienda descuento, con una proporción del volumen del 9,9%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la carne de cerdo se incrementa un 1,2% en comparación con el año 2017, cerrando en 5,93€/kg. Este aumento es extensible a todos los canales de compra, con la única excepción de la tienda de descuento (-0,8%) y siendo el e-commerce el canal de mayor incremento (+13,0%). Las tiendas de descuento son el canal que ofrece el precio más asequible (12,6% más accesible que la media nacional). La tienda tradicional, al igual que con las demás variantes de la carne, sigue ofreciendo el mayor precio, 0,84€/kg superior al precio medio.

- **Demográficos**

Carne de cerdo	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**9,99**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,17	11,07
MEDIA	30,71	31,71	9,85
MEDIA BAJA	26,56	26,11	9,52
BAJA	26,42	25,01	9,44
- 35 AÑOS	13,63	8,75	6,63
35 A 49 AÑOS	32,24	32,23	8,22
+ 50 AÑOS	54,13	59,02	12,36
CATALUÑA	16,03	16,65	10,82
ARAGON	2,92	3,04	10,51
BALEARES	2,43	2,06	8,89
VALENCIA	10,86	10,58	10,07
MURCIA	2,94	2,71	8,70
T.ANDALUCIA	17,52	17,71	9,34
MADRID	14,00	11,46	8,46
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,31	11,49
EXTREMADURA	2,34	2,13	8,46
CASTILLA LEON	5,53	7,02	12,82
GALICIA	5,92	8,68	14,34
ASTURIAS	2,47	2,33	10,15
CANTABRIA	1,29	1,15	9,79
PAIS VASCO	4,84	4,22	9,35
LA RIOJA	0,70	0,70	10,62
NAVARRA	1,40	1,19	8,79
CANARIAS	4,57	3,04	6,47
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,11	9,33
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,07	7,58
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,60	6,35
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,64	8,91
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	16,47	11,61
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,55	8,90
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,47	12,71
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	3,92	12,44
RETIRADOS	23,18	21,15	13,72

El perfil consumidor de la carne fresca de cerdo durante el año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de edad media, así como mayores al igual que parejas adultas sin hijos.

En el 2018, las CCAA con mayor consumo de este tipo de carne son, Galicia, Castilla-La Mancha, Castilla y León entre otras. Las que menor consumo realizan de carne fresca de cerdo son Canarias, Comunidad Foral de Navarra e Illes Balears.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita por región española, los datos arrojan que son los individuos residentes en la comunidad de Galicia quienes mayor consumo per cápita realizan de la carne fresca de cerdo, con una ingesta media de 14,34 kilogramos por persona. Esta es una cantidad que supera en un 44% la media nacional, siendo su equivalencia en kilos de 4,36 kilos más por persona y año. Contrariamente, son los individuos que viven en el archipiélago canario quienes realizan el menor consumo per cápita, siendo de cerca de tres kilos y medio menos que la media nacional.

En relación con los ciclos de vida, los retirados son quienes consumieron más carne fresca de cerdo a cierre de año móvil 2018, con una ingesta media de 13,72 kilos por persona, superando la media nacional. Por el contrario, encontramos a los individuos que componen parejas con hijos pequeños que realizan un consumo por debajo de la media nacional.

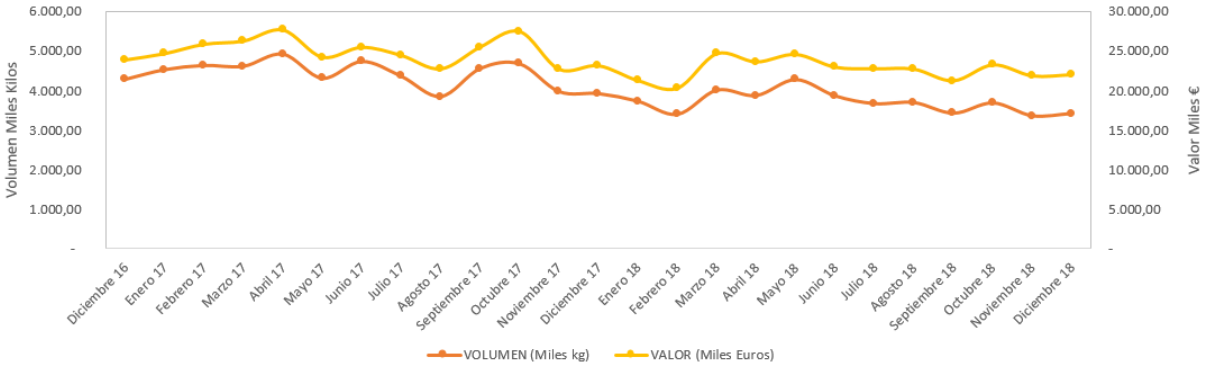
3.7.1.5 CARNE DE CONEJO

- **Resultados totales**

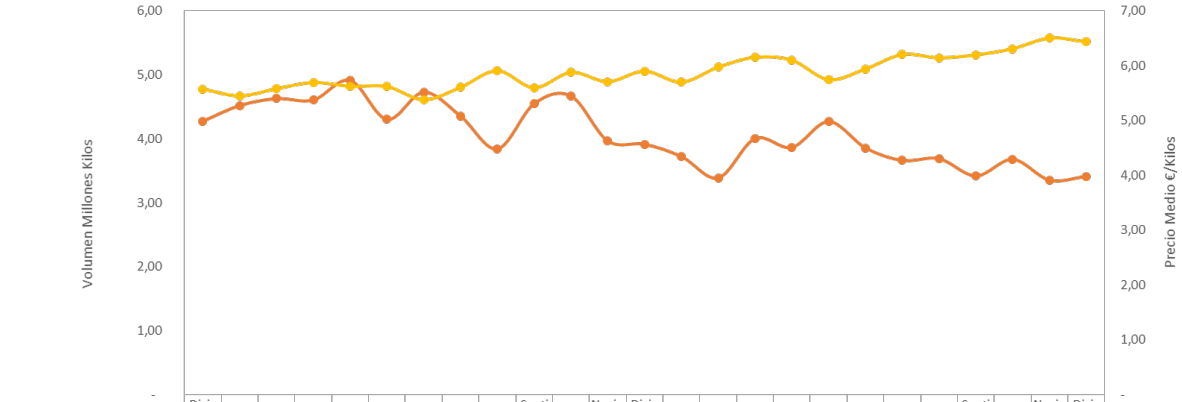
En el 2018, el volumen de compra de la carne fresca de conejo se reduce un 16,4%, siendo esta la mayor caída en volumen dentro de la carne fresca. En valor, la caída es más contenida, aunque fuerte igualmente (-9,7%) como consecuencia directa del incremento del precio medio un 8,0%, lo que le lleva a cerrar el año en 6,11€/kg. El consumo per cápita se sitúa en 0,97 kilos por persona y año (un 16,7% menos que en el año 2017).

	2018	
	Carne Conejo Doméstico	% Variación vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	44.315,30	-16,4%
VALOR (Miles €)	270.577,48	-9,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,97	-16,7%
GASTO x CAPITA (€)	5,91	-10,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,15	-16,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,39	-11,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	6,11	8,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



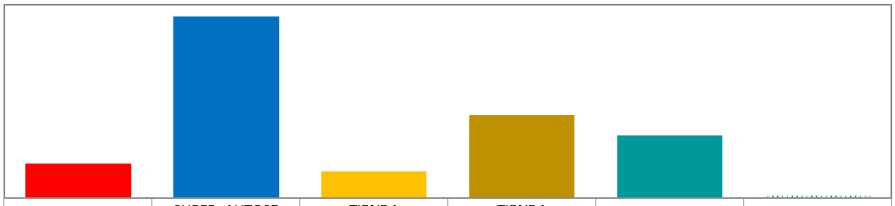
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	4,27	4,52	4,63	4,61	4,91	4,30	4,73	4,35	3,84	4,55	4,67	3,97	3,91	3,72	3,39	4,00	3,87	4,27	3,86	3,66	3,69	3,42	3,68	3,35	3,41
PRECIO MEDIO (kg)	5,57	5,45	5,58	5,69	5,62	5,62	5,38	5,60	5,91	5,60	5,88	5,71	5,90	5,70	5,97	6,15	6,10	5,74	5,94	6,20	6,14	6,20	6,31	6,50	6,43

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

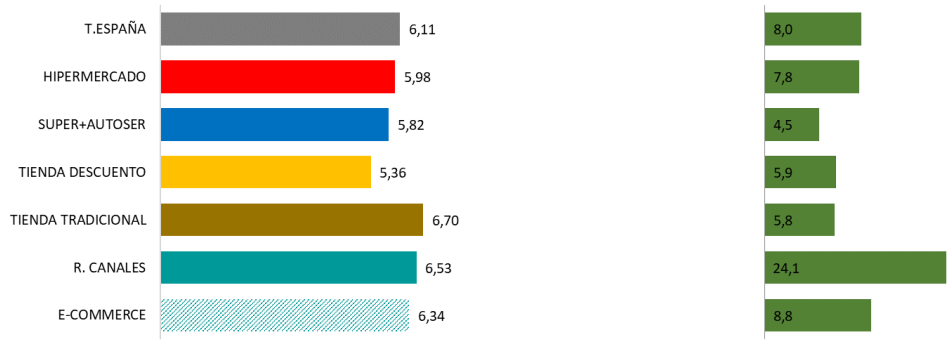


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,89	46,95	6,72	21,28	16,16	0,57
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-26,95	-4,08	-19,20	-24,20	-26,73	2,57

El canal dinámico es el más común para la compra de este tipo de carne, impulsado principalmente por el supermercado, con una cuota de 47,0% del volumen de compras, a pesar de presentar una evolución negativa (-4,1%) en relación al año anterior.

Decrece fuertemente el volumen comprado en las tiendas tradicionales, a pesar de que la proporción del volumen es del 21,3%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



Fuerte incremento del 8,0% para la carne de conejo durante el año 2018 cerrando 6,11 €/kg.

La tienda tradicional es el canal con el precio menos competitivo (6,70€/kg), un 9,7% por encima de la media nacional. Por el contrario, la tienda descuento es el canal con el precio medio más bajo (5,36€/kg), 0,75€/kg más bajo que el del mercado.

- **Demográficos**

Carne de conejo	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,97**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,03	1,00
MEDIA	30,71	30,15	0,91
MEDIA BAJA	26,56	27,01	0,95
BAJA	26,42	26,80	0,98
- 35 AÑOS	13,63	6,29	0,46
35 A 49 AÑOS	32,24	21,52	0,53
+ 50 AÑOS	54,13	72,19	1,47
CATALUÑA	16,03	22,43	1,41
ARAGON	2,92	5,74	1,92
BALEARES	2,43	2,93	1,23
VALENCIA	10,86	13,05	1,20
MURCIA	2,94	3,19	0,99
T.ANDALUCIA	17,52	10,09	0,52
MADRID	14,00	10,17	0,73
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,42	0,72
EXTREMADURA	2,34	2,02	0,78
CASTILLA LEON	5,53	7,28	1,29
GALICIA	5,92	7,65	1,23
ASTURIAS	2,47	1,38	0,58
CANTABRIA	1,29	0,67	0,55
PAIS VASCO	4,84	4,47	0,96
LA RIOJA	0,70	0,93	1,37
NAVARRA	1,40	1,87	1,34
CANARIAS	4,57	2,72	0,56
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,89	0,81
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,21	0,63
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,59	0,35
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,33	0,59
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,01	0,96
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,58	0,60
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,33	1,61
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,42	1,36
RETIRADOS	23,18	33,66	2,12

El perfil de hogar consumidor de carne de conejo se corresponde con una tipología de hogar formada por parejas con hijos mayores y medianos, parejas adultas sin hijos y hogares formados por retirados, de edad adulta que superan los 50 años y tienen un componente socioeconómico de clase media o media baja.

Las comunidades autónomas con un perfil más intensivo en el consumo de la carne de conejo son; Aragón, Cataluña y Comunidad Foral de Navarra, también destacan, La Rioja y Castilla y León entre otras. Las áreas geográficas con un consumo menos destacado de carne fresca de conejo son Cantabria y Principado de Asturias, al igual que Andalucía y Canarias.

Son los retirados seguidos de las parejas adultas sin hijos quienes mayor consumo per cápita hacen de este tipo de carne fresca. En concreto, los primeros sobrepasan el doble de la cantidad que se consume de media nacional. Al contrario, nos encontramos a las parejas con hijos pequeños que apenas alcanzan los 0,35 kilogramos por persona y año, una cantidad lejana de los 0,97 kilos de media.

3.7.2 CARNE TRANSFORMADA

La categoría carne transformada incluye los siguientes tipos: jamón curado y paleta, lomo embuchado normal e ibérico, chorizos, salchichón y salami, fuet y longanizas, jamón cocido, paleta cocida y fiambres, entre otros.

- **Resultados totales**

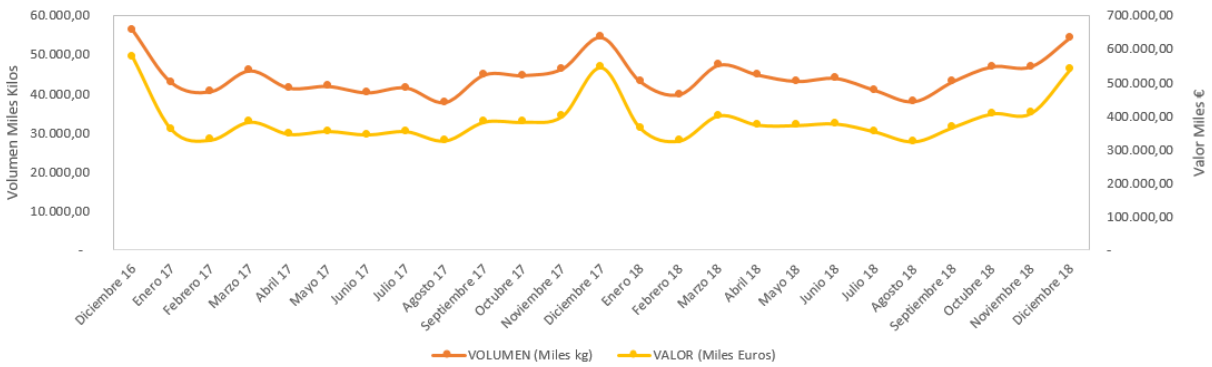
Tal como vimos al principio del capítulo, las carnes transformadas representan el 25,1% de la cuota en volumen sobre el total mundo cárnico y su peso en valor es del 32,6% sobre el total de la facturación del segmento total de carnes.

El consumo doméstico de carne transformada a lo largo del año 2018 por parte de los hogares españoles crece un 1,9%. El gasto que realizaron los hogares también aumenta (+2,4%) gracias a que el precio medio consigue mantenerse en términos positivos (+0,5%), se sitúa en los 8,68€/kg.

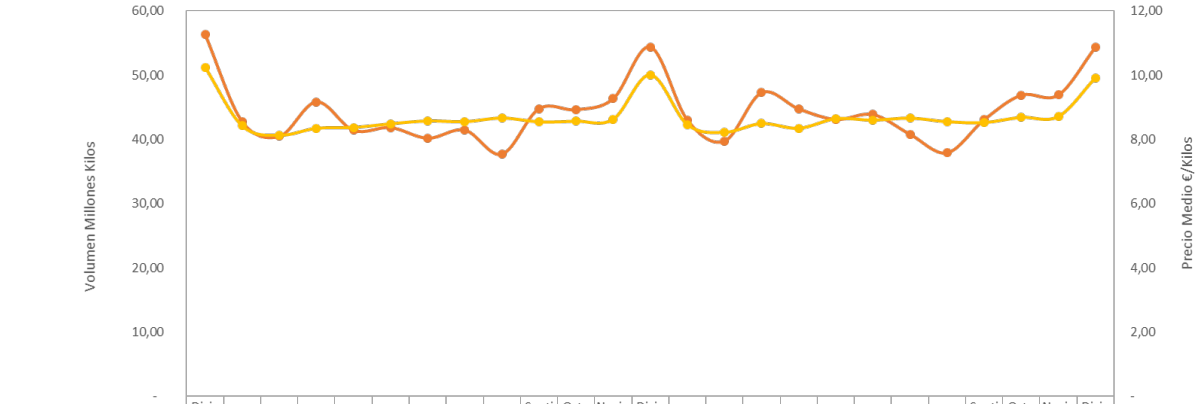
Los hogares españoles destinan el 6,73% de su presupuesto para alimentación y bebidas a la compra de carne transformada, lo que supone un gasto por persona y año de 100,77€, una cantidad superior en un 2,0% a la invertida en el año anterior.

	2018	
	Consumo doméstico de Carne Transformada	% Variación v2018 vs.2017
VOLUMEN (Miles kg)	531.546,54	1,9%
VALOR (Miles €)	4.613.328,21	2,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	11,61	1,5%
GASTO x CAPITA (€)	100,77	2,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,84	2,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	6,73	0,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,68	0,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

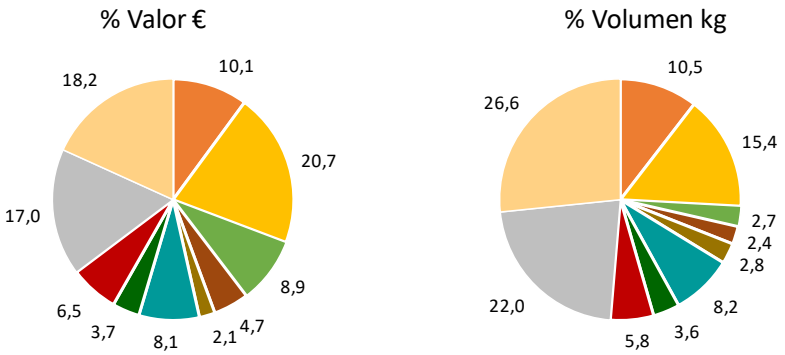


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	56,3	42,7	40,4	45,8	41,3	41,8	40,1	41,4	37,6	44,7	44,6	46,3	54,3	42,9	39,7	47,2	44,7	43,1	43,8	40,7	37,9	43,0	46,8	46,9	54,3
PRECIO MEDIO (kg)	10,2	8,42	8,13	8,34	8,37	8,48	8,57	8,55	8,66	8,55	8,57	8,63	10,0	8,46	8,22	8,49	8,34	8,64	8,60	8,66	8,55	8,52	8,69	8,71	9,92

- **Importancia de los tipos de carne transformada sobre el total de carne transformada**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
CARNE TRANSFORMADA	2,4%	1,9%
JAMON Y PALETA COCIDA	1,1%	0,9%
JAMON Y PALETA CURADA NORMAL	3,2%	4,4%
JAMON Y PALETA IBERICA	-5,0%	-2,0%
LOMO EMBUCHADO N+IB	8,0%	6,3%
TOCINO Y MANTECA	5,0%	6,1%
CHORIZOS	4,9%	4,5%
SALCHICHON/SALAMI	-1,6%	-1,6%
FUET/LONGANIZAS	2,9%	1,3%
FIAMBRES	1,7%	0,4%
RESTO CARNES TRANSFORMADAS	4,6%	1,6%

Respecto a la distribución de cuota en volumen según tipo los diferentes tipos de carnes transformadas, en primer lugar, se posicionan los fiambres con el 22,0% de la proporción del volumen de carne transformada, manteniéndose estable respecto a 2017. Le sigue el jamón curado y paleta con un 15,4% de participación. El jamón cocido asume el 10,2% del total.

En términos de valor quien aporta el 20,7%, es decir 1 de cada 5 euros son aportados por el jamón curado y paleta, el 17% del valor de la categoría lo aportan los fiambres y el 10,1% lo asume el jamón cocido.

Resto carnes transformadas[4]

- **Consumo per cápita**

El consumo per cápita de carne transformada durante el año 2018 fue de 11,61 kilos por persona y año, un 1,5% mayor que el año pasado. De entre los diferentes tipos de carne transformada, destaca el consumo per cápita de fiambres (2,56 kilos/persona/año), pues son los tipos de carne o subproductos dentro de las carnes transformadas que mayor consumo per cápita tienen.

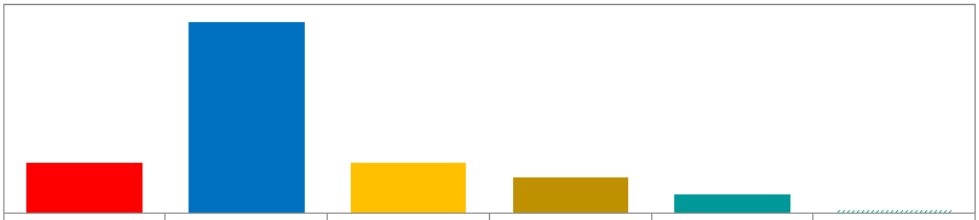
Aumenta el consumo per cápita del jamón curado pasando en tan solo un ejercicio de 1,72 kilos por persona a los actuales 1,79, esto implica una variación alcista de consumo del 4,0% en tan solo doce meses. El consumo per cápita del jamón y la paleta ibérica es menor y se sitúa en los 0,32 kilogramos por persona y año. Aumenta también el consumo del lomo, así como chorizos durante el año 2018.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CARNE TRANSFORMADA	**11,44**	**11,61**
JAMON Y PALETA COCIDA	1,21	1,22
JAMON Y PALETA CURADA NORMAL	1,72	1,79
JAMON Y PALETA IBERICA	0,32	0,32
LOMO EMBUCHADO N+IB	0,26	0,28
TOCINO Y MANTECA	0,30	0,32
CHORIZOS	0,92	0,96
SALCHICHON/SALAMI	0,42	0,41
FUET/LONGANIZAS	0,67	0,67
FIAMBRES	2,56	2,56
RESTO CARNES TRANSFORMADAS	3,05	3,09

[4] Resto carnes transformadas incluye huesos jamón curado, otros productos curados, productos a base sangre, otras salazones, cocidos y otros, salchichas y foie-gras y paté.

- **Canales**

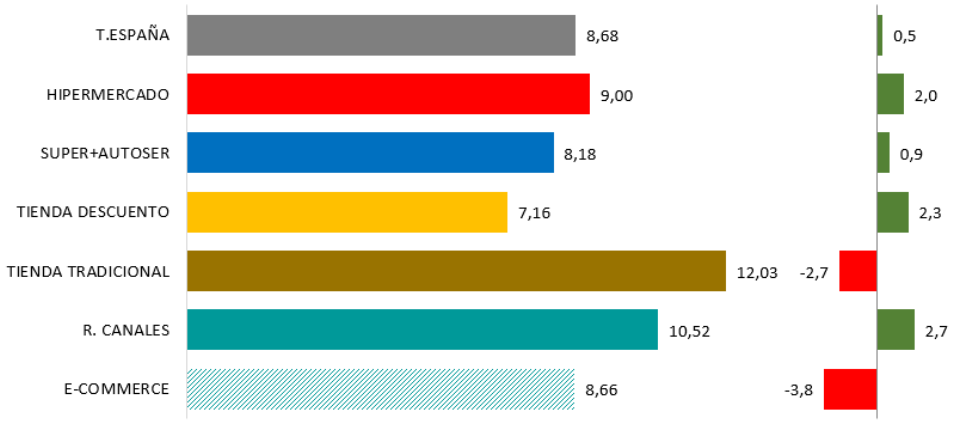
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	14,6	54,9	14,6	10,5	5,4	1,0
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-1,0	4,9	-0,6	-4,5	0,1	11,1

El canal favorito para la adquisición de carne transformada es el supermercado y autoservicio con el 55,0% de los kilos, evoluciona de forma positiva con un incremento del 4,9%. La tienda tradicional evoluciona de forma desfavorable con una fuerte reducción de sus compras (-4,5%), actualmente se mantiene en una posición algo alejada en cuota, ya que mantiene un 10,5% de cuota de mercado. Otros canales como hipermercado y la tienda de descuento también continúan perdiendo relevancia dentro de la categoría, mantienen una evolución negativa de 1% y 0,6% respectivamente.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la carne transformada es de 8,68€/kg, con estabilidad del 0,5% en positivo con respecto a 2017. La tienda descuento es el canal con el precio medio más bajo (7,16€/kg), pese a haber incrementado el precio un 2,3% durante el año 2018. Por el contrario, la tienda tradicional es el canal con el precio menos competitivo del mercado: 12,03€/kg, un 38,6% superior a la media nacional.

- **Demográficos**

Carne transformada	% Población	% Distribución	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,89**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,95	1,85
MEDIA	30,71	32,48	0,43
MEDIA BAJA	26,56	26,73	0,58
BAJA	26,42	22,84	5,72
- 35 AÑOS	13,63	10,59	- 6,95
35 A 49 AÑOS	32,24	35,16	- 0,60
+ 50 AÑOS	54,13	54,25	5,56
CATALUÑA	16,03	15,31	2,23
ARAGON	2,92	2,91	- 1,35
BALEARES	2,43	2,05	3,31
VALENCIA	10,86	9,86	0,08
MURCIA	2,94	3,16	3,58
T.ANDALUCIA	17,52	20,15	1,49
MADRID	14,00	14,02	3,02
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,24	2,36
EXTREMADURA	2,34	2,43	6,02
CASTILLA LEON	5,53	5,38	1,42
GALICIA	5,92	5,15	4,87
ASTURIAS	2,47	2,42	5,68
CANTABRIA	1,29	1,16	1,16
PAIS VASCO	4,84	4,46	1,40
LA RIOJA	0,70	0,49	- 9,24
NAVARRA	1,40	1,15	- 0,94
CANARIAS	4,57	4,66	- 0,96
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,87	7,88
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,47	- 3,84
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	12,82	1,65
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	20,50	- 1,27
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,85	0,49
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,88	4,25
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,11	4,68
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,68	8,51
RETIRADOS	23,18	18,82	4,12

Hogares formados principalmente con hijos mayores o medianos se conforman como consumidores de la categoría de estudio. También destacan, pero de una forma más ligera parejas adultas sin hijos, hogares monoparentales o parejas con hijos de edad muy pequeña. La edad del responsable de las compras es por tanto de una edad mediana, en torno a los 35-49 años.

Sin embargo, y si tenemos en cuenta los grandes consumidores per cápita de la categoría de carnes transformadas, son los adultos, así como los jóvenes independientes quienes durante el año 2018 realizaron la mayor ingesta per cápita.

Castilla-La Mancha, Andalucía y Murcia son comunidades autónomas con un perfil intensivo en la compra de carnes transformadas. Comunidad Foral de Navarra y La Rioja, por el contrario, son regiones que no adquieren el volumen que cabría esperar en base a su peso poblacional.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita por área geográfica, son los individuos residentes en Castilla-La Mancha y en Andalucía quienes tienen el consumo per cápita más alto de la categoría, superando en ambos casos el consumo medio per cápita nacional.

3.8 CHOCOLATES, CACAOS

- **Resultados totales**

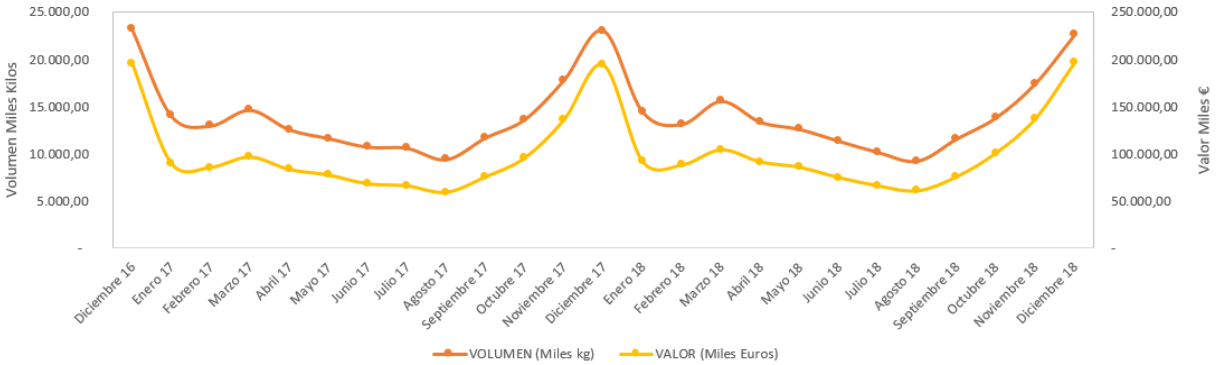
Aumenta la compra con respecto al año anterior en un 1,6% de productos como chocolates y cacaos. El incremento en facturación es mayor y alcanza el 4,0%, debido al efecto que tiene el aumento del precio medio de estos productos, pues a cierre de año creció un 2,4% su precio de venta al público situándose en los 7,08 €/kilo.

Los hogares destinan el 1,7% del presupuesto asignado a la compra de alimentación y bebidas, en estos productos. Esto implica un gasto per cápita de 25,52 €, una cantidad que aumenta en una proporción de 3,6 puntos porcentuales con respecto a la invertida en el periodo previo de estudio.

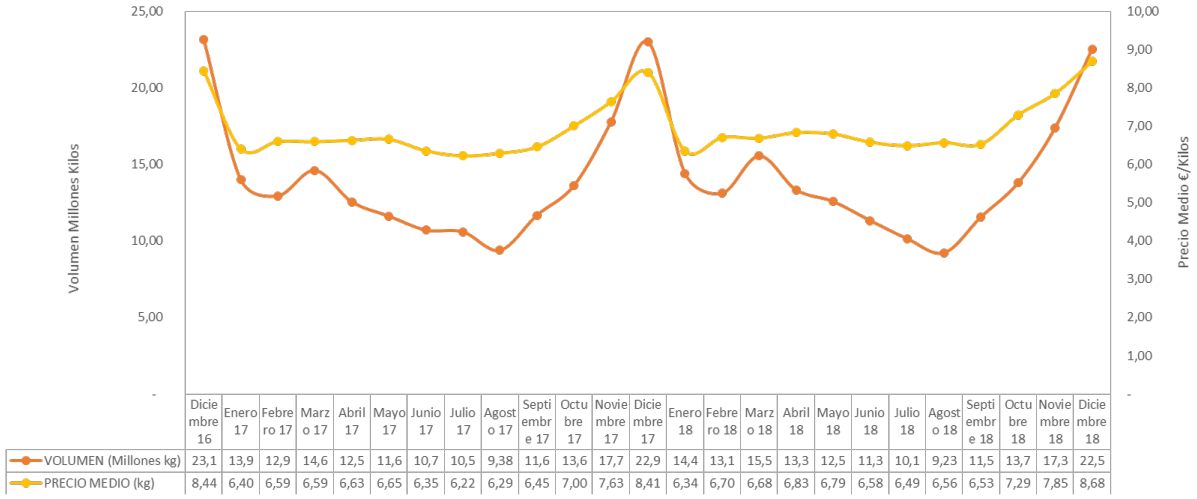
Cada individuo ingirió de media durante el año 2018 la cantidad de 3,60 kilos, habiendo variado también con respecto al mismo periodo del año anterior en un 1,2% en positivo.

	2018	
	Consumo doméstico de Chocolates/Cacaos Doméstico	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	164.944,71	1,6%
VALOR (Miles €)	1.168.432,36	4,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	3,60	1,2%
GASTO x CAPITA (€)	25,52	3,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,57	1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,70	2,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,08	2,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

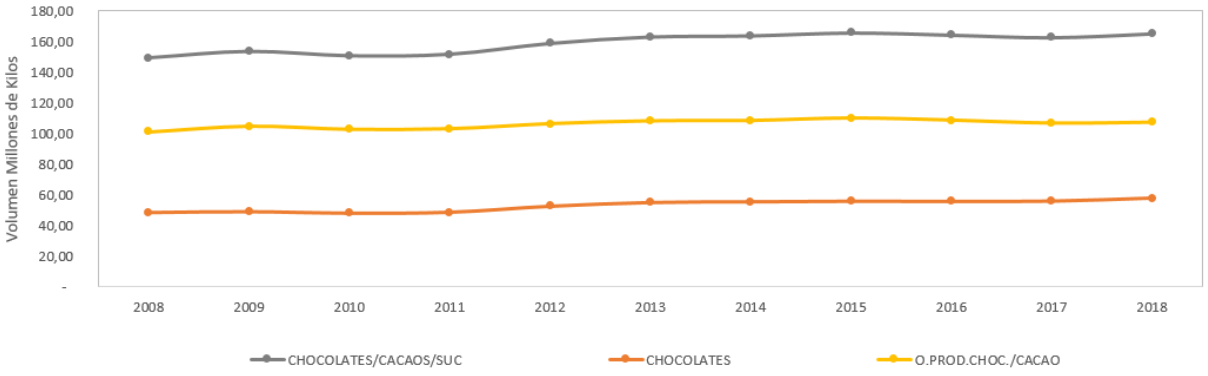


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

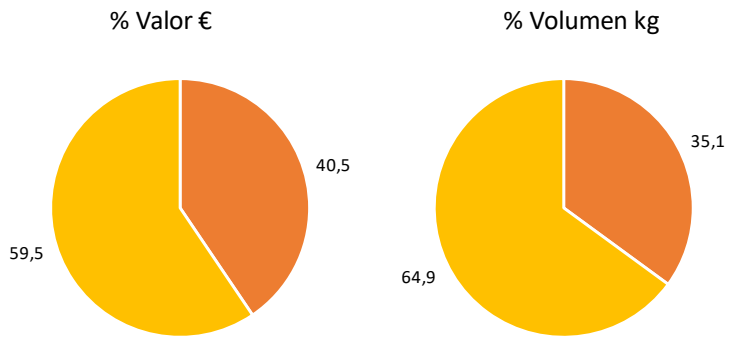


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	23,1	13,9	12,9	14,6	12,5	11,6	10,7	10,5	9,38	11,6	13,6	17,7	22,9	14,4	13,1	15,5	13,3	12,5	11,3	10,1	9,23	11,5	13,7	17,3	22,5
PRECIO MEDIO (kg)	8,44	6,40	6,59	6,59	6,63	6,65	6,35	6,22	6,29	6,45	7,00	7,63	8,41	6,34	6,70	6,68	6,83	6,79	6,58	6,49	6,56	6,53	7,29	7,85	8,68

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



- **Importancia de los tipos de chocolates, cacaos y sucedáneos**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
CHOCOLATES/CACAOS	4,0%	1,6%
CHOCOLATES	4,6%	3,6%
O.PROD.CHOC./CACAO	3,6%	0,5%

Si tenemos en cuenta la proporción en volumen de esta categoría, el 64,9% del volumen se corresponde con otros productos de chocolate y cacao, además en estos últimos doce meses

crece a un ritmo del 0,5% en volumen, mientras que en valor lo hace de forma más significativa con un 3,6% respecto al año anterior. Los chocolates, tienen una proporción del 35,1%, por su parte aumentan su presencia en el hogar con respecto al año anterior en un 3,6% mientras que en valor lo hacen un 4,6%.

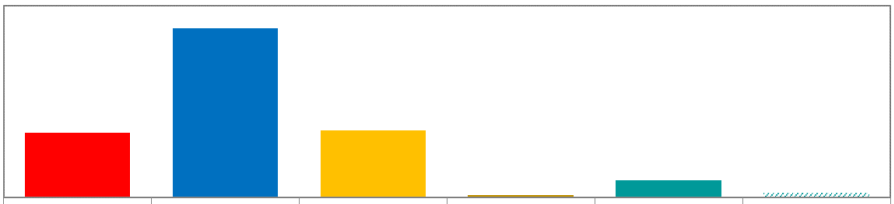
• Consumo per cápita de los tipos de chocolates, cacaos

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
CHOCOLATES/CACAOS	**3,56**	**3,60**
CHOCOLATES	1,22	1,26
O.PROD.CHOC./CACAO	2,34	2,34

El consumo per cápita de la categoría se situó en los 3,60 €/kilo una cantidad superior en 1,2% con respecto al año anterior. El 64,9% aproximado del consumo, es decir 2,34 kilogramos por persona y año se corresponden con los productos tipo bombones, snacks, cacaos solubles y cremas de untar, y se mantienen estables con respecto al año anterior. El resto del consumo es decir el 35,1% y siendo una cantidad de 1,26 kilos por persona y año, es de productos como tabletas de chocolates y turrones de chocolates.

• Canales

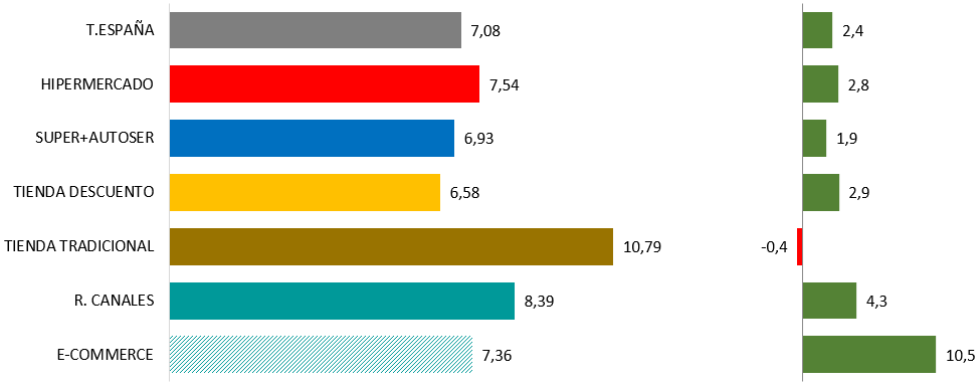
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	20,1	52,9	21,0	0,8	5,3	1,4
% EVOLUCION VOLUMEN kg	5,6	2,9	-3,7	-21,3	0,1	-2,0

1 de cada 2 kilos de estos productos se compraron a cierre de año 2018 dentro del canal supermercado y autoservicio con una evolución favorable en compra del 2,9% respecto al año 2017. Hipermercado y tienda descuento también tienen una proporción muy importante de estos productos, ambos superan el 20,0% de cuota, sin embargo, la evolución fue dispar para estos canales.

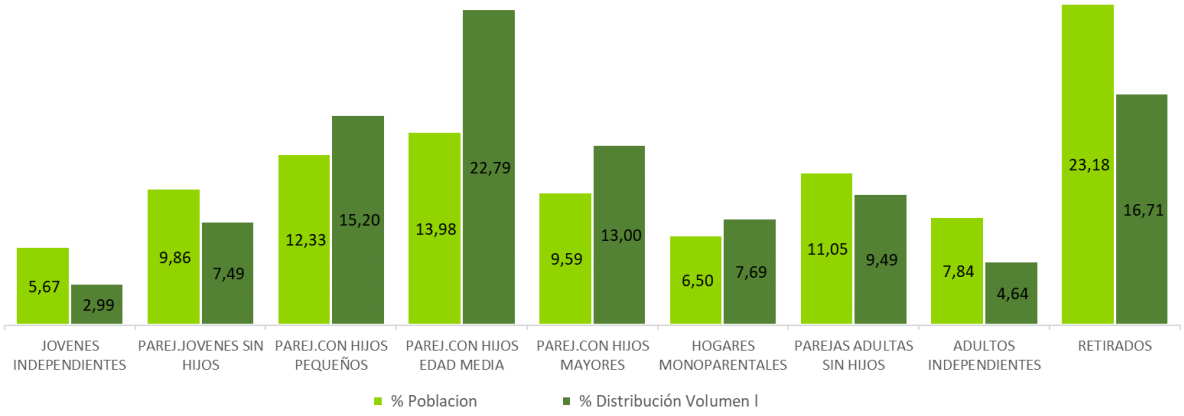
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de chocolates y cacaos se situó en los 7,08 €/kilo a cierre de 2018 con una variación de precio de 2,4% respecto al año 2017. El incremento de precio para estos productos fue consensuado por todos los canales excepto por la tienda tradicional, siendo además este canal quien tiene el precio medio más alto de la categoría situándose en 10,79 €/kilo. Del lado contrario se posicionan el supermercado y los autoservicios y la tienda descuento, ambos con un precio medio por debajo de la media del mercado.

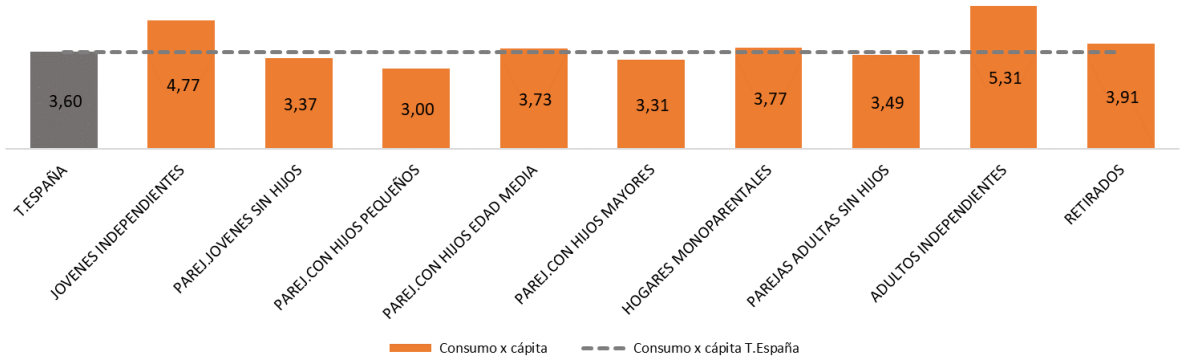
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



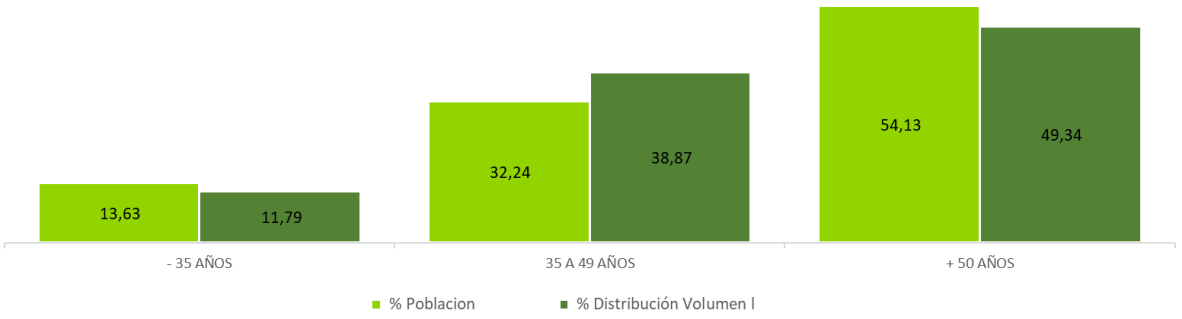
Los hogares consumidores de estos productos son aquellos formados por hijos especialmente con ellos pequeños o medianos, también mayores, así como los hogares monoparentales. Los hogares que se perfilan como menos intensivos en compra según su peso poblacional por ciclo de vida son los jóvenes y los adultos independientes.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



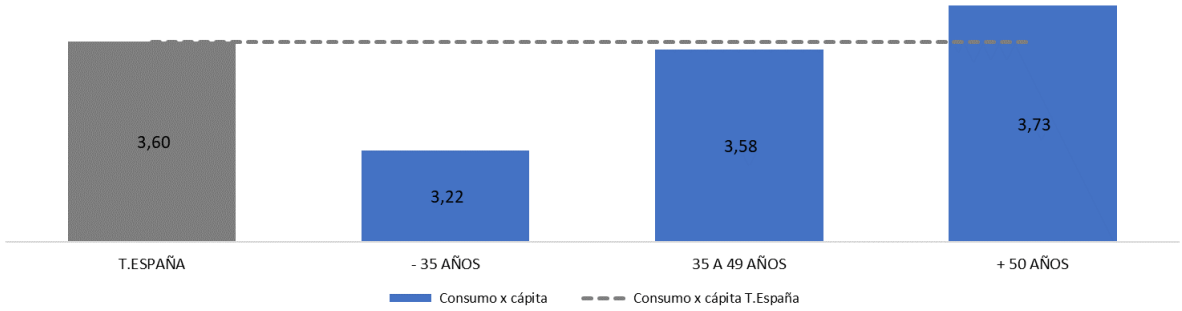
Sin embargo, en contraposición a lo que decíamos en el gráfico anterior, son los hogares constituidos por jóvenes y adultos independientes quienes destacan en el consumo per cápita, a pesar de ser quienes realizan una menor compra en base a su peso poblacional. En ambos casos superan el consumo medio de la categoría, que es de 3,60 kilogramos por persona y año. Además, junto a estos, se sitúan las parejas con hijos de edad media, los individuos monoparentales y los retirados. Son por el contrario los individuos clasificados en parejas jóvenes con hijos pequeños, quienes menor consumo per cápita realizan, con una ingesta un 17% más baja que la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2018)



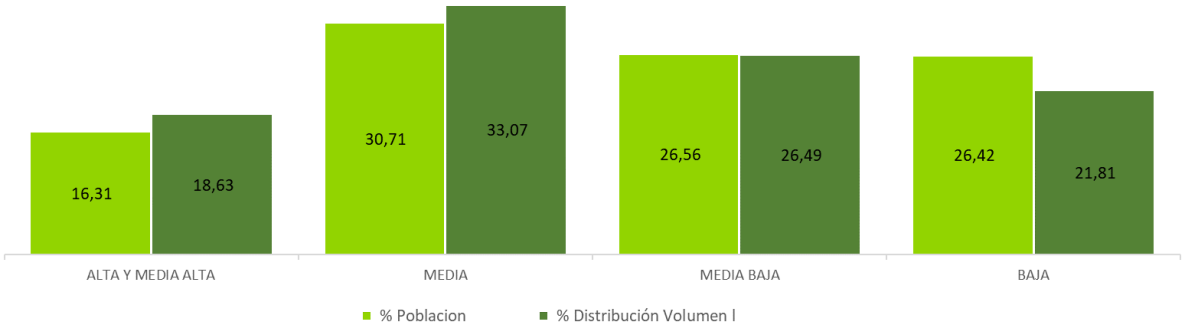
El perfil hogar consumidor de chocolates y cacaos por la edad del responsable de la compra, se corresponde hogares cuyo responsable tiene una edad comprendida entre los 35-49 años, pudiéndolo hilar con tal como veíamos anteriormente hogares en los que hay presencia de niños, independientemente de la edad.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2018)



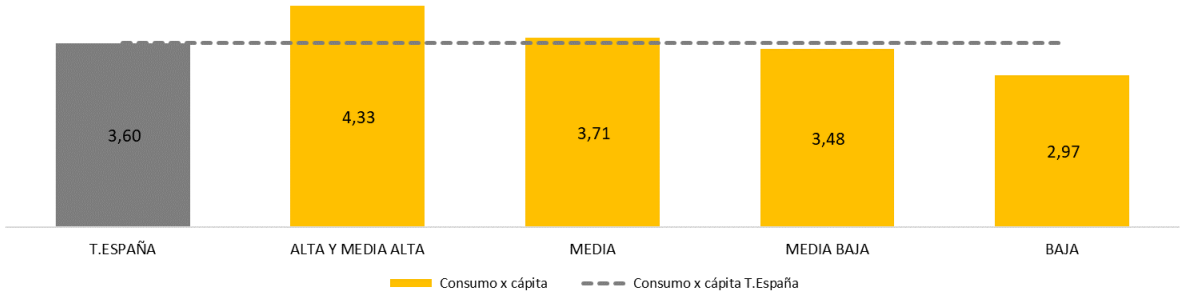
Sin embargo y si seguimos con la narración de los gráficos anteriores, los individuos de 35 a 49 años no tienen un consumo per cápita alto de la categoría. Son los mayores de 50 años quienes durante el año 2018 hicieron el mayor consumo por persona, con una ingesta superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)

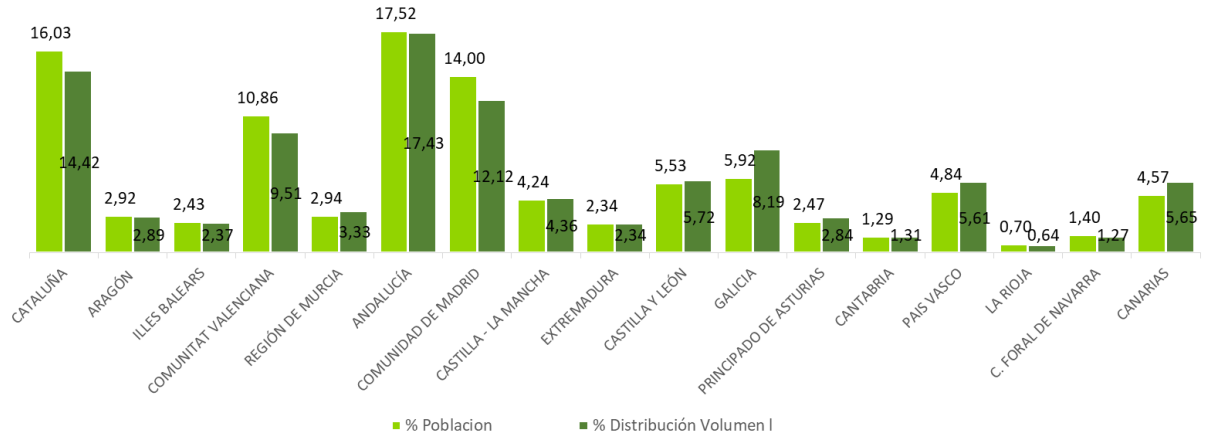


El perfil consumidor por clase socioeconómica se corresponde con hogares de clase alta y media-alta así como media.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)

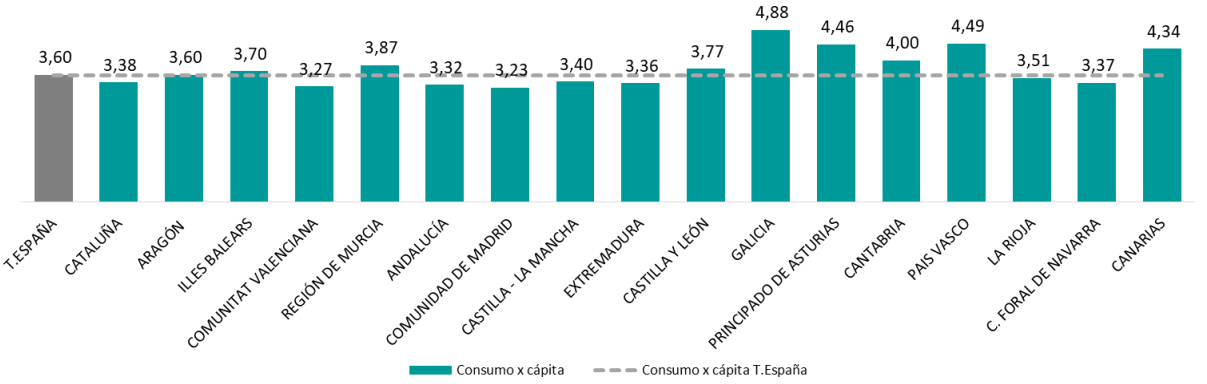


% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2018)



Las comunidades autónomas con un consumo intenso de productos de chocolate y cacao son Galicia, Canarias y País Vasco entre otros. Sin embargo, otras comunidades autónomas tales como Valencia, Comunidad de Madrid, Cataluña o Comunidad Foral de Navarra entre otras, no alcanzan a tener una distribución del volumen que sea acorde al menos al peso que cabría esperar en base a su peso poblacional.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2018)



Son los individuos gallegos quienes tienen el mayor consumo per cápita de estos productos, con una ingesta media realizada durante el año 2018 de 4,88 kilogramos; una cantidad un 35% superior a la media nacional, lo que se traduce en 1,27 kilos más ingeridos por persona y año. Por el lado contrario destacan los individuos madrileños. El consumo per cápita realizado por estos habitantes se queda por debajo de la media nacional, es decir 3,23 kilos por persona y año, una cantidad que ronda los 0,38 kilogramos menos de ingesta por persona y año en la capital española.

3.9 FRUTAS FRESCAS

3.9.1 FRUTA FRESCA

- **Resultados totales**

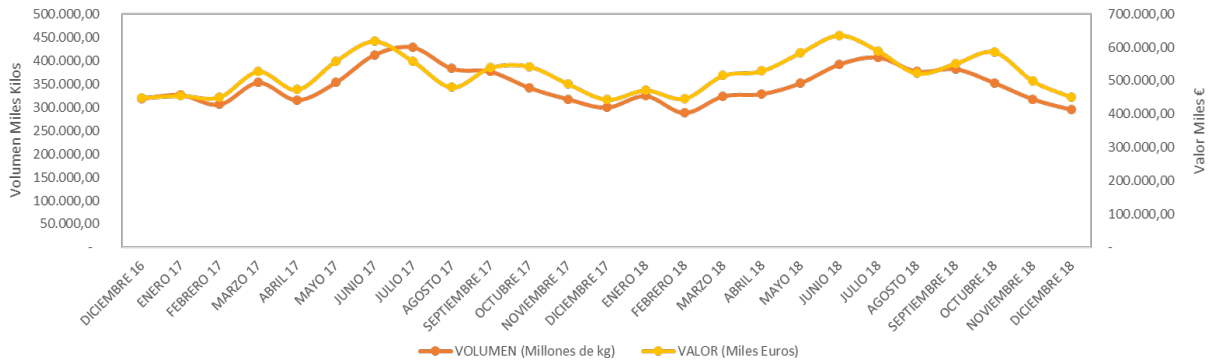
Disminuye la compra de fruta fresca durante el año 2018 por parte de los hogares españoles en una proporción del 1,8% con respecto al año 2017. En valor sin embargo el aumento es significativo (4,0%) debido al efecto que tiene en este el incremento durante los últimos doce meses del precio medio para la categoría. Tal como decíamos el precio medio aumento en estos meses un 5,8%, siendo el precio medio kilo de 1,54€ aproximadamente.

La parte destinada a la compra de esta categoría en valor se corresponde con el 9,3% del presupuesto medio de un hogar a la compra total de alimentación y bebidas, en volumen alcanza el 14,37%.

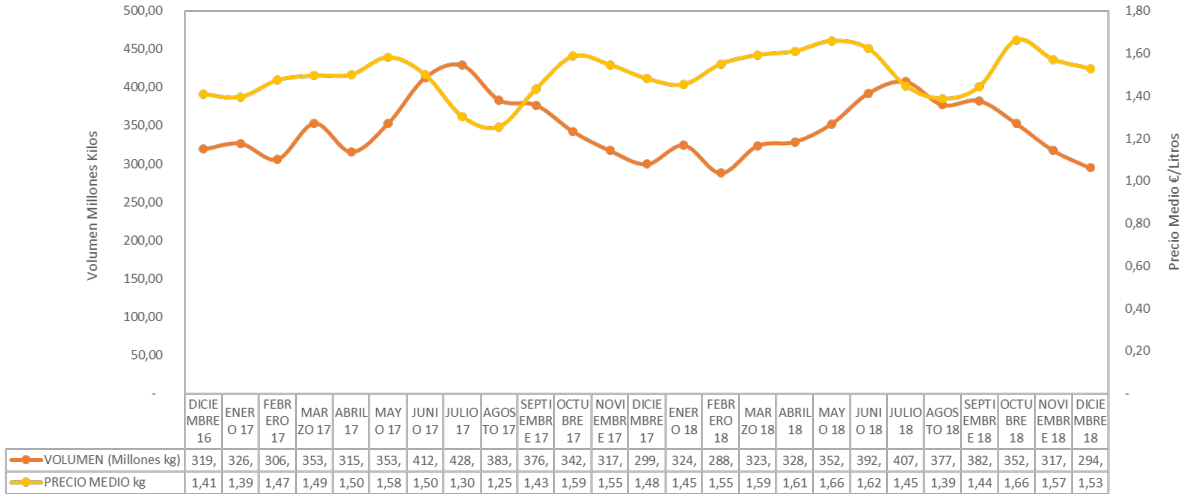
El consumo medio realizado por persona y año de fruta fresca fue de 90,49 kilos, una cifra inferior (2,1%) al periodo previo. Se incrementó el gasto medio, de media cada persona invierte en la compra de estos 139,44€ superando la cantidad invertida durante el año pasado en un 3,6%.

	Consumo doméstico de T.Frutas Frescas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	4.142.568,37	-1,8%
VALOR (Miles €)	6.383.431,58	4,0%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	90,49	-2,1%
GASTO x CÁPITA (€)	139,44	3,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	14,37	-1,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	9,31	2,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,54	5,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

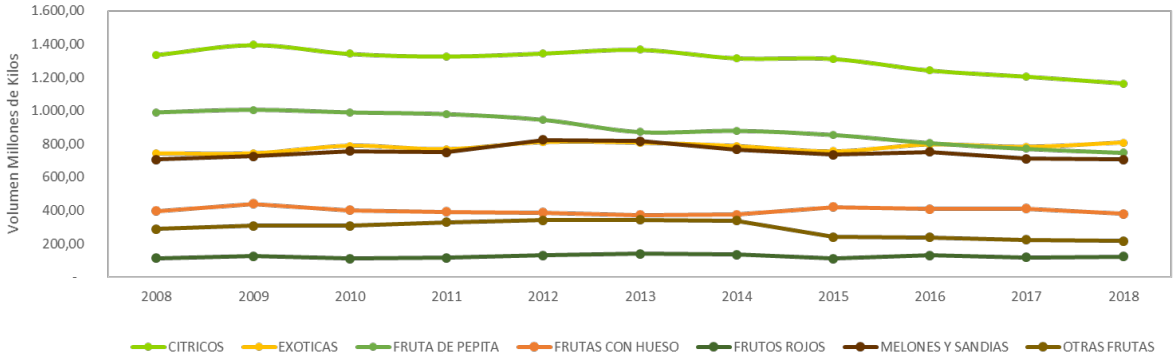


Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)

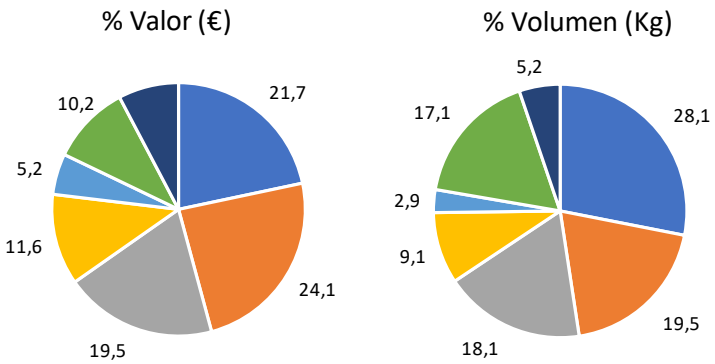


	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	319,	326,	306,	353,	315,	353,	412,	428,	383,	376,	342,	317,	299,	324,	288,	323,	328,	352,	392,	407,	377,	382,	352,	317,	294,
PRECIO MEDIO kg	1,41	1,39	1,47	1,49	1,50	1,58	1,50	1,30	1,25	1,43	1,59	1,55	1,48	1,45	1,55	1,59	1,61	1,66	1,62	1,45	1,39	1,44	1,66	1,57	1,53

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



- **Importancia de los tipos de fruta fresca**



% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
T.FRUTAS FRESCAS	4,0%	-1,8%
CITRICOS	0,0%	-3,4%
EXOTICAS	8,0%	3,3%
FRUTA DE PEPITA	4,5%	-3,1%
FRUTAS CON HUESO	0,6%	-7,4%
FRUTOS ROJOS	10,4%	4,0%
MELONES Y SANDIAS	5,8%	-0,6%
OTRAS FRUTAS	0,7%	-2,4%

Los cítricos (Naranja, limones, mandarinas y pomelo) son las variedades de fruta fresca que más se compran (28,09%), seguidas de las frutas exóticas (Plátanos, Kiwi, aguacate, piña y chirimoya) y las frutas de pepita (uvas, manzanas y peras). La evolución de las diferentes variedades es contraria, en valor todas aumentan con respecto a 2017 mientras que las únicas que crecen en volumen son las exóticas y los frutos rojos.

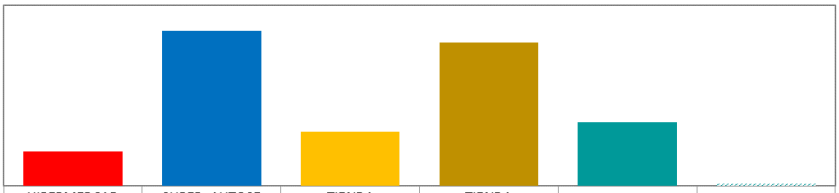
- **Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca**

	Consumo per cápita (kg)	
	2017	**2018**
T.FRUTAS FRESCAS	**92,5**	**90,5**
CITRICOS	26,4	25,4
EXOTICAS	17,2	17,7
FRUTA DE PEPITA	16,9	16,3
FRUTAS CON HUESO	9,0	8,3
FRUTOS ROJOS	2,6	2,6
MELONES Y SANDIAS	15,6	15,4
OTRAS FRUTAS	4,9	4,7

El consumo per cápita de frutas frescas a cierre de año 2018 fue de 90,5 kilos por persona y año. La mayor parte del consumo per cápita se los cítricos con 25,4 kilos por persona, seguidos de las frutas exóticas, las frutas de pepita y el melón y sandía, con 17,7 kilos, 16,3 y 15,4 kilos por persona respectivamente.

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,6	34,3	12,0	31,8	14,2	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-7,9	5,1	1,5	-6,5	-5,2	19,1

Más del 30% de las compras de frutas frescas se realiza en los supermercados y autoservicios seguidos de la tienda tradicional, aunque sus evoluciones son contrarias, los supermercados crecen un 5,1% mientras que las tiendas tradicionales descienden un 6,5% con respecto al año 2017.

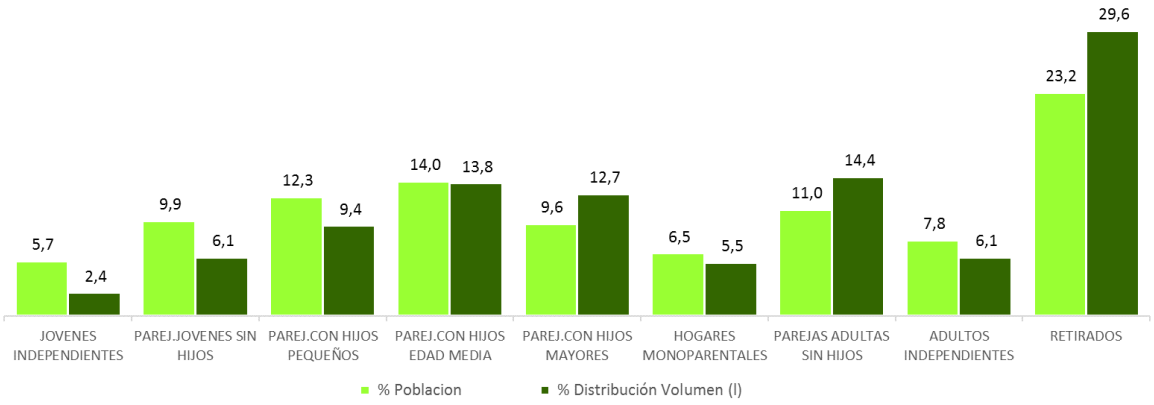
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la fruta fresca cerró en 1,54€-kilo, con un incremento del 5,8%. El precio más accesible se encuentra en las tiendas descuento, pese a haber sido la plataforma con un incremento superior a la media (6,3% vs 5,8%).

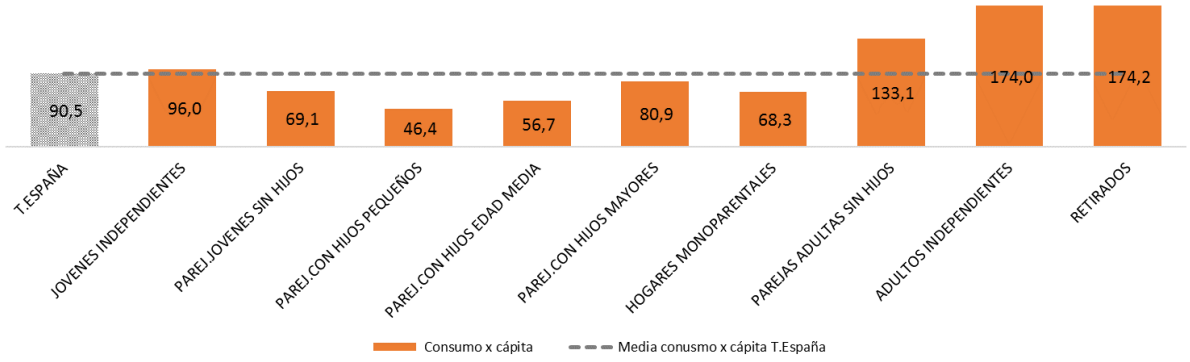
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



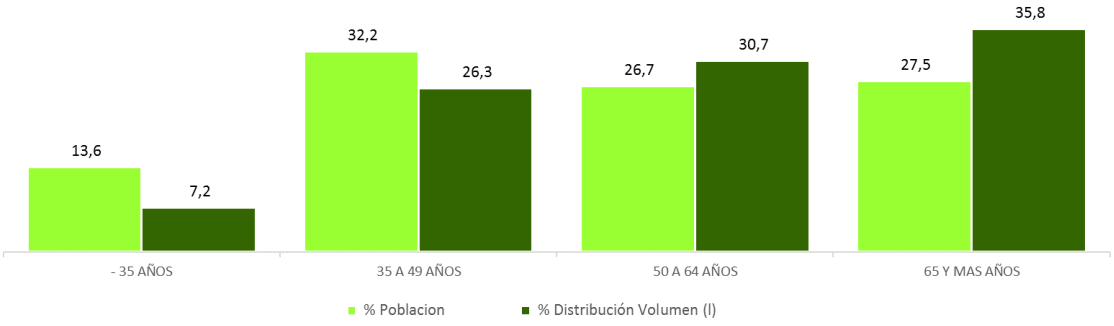
El perfil de hogar consumidor de fruta fresca se corresponde con parejas adultas sin hijos y retirados.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



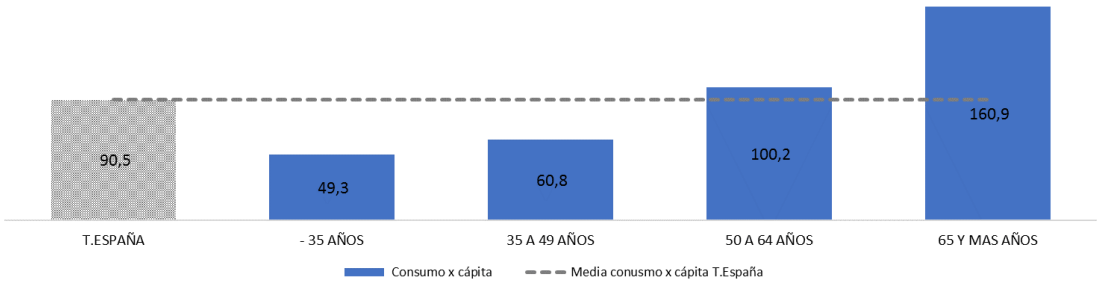
Son los adultos los mayores consumidores de fruta fresca, cabe destacar los retirados y adultos independientes que casi duplican el consumo respecto a la media nacional (174 kilos/persona/año versus 90 kilos/persona/año).

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2018)



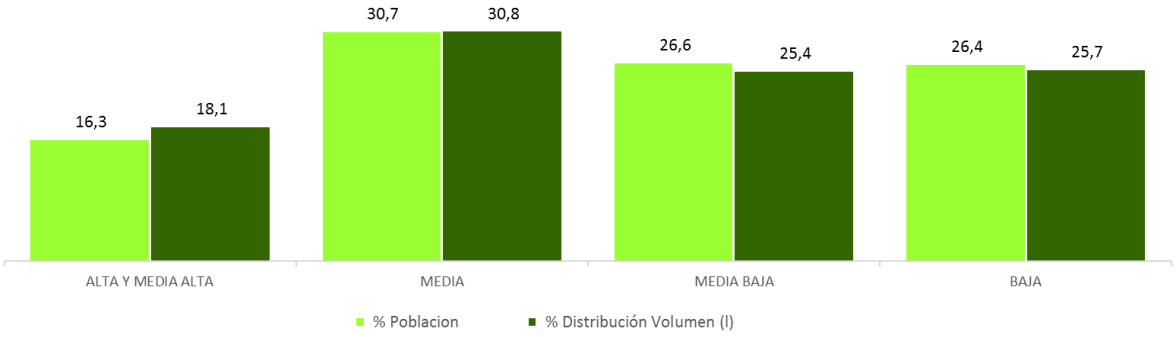
Hogares cuyo responsable de compra tiene una edad mayor de 50 años son más intensivos en la compra de la categoría.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2018)



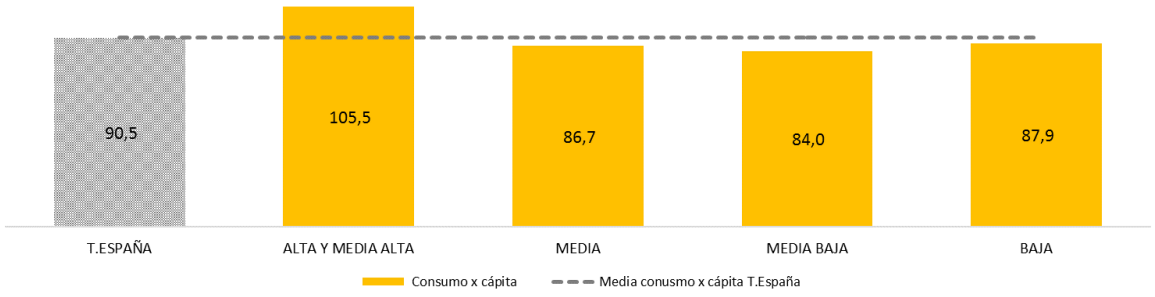
Siguen siendo los individuos mayores de 50 años quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría con una ingesta media de 161 kilogramos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



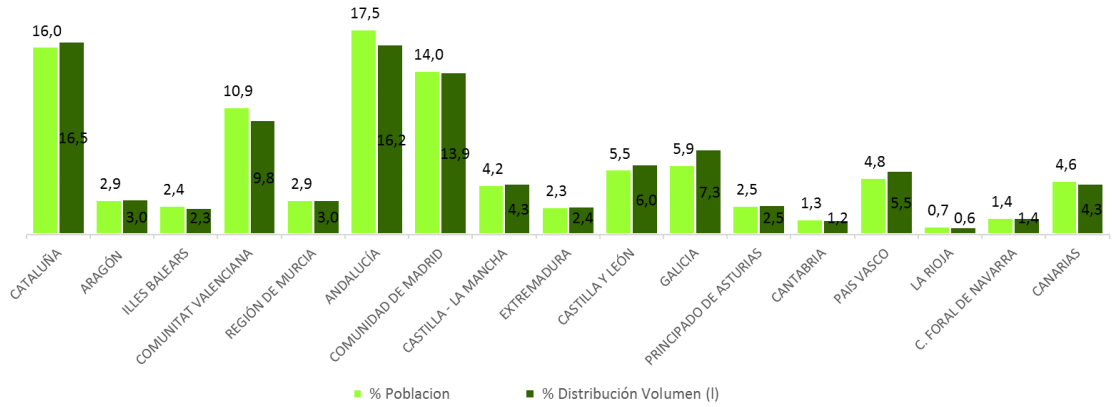
Los hogares de clase alta y media alta, así como media, son los intensivos de compra de fruta fresca.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



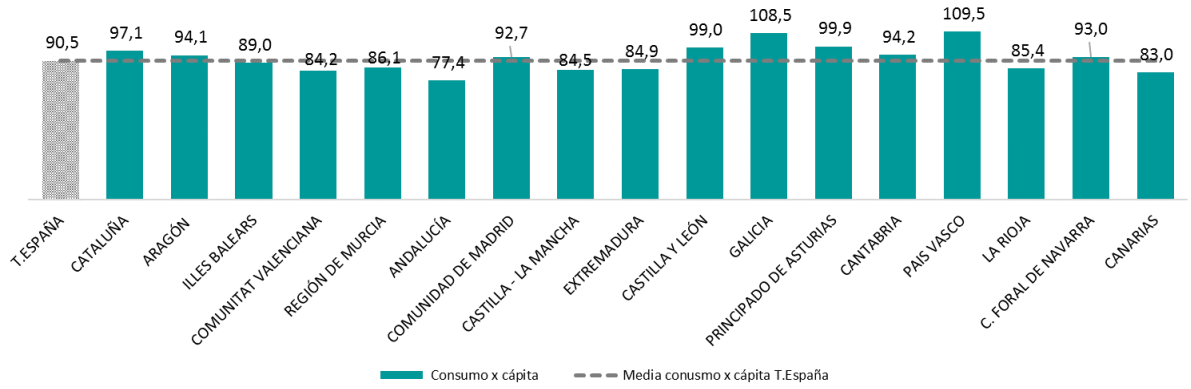
Los mayores consumidores fruta fresca son los individuos de clase alta y media alta, con una ingesta que supera la media en un 17%, que supone una cantidad de 15 kilogramos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2018)



Galicia, País Vasco, y Castilla y León son las CCAA que se perfilan como las más intensivas en la compra de fruta fresca, por el contrario, se sitúan otras como por ejemplo La Rioja o Comunitat Valenciana las menos intensivas.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



La CCAA con la mayor ingesta per cápita de fruta fresca es el País Vasco con 109,5 kilos por persona y año cantidad que supera la media nacional situada en 90,5 kilos por persona. También superan la media de consumo los habitantes de CCAA tales como Galicia, Castilla y León o el Principado de Asturias. Los andaluces s son por el contrario los ciudadanos españoles que menor cantidad de estos productos consumen.

3.9.1.1 NARANJAS

- **Resultados totales**

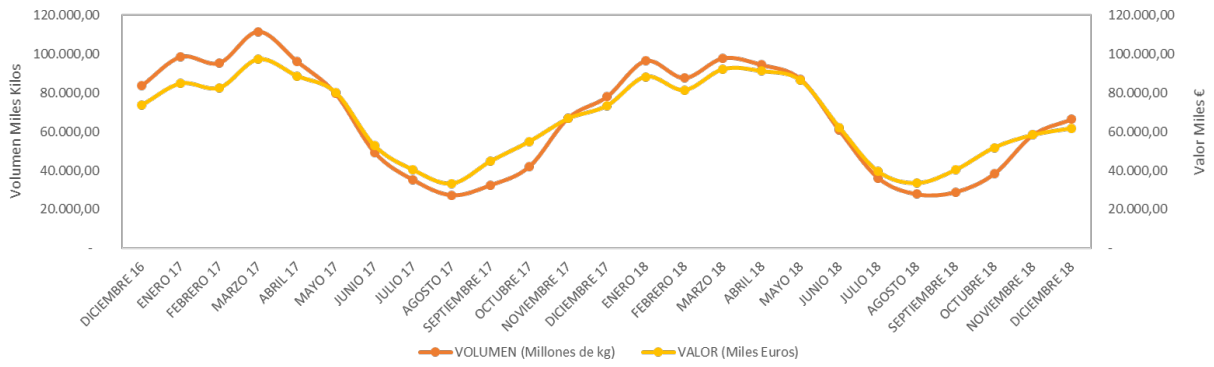
La compra de naranjas disminuye un 4,0% con respecto al año 2017, lo que supone una pérdida de 32,81 millones de kilos menos. En términos de facturación, las naranjas disminuyen en menor medida, cae un 1,6% menos que en 2017.

Los hogares destinan a la compra de estos productos el 1,15% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 17,17€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha reducido con respecto a lo invertido en 2017 en un 2,0%.

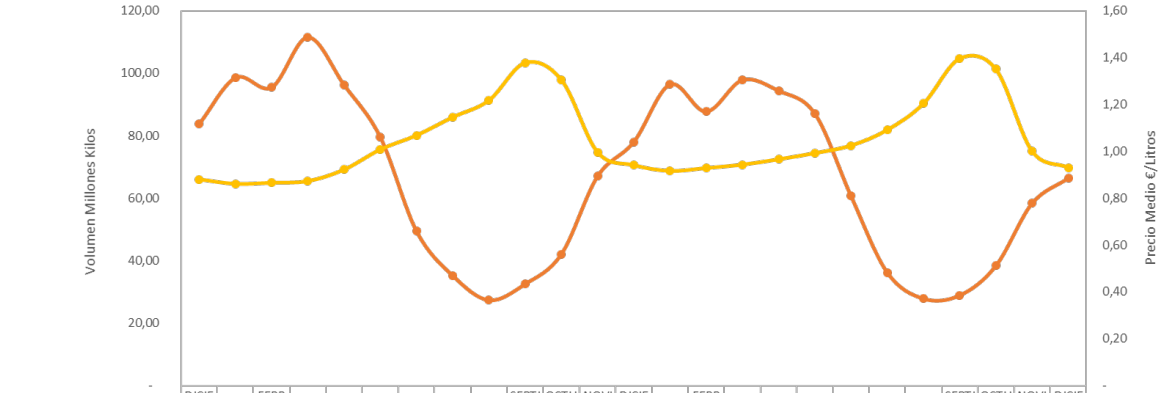
El consumo per cápita de naranjas fue de 17,04 kilos por persona y año, disminuye en un 4,4% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Naranjas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	779.954,74	-4,0%
VALOR (Miles €)	786.265,00	-1,6%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	17,04	-4,4%
GASTO x CÁPITA (€)	17,17	-2,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,71	-3,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,15	-3,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,01	2,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



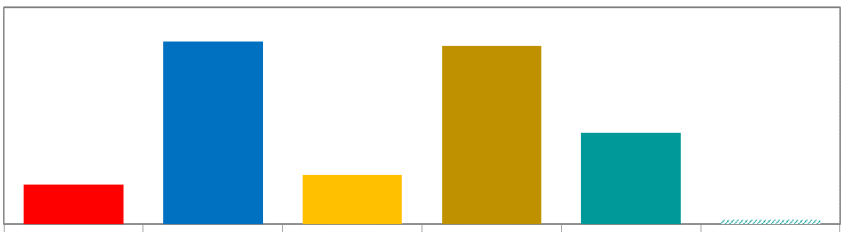
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	83,8	98,5	95,4	111,	96,2	79,5	49,4	35,1	27,3	32,5	42,0	67,0	77,9	96,4	87,7	97,8	94,3	87,0	60,6	36,1	27,8	28,8	38,3	58,3	66,4
PRECIO MEDIO kg	0,88	0,86	0,86	0,87	0,92	1,01	1,07	1,15	1,22	1,38	1,30	1,00	0,94	0,92	0,93	0,94	0,97	0,99	1,02	1,09	1,20	1,40	1,35	1,00	0,93

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,4	33,7	9,0	32,9	16,9	0,8
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-0,2	1,0	4,7	-8,6	-9,8	20,9

Los Supermercados y autoservicios, así como las tiendas tradicionales, acaparan más del 60% del volumen que se vende de naranjas, siendo un 33,7% y un 32,9% respectivamente. Siendo estas últimas las que pierden volumen con respeto a 2017 (-8,6%). Las tiendas descuento es la plataforma que aumenta con respecto a 2017, llegando a alcanzar una cuota del 9,0%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total España para las naranjas fue de 1,01 €-kilo con un encarecimiento del 2,5% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento de precio. Son las tiendas descuento las que se mantienen por debajo de la media (0,93€/kg y 1,01 €/kg respectivamente) aunque lo aumenten un 4,9% con respecto a 2017.

- **Demográficos**

NARANJAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**17,04**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,63	20,49
MEDIA	30,71	30,74	16,29
MEDIA BAJA	26,56	25,09	15,60
BAJA	26,42	25,54	16,44

- 35 AÑOS	13,63	6,35	8,21
35 A 49 AÑOS	32,24	23,91	10,40
+ 50 AÑOS	54,13	69,74	24,92
50 A 64 AÑOS	26,67	30,74	18,88
65 Y MAS AÑOS	27,46	38,99	33,02

CATALUÑA	16,03	16,38	18,16
ARAGÓN	2,92	2,70	15,94
ILLES BALEARS	2,43	1,88	13,87
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	6,96	11,31
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,85	15,62
ANDALUCÍA	17,52	14,46	13,00
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	14,88	18,74
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,63	17,09
EXTREMADURA	2,34	2,90	19,66
CASTILLA Y LEÓN	5,53	7,23	22,53
GALICIA	5,92	8,05	22,68
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,53	18,77
CANTABRIA	1,29	1,62	23,43
PAIS VASCO	4,84	6,26	23,68
LA RIOJA	0,70	0,67	17,40
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,47	18,43

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,22	16,73
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,34	11,36
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	8,09	7,55
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	12,95	10,03
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,45	14,96
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,42	14,88
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,87	25,85
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,11	33,07
RETIRADOS	23,18	31,55	34,91

Los habitantes Castilla y León, País Vasco, Galicia y Cantabria se sitúan entre quienes realizan el mayor consumo per cápita de naranjas. Coincide en este caso con ser las CCAA que proporcionalmente adquieren un volumen mayor al peso que les corresponde. Son los habitantes de la Comunitat Valenciana los que menor consumo realizan de naranjas, siendo este de 11,31 kilos por persona lo que supone 6 kilos menos que la media (17,04 kilos/persona/año).

3.9.1.2 MANDARINAS

- **Resultados totales**

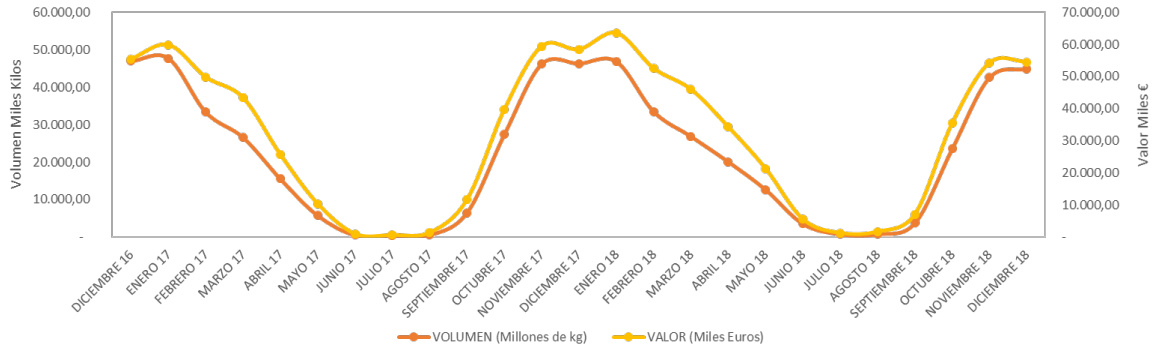
Crece el consumo de mandarinas a cierre de año 2018 un 1,2%. En valor la categoría aumenta un 4,5%. La diferencia está en el precio medio, pues aumenta un 3,2% durante este año cerrando en 1,45 €-kilo.

Los hogares destinan a la compra de mandarinas el 0,5% del presupuesto medio asignado para comprar alimentos y bebidas. Esto implica un gasto per cápita de 8,24€, una cantidad que se incrementa con respecto al año anterior en un 4,1%.

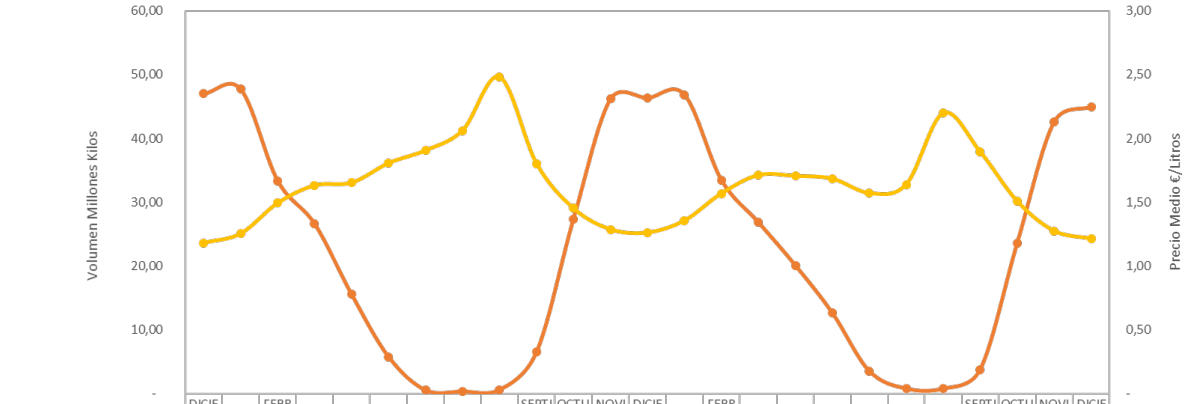
El consumo per cápita fue de 5,67 kilogramos, un 0,9% superior al año anterior.

	Consumo doméstico de Mandarinas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	259.689,65	1,2%
VALOR (Miles €)	377.075,04	4,5%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	5,67	0,9%
GASTO x CÁPITA (€)	8,24	4,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,90	1,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,55	2,9%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,45	3,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



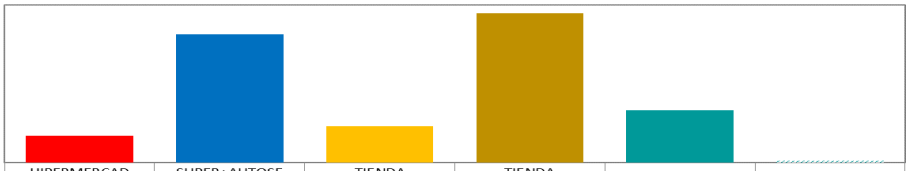
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	46,9	47,7	33,3	26,5	15,5	5,71	0,50	0,30	0,55	6,47	27,3	46,1	46,3	46,8	33,4	26,8	20,0	12,6	3,50	0,75	0,74	3,74	23,5	42,5	44,9
PRECIO MEDIO kg	1,18	1,25	1,49	1,63	1,65	1,81	1,90	2,06	2,48	1,80	1,45	1,29	1,26	1,35	1,57	1,71	1,70	1,68	1,57	1,64	2,20	1,89	1,51	1,27	1,21

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	6,8	32,6	9,3	38,0	13,3	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	6,0	7,1	12,5	-4,6	-3,8	64,6

La mayor parte del volumen de mandarinas se compró en la tienda tradicional, el volumen para estas plataformas de distribución disminuyó en este año con una variación de 4,6% en negativo. Las tiendas descuento tienen una cuota del 9,3% del volumen de mandarinas, y durante el año 2018 aumentan un 12,5%. Los hipermercados acaparan el 32,6% de las compras, aumentando un 7,1% respecto a 2017.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de las mandarinas cerró en 1,45€-kilo con una variación al alza del 3,2% durante el año 2018. Todas las plataformas del canal dinámico mantienen la tendencia alcista en el precio medio; la más contenida proviene del hipermercado con una variación del 0,8%, cerrando en los 1,45 €-kilo.

• Demográficos

MANDARINAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**5,67**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,06	6,98
MEDIA	30,71	30,49	5,38
MEDIA BAJA	26,56	25,58	5,29
BAJA	26,42	24,87	5,33

- 35 AÑOS	13,63	7,07	3,04
35 A 49 AÑOS	32,24	25,56	3,70
+ 50 AÑOS	54,13	67,37	8,02
50 A 64 AÑOS	26,67	31,10	6,36
65 Y MAS AÑOS	27,46	36,27	10,23

CATALUÑA	16,03	19,10	7,05
ARAGÓN	2,92	3,67	7,21
ILLES BALEARS	2,43	1,57	3,85
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	8,06	4,36
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,26	4,14
ANDALUCÍA	17,52	15,31	4,58
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	15,70	6,59
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,51	5,54
EXTREMADURA	2,34	2,22	5,02
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,76	5,98
GALICIA	5,92	6,41	6,01
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,68	6,63
CANTABRIA	1,29	1,10	5,30
PAIS VASCO	4,84	6,02	7,58
LA RIOJA	0,70	0,69	6,01
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,55	6,49
CANARIAS	4,57	3,38	4,08

NORESTE	21,38	24,34	6,72
LEVANTE	13,80	10,33	4,31
ANDALUCIA	17,52	15,31	4,58
CENTRO-SUR	20,58	22,43	6,19
CASTILLA Y LEON	5,53	5,76	5,85
NOROESTE	8,39	9,09	6,21
NORTE	8,23	9,37	6,86
T.CANARIAS	4,57	3,38	4,08

< 2000 HABIT.	6,27	6,85	5,71
2000 A 10000	14,62	14,35	5,22
10001 A 100000	38,05	36,06	5,23
100001 A 500000	23,81	22,76	5,66
+ DE 500000	17,25	19,98	7,20

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,54	6,36
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,58	3,95
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,35	2,90
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,22	3,66
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,66	5,07
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,42	4,18
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,37	8,31
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,63	10,14
RETIRADOS	23,18	30,25	11,15

3.9.1.3 MELOCOTON

- **Resultados totales**

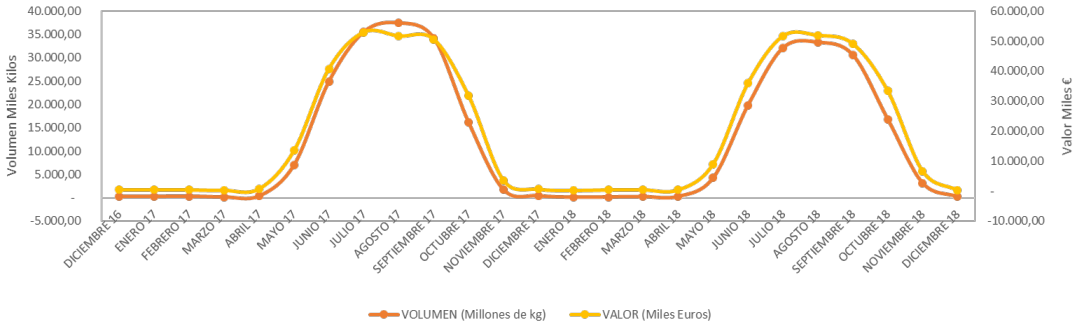
La compra de melocotones disminuye un 11,1% con respecto al año 2017. En términos de valor la caída es menor alcanzando el 3,2%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,35% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 5,22€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha reducido con respecto a lo invertido en 2017 en un 3,6%.

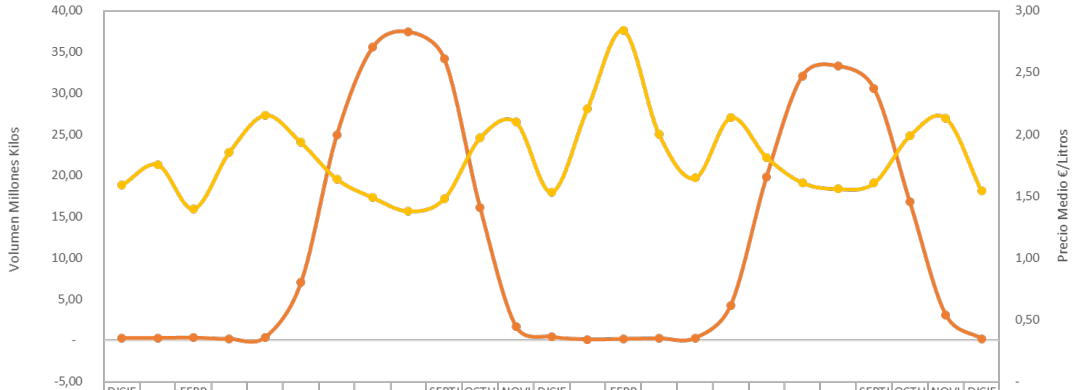
El consumo per cápita de melocotones fue de 3,07 kilos por persona y año, disminuye en un 11,4% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Melocotones en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	140.719,34	-11,1%
VALOR (Miles €)	239.091,39	-3,2%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	3,07	-11,4%
GASTO x CÁPITA (€)	5,22	-3,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,49	-10,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,35	-4,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,70	8,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



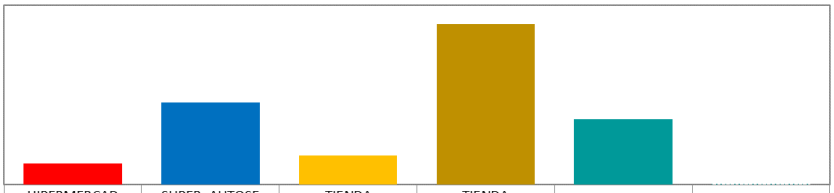
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	0,25	0,25	0,29	0,13	0,34	6,99	24,9	35,5	37,4	34,1	16,0	1,68	0,40	0,09	0,14	0,21	0,24	4,22	19,8	32,0	33,2	30,5	16,8	3,11	0,17
PRECIO MEDIO kg	1,59	1,75	1,40	1,85	2,15	1,93	1,64	1,49	1,38	1,48	1,97	2,10	1,53	2,21	2,84	2,00	1,65	2,13	1,81	1,61	1,56	1,60	1,99	2,13	1,54

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	5,9	22,9	8,1	44,8	18,3	0,2
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-25,0	-13,6	-4,1	-11,1	-4,9	-34,6

Las tiendas tradicionales acaparan el 44,8% del volumen que es vendido de melocotones. El comercio que más volumen pierde es también el que menos participación tiene que es el E-commerce con un -34,6%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para los melocotones fue de 1,70 €-kilo con un encarecimiento del 8,8% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento de precio, siendo el E-commerce la que mayor crecimiento encarecimiento muestra con respecto a 2017.

• Demográficos

MELOCOTONES	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,07**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,92	3,56
MEDIA	30,71	30,37	2,90
MEDIA BAJA	26,56	25,91	2,91
BAJA	26,42	25,80	3,00

- 35 AÑOS	13,63	6,14	1,43
35 A 49 AÑOS	32,24	22,53	1,77
+ 50 AÑOS	54,13	71,33	4,60
50 A 64 AÑOS	26,67	30,61	3,39
65 Y MAS AÑOS	27,46	40,72	6,22

CATALUÑA	16,03	22,73	4,55
ARAGÓN	2,92	4,08	4,34
ILLES BALEARS	2,43	1,55	2,06
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,98	3,22
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,34	3,30
ANDALUCÍA	17,52	14,15	2,30
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,09	2,97
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,06	2,70
EXTREMADURA	2,34	2,42	2,97
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,14	2,89
GALICIA	5,92	6,34	3,22
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,38	3,18
CANTABRIA	1,29	1,21	3,15
PAIS VASCO	4,84	5,08	3,46
LA RIOJA	0,70	0,54	2,52
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,18	2,69
CANARIAS	4,57	1,74	1,14

NORESTE	21,38	28,36	4,25
LEVANTE	13,80	14,32	3,24
ANDALUCIA	17,52	14,15	2,29
CENTRO-SUR	20,58	19,58	2,93
CASTILLA Y LEON	5,53	5,14	2,83
NOROESTE	8,39	8,71	3,22
NORTE	8,23	8,01	3,18
T.CANARIAS	4,57	1,74	1,14

< 2000 HABIT.	6,27	7,56	3,41
2000 A 10000	14,62	15,89	3,13
10001 A 100000	38,05	36,32	2,86
100001 A 500000	23,81	21,94	2,95
+ DE 500000	17,25	18,30	3,57

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,99	2,70
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,55	2,13
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,85	1,32
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	11,51	1,61
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,76	2,77
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,86	2,03
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,99	4,70
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,92	5,78
RETIRADOS	23,18	34,58	6,91

Los habitantes de Aragón y Cataluña son los que mayor consumo per cápita tienen de melocotones. En este caso resultan ser las CCAA que proporcionalmente adquieren un volumen mayor al peso que les corresponde. Los habitantes de Canarias son los que menor consumo realizan de melocotones, siendo este de 1,14 kilos por persona lo que supone 1,93 kilos menos que la media (3,07 kilos/persona/año).

3.9.1.4 MANZANA

- **Resultados totales**

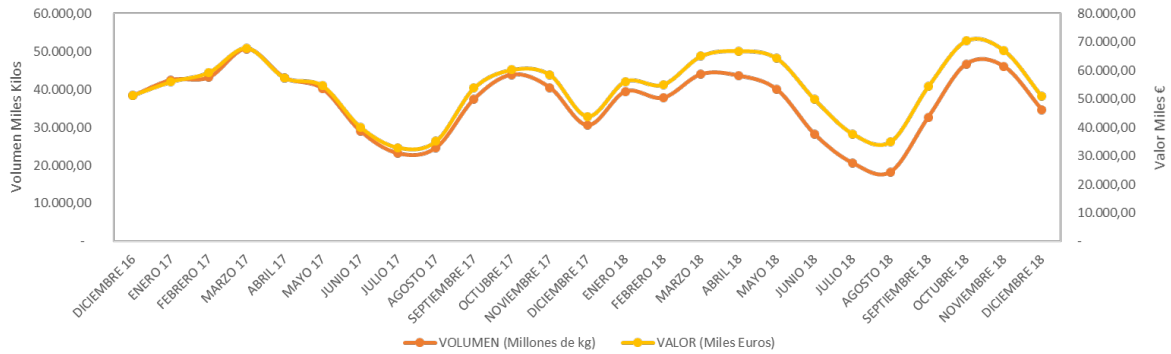
La compra de manzanas disminuye un 3,8% con respecto al año 2017. En términos de valor existe un aumento del 8,5%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,98% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,69€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 8,1%.

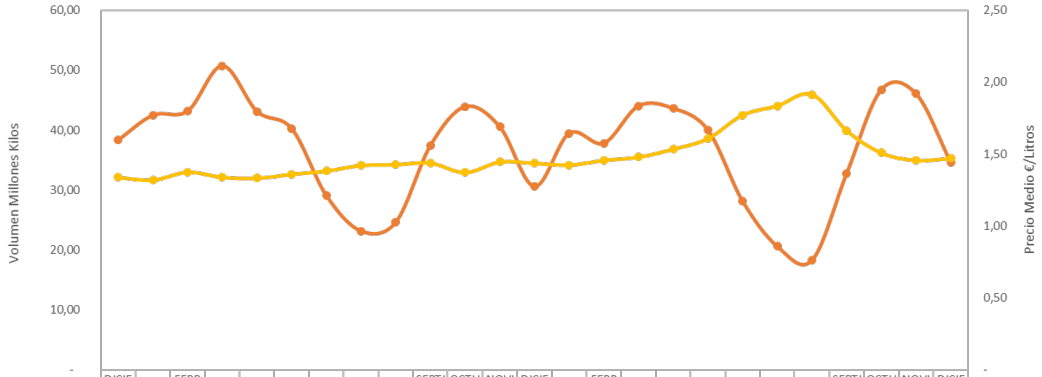
El consumo per cápita de melocotones fue de 9,44 kilos por persona y año, disminuye en un 4,1% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Manzanas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	431.935,46	-3,8%
VALOR (Miles €)	672.538,94	8,5%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	9,44	-4,1%
GASTO x CÁPITA (€)	14,69	8,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,50	-3,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,98	6,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,56	12,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



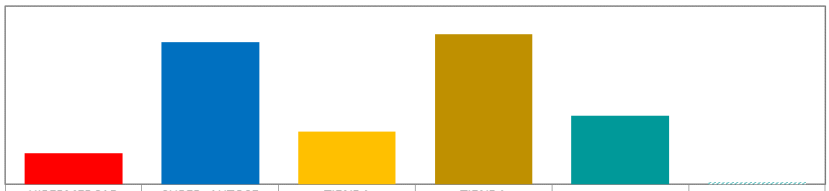
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	38,3	42,4	43,1	50,7	43,1	40,2	29,0	23,1	24,6	37,4	43,9	40,5	30,5	39,4	37,8	44,0	43,6	39,9	28,1	20,5	18,2	32,7	46,7	46,0	34,6
PRECIO MEDIO kg	1,34	1,32	1,37	1,34	1,33	1,36	1,38	1,42	1,43	1,44	1,37	1,44	1,44	1,42	1,46	1,48	1,53	1,61	1,77	1,83	1,91	1,66	1,51	1,46	1,47

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,0	31,9	11,9	33,8	15,4	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-15,7	5,1	-8,5	-8,0	-0,8	21,6

Los supermercados y autoservicios junto con la tienda tradicional acaparan el 65.70% del volumen vendido de manzana (31.9% y 33.8% respectivamente). La tienda tradicional pierde un 8% de volumen mientras que los supermercados y autoservicios ganan un 5,1% de participación.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para las manzanas fue de 1,56 €-kilo con un encarecimiento del 12,8% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento del precio.

- ## Demográficos

MANZANAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**9,44**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,30	10,53
MEDIA	30,71	30,57	8,97
MEDIA BAJA	26,56	24,30	8,37
BAJA	26,42	27,84	9,93

- 35 AÑOS	13,63	7,26	5,19
35 A 49 AÑOS	32,24	27,53	6,63
+ 50 AÑOS	54,13	65,21	12,91
50 A 64 AÑOS	26,67	30,15	10,26
65 Y MAS AÑOS	27,46	35,06	16,44

CATALUÑA	16,03	15,56	9,55
ARAGÓN	2,92	3,25	10,63
ILLES BALEARS	2,43	2,15	8,77
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,54	8,58
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,70	8,21
ANDALUCÍA	17,52	15,14	7,54
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,08	9,13
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,81	7,78
EXTREMADURA	2,34	2,37	8,90
CASTILLA Y LEÓN	5,53	6,17	10,64
GALICIA	5,92	9,01	14,05
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,90	11,93
CANTABRIA	1,29	1,32	10,56
PAIS VASCO	4,84	5,96	12,48
LA RIOJA	0,70	0,63	9,13
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,48	10,27
CANARIAS	4,57	4,93	9,90

NORESTE	21,38	20,96	9,63
LEVANTE	13,80	12,24	8,50
ANDALUCIA	17,52	15,14	7,53
CENTRO-SUR	20,58	19,26	8,84
CASTILLA Y LEON	5,53	6,17	10,43
NOROESTE	8,39	11,91	13,53
NORTE	8,23	9,39	11,43
T.CANARIAS	4,57	4,93	9,90

< 2000 HABIT.	6,27	8,24	11,42
2000 A 10000	14,62	15,76	9,55
10001 A 100000	38,05	36,22	8,74
100001 A 500000	23,81	23,48	9,70
+ DE 500000	17,25	16,31	9,77

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,43	10,13
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,79	6,83
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,14	5,24
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,48	6,21
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,89	8,58
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,94	6,34
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,89	13,37
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,00	17,97
RETIRADOS	23,18	29,44	18,05

Los habitantes de Galicia son los que mayor consumo per cápita tienen de manzanas con 14,05 kilos, aunque no son las CCAA que proporcionalmente adquieren un volumen mayor a su peso, este lugar lo ocupan La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra. Los habitantes de Andalucía son los que menor consumo realizan de manzanas, siendo este de 7,54 kilos por persona lo que supone 1,9 kilos menos que la media (9,44 kilo/persona/año).

3.9.1.5 PERA

- **Resultados totales**

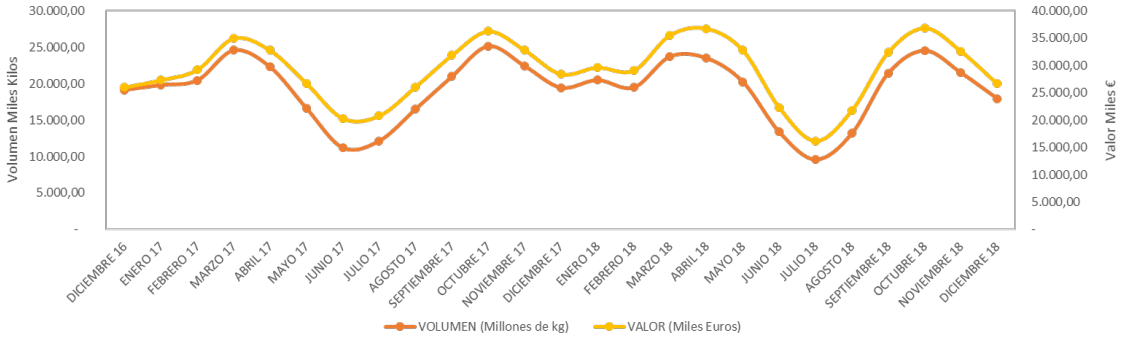
La compra de peras disminuye un 1,1% con respecto al año 2017. En términos de valor existe un aumento del 1,5%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,51% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 7,70€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 1,1%.

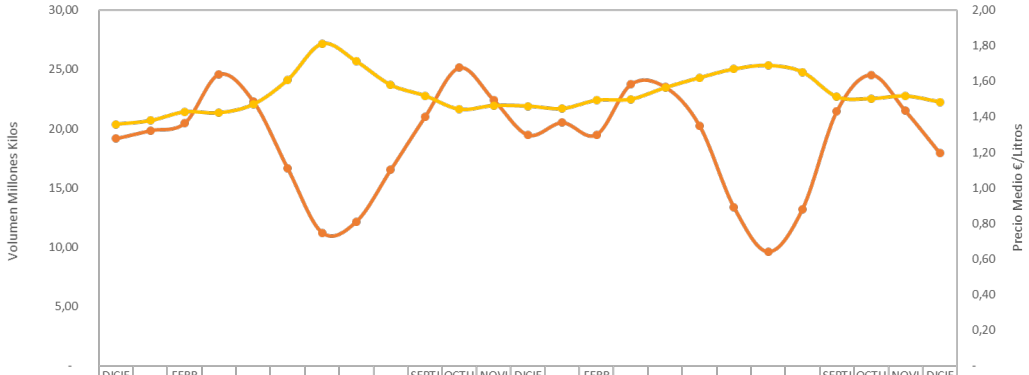
El consumo per cápita de melocotones fue de 5 kilos por persona y año, disminuye en un 1,5% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Peras en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	229.068,00	-1,1%
VALOR (Miles €)	352.695,65	1,5%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	5,00	-1,5%
GASTO x CÁPITA (€)	7,70	1,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,79	-0,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,51	-0,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,54	2,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



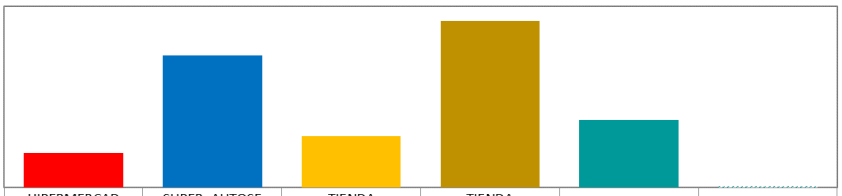
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	19,1	19,8	20,4	24,5	22,2	16,6	11,2	12,1	16,5	20,9	25,1	22,4	19,4	20,5	19,4	23,7	23,5	20,2	13,3	9,59	13,1	21,4	24,5	21,5	17,9
PRECIO MEDIO kg	1,36	1,38	1,43	1,42	1,47	1,61	1,81	1,71	1,58	1,52	1,44	1,46	1,46	1,45	1,49	1,50	1,56	1,62	1,67	1,69	1,65	1,51	1,50	1,52	1,48

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,6	29,2	11,4	36,9	15,0	0,4
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-1,3	0,3	-2,6	-3,4	3,2	-5,1

Las tiendas tradicionales acaparan el 36,9% del volumen que es vendido de pera, aunque tiene una pérdida del 3,4% frente al 2017. El comercio que más volumen gana es Resto de Canales con una evolución del 15%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para las peras fue de 1,54 €-kilo con un encarecimiento del 2,6% respecto al año 2017. El hipermercado y R.Canales han reducido el precio en un 0,3% y 5,9% respectivamente.

- ## Demográficos

PERAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**5,00**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,11	5,53
MEDIA	30,71	29,85	4,65
MEDIA BAJA	26,56	24,89	4,55
BAJA	26,42	28,14	5,32

- 35 AÑOS	13,63	7,09	2,69
35 A 49 AÑOS	32,24	25,11	3,21
+ 50 AÑOS	54,13	67,80	7,12
50 A 64 AÑOS	26,67	30,17	5,44
65 Y MAS AÑOS	27,46	37,63	9,36

CATALUÑA	16,03	15,26	4,97
ARAGÓN	2,92	2,90	5,03
ILLES BALEARS	2,43	2,16	4,67
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,61	4,58
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,73	4,39
ANDALUCÍA	17,52	15,51	4,10
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	14,80	5,47
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,19	4,54
EXTREMADURA	2,34	2,85	5,69
CASTILLA Y LEÓN	5,53	7,23	6,62
GALICIA	5,92	7,17	5,93
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,39	5,21
CANTABRIA	1,29	1,08	4,60
PAIS VASCO	4,84	5,59	6,21
LA RIOJA	0,70	0,49	3,72
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,95	3,52
CANARIAS	4,57	5,08	5,41

NORESTE	21,38	20,32	4,95
LEVANTE	13,80	12,34	4,54
ANDALUCIA	17,52	15,51	4,09
CENTRO-SUR	20,58	21,84	5,32
CASTILLA Y LEON	5,53	7,23	6,48
NOROESTE	8,39	9,56	5,76
NORTE	8,23	8,12	5,24
T.CANARIAS	4,57	5,08	5,41

< 2000 HABIT.	6,27	7,55	5,56
2000 A 10000	14,62	15,84	5,09
10001 A 100000	38,05	36,13	4,62
100001 A 500000	23,81	23,00	5,04
+ DE 500000	17,25	17,48	5,55

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,23	4,94
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,86	3,67
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,86	2,70
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	12,20	2,77
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,48	4,41
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,89	3,33
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,01	7,66
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,27	8,38
RETIRADOS	23,18	32,19	10,46

Los habitantes de Castilla y León y el País Vasco son los que mayor consumo per cápita tienen de peras con 6,62 kg/persona y 6,21 kg/persona respectivamente. Los habitantes de la Comunidad Foral de Navarra son los que menor consumo realizan de peras, siendo este de 3,52 kilos por persona lo que supone 1,48 kilos menos que la media (5 kilos/persona/año).

3.9.1.6 MELON Y SANDIA

- **Resultados totales**

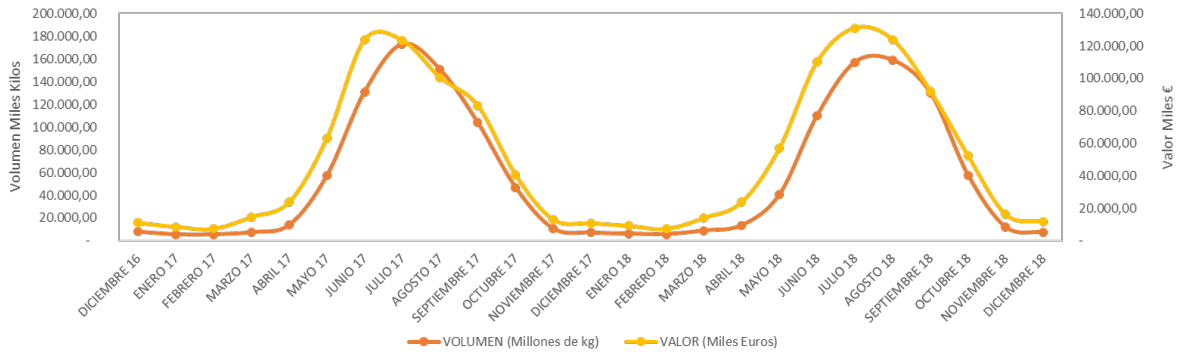
La compra de melón y sandía disminuye un 0,6% con respecto al año 2017. En términos de valor hay un aumento alcanzando el 5,8%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,95% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,17€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 5,4%.

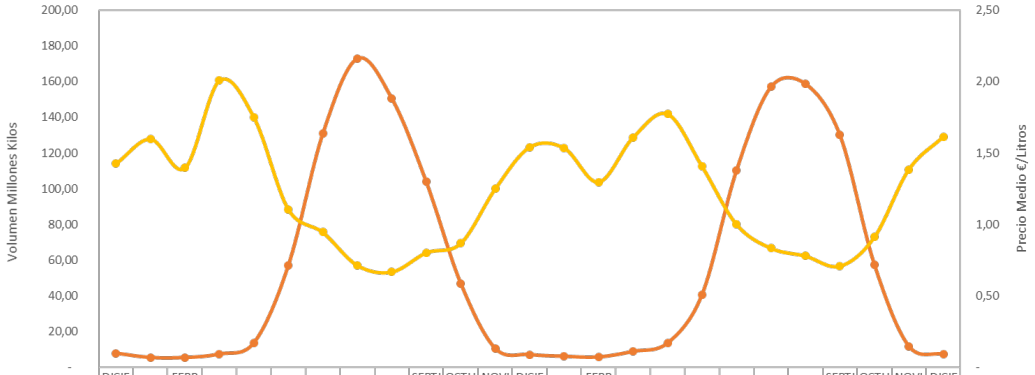
El consumo per cápita de melón y sandía fue de 15,44 kilos por persona y año, disminuye en un 1,0% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Melones Y Sandias en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	706.779,75	-0,6%
VALOR (Miles €)	648.650,38	5,8%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	15,44	-1,0%
GASTO x CÁPITA (€)	14,17	5,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,45	-0,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,95	4,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	0,92	6,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



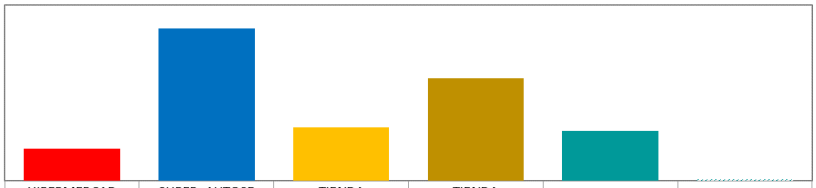
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	7,69	5,30	5,26	7,27	13,6	57,1	131,	173,	150,	103,	46,8	10,4	6,98	5,98	5,58	8,72	13,4	40,5	110,	157,	158,	130,	57,4	11,6	7,10
PRECIO MEDIO kg	1,43	1,60	1,40	2,01	1,75	1,11	0,95	0,71	0,67	0,80	0,87	1,25	1,54	1,54	1,30	1,61	1,77	1,41	1,00	0,83	0,78	0,71	0,91	1,39	1,62

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,3	39,0	13,7	26,2	12,7	0,4
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-15,7	6,8	1,9	-5,4	-2,6	-10,1

El supermercado y autoservicio acapara el 39% del volumen que es vendido de melón y sandía, también es el comercio que más evolución por volumen ha tenido 6,8%. Por otro lado el hipermercado es el que pierde más porcentaje con un 15,7%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para el melón y la sandía fue de 0,92 €-kilo con un encarecimiento del 6,5% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la

tendencia del encarecimiento de precio, siendo la tienda descuento la que mayor crecimiento encarecimiento muestra (12,1%) con respecto a 2017.

- **Demográficos**

MELONES Y SANDIAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**15,44**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,52	17,46
MEDIA	30,71	31,19	14,97
MEDIA BAJA	26,56	26,38	14,87
BAJA	26,42	24,91	14,53

- 35 AÑOS	13,63	7,35	8,60
35 A 49 AÑOS	32,24	27,59	10,88
+ 50 AÑOS	54,13	65,07	21,07
50 A 64 AÑOS	26,67	31,03	17,27
65 Y MAS AÑOS	27,46	34,03	26,12

CATALUÑA	16,03	17,40	17,47
ARAGÓN	2,92	2,98	15,92
ILLES BALEARS	2,43	2,56	17,11
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	12,19	17,94
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,80	13,92
ANDALUCÍA	17,52	19,63	16,00
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,05	14,90
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	5,27	17,61
EXTREMADURA	2,34	2,34	14,42
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,25	14,82
GALICIA	5,92	4,94	12,61
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,67	11,23
CANTABRIA	1,29	0,73	9,51
PAIS VASCO	4,84	3,97	13,59
LA RIOJA	0,70	0,51	12,11
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,41	16,05
CANARIAS	4,57	3,31	10,87

NORESTE	21,38	22,94	17,25
LEVANTE	13,80	14,99	17,03
ANDALUCIA	17,52	19,63	15,97
CENTRO-SUR	20,58	20,67	15,53
CASTILLA Y LEON	5,53	5,25	14,52
NOROESTE	8,39	6,61	12,28
NORTE	8,23	6,61	13,18
T.CANARIAS	4,57	3,31	10,87

< 2000 HABIT.	6,27	6,39	14,50
2000 A 10000	14,62	15,35	15,22
10001 A 100000	38,05	39,31	15,52
100001 A 500000	23,81	21,97	14,86
+ DE 500000	17,25	16,97	16,64

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,18	14,89
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,57	12,68
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,46	8,00
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,57	10,22
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,20	14,38
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,48	11,51
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,91	23,48
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,89	28,89
RETIRADOS	23,18	27,73	27,81

Los habitantes de La Comunitat Valenciana y Castilla-La Mancha son los que mayor consumo per cápita tienen de melón y sandía (17,94 kg/persona y 17,61 kg/persona respectivamente). Los habitantes de Cantabria son los que menor consumo realizan de melocotones, siendo este de 9,51 kilos por persona lo que supone 5,93 kilos menos que la media (15,44 kilos/persona/año).

3.9.1.7 PLATANO

- **Resultados totales**

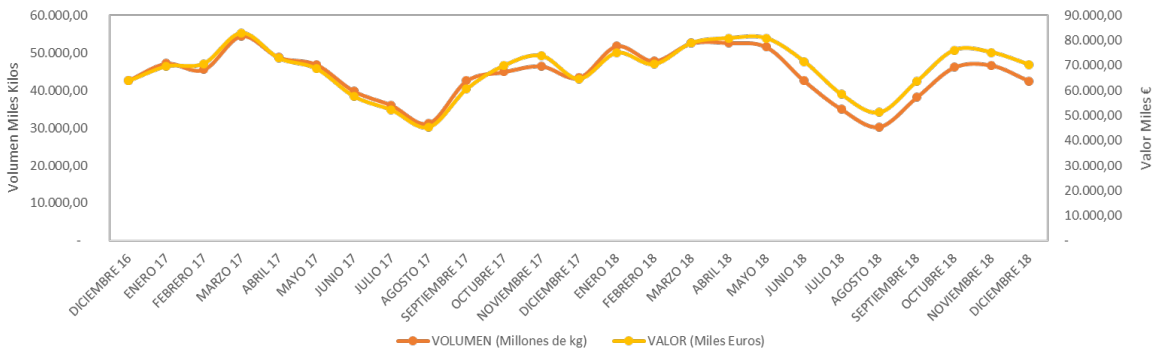
La compra de plátanos aumenta un 2,0% con respecto al año 2017. En términos de valor existe un aumento del 8,0%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 1,24% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 18,62€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 7,6%.

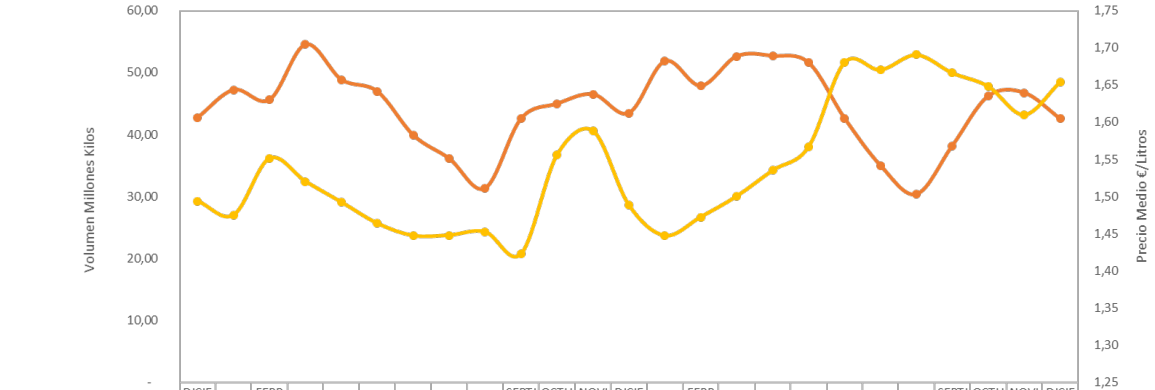
El consumo per cápita de plátanos fue de 11,75 kilos por persona y año aumentando un 1,6% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Platanos en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	538.026,49	2,0%
VALOR (Miles €)	852.537,76	8,0%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	11,75	1,6%
GASTO x CÁPITA (€)	18,62	7,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,87	2,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,24	6,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,58	6,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



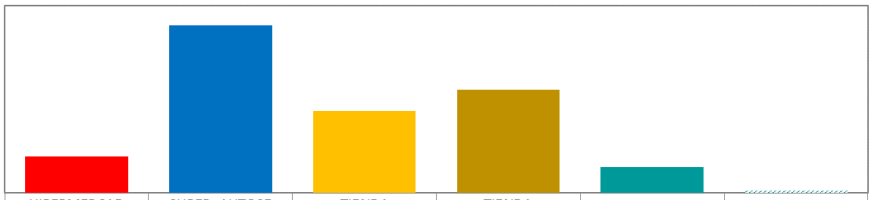
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	42,7	47,1	45,5	54,5	48,8	46,9	39,8	36,0	31,2	42,5	44,9	46,4	43,4	51,8	47,8	52,6	52,6	51,5	42,6	34,9	30,3	38,1	46,1	46,7	42,5
PRECIO MEDIO kg	1,49	1,47	1,55	1,52	1,49	1,46	1,45	1,45	1,45	1,42	1,56	1,59	1,49	1,45	1,47	1,50	1,53	1,57	1,68	1,67	1,69	1,67	1,65	1,61	1,65

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,8	40,3	19,8	24,9	6,2	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-6,8	9,6	5,8	-5,8	-7,7	19,4

El supermercado y autoservicio tiene una cuota en volumen del 40,3%, su variación con respecto al año anterior es positiva en un 9,6%. Casi una cuarta parte del volumen de estos productos se adquieren en las tiendas tradicionales. Canales como el hipermercado, las tiendas tradicionales o el resto de canales pierden volumen con respecto al año anterior.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para los plátanos fue de 1,58 €-kilo con un encarecimiento del 6,0% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del

encarecimiento de precio, siendo el E-commerce la que mayor crecimiento encarecimiento muestra (14,1%) con respecto a 2017.

- **Demográficos**

PLATANOS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**11,75**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,96	13,63
MEDIA	30,71	30,96	11,32
MEDIA BAJA	26,56	25,55	10,96
BAJA	26,42	25,53	11,34

- 35 AÑOS	13,63	8,44	7,53
35 A 49 AÑOS	32,24	30,12	9,04
+ 50 AÑOS	54,13	61,43	15,14
50 A 64 AÑOS	26,67	30,92	13,10
65 Y MAS AÑOS	27,46	30,52	17,83

CATALUÑA	16,03	15,67	11,98
ARAGÓN	2,92	2,60	10,59
ILLES BALEARS	2,43	2,65	13,45
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,78	12,08
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,94	11,14
ANDALUCÍA	17,52	17,20	10,67
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,72	11,05
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,33	11,01
EXTREMADURA	2,34	2,09	9,77
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,32	11,42
GALICIA	5,92	7,16	13,92
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,96	15,15
CANTABRIA	1,29	1,16	11,53
PAIS VASCO	4,84	4,97	12,95
LA RIOJA	0,70	0,68	12,17
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,30	11,27
CANARIAS	4,57	5,48	13,72

NORESTE	21,38	20,92	11,97
LEVANTE	13,80	13,73	11,87
ANDALUCIA	17,52	17,20	10,65
CENTRO-SUR	20,58	19,13	10,94
CASTILLA Y LEON	5,53	5,32	11,19
NOROESTE	8,39	10,12	14,32
NORTE	8,23	8,10	12,29
T.CANARIAS	4,57	5,48	13,72

< 2000 HABIT.	6,27	5,53	9,56
2000 A 10000	14,62	15,27	11,52
10001 A 100000	38,05	38,54	11,58
100001 A 500000	23,81	23,84	12,27
+ DE 500000	17,25	16,82	12,56

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,60	13,53
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,37	9,36
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,68	7,52
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,01	8,55
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,16	10,92
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,20	9,90
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,39	16,05
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,27	19,68
RETIRADOS	23,18	25,32	19,33

Los habitantes del Principado de Asturias son los que mayor consumo per cápita tienen de plátanos. Los habitantes de Extremadura son los que menor consumo realizan de plátanos, siendo este de 9,77 kilos por persona lo que supone 1,98 kilos menos que la media (11,75 kilos/persona/año).

3.9.1.8 FRESAS Y FRESONES

- **Resultados totales**

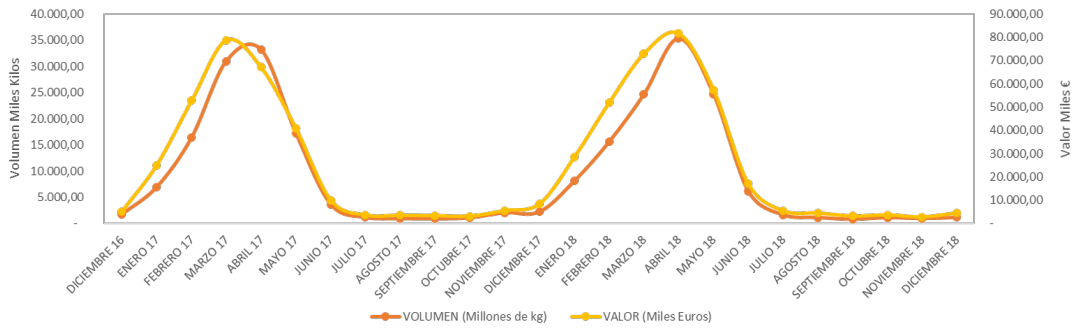
La compra de fresas y fresones aumenta un 4,0% con respecto al año 2017. En términos de valor el aumento es mayor alcanzando el 10,4%.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,49% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 7,28€ invertidos por persona y año; es una cantidad que a lo largo de 2018 se ha incrementado con respecto a lo invertido en 2017 en un 10%.

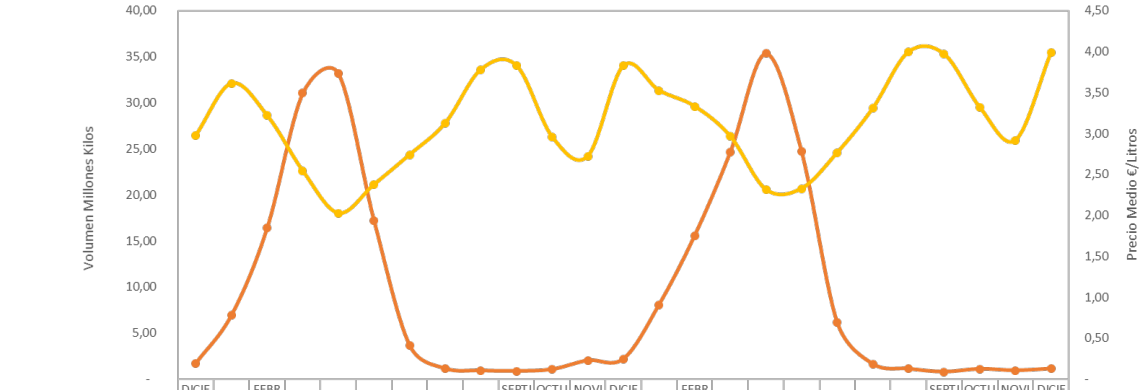
El consumo per cápita de fresas y fresones fue de 2,65 kilos por persona y año, aumenta en un 3,6% al consumo del 2017.

	Consumo doméstico de Fresas/Freson en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	121.164,52	4,0%
VALOR (Miles €)	333.257,95	10,4%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	2,65	3,6%
GASTO x CÁPITA (€)	7,28	10,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,42	4,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,49	8,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,75	6,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



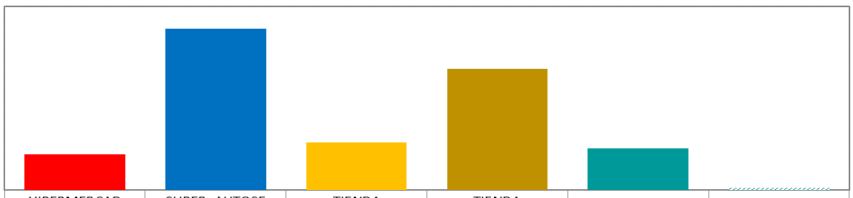
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	1,71	6,93	16,3	31,0	33,1	17,2	3,64	1,13	0,92	0,86	1,05	2,02	2,19	8,07	15,5	24,6	35,3	24,7	6,14	1,63	1,11	0,79	1,09	0,93	1,13
PRECIO MEDIO kg	2,98	3,61	3,22	2,54	2,02	2,37	2,74	3,12	3,78	3,83	2,96	2,72	3,83	3,52	3,33	2,96	2,31	2,33	2,76	3,31	3,99	3,97	3,32	2,91	3,98

- ## Canales

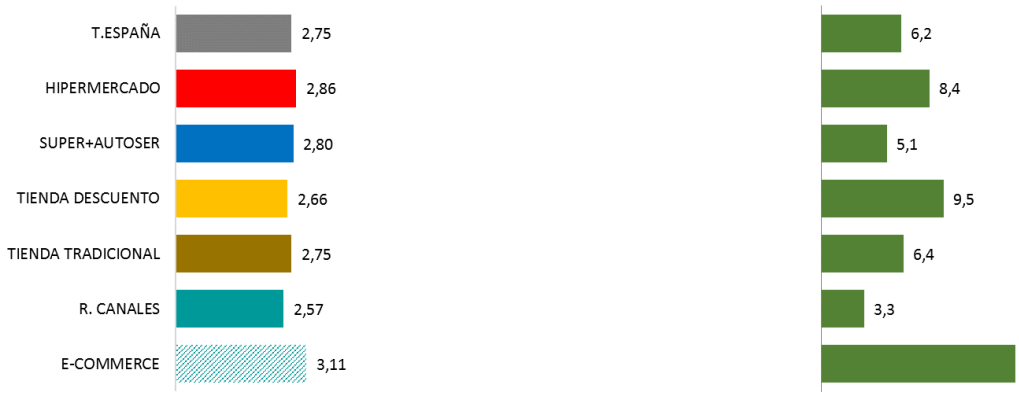
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,7	39,7	11,6	29,7	10,3	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	2,1	15,6	16,1	-7,4	-8,6	58,8

El supermercado y autoservicio tiene una cuota en volumen del 39,7%, su variación con respecto al año anterior es positiva en un 15,6%. Más de una cuarta parte del volumen de estos productos se adquieren en las tiendas tradicionales, aunque su tasa de evolución por volumen baja un 7,4%. El E-commerce es el comercio que más crece en comparación a 2017 con una evolución del 58,8%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio total en España para las fresas y fresones fue de 2,75 €-kilo con un encarecimiento del 6,2% respecto al año 2017. Todos los canales dinámicos mantienen la tendencia del encarecimiento de precio.

- **Demográficos**

FRESAS/FRESON	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**2,65**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,35	3,31
MEDIA	30,71	32,65	2,69
MEDIA BAJA	26,56	25,37	2,45
BAJA	26,42	22,63	2,26
- 35 AÑOS	13,63	8,60	1,73
35 A 49 AÑOS	32,24	29,44	1,99
+ 50 AÑOS	54,13	61,95	3,44
50 A 64 AÑOS	26,67	30,36	2,90
65 Y MAS AÑOS	27,46	31,59	4,16
CATALUÑA	16,03	16,04	2,76
ARAGÓN	2,92	2,87	2,63
ILLES BALEARS	2,43	2,50	2,86
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,51	2,65
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,31	2,82
ANDALUCÍA	17,52	17,15	2,40
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	14,38	2,81
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,37	2,50
EXTREMADURA	2,34	2,28	2,41
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,43	2,63
GALICIA	5,92	6,75	2,96
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,03	3,49
CANTABRIA	1,29	1,49	3,34
PAIS VASCO	4,84	5,39	3,16
LA RIOJA	0,70	0,57	2,32
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,50	2,94
CANARIAS	4,57	2,42	1,36
NORESTE	21,38	21,41	2,76
LEVANTE	13,80	13,82	2,69
ANDALUCIA	17,52	17,15	2,39
CENTRO-SUR	20,58	21,03	2,71
CASTILLA Y LEON	5,53	5,43	2,57
NOROESTE	8,39	9,78	3,12
NORTE	8,23	8,95	3,06
T.CANARIAS	4,57	2,42	1,36
< 2000 HABIT.	6,27	5,83	2,27
2000 A 10000	14,62	12,92	2,20
10001 A 100000	38,05	38,61	2,61
100001 A 500000	23,81	24,15	2,80
+ DE 500000	17,25	18,49	3,11
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,42	2,83
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,00	2,31
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,28	1,63
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,44	1,86
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,89	2,41
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,29	2,27
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,09	3,53
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,44	4,57
RETIRADOS	23,18	26,16	4,50

Los habitantes del Principado de Asturias son los que mayor consumo per cápita tienen de fresas y fresones. Los habitantes de Canarias son los que menor consumo realizan de fresas y fresones, siendo este de 1,36 kilos por persona lo que supone 1,29 kilos menos que la media (2,65 kilos/persona/año).

3.9.1.9 FRUTAS IV GAMA

- **Resultados totales**

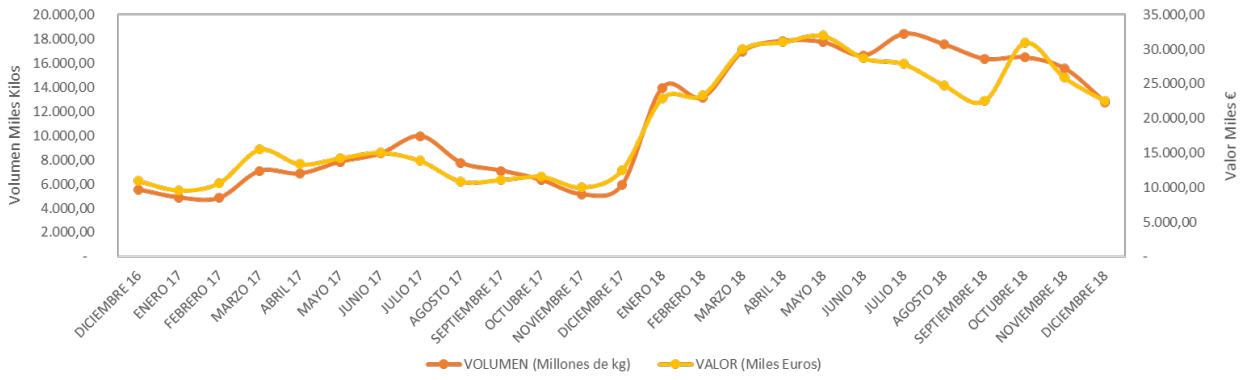
Las hortalizas y verduras de IV gama ganan presencia en los hogares de forma significativa a cierre de año 2018, con un incremento en compra del 56,7%. En valor el aumento es también notable (+39,1%). El precio medio cierra en el año 2018 en 2,54 €/kg, un 11,2% más económico que en el año anterior.

El consumo per cápita de hortalizas y verduras de IV gama se sitúa en 6,67 kilogramos por persona y año, una cantidad un 56,1% superior a la ingerida en el periodo anterior, mientras que el gasto invertido por persona en el año 2018 se supera un 38,6% y asciende a 16,96 €.

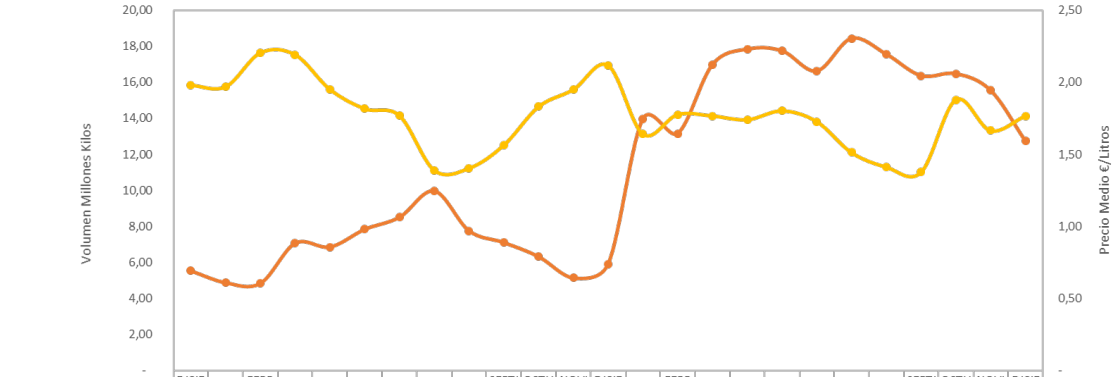
Esta categoría de alimentación representó un 1,13% del presupuesto total destinado a la compra de alimentación de los hogares.

	Consumo doméstico de FRUTAS IV GAMA en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	193.429,75	135,5%
VALOR (Miles €)	322.537,99	117,6%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	4,23	134,6%
GASTO x CÁPITA (€)	7,05	116,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,67	136,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,47	114,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,67	-7,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



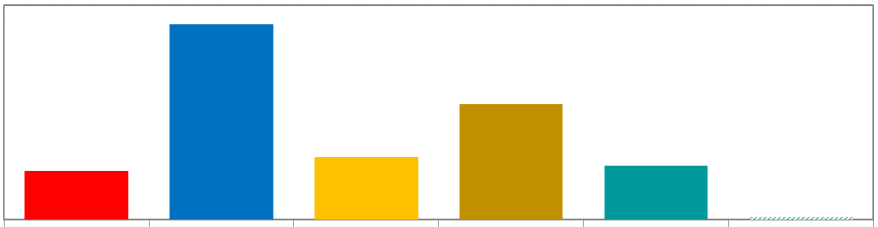
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	5,53	4,87	4,83	7,06	6,85	7,83	8,51	9,96	7,75	7,10	6,32	5,14	5,91	13,9	13,1	16,9	17,8	17,7	16,6	18,4	17,5	16,3	16,4	15,5	12,7
PRECIO MEDIO kg	1,98	1,97	2,20	2,19	1,95	1,82	1,77	1,39	1,40	1,56	1,83	1,95	2,12	1,64	1,78	1,77	1,74	1,80	1,73	1,51	1,41	1,38	1,88	1,66	1,77

- **Canales**

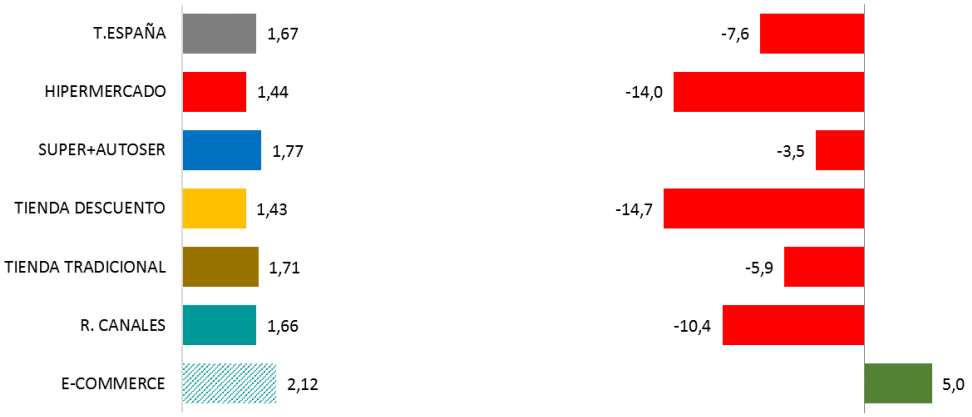
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	10,3	41,0	13,1	24,3	11,3	0,6
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	177,5	123,6	214,2	102,4	167,4	116,7

El supermercado y autoservicio es el canal favorito para la compra de este producto con una proporción del 41,7% de las compras y una variación de estas del 51,3% en positivo con respecto al año anterior. La tienda tradicional también tiene una concentración importante del volumen del 23,3% de las compras de hortalizas y verduras del 23,3%, es decir 1 de cada 5 kilos comprados en 2018 para consumo doméstico se adquirieron en este canal, además, ganan intensidad de compra (66,6%).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio pagado por kilo de hortalizas y verduras de IV gama a total España durante el año 2018 fue de 2,54 €/kg, con respecto al año 2017 el precio se reduce un 11,2%. Esta reducción de precio es evidente en todas las plataformas de distribución; excepto en la tienda tradicional y en el resto de los canales, donde el precio se encarece.

- ## Demográficos

FRUTAS IV GAMA	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**4,23**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	14,92	4,07
MEDIA	30,71	30,55	4,01
MEDIA BAJA	26,56	24,59	3,79
BAJA	26,42	29,94	4,78

- 35 AÑOS	13,63	8,81	2,82
35 A 49 AÑOS	32,24	28,92	3,12
+ 50 AÑOS	54,13	62,27	5,52
50 A 64 AÑOS	26,67	25,56	3,89
65 Y MAS AÑOS	27,46	36,70	7,71

CATALUÑA	16,03	17,45	4,80
ARAGÓN	2,92	2,56	3,75
ILLES BALEARS	2,43	2,20	4,03
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	11,76	4,74
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,22	3,03
ANDALUCÍA	17,52	17,84	3,98
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	11,47	3,58
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,67	3,36
EXTREMADURA	2,34	2,19	3,69
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,20	4,01
GALICIA	5,92	5,09	3,56
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,80	3,31
CANTABRIA	1,29	1,17	4,20
PAIS VASCO	4,84	6,53	6,12
LA RIOJA	0,70	0,43	2,75
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,60	4,98
CANARIAS	4,57	6,81	6,13

NORESTE	21,38	22,21	4,57
LEVANTE	13,80	13,99	4,35
ANDALUCIA	17,52	17,84	3,97
CENTRO-SUR	20,58	17,33	3,56
CASTILLA Y LEON	5,53	5,20	3,93
NOROESTE	8,39	6,89	3,51
NORTE	8,23	9,73	5,30
T.CANARIAS	4,57	6,81	6,13

< 2000 HABIT.	6,27	4,59	2,85
2000 A 10000	14,62	15,28	4,14
10001 A 100000	38,05	42,25	4,57
100001 A 500000	23,81	22,59	4,18
+ DE 500000	17,25	15,29	4,10

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,17	5,93
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,42	3,39
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,88	2,75
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,72	2,63
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	9,47	2,82
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,97	3,43
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	10,39	4,48
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	8,83	11,86
RETIRADOS	23,18	30,14	8,27

El perfil intensivo en la compra de hortalizas y verduras de IV gama son hogares formados por retirados, así como parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores. Son hogares cuyo responsable de las compras supera los 64 años y es normalmente de clase alta y media baja o del extremo contrario clase baja.

Las CCAA intensivas en compra de hortalizas de IV gama son Canarias, Illes Balears y Cataluña, por su parte las que menos compra realizan son La Rioja, Cantabria y el Principado de Asturias.

Son los adultos independientes quienes tienen el consumo per cápita más alto de este producto fresco, con una ingesta de 14,55 kilos por persona y año. Quienes menor consumo realizan son las parejas con hijos pequeños.

3.10 FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

- **Resultados totales**

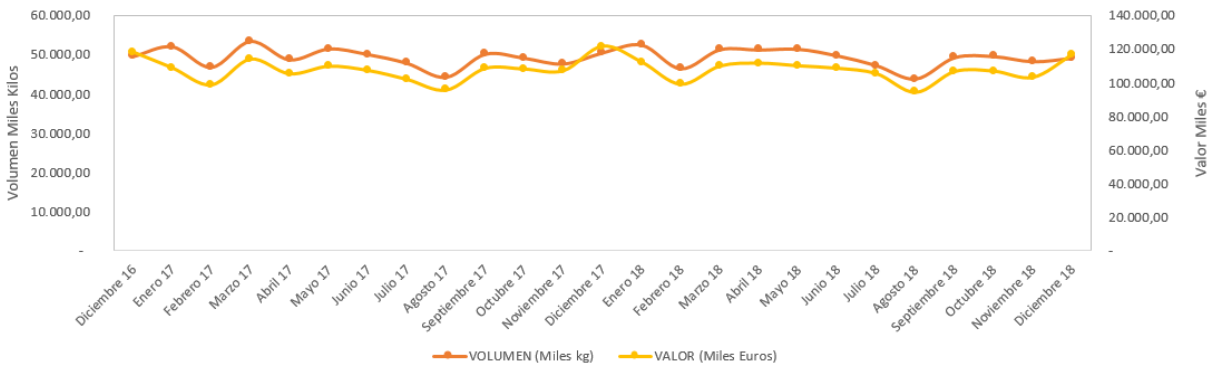
Esta categoría recoge los siguientes productos, frutas y hortalizas en conservas como por ejemplo judías verdes, guisantes, pimientos, espárragos, alcachofas, champiñones y setas, maíz dulce, menestras, tomates, tomate frito natural, y en conserva ya sea entero o triturado. Frutas en conserva, como melocotón, fruta escarchada, mermeladas, confituras, y el resto de las frutas y hortalizas en conservas no descritas no anteriormente.

Ligero descenso del 0,4% para la categoría de frutas y hortalizas transformadas a cierre de año móvil diciembre 2018. En valor la categoría también se posiciona en valores negativos con una variación del 0,2% respecto del año 2017. El precio medio para estos productos cerró en 2,18 €/kilo con una ligera variación del 0,2% en positivo, respecto al periodo previo de estudio.

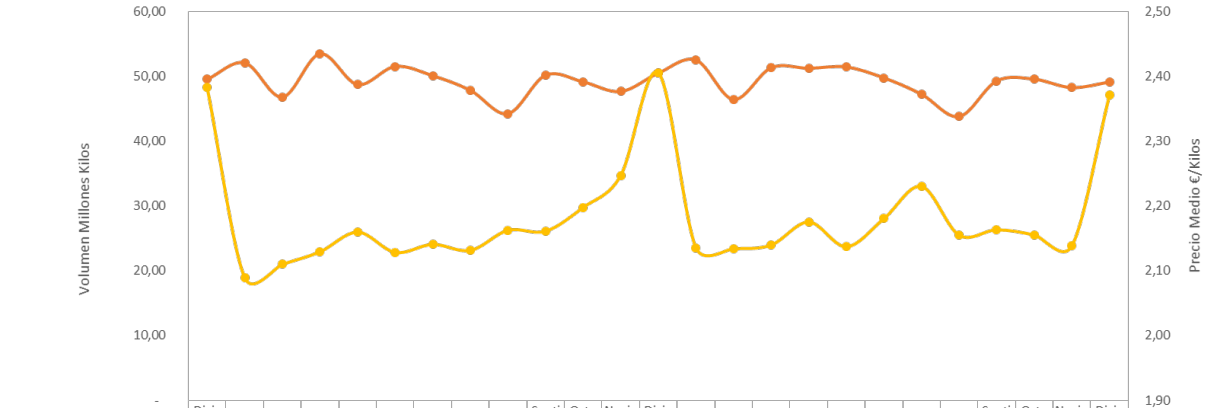
Los hogares destinaron a la compra de frutas y hortalizas transformadas el 1,87% del presupuesto destinado a la compra de alimentación y bebidas a la compra de esta categoría de alimentación. Esto implica un gasto medio aproximado por persona y año de 28,03, siendo una cantidad un 0,6% menor a la invertida en el año 2017. De igual manera la ingesta per cápita se reduce un 0,8%, siendo la cantidad actual consumida por persona y año de 12,88 kilogramos.

	2018	
	Consumo doméstico deT.Fruta&Horta.Transf	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	589.687,87	-0,4%
VALOR (Miles €)	1.283.038,13	-0,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	12,88	-0,8%
GASTO x CAPITA (€)	28,03	-0,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,05	-0,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,87	-1,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,18	0,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

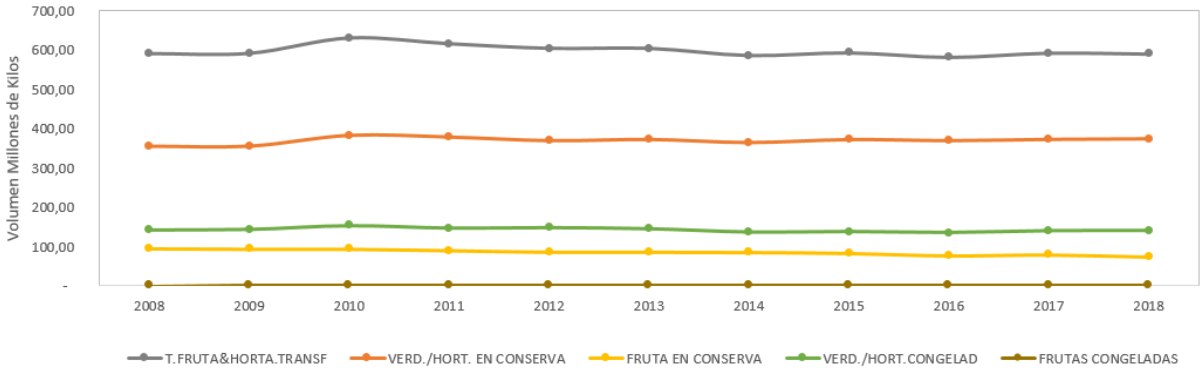


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



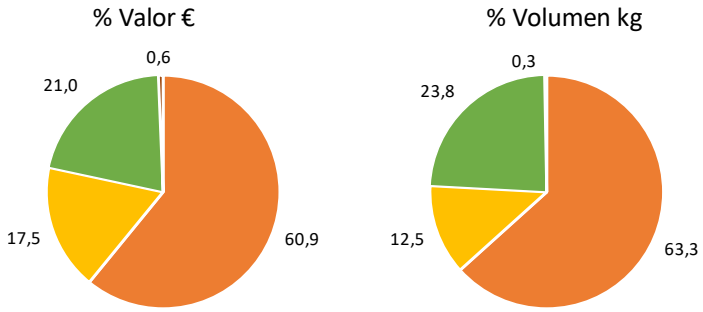
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	49,5	52,0	46,7	53,4	48,7	51,5	50,0	47,8	44,2	50,1	49,1	47,6	50,4	52,4	46,4	51,3	51,2	51,4	49,7	47,2	43,7	49,2	49,5	48,2	49,1
PRECIO MEDIO (kg)	2,38	2,09	2,11	2,13	2,16	2,13	2,14	2,13	2,16	2,16	2,20	2,25	2,41	2,14	2,13	2,14	2,18	2,14	2,18	2,23	2,15	2,16	2,16	2,14	2,37

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



A largo plazo se observa que el consumo de frutas y hortalizas transformadas en España se ha mantenido estable con una variación del 0,2% en negativo. Las verduras y hortalizas en conserva crecen a lo largo de los años, si bien esta tendencia no se mantiene para la fruta en conserva, que cada vez más pierde presencia en los hogares españoles. Las verduras y hortalizas congeladas, así como las frutas congeladas se mantienen estables, si bien las primeras se posicionan en negativo (-0,2%) mientras las segundas lo hacen en positivo (+0,3%).

- ## Importancia de los tipos de frutas y hortalizas transformadas



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
T.FRUTA&HORTA.TRANSF	-0,2%	-0,4%
VERD./HORT. EN CONSERVA	1,2%	0,4%
FRUTA EN CONSERVA	-5,9%	-6,7%
VERD./HORT.CONGELAD	-0,5%	0,5%
FRUTAS CONGELADAS	63,4%	70,8%

Las verduras y hortalizas en conserva son el primer tipo de producto con mayor proporción de volumen dentro de esta categoría con el 63,3% del volumen de la categoría, su proporción en valor es del 60,9%. Con el 23,8% del volumen y como tal con la segunda posición por orden de importancia se posiciona la subcategoría de verduras y hortalizas congeladas, su proporción en valor es del 21,0%.

- ## Consumo per cápita de los tipos de frutas y hortalizas transformadas

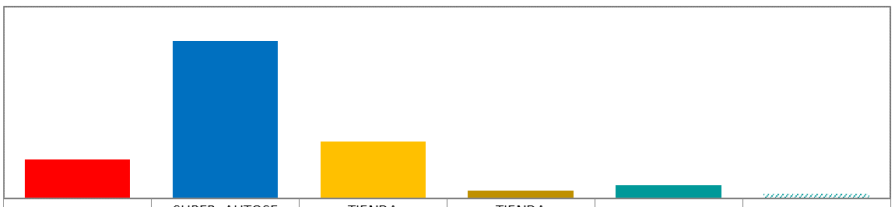
	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
T.FRUTA&HORTA.TRANSF	**12,98**	**12,88**
VERD./HORT. EN CONSERVA	8,15	8,16
FRUTA EN CONSERVA	1,74	1,61
VERD./HORT.CONGELAD	3,07	3,07
FRUTAS CONGELADAS	0,02	0,04

El consumo per cápita de la categoría se sitúo en los 12,88 €/kilo, varia con respecto al año anterior un 0,8% en negativo. El 63,3% del consumo per cápita se realiza para las verduras y hortalizas en conserva, cuya cantidad por persona se cerró en 8,16 kilos por persona, siendo su consumo estable con respecto al año anterior.

Las verduras y hortalizas congeladas se sitúan con 3,07 kilos por persona y año, como el segundo tipo más consumido por los individuos españoles dentro de la categoría, su consumo apenas varía con respecto al año anterior +0,1%.

- ## Canales

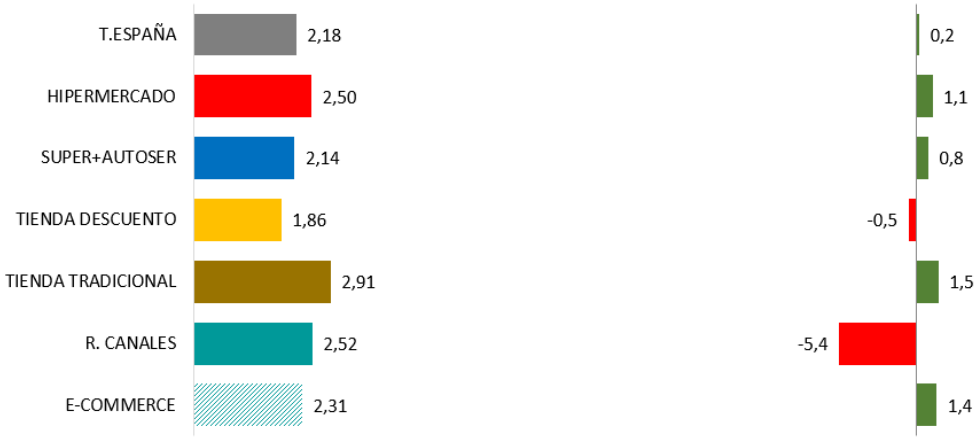
% Distribución y % evolución en volumen por canales



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	14,2	57,4	20,7	2,8	4,9	1,7
% EVOLUCION VOLUMEN kg	0,7	0,3	-0,9	-2,4	-7,4	2,7

El supermercado es responsable del 57,4% del volumen adquirido a cierre de año 2018 con cierta estabilidad en volumen (+0,3%). Las tiendas descuento representan una quinta parte del volumen de la categoría siendo su variación negativa con respecto al año anterior en casi un punto porcentual (-0,9%). A esta tendencia negativa del volumen se unen también canales con menor cuota como tiendas tradicionales y el resto canales.

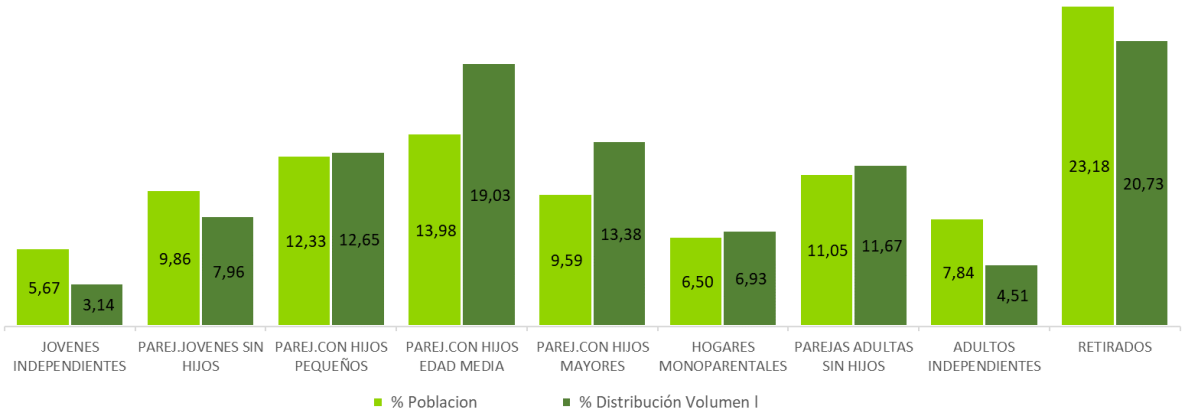
Precio medio (€/kg) por canales



El precio medio para este tipo de productos cerró en los 2,18 €-kilo con una variación del 0,2% respecto el año 2018. El canal supermercado, así como las tiendas descuento mantienen un precio por debajo del precio medio del mercado, siendo en el caso del primero su variación al alza mientras que se reduce el precio en el caso del discount en el último año.

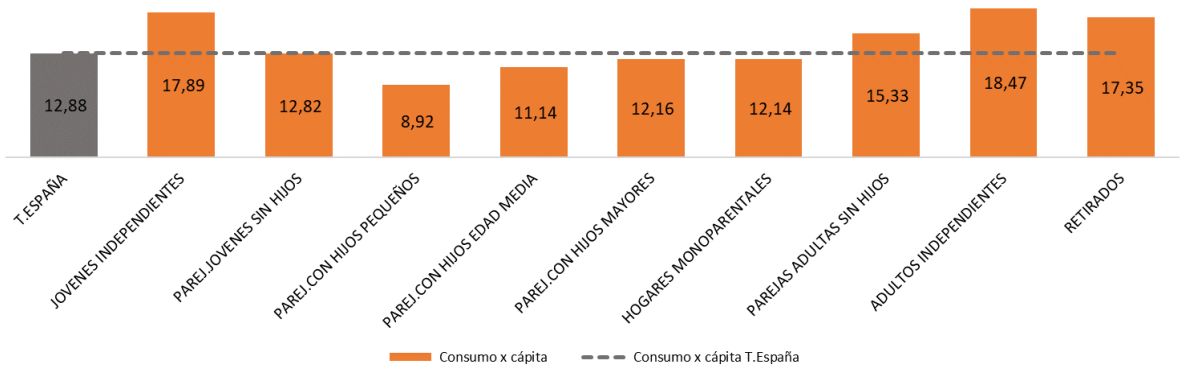
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



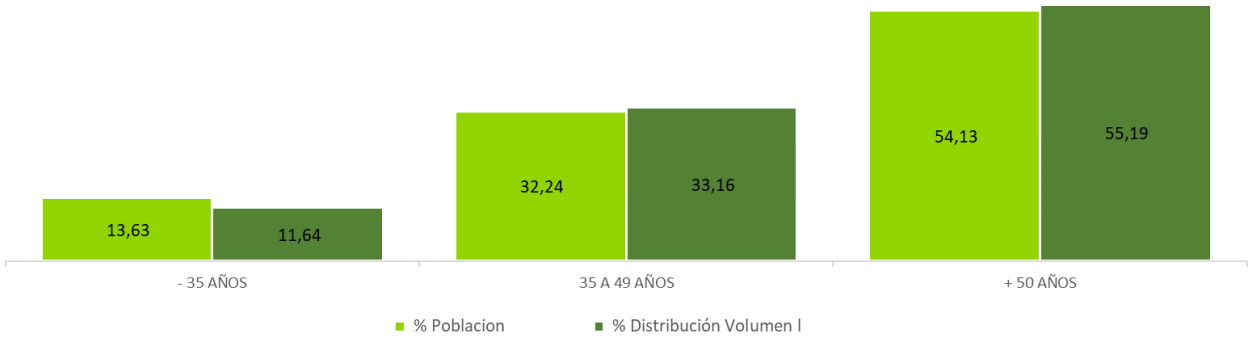
El perfil de hogar consumidor por ciclo de vida se corresponde con un hogar donde hay presencia de niños, especialmente si son medianos y mayores. También en aquellos formados por parejas adultas sin hijos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



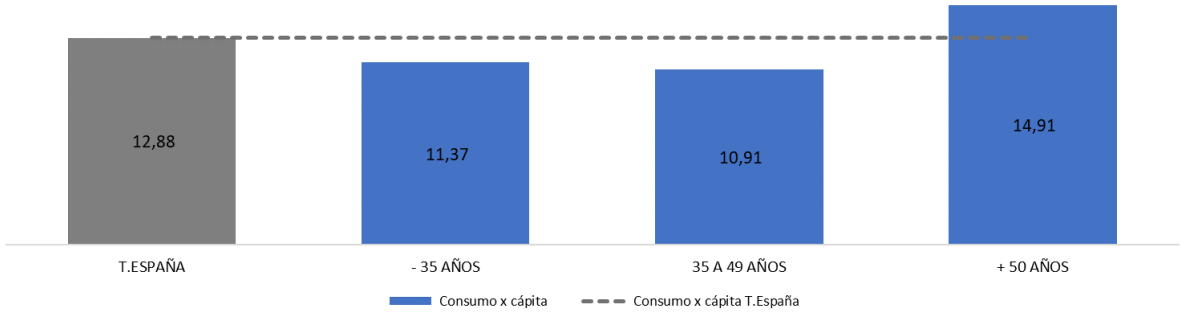
Son sin embargo los jóvenes independientes así como los adultos independientes quienes tienen el consumo per cápita más alto de la categoría, superando la media nacional. Retirados y parejas adultas sin hijos, también con un consumo elevado de estos productos. Son por el contrario los individuos que conforman hogares formados por parejas con hijos pequeños quienes realizan el menos consumo per cápita. La diferencia entre estos y la media nacional de consumo es de casi cuatro kilos (concretamente 3,96 kilos menos ingeridos por persona y año).

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2018)



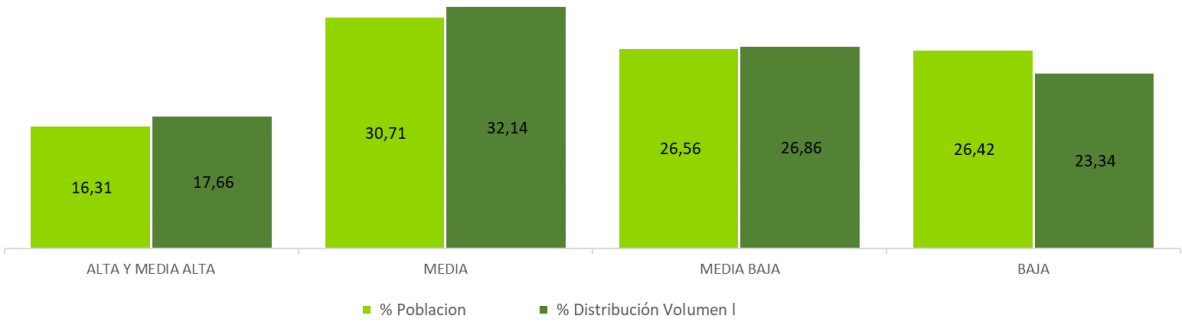
Son los hogares cuyo responsable de compra supera los 35 años el perfil intensivo de la categoría, si bien no hay un perfil diferencial en volumen.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2018)



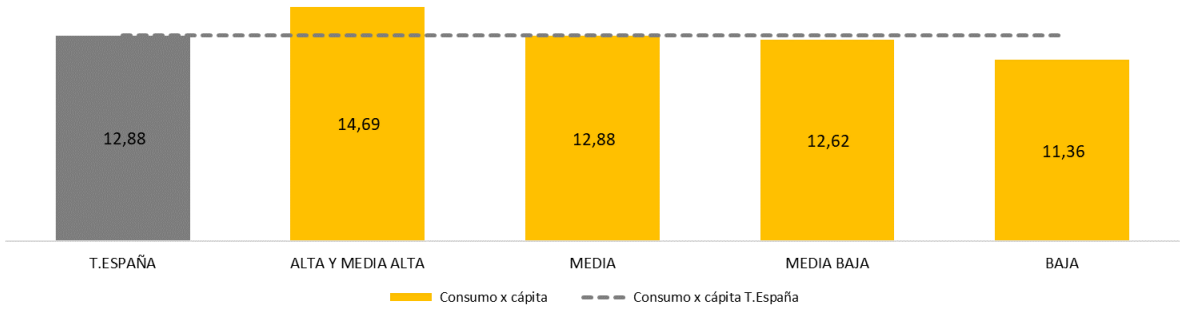
Sin embargo, son los adultos, es decir los individuos mayores de 50 años aquellos que realizan un consumo per cápita más alto de la categoría. Llegan casi a los 15 kilos por persona y año. Los individuos de edad comprendida entre los 35 y 49 años, quienes menos ingestas realizan por persona de estos productos.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



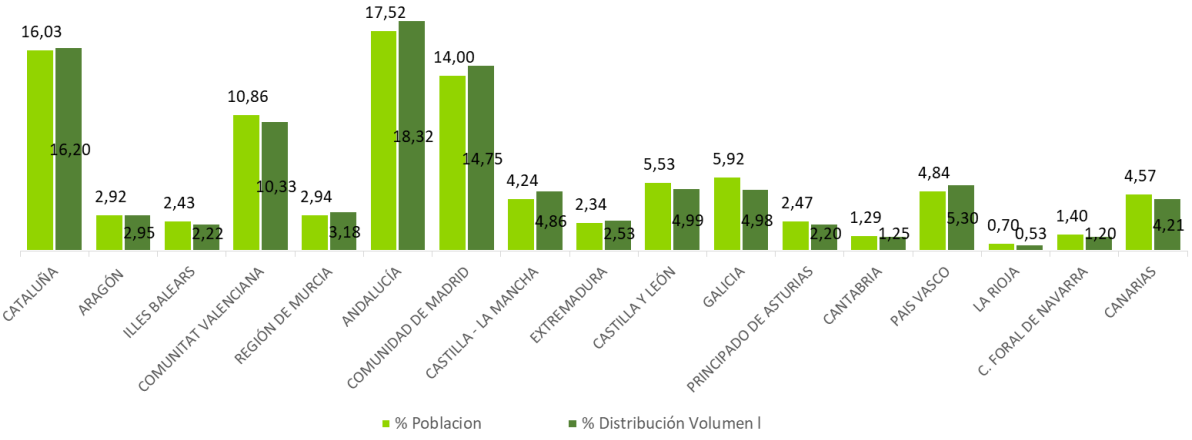
El hogar consumidor de frutas y hortalizas transformadas se corresponde con hogares de clase media y alta y media alta.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



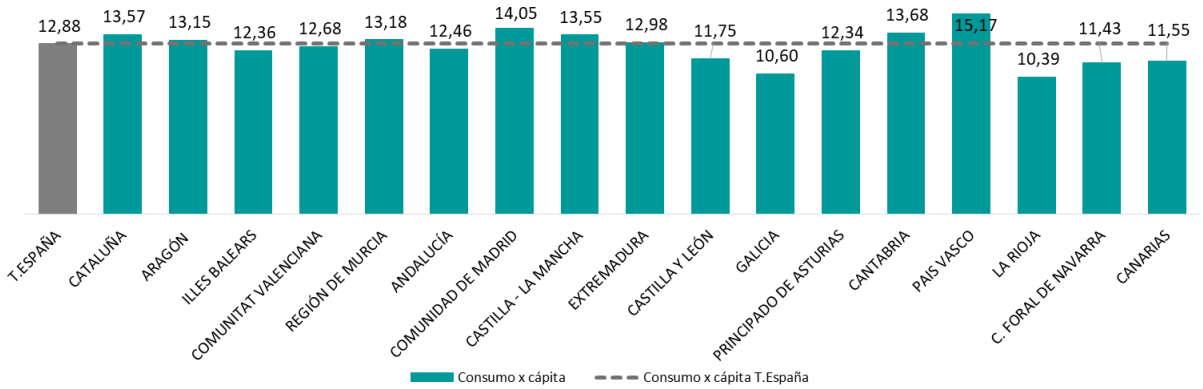
Son además los individuos segmentados en este aspecto socioeconómico quienes, mayor ingesta per cápita realizan de la categoría, en concreto un 14% superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2018)



Las comunidades autónomas con un consumo intensivo de frutas y hortalizas transformadas son Andalucía, La Comunidad de Madrid, así como Castilla-La Mancha, y el País Vasco entre otras.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2018)



El mayor consumo per cápita se realiza en las siguientes comunidades autónomas, el País Vasco con una cantidad un 18% superior a la media del mercado, y La Comunidad de Madrid con una cantidad por persona y año de 14,05 kilos, un 9% superior a la media del mercado.

3.11 FRUTOS SECOS

- **Resultados totales**

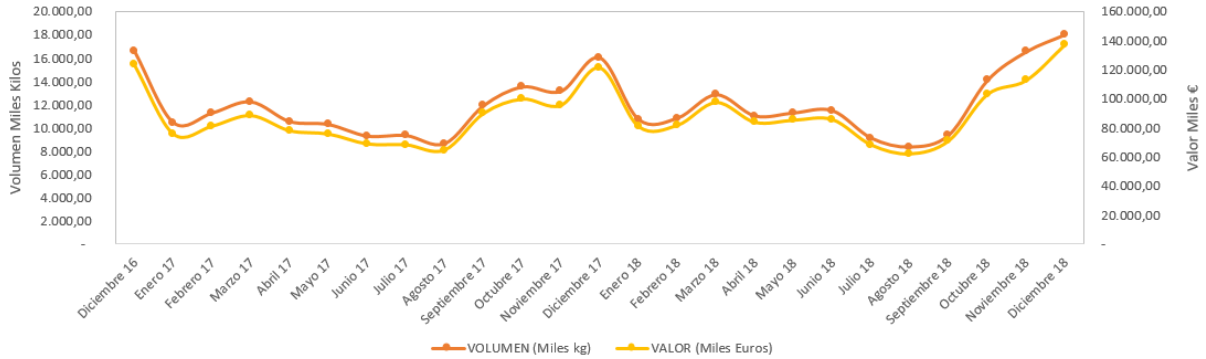
Los frutos secos experimentan incrementos tanto en volumen como en valor durante el año 2018 (+5,1% y +6,1% respectivamente). El precio medio también crece con respecto al ejercicio previo, pero en menor proporción (+0,9%) de manera que cierra en 7,45€/kg.

Esta evolución positiva también se ve reflejada tanto en el consumo como en el gasto per cápita. El consumo medio por persona y año es de 3,13 kilos, una cifra un 4,7% mayor a la del año anterior; el gasto medio, de 23,31€/persona/año (+5,7%).

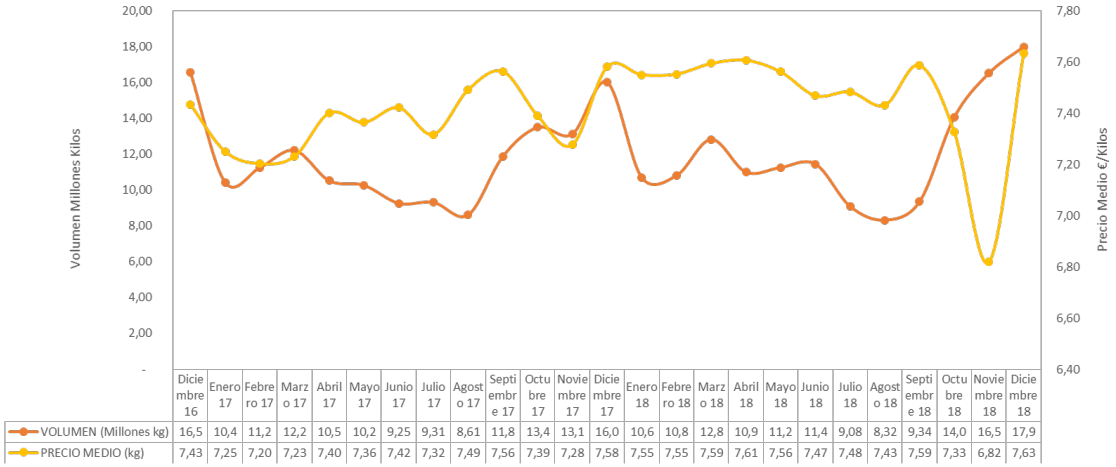
La categoría representa un 1,56% del gasto realizado en alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de Frutos Secos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	143.283,08	5,1%
VALOR (Miles €)	1.067.155,34	6,1%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	3,13	4,7%
GASTO x CÁPITA (€)	23,31	5,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,50	5,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,56	4,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,45	0,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

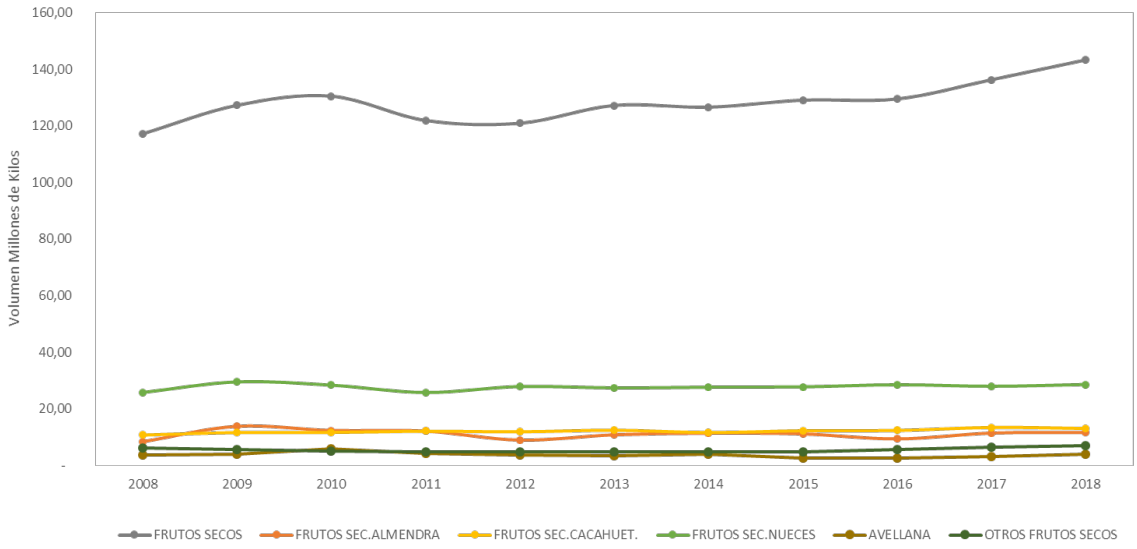


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



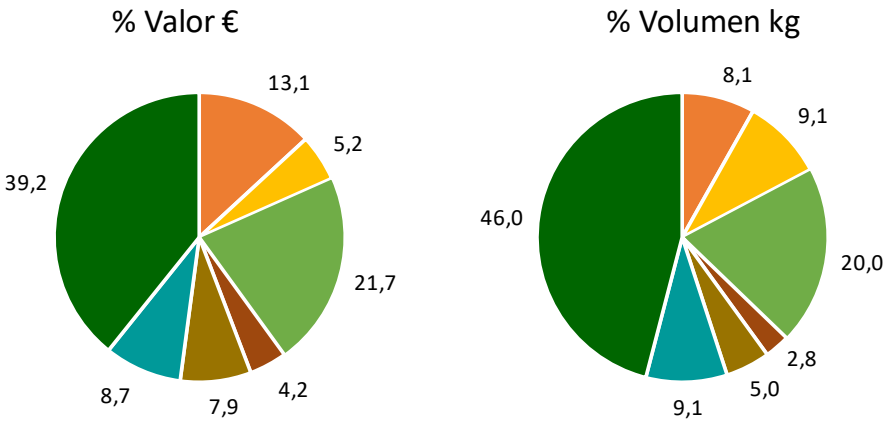
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	16,5	10,4	11,2	12,2	10,5	10,2	9,25	9,31	8,61	11,8	13,4	13,1	16,0	10,6	10,8	12,8	10,9	11,2	11,4	9,08	8,32	9,34	14,0	16,5	17,9
PRECIO MEDIO (kg)	7,43	7,25	7,20	7,23	7,40	7,36	7,42	7,32	7,49	7,56	7,39	7,28	7,58	7,55	7,55	7,59	7,61	7,56	7,47	7,48	7,43	7,59	7,33	6,82	7,63

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos de frutos secos



Desde el año 2013 se viene produciendo un aumento del consumo de frutos secos.

- **Importancia de los tipos de frutos secos**[5]



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
FRUTOS SECOS	6,1%	5,1%
FRUTOS SEC.ALMENDRA	0,6%	2,0%
FRUTOS SEC.CACAHUET.	-1,8%	-2,7%
FRUTOS SEC.NUECES	3,0%	2,2%
AVELLANA	8,1%	23,5%
PISTACHO	9,1%	9,8%
SURTIDO	25,7%	20,3%
OTROS FRUTOS SECOS	6,5%	4,7%

En el 2018, el 20,0% del volumen de frutos secos consumidos dentro del hogar se corresponde con nueces. Su compra crece un 2,2% y aumenta también un 3,0% en valor. El surtido de frutos secos y los cacahuetes son las variedades que siguen a las nueces con una cuota del 9,1% cada uno. Sin embargo, mientras que los cacahuetes presentan una evolución desfavorable en compras (-2,7%) y una disminución en valor (-1,8%), el surtido crece en volumen y valor (+20,3% y +25,7% respectivamente). Estos son precisamente los mayores aumentos y caídas en valor.

- **Consumo per cápita de los tipos de frutos secos**

El consumo per cápita de frutos secos en 2018 fue de 3,13 kilogramos por persona y año, con un acusado aumento del 4,3% en relación al año 2017. Las nueces son las más consumidas (0,62kg por persona y año) con una evolución positiva del 1,8%. Los cacahuetes son los siguientes frutos secos más consumidos, que cuentan con una ingesta media por persona y año de 0,29 kg y una variación negativa del 3,1%.

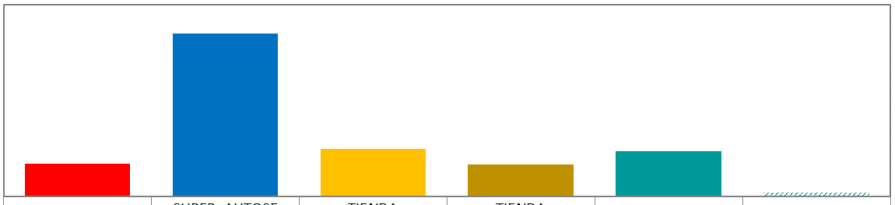
El consumo per cápita del surtido se sitúa en 0,28 kg, lo que implica un aumento del 19,8% en comparación con el año 2017. Las almendras tienen una ingesta media de 0,25 kg por persona y año, reduciéndose un 1,6%.

[5] Las castañas se encuentran incluidas en el agregado "otros frutos secos".

	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	AÑO 2018
FRUTOS SECOS	**2,99**	**3,13**
FRUTOS SEC.ALMENDRA	0,25	0,25
FRUTOS SEC.CACAHUET.	0,29	0,29
FRUTOS SEC.NUECES	0,61	0,62
AVELLANA	0,07	0,09
PISTACHO	0,14	0,16
SURTIDO	0,24	0,28
OTROS FRUTOS SECOS	1,38	1,44

- **Canales**

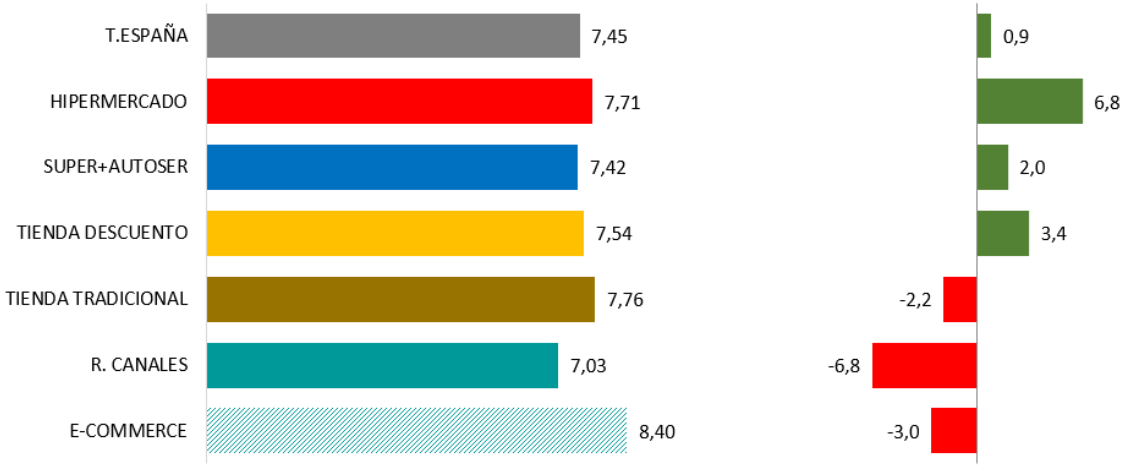
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	10,2	50,9	14,8	10,0	14,1	1,1
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,6	7,4	0,1	1,1	8,4	38,6

Aumenta el volumen de compra de frutos secos en todos los canales excepto en la tienda de descuento, donde solo hay una variación positiva del +0,1%. En el supermercado es donde se adquieren la mitad de los kilos comprados, cuota que además ha crecido un 7,4% en este año.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

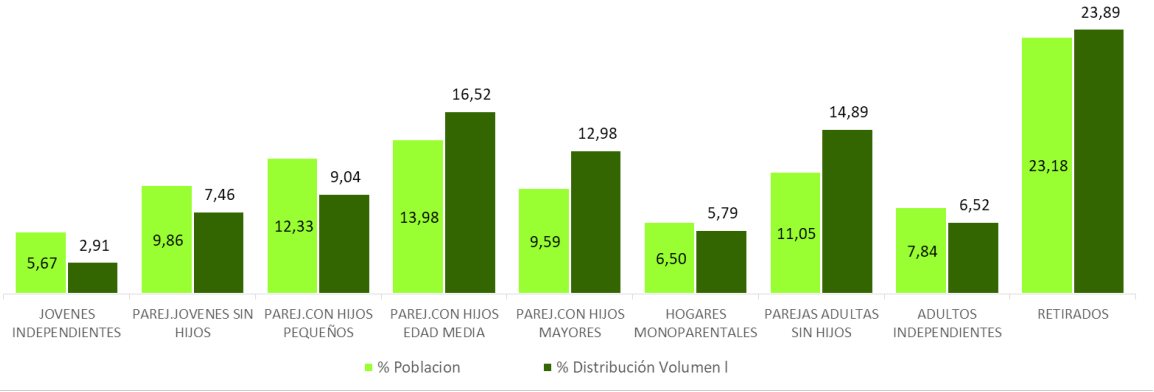


El precio medio de los frutos secos cierra en el año 2018 en los 7,45 €/kilo, siendo un 0,9% menos económico que en el año anterior.

El canal con el precio medio más accesible es el supermercado (7,42 €/kilo), que a pesar de haberse incrementado un 2,0% en este periodo, se mantiene un 0,4% por debajo del precio medio del mercado. Se da el caso contrario para la tienda tradicional, donde el precio medio se reduce en 2,2 puntos porcentuales, pero resulta un 4,3% superior a la media del mercado, el equivalente a pagar 0,32€ más por kilo.

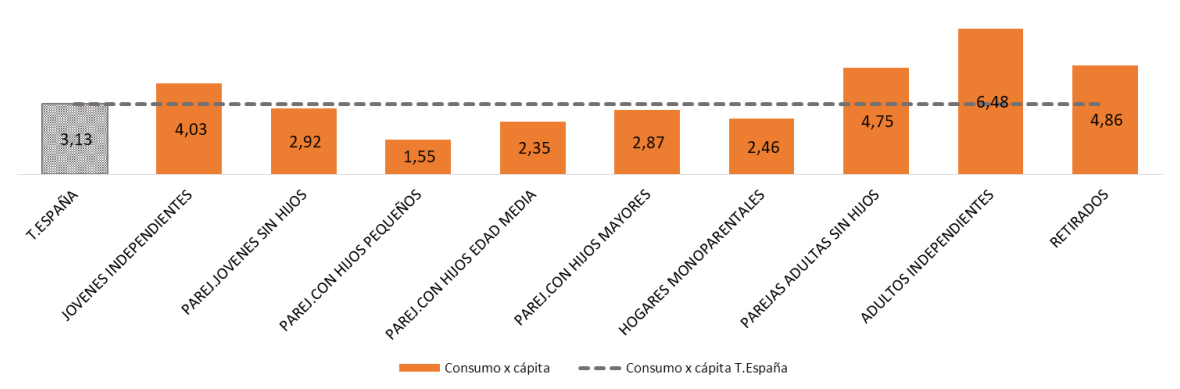
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



Se corresponde con un perfil intensivo de la categoría de frutos secos hogares formados por parejas con hijos de edad media, así como hijos mayores, o parejas adultas sin hijos y retirados. Esto es debido a que la distribución del volumen durante el año 2018 por esta tipología de hogar fue mayor que lo que representa estos hogares a nivel poblacional.

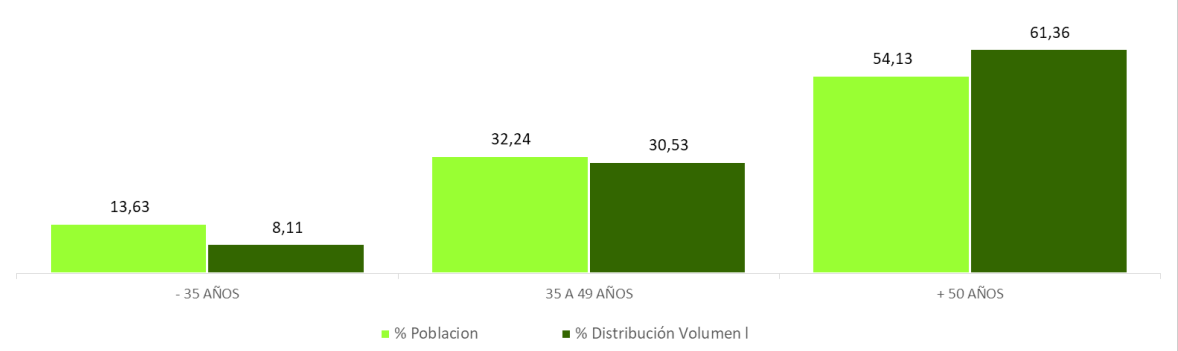
Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



El consumo per cápita de la categoría se sitúa en 3,13 kilos por persona y año durante el año 2018. Los individuos como los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, o los retirados tienen un consumo superior a la media nacional.

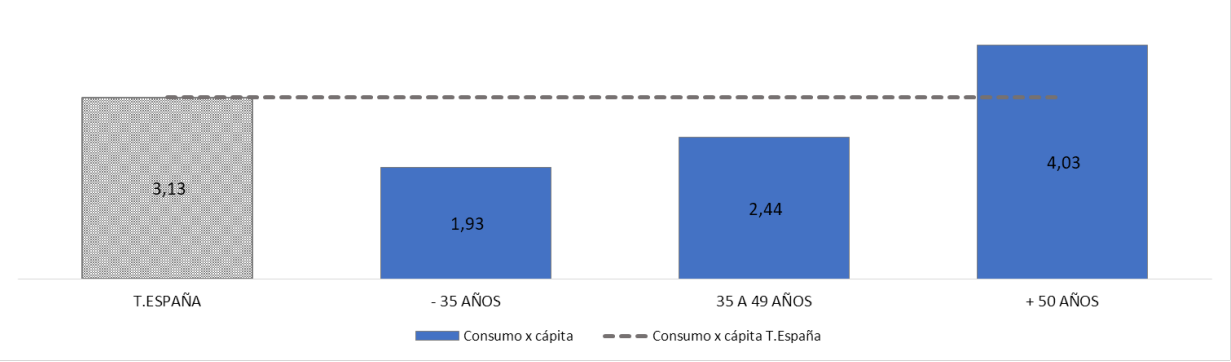
Si bien cabe destacar que son los adultos independientes quienes lideran el ranking de los mayores consumidores de estos productos, ya que duplican la cantidad media nacional, con un consumo por persona y periodo de estudio de 6,48 kilos a cierre de año 2018.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2018)



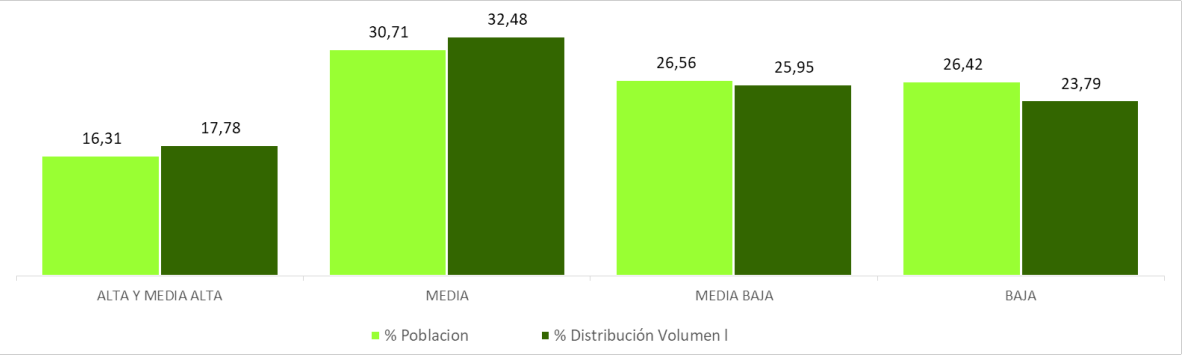
El perfil consumidor si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras supera los 50 años. A cierre de año 2018 estos hogares fueron responsables de la compra del 61,36% de los kilos de frutos secos, sin embargo, el peso poblacional de estos hogares se corresponde con el 54,13%.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2018)



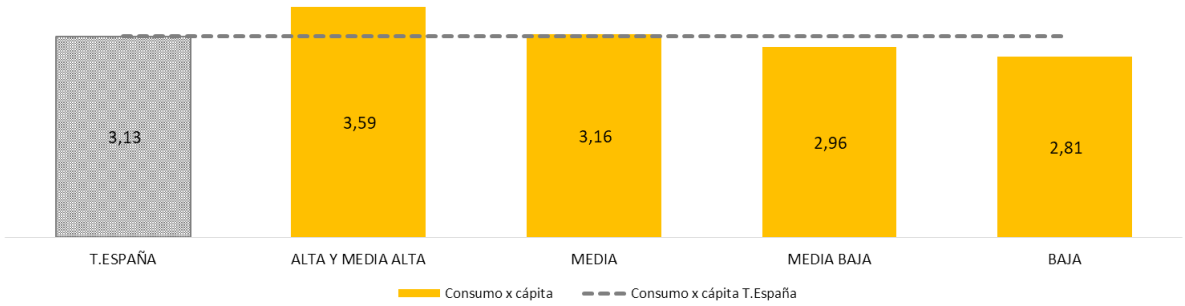
En el caso del consumo per cápita por la edad del responsable de las compras, si existe una correlación con el gráfico anterior, ya que son los individuos mayores de 50 quienes no solo son responsables del mayor volumen de compra, sino que, además, son quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría, con una ingesta superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



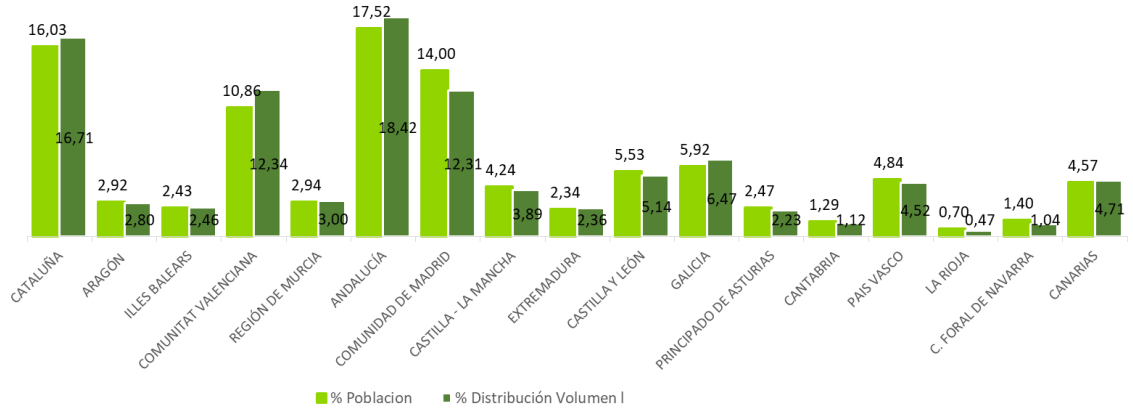
Hogares de clase media y alta-media alta, perfil intensivo en la compra de frutos secos a cierre de año 2018.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



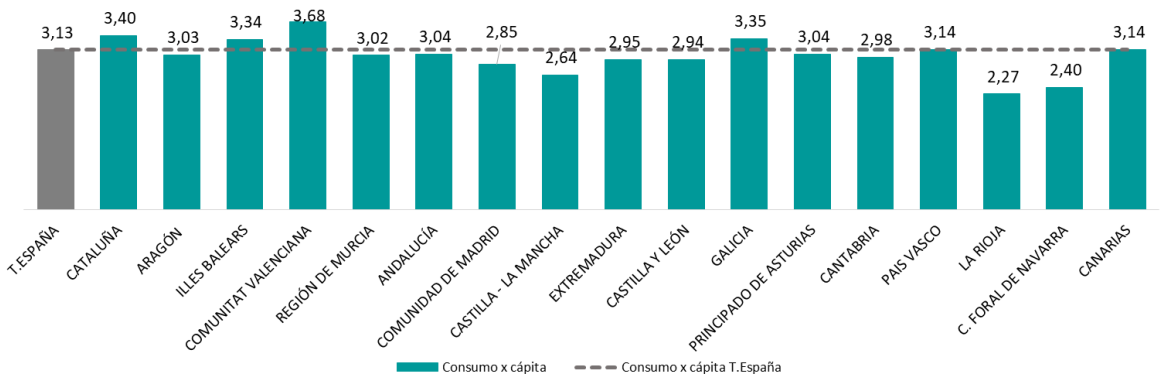
En relación con la ingesta realizada de frutos secos a cierre de año móvil diciembre 2018, son los individuos segmentados en la clase social media y alta – media alta quienes tienen un consumo superior a la media (3,13 kilogramos/persona/año).

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2018)



Son Cataluña, Valencia, Murcia, Andalucía y Galicia las comunidades autónomas que se perfilan como intensivas en la compra de estos productos de consumo de alimentación. Por el contrario, La Rioja y Comunidad Foral de Navarra son CCAA que tienen una distribución del volumen menos representativa, si lo comparamos con lo que cabría esperar que consumieran según su distribución de la población.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2018)



Los ciudadanos valencianos son quienes realizan el mayor consumo per cápita de frutos secos con una ingesta media por habitante de 3,68 kilogramos. Le siguen los habitantes catalanes con una ingesta de 3,40 kilogramos. Por su parte son los habitantes de La Rioja, así como los de Comunidad Foral de Navarra quienes realizan el menor consumo per cápita de la categoría.

3.11.1 NUECES

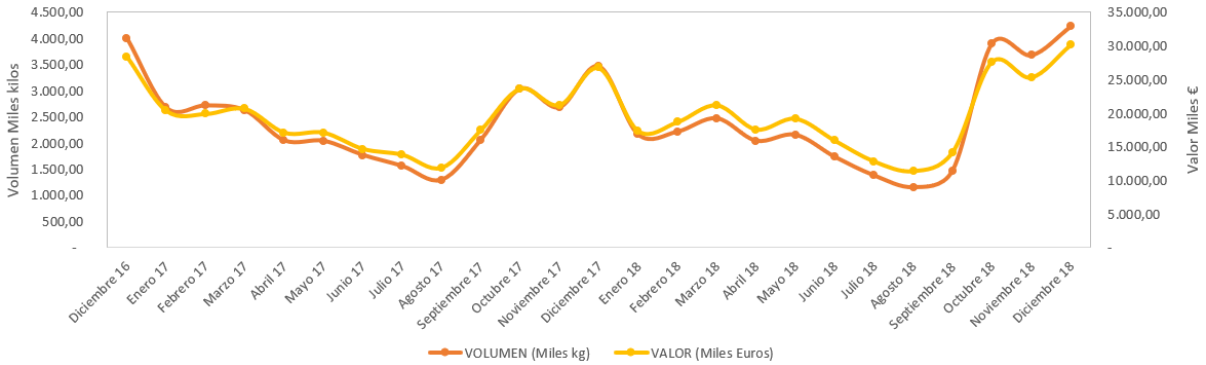
- **Resultados totales**

Las nueces representan el 20% sobre el volumen total de frutos secos, y el 21,7% sobre el valor total de la categoría. A cierre de año 2018 crece el consumo de nueces por parte de los hogares españoles tanto en volumen como en valor (2,2% y 3,0% respectivamente). El precio medio de nueces cerró en los 8,09 €-kilo un precio un 0,8% más caro que en el periodo previo de estudio.

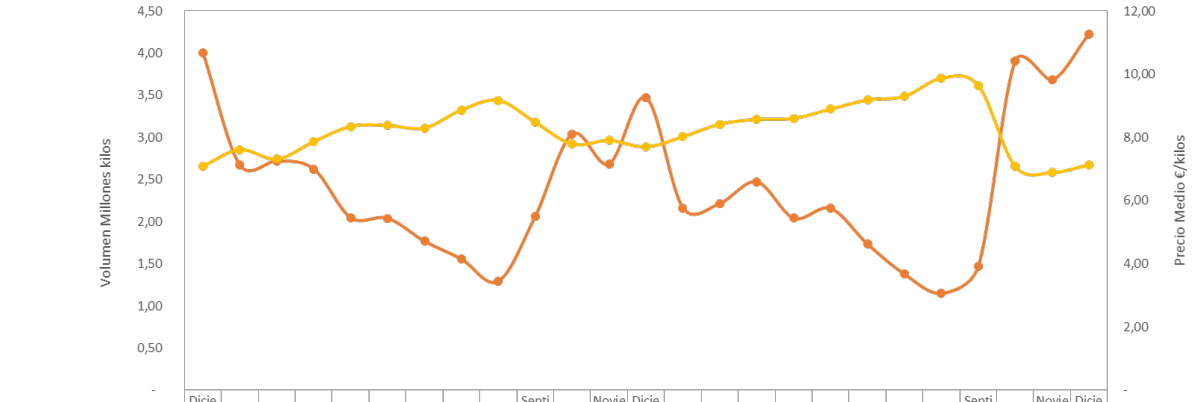
El consumo per cápita de nueces se sitúa en los 0,62 kilogramos por persona y año, se incrementa con respecto al año 2017 en un 1,8% más. Esto provoca que por su parte la inversión media realizada por persona y año en estos frutos secos se haya incrementado un 2,7%, llegando a alcanzar la cifra de 5,05 € por persona y año.

	Consumo doméstico de Nueces en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	28.594,45	2,2%
VALOR (Miles €)	231.335,80	3,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,62	1,8%
GASTO x capita (€)	5,05	2,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,10	2,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,34	1,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,09	0,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



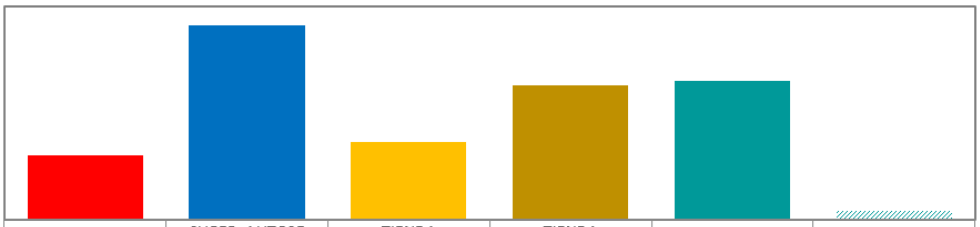
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	4,01	2,67	2,72	2,63	2,05	2,04	1,77	1,56	1,29	2,06	3,04	2,69	3,47	2,16	2,22	2,47	2,04	2,16	1,73	1,38	1,15	1,47	3,91	3,68	4,23
PRECIO MEDIO (kg)	7,09	7,61	7,31	7,86	8,35	8,38	8,30	8,87	9,17	8,48	7,79	7,90	7,70	8,02	8,42	8,57	8,60	8,89	9,18	9,30	9,87	9,64	7,08	6,88	7,13

- **Canales**

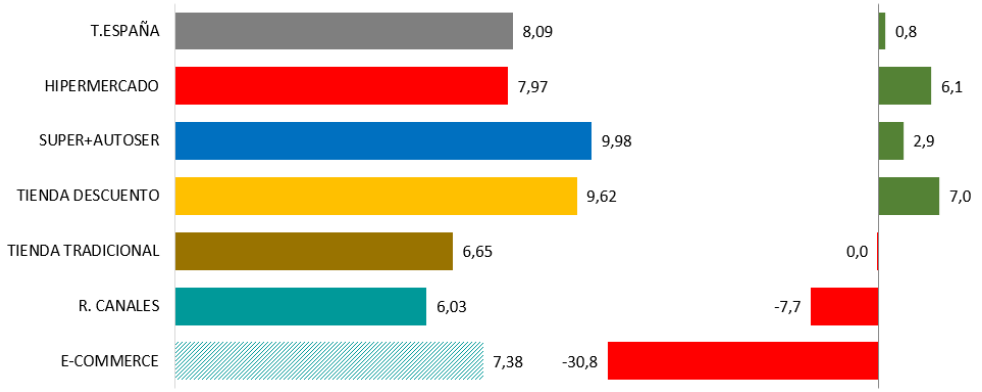
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	10,64	31,93	12,67	22,04	22,72	1,33
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-8,59	2,72	-6,27	3,11	12,23	222,41

El canal favorito para la compra de nueces con cerca de un tercio de los kilos adquiridos para el consumo doméstico han sido los supermercados y autoservicios, de hecho, su tendencia de compra por parte de los hogares españoles les aporta volumen incremental ya que ganan volumen con respecto al año 2017 en un 2,7%. Con algo más de una quinta parte del volumen se sitúan tanto el resto canales como las tiendas tradicionales. Ambos agregados de canales o superficies de distribución evolucionan de forma positiva, siendo el crecimiento a doble dígito para el resto canales (+12,23%) con respecto al año 2017.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



- **Demográficos**

Nueces	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,62**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,28	0,70
MEDIA	30,71	29,29	0,57
MEDIA BAJA	26,56	24,10	0,55
BAJA	26,42	29,33	0,69
- 35 AÑOS	13,63	6,15	0,29
35 A 49 AÑOS	32,24	22,79	0,36
+ 50 AÑOS	54,13	71,05	0,93
CATALUÑA	16,03	15,46	0,63
ARAGÓN	2,92	3,72	0,80
ILLES BALEARS	2,43	2,85	0,77
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	11,29	0,67
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,48	0,50
ANDALUCÍA	17,52	15,80	0,52
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	14,70	0,68
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,72	0,50
EXTREMADURA	2,34	2,92	0,73
CASTILLA Y LEÓN	5,53	6,24	0,71
GALICIA	5,92	6,56	0,68
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,76	0,75
CANTABRIA	1,29	1,63	0,86
PAIS VASCO	4,84	5,36	0,74
LA RIOJA	0,70	0,34	0,32
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,87	0,40
CANARIAS	4,57	3,31	0,44
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,33	0,64
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,89	0,54
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,47	0,22
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	11,44	0,32
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,01	0,53
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,25	0,36
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	17,55	1,12
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,38	1,07
RETIRADOS	23,18	33,68	1,37

El perfil de hogar consumidor intensivo de nueces se corresponde con un hogar de clase socioeconómica baja o alta y media alta cuyo responsable de compra supera los 50 años. Por ciclo de vida se corresponde con parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o retirados.

De igual forma son retirados y mayores de 50 aquellos que tienen el consumo per cápita de nueces más alto (1,37 kg/persona/año y 0,93 kg/persona/año) siendo una cifra muy superior incluso duplicando en el caso de retirados a la media nacional española.

Si tenemos en cuenta los datos por comunidades autónomas y la diferencia entre la distribución del volumen de nueces y la distribución de los hogares, las CCAA más intensivas en la compra son Aragón, Comunitat Valenciana, Comunidad de Madrid, Extremadura, Castilla y León y Galicia entre otras. Ahora bien, del lado contrario encontramos a La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra.

Los habitantes que viven en Cantabria son quienes mayor ingesta de nueces hicieron a cierre de año 2018, con un consumo per cápita de 0,86 kilogramos por persona y año. Le siguen los habitantes de Aragón con un consumo medio aproximado por habitante de 0,80 kg/persona/año. Son nuevamente los habitantes de La Rioja quienes realizan el consumo más bajo por persona y año 0,30 kilogramos por persona.

3.11.2 ALMENDRAS

- **Resultados totales**

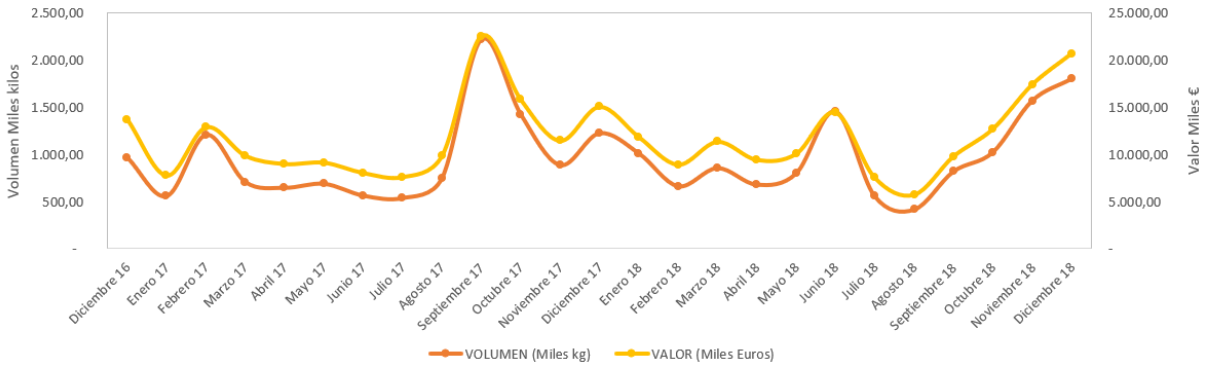
Las almendras suponen el 8,1% sobre el volumen total de frutos secos. Su evolución es favorable a cierre de año 2018 con un incremento del volumen del 2,0% con respecto al año 2017. En valor las almendras representan sobre el valor total de la categoría de frutos secos la proporción del 13,1%; en valor el crecimiento de almendras es más contenido que en volumen, tan solo un ligero 0,6%.

Este efecto es contenido, debido al impacto que tiene el descenso del precio medio durante los últimos doce meses en un 1,3%, cerrando en los 12,02 €-kg.

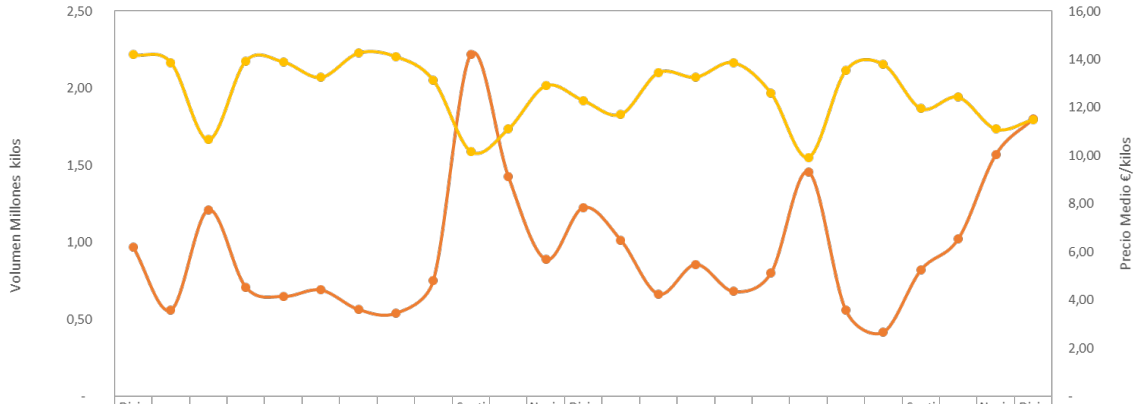
El gasto medio realizado por persona y año en almendras se sitúa en 3,07 €, la inversión varia en 0,6% al alza respecto al dato del año anterior. El consumo per cápita de almendras a cierre de año 2018 fue de 0,26 kilogramos, se intensifica un 1,9%.

	2018	
	Consumo doméstico de Almendras	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	11.666,02	2,0%
VALOR (Miles €)	140.175,11	0,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,25	1,6%
GASTO x capita (€)	3,06	0,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,04	2,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,20	-0,9%
PRECIO MEDIO (€/kg)	12,02	-1,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



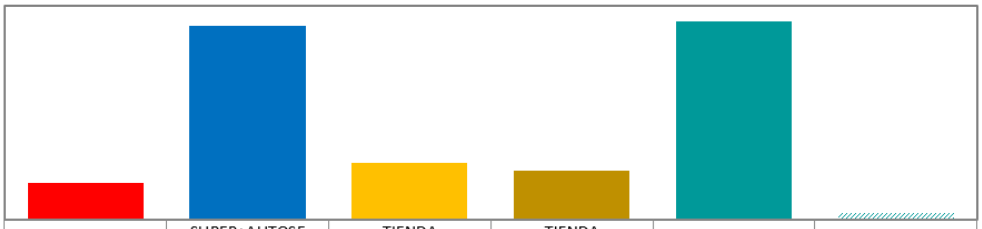
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	0,97	0,56	1,21	0,71	0,65	0,69	0,57	0,54	0,75	2,22	1,43	0,89	1,23	1,01	0,67	0,86	0,68	0,80	1,46	0,56	0,42	0,82	1,02	1,57	1,80
PRECIO MEDIO (kg)	14,19	13,87	10,66	13,94	13,89	13,25	14,26	14,12	13,13	10,17	11,10	12,90	12,29	11,72	13,44	13,26	13,86	12,61	9,93	13,54	13,79	11,96	12,43	11,10	11,50

- **Canales**

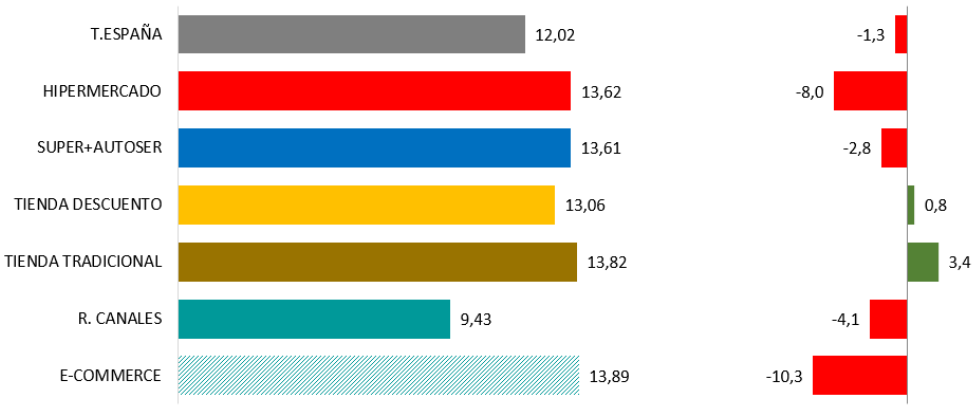
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	6,80	36,23	10,65	9,12	37,21	1,25
% EVOLUCION VOLUMEN kg	21,59	12,06	21,52	-18,57	-7,45	46,21

Más de un tercio del volumen de almendras para consumo doméstico se compraron a cierre de año móvil diciembre 2018 en el agregado del resto de canales, si bien pierde volumen de compra con respecto al año anterior. Le siguen supermercados con una cuota en volumen del 36,23% y tendencia creciente a doble dígito (+12,06%). Tienda descuento e hipermercado también con fuertes incrementos de volumen respecto al año 2017 (más del 20 de variación en volumen), si bien su participación en volumen/kilos/cuota de mercado aún queda lejos de las mencionadas anteriormente.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio almendras cerró en 12,02 €-kg, con un descenso del 1,3% respecto al año anterior. Todos los canales bajan el precio, excepto la tienda descuento y la tienda tradicional. El canal con el precio más competitivo de la categoría es el agregado del resto canales. Cerró el precio en 9,43 €-kg y además reduce su precio con respecto al año anterior en un 4,1%.

- **Demográficos**

Almendras	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,26**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,08	0,28
MEDIA	30,71	24,92	0,20
MEDIA BAJA	26,56	32,52	0,32
BAJA	26,42	25,49	0,25
- 35 AÑOS	13,63	6,15	0,12
35 A 49 AÑOS	32,24	21,17	0,14
+ 50 AÑOS	54,13	72,68	0,39
CATALUÑA	16,03	17,77	0,30
ARAGÓN	2,92	4,04	0,36
ILLES BALEARS	2,43	1,93	0,22
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	18,16	0,45
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,60	0,30
ANDALUCÍA	17,52	18,62	0,25
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	9,38	0,18
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,12	0,17
EXTREMADURA	2,34	2,31	0,23
CASTILLA Y LEÓN	5,53	3,18	0,15
GALICIA	5,92	3,77	0,16
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,88	0,20
CANTABRIA	1,29	0,87	0,18
PAIS VASCO	4,84	3,34	0,19
LA RIOJA	0,70	0,92	0,34
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,65	0,13
CANARIAS	4,57	6,45	0,34
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,08	0,23
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,68	0,18
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,38	0,09
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	10,31	0,12
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,31	0,22
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,52	0,16
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	22,01	0,58
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,23	0,42
RETIRADOS	23,18	31,48	0,53

El perfil intensivo consumidor de almendras se corresponde con un hogar cuyo responsable de compra supera los 50 años y de clase socioeconómica media baja o alta y media alta. Son hogares formados por parejas con hijos mayores, pero destacan sobre todo las parejas adultas sin hijos o los retirados. Excepto en el caso de las parejas con hijos mayores, los demás no es solo que compren más kilos de los que les corresponden según su peso poblacional, sino que además realizan un consumo per cápita superior a la media nacional.

De hecho, son las parejas adultas sin hijos quienes realizan un consumo per cápita de almendras más alto de toda la península ibérica (excluyendo Portugal) concretamente 0,58 kilogramos por persona y año.

Cataluña, Aragón, Comunitat Valenciana, Andalucía, así como Canarias se perfilan como comunidades autónomas intensivas en la compra de Almendras. Del lado contrario, la Comunidad de Madrid, Castilla - La Mancha, así como Castilla y León entre otras son comunidades donde la distribución del volumen es menor de lo que cabría esperar según la distribución de la población. Son los individuos valencianos quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría, concretamente 0,45 kilogramos por persona y año, una cantidad que supera la media nacional en un 75% más, lo que supone una diferencia extra por persona y periodo de estudio de cerca de 0,19 kilogramos más.

3.12 HORTALIZAS FRESCAS

En esta categoría se incluyen los siguientes productos o tipos de verduras: raíces, bulbos y tubérculos, hojas, tallos tiernos y vainas, frutos y flores, setas y otras hortalizas.

Las hortalizas denominadas raíces, bulbos y tubérculos incluyen las cebollas, zanahorias y ajos. Las Hojas, tallos tiernos y vainas son las judías verdes, espárragos, verduras de hoja, lechuga, escarolas y endivias. Los denominados frutos y flores son los tomates, pepinos, berenjenas, calabacín, pimientos, coles, brócoli. Las setas incluyen los champiñones y setas. Y el resto de las verduras y hortalizas no detalladas anteriormente se encuentran en las otras hortalizas.

- **Resultados totales**

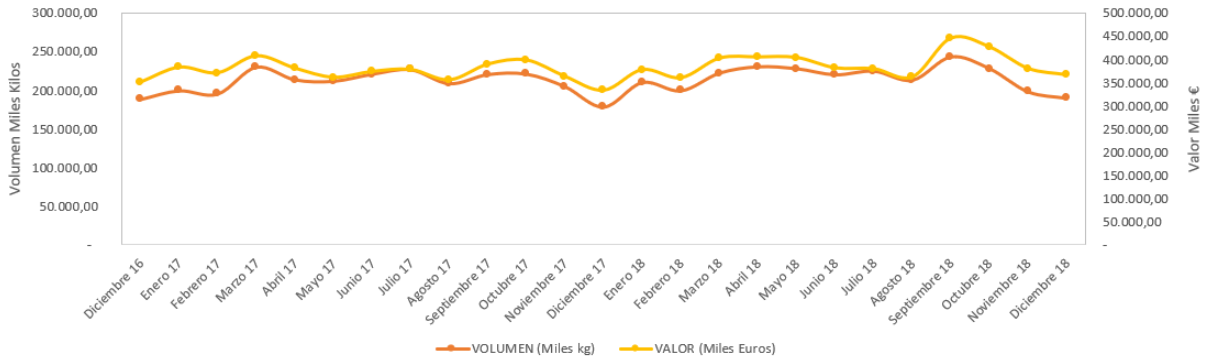
El mercado de hortalizas frescas crece en términos de volumen a cierre de año 2018, con un incremento en compra del 3,0%. En valor el aumento es mayor y alcanza el 4,4%, debido al impacto que tiene la variación del precio medio del 1,3%, cerrando a cierre de año 2018 en 1,80 €/kg.

El consumo per cápita de hortalizas frescas se sitúa en 56,88 kilogramos por persona y año, una cantidad un 2,6% superior a la ingerida en el periodo anterior, mientras que el gasto invertido por persona en el año 2018 se supera un 4,0% y asciende a 102,21 €.

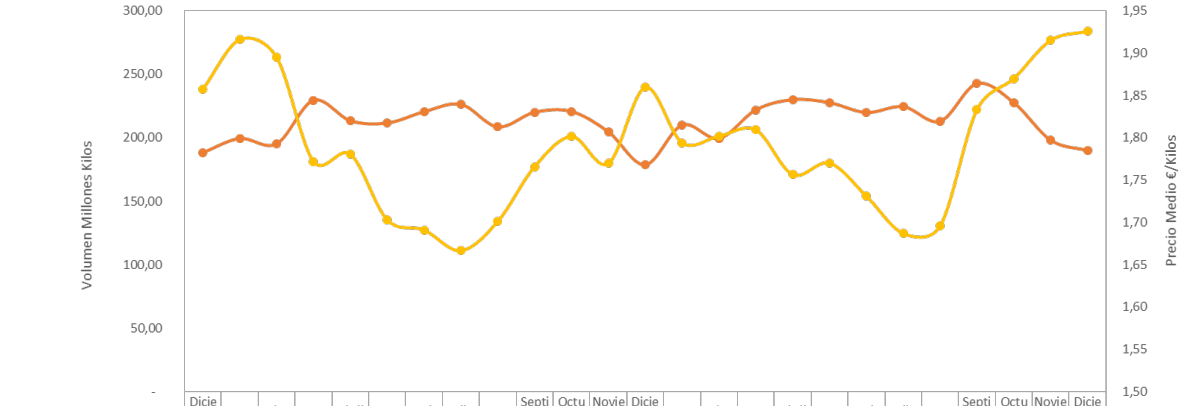
Esta categoría de alimentación representó un 6,83% del presupuesto total destinado a la compra de alimentación de los hogares.

	Consumo doméstico de T.Hortalizas Frescas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	2.604.010,10	3,0%
VALOR (Miles €)	4.679.308,69	4,4%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	56,88	2,6%
GASTO x CAPITA (€)	102,21	4,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	9,03	3,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	6,83	2,8%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	1,80	1,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

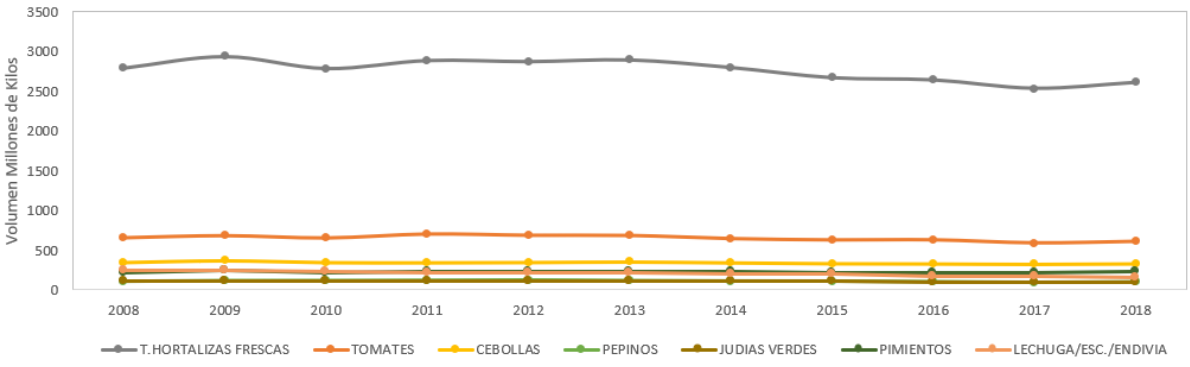


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

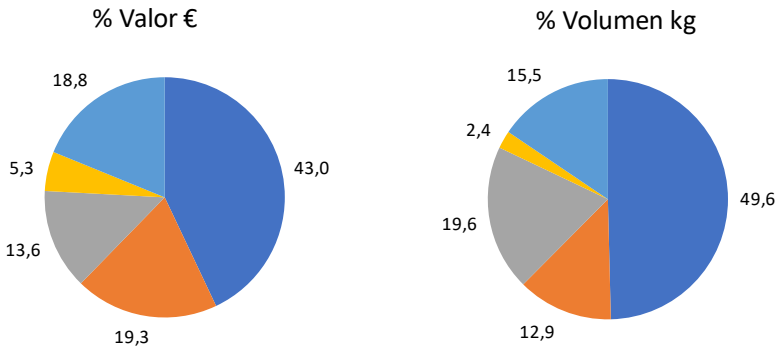


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	188,	199,	195,	229,	213,	211,	220,	226,	208,	220,	220,	204,	178,	209,	199,	221,	229,	227,	219,	224,	212,	242,	227,	198,	189,
PRECIO MEDIO (kg)	1,86	1,92	1,89	1,77	1,78	1,70	1,69	1,67	1,70	1,77	1,80	1,77	1,86	1,79	1,80	1,81	1,76	1,77	1,73	1,69	1,70	1,83	1,87	1,91	1,93

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



- **Importancia de los tipos de hortalizas**



% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
T.HORTALIZAS FRESCAS	4,4%	3,0%
FRUTOS Y FLORES	3,2%	4,5%
HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS	0,8%	-0,9%
RAICES, BULBOS, TUBERCULOS	4,6%	1,8%
SETAS	19,4%	11,0%
OTRAS HORTALIZAS	7,1%	2,0%

Casi el 50% de los kilos consumidos corresponden a las verduras y hortalizas que se incluyen en Frutos y flores, es decir, corresponden a los tomates, pepinos, berenjenas, calabacines, pimientos, coles y brócoli. Lo que supone un 43% de la facturación total de verduras y hortalizas.

Las setas son la variedad con mayor crecimiento con respecto a 2017, en volumen crecen un 11% y en facturación un 19%. Aunque su peso en volumen es del 2,4% con respecto al total hortalizas y en valor un 5,3%.

Dejan de consumirse las variedades de hojas, tallos tiernos y vainas (judías verdes, espárragos, verduras de hojas, lechuga, escarola y endivia) un 0,9% mientras que en valor aumenta su facturación un 0,8%.

La variedad de raíces, bulbos y tubérculos (cebollas, zanahorias y ajos) suponen un 19,6% de las verduras consumidas mientras que en valor son 13,6%.

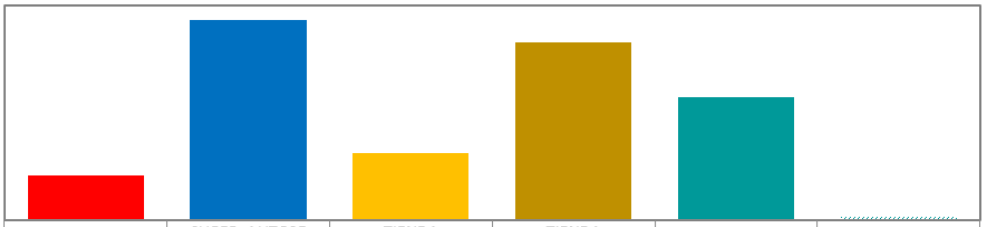
- ## Consumo per cápita de los tipos de hortalizas

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
T.HORTALIZAS FRESCAS	**55,43**	**56,88**
FRUTOS Y FLORES	27,10	28,22
HOJAS, TALLOS TIERNOS Y VAINAS	7,40	7,31
RAICES, BULBOS, TUBERCULOS	10,99	11,15
SETAS	1,23	1,36
OTRAS HORTALIZAS	8,70	8,84

El consumo per cápita de las hortalizas fresas en el año 2018 alcanza los 56,88 kilos/persona mientras que en 2017 era de 55,43 kilos/persona, lo que supone un 2,6% más que en 2017.

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

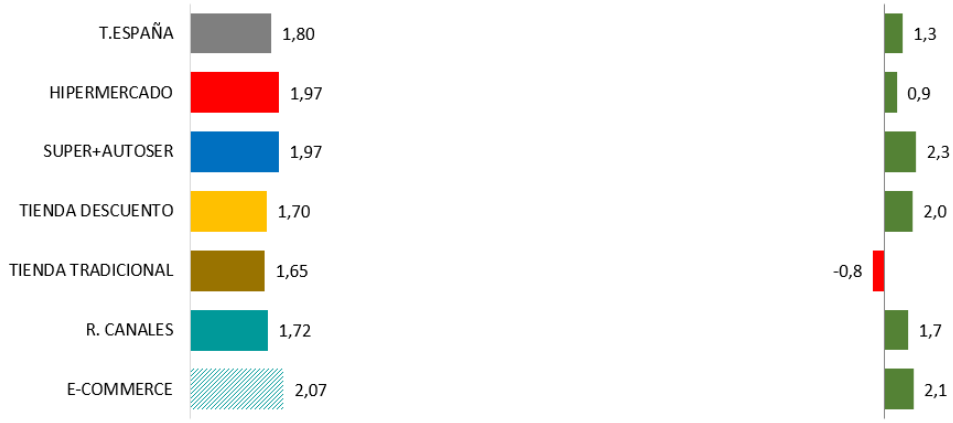


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	7,3	32,6	10,9	29,1	20,1	0,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	2,5	6,2	3,2	-1,6	5,0	46,5

El supermercado y autoservicio es el canal favorito para la compra de hortalizas frescas con una proporción del 32,6% de las compras y una variación de estas del 6,2% en positivo con respecto al año anterior. La tienda descuento también tiene una concentración del 10,9% de las compras de estos productos frescos, es decir 1 de cada 10 kilos comprados en 2018 para consumo doméstico se adquirieron en este canal, además, gana intensidad de compra (+3,2%).

Ahora bien, siguen siendo las tiendas tradicionales quienes acumulan un importante volumen de compra de hortalizas frescas, prácticamente 3 de cada 10 kilos que se compraron en 2018 de hortalizas para consumir en los hogares pasaron por este canal. Ahora bien, pierde relevancia en relación con el volumen del año 2017 en un 1,6%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

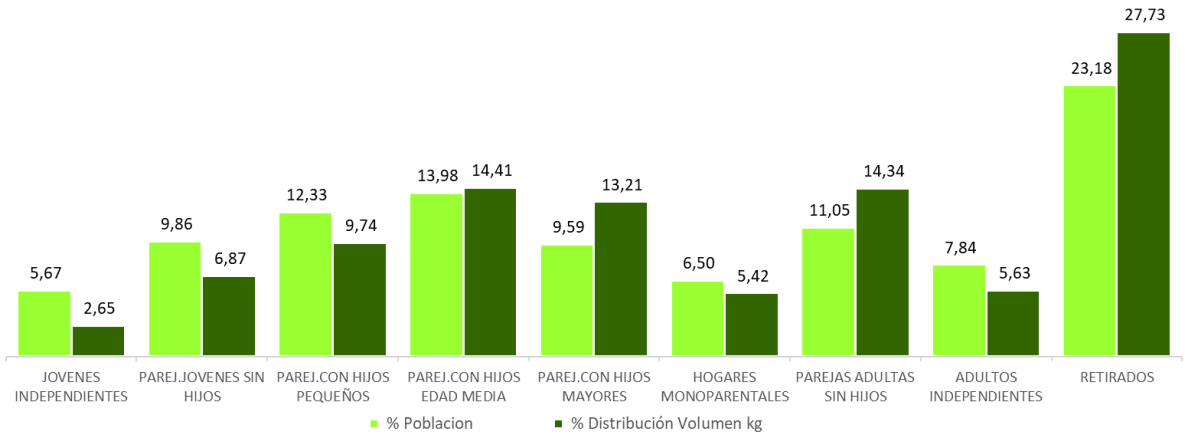


El precio medio pagado por kilo de hortalizas frescas a total España durante el año 2018 fue de 1,80 €/kg, con respecto al año 2017 el precio se encarece un 1,3%. Este encarecimiento es evidente en todas las plataformas de distribución; excepto en la tienda tradicional, que lo reduce un 0,8% y se convierte en el canal con el precio medio más accesible de la categoría situándose en 1,65€/Kilo.

Por el contrario, es el e-commerce el canal con el precio medio menos competitivo 2,07€-kg, un precio un 15,4% superior a la media del mercado.

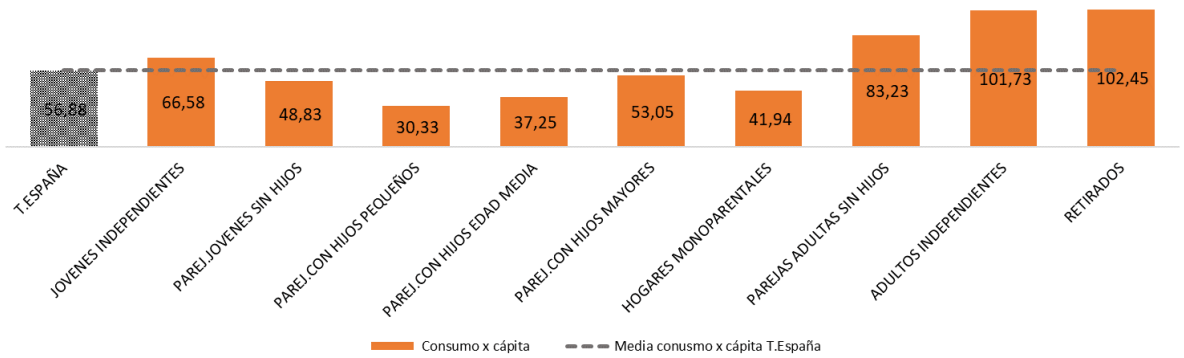
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



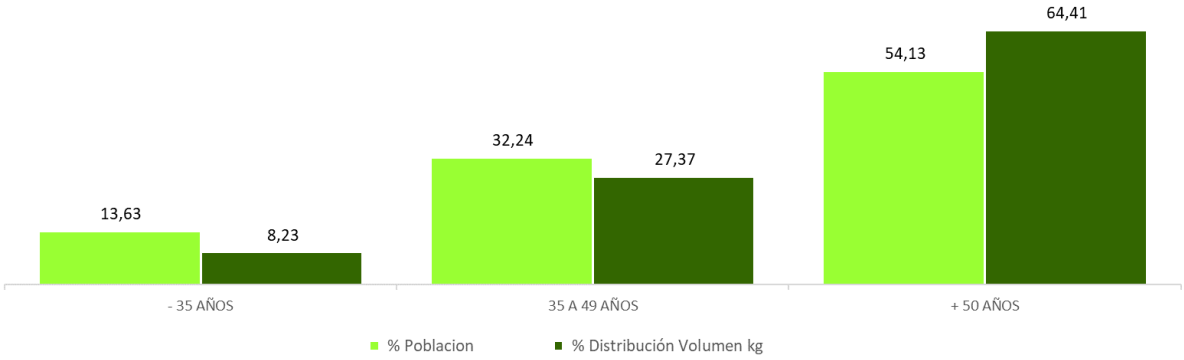
El perfil consumidor de hortalizas frescas es un hogar formado por parejas con hijos mayores también aquellos que están formados por parejas adultas sin hijos o retirados. Sin embargo, quienes no son intensivos de la categoría son los jóvenes independientes o las parejas jóvenes sin hijos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



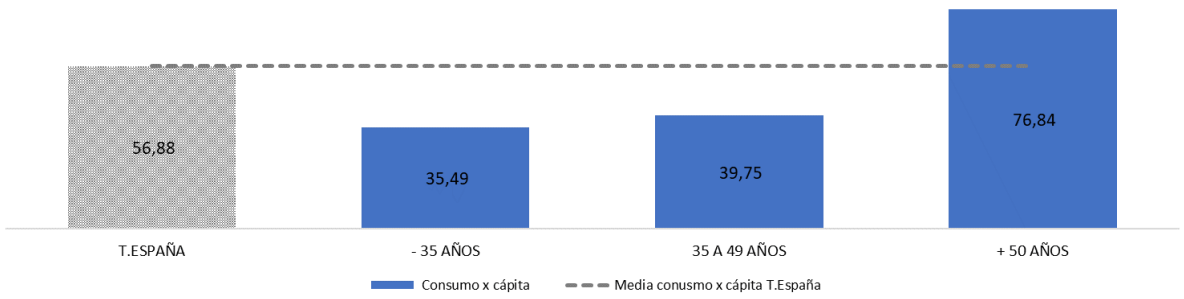
No obstante, se posicionan como los más intensivos en consumo per cápita de la categoría aquellos individuos que no tienen hijos, como los son retirados, los jóvenes y los adultos independientes, entre otros. De hecho, los retirados son quienes mayor consumo hacen por año e individuo, con una ingesta un 81% mayor que la media nacional, lo que se traduce en 45,6 kilos más por persona.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



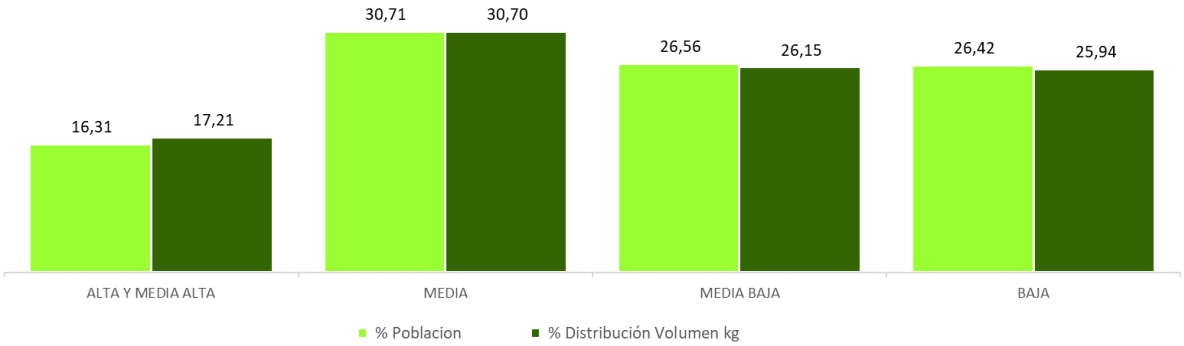
El perfil intensivo de la categoría se corresponde con hogares cuyo responsable de compra supera los 50 años de edad, ya que son responsables del 64,41% de los kilos de hortalizas frescas adquiridos durante el año 2018, siendo su peso poblacional del 54,13%.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



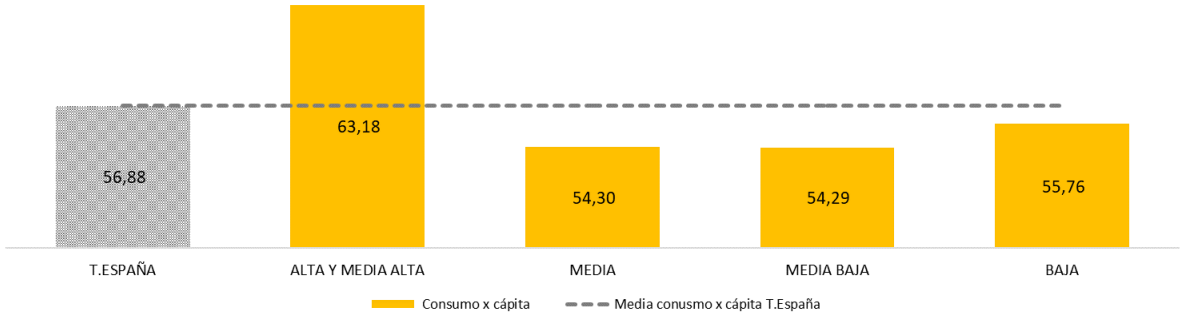
Mayores de 50 años, se conforman además como quienes mayor consumo per cápita realizan de hortalizas frescas con una ingesta que supera en un 35% la media nacional, siendo su consumo de 76,84 kilos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



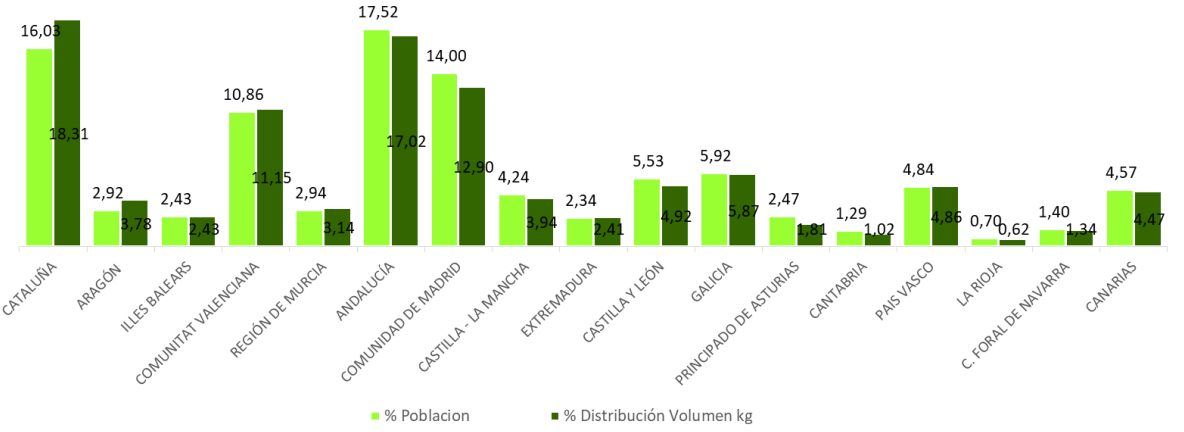
El perfil intensivo en la categoría de hortalizas frescas se corresponde con un hogar de clase socioeconómica alta y media alta, pues adquieren el 17,21% de los kilos de estos productos frescos durante el año 2018.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



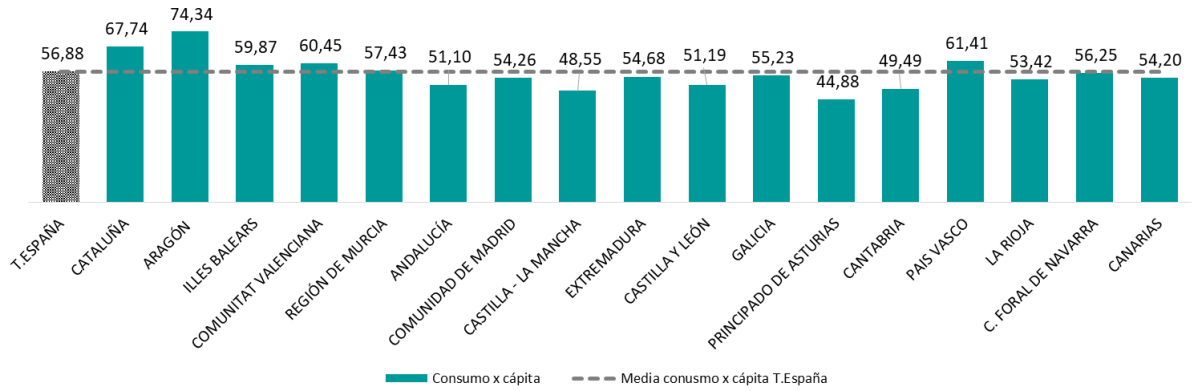
Son los individuos de clase alta y media alta, quienes se confirman como quienes realizan el mayor consumo per cápita de este producto, con un consumo que supera la media nacional en una proporción de un 11% por encima, que se sitúa en los 63,18 kilos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Las comunidades más intensivas en la compra de hortalizas frescas son Aragón, Cataluña y la Región de Murcia. Por el contrario, las comunidades autónomas que realizan una menor compra de hortalizas en base a lo que cabría esperar por su peso poblacional son el Principado de Asturias y Cantabria.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Las CCAA con un consumo per cápita superior a la media son: Aragón, Cataluña y País Vasco entre otras. En el caso de Aragón hay que destacar que, el consumo supera el consumo medio en 17,5 kilos más por persona y periodo de estudio.

En el lado opuesto, es la comunidad autónoma del Principado de Asturias quien registra el dato del menos consumo per cápita durante el año 2018. De hecho, su consumo es un 21% inferior a la media (56,88 kg/persona/año), siendo la diferencia entre estos de 12,0 kilos menos ingeridos por persona y periodo de estudio.

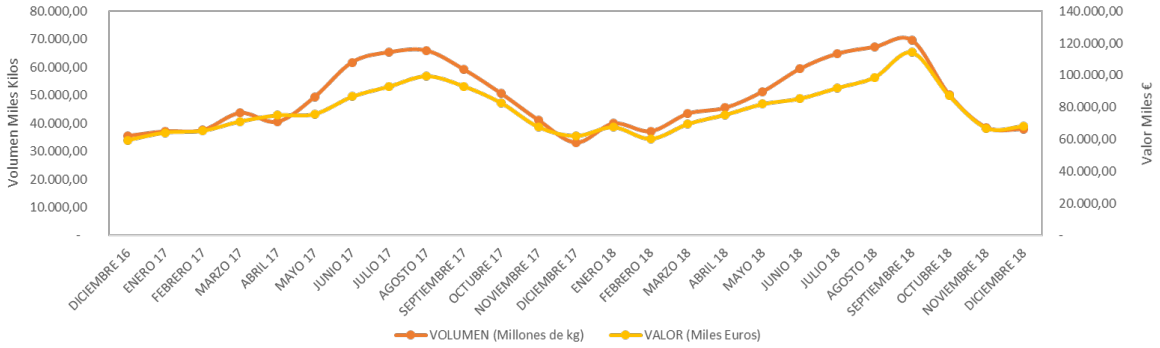
3.12.1 TOMATE

- **Resultados totales**

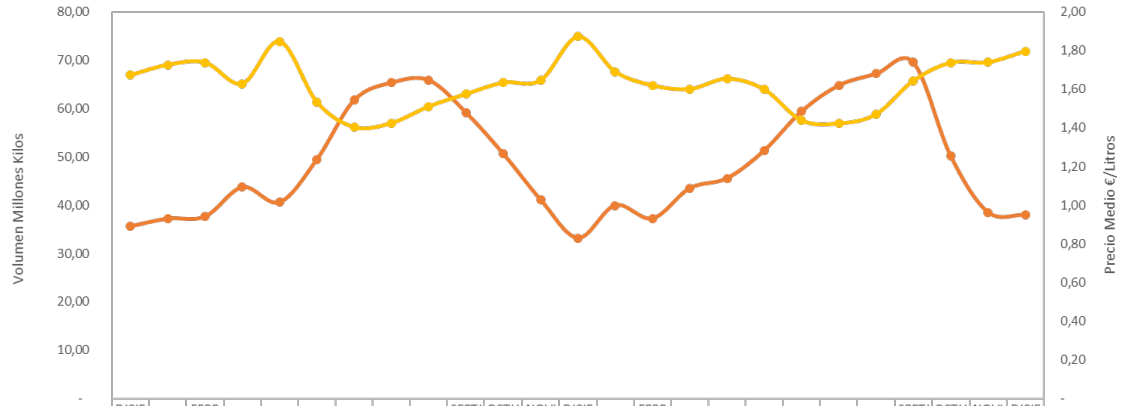
	Consumo doméstico de Tomates en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	605.132,64	3,3%
VALOR (Miles €)	967.661,07	3,4%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	13,22	3,0%
GASTO x CÁPITA (€)	21,14	3,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,10	3,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,41	1,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,60	0,0%

El consumo doméstico de tomate se intensifica por parte de los hogares durante el año 2018 en relación con el año 2017 un 3,3%. En términos de facturación el balance fue positivo, con un incremento del 3,4%. El gasto que realiza cada individuo de manera anual es de 21,14 € lo que supone un consumo de 13,22 kilos/persona. El precio medio de estas hortalizas se sitúa en 1,60€/kilo manteniéndose igual que el año 2017.

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



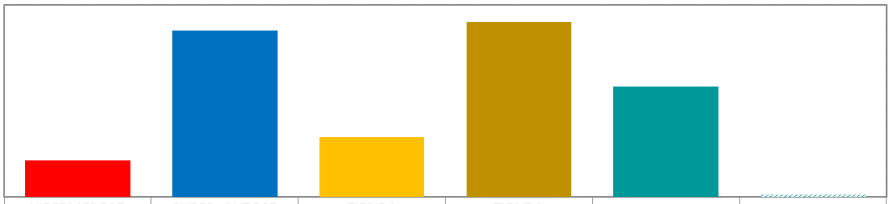
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	35,5	37,1	37,5	43,7	40,5	49,4	61,7	65,3	65,8	59,1	50,6	41,0	33,1	39,9	37,2	43,4	45,5	51,3	59,4	64,8	67,2	69,5	50,1	38,5	37,9
PRECIO MEDIO kg	1,67	1,73	1,74	1,63	1,85	1,53	1,40	1,42	1,51	1,57	1,63	1,65	1,87	1,69	1,62	1,60	1,65	1,60	1,44	1,42	1,47	1,64	1,74	1,74	1,80

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	6,7	30,4	10,9	31,9	20,2	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-1,9	5,6	0,4	1,7	6,1	36,1

Los supermercados y la tienda tradicional son las plataformas donde más se compran los tomates, llegando entre ambas a tener una cuota superior al 60%. Ambas plataformas tienen una evolución positiva con respecto a 2017, siendo esta de 5,6% para los supermercados y de 1,7% para la tienda tradicional. Los hipermercados con una cuota de 6,7% sufren un descenso del 1,9% con respecto al año 2017.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio de los tomates a nivel nacional se sitúa en los 1,60 €/kilos. Las plataformas más económicas son la tienda descuento y la tienda tradicional, ambas con una evolución contraria, siendo positiva para la tienda descuento (0,5%) y negativa (-1,5%) par la tienda tradicional.

Los Supermercados tienen un precio ligeramente superior a la media (1,66€/kilo vs 1,60€/kilo) aunque lo haya aumentado un 3,1% con respecto a 2017.

• Demográficos

TOMATES	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**13,22**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,40	14,85
MEDIA	30,71	30,42	12,51
MEDIA BAJA	26,56	26,02	12,55
BAJA	26,42	26,15	13,06

- 35 AÑOS	13,63	8,08	8,10
35 A 49 AÑOS	32,24	27,55	9,30
+ 50 AÑOS	54,13	64,37	17,85
50 A 64 AÑOS	26,67	31,03	14,79
65 Y MAS AÑOS	27,46	33,33	21,90

CATALUÑA	16,03	18,35	15,78
ARAGÓN	2,92	3,35	15,34
ILLES BALEARS	2,43	2,47	14,12
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,45	13,17
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,34	14,21
ANDALUCÍA	17,52	19,00	13,26
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,40	13,10
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,61	13,19
EXTREMADURA	2,34	2,73	14,39
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,82	11,65
GALICIA	5,92	5,18	11,32
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,74	10,01
CANTABRIA	1,29	0,91	10,23
PAIS VASCO	4,84	4,42	12,96
LA RIOJA	0,70	0,40	8,13
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,00	9,79
CANARIAS	4,57	3,82	10,75

NORESTE	21,38	24,17	15,56
LEVANTE	13,80	13,79	13,41
ANDALUCIA	17,52	19,00	13,24
CENTRO-SUR	20,58	20,74	13,35
CASTILLA Y LEON	5,53	4,82	11,41
NOROESTE	8,39	6,92	11,01
NORTE	8,23	6,74	11,49
T.CANARIAS	4,57	3,82	10,75

< 2000 HABIT.	6,27	7,08	13,75
2000 A 10000	14,62	15,58	13,22
10001 A 100000	38,05	37,77	12,77
100001 A 500000	23,81	22,18	12,84
+ DE 500000	17,25	17,39	14,60

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,35	13,76
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,78	11,20
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,53	6,90
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,16	9,11
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,30	12,40
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,40	9,71
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,35	19,35
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,83	24,46
RETIRADOS	23,18	27,30	23,44

El perfil intensivo en la compra de tomate es un hogar con presencia de hijos ya sean mayores o medianos, parejas adultas sin hijos o retirados, cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años, y es generalmente de clase alta y media alta.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita, son los adultos independientes quienes realizan el mayor consumo per cápita de este producto de alimentación con una ingesta un 85,1% superior a la media que se traduce en una cantidad de 11,2 kilos más consumidos por persona y año. Otros que también se sitúan por encima de la media (13,2 kilos/persona/año) son jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y retirados.

Las CCAA con un consumo intensivo en tomate son: Extremadura, Aragón y Cataluña, mientras que quienes menor compra realizan si tenemos en cuenta la distribución de la población son: La Rioja, Principado de Asturias y Cantabria.

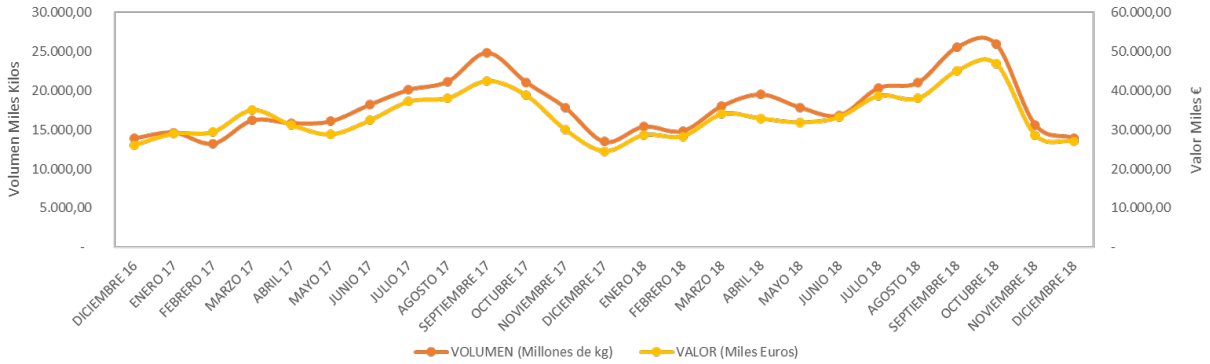
3.12.2 PIMIENTO

- **Resultados totales**

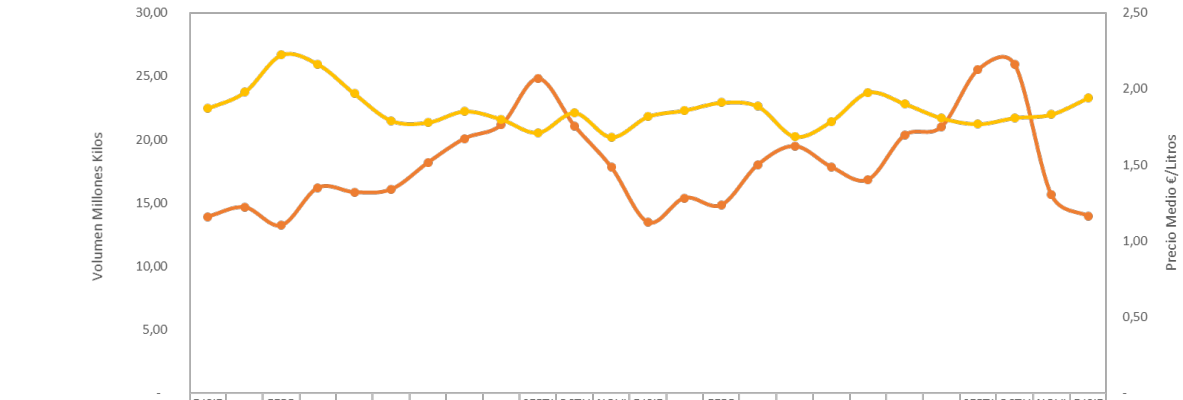
El consumo doméstico de pimientos se intensifica por parte de los hogares durante el año 2018 en relación con el año 2017 un 5,7%. En términos de facturación el balance fue igualmente positivo, con un incremento del 4,2%. El gasto que realiza cada individuo de manera anual es de 9,02 € lo que supone un consumo de 4,91 kilos/persona. El precio medio de las hortalizas se sitúa en 1,84€/kilo siendo un 1,5% inferior a 2017.

	Consumo doméstico de Pimientos en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	224.669,23	5,7%
VALOR (Miles €)	413.110,01	4,2%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	4,91	5,3%
GASTO x CÁPITA (€)	9,02	3,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,78	6,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,60	2,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,84	-1,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



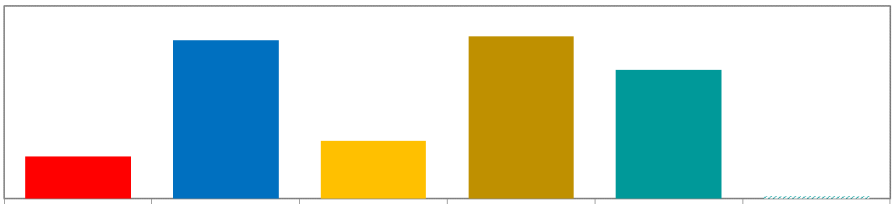
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	13,9	14,6	13,2	16,1	15,8	16,0	18,1	20,0	21,1	24,7	21,0	17,8	13,4	15,3	14,8	18,0	19,4	17,8	16,8	20,3	20,9	25,5	25,9	15,6	13,9
PRECIO MEDIO kg	1,87	1,98	2,22	2,16	1,97	1,79	1,78	1,85	1,80	1,71	1,84	1,68	1,82	1,86	1,91	1,88	1,69	1,79	1,98	1,90	1,81	1,77	1,81	1,83	1,94

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

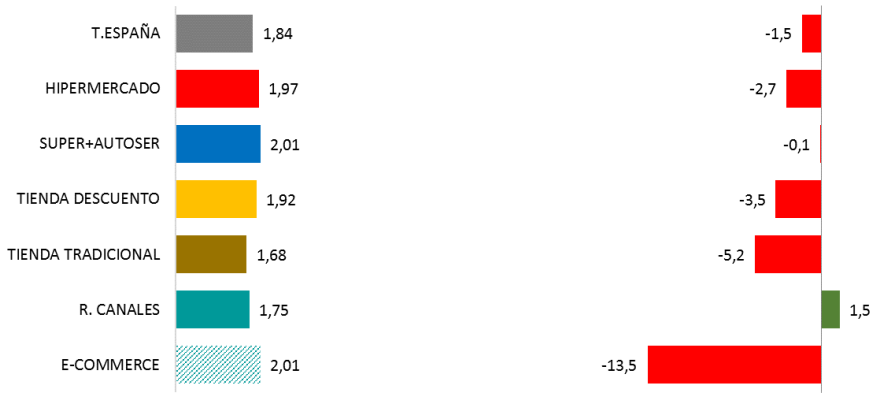


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,7	28,8	10,5	29,5	23,5	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	10,4	7,9	18,4	1,9	1,7	37,6

El consumo de pimientos se intensifica en todas las plataformas de distribución ya que todas tienen una evolución positiva con respecto al año 2017.

Son las tiendas tradicionales y los supermercados los que mayor peso tienen, ambas en torno al 30%.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio de los pimientos se ve reducido en todas las plataformas de distribución, teniendo un descenso de 1,5% de media. La plataforma con mayor descenso en precio es la tienda tradicional consiguiendo así ser la más económica.

- **Demográficos**

PIMIENTOS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**4,91**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,07	5,41
MEDIA	30,71	29,46	4,50
MEDIA BAJA	26,56	26,30	4,71
BAJA	26,42	27,17	5,04

- 35 AÑOS	13,63	8,72	3,25
35 A 49 AÑOS	32,24	26,32	3,30
+ 50 AÑOS	54,13	64,96	6,69
50 A 64 AÑOS	26,67	31,55	5,58
65 Y MAS AÑOS	27,46	33,41	8,15

CATALUÑA	16,03	15,24	4,86
ARAGÓN	2,92	3,26	5,53
ILLES BALEARS	2,43	2,48	5,26
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,90	4,63
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,93	4,64
ANDALUCÍA	17,52	16,82	4,36
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,63	4,58
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,35	4,62
EXTREMADURA	2,34	3,02	5,90
CASTILLA Y LEÓN	5,53	6,28	5,63
GALICIA	5,92	7,11	5,77
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,97	4,21
CANTABRIA	1,29	1,29	5,37
PAIS VASCO	4,84	5,78	6,29
LA RIOJA	0,70	0,79	5,90
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,12	4,07
CANARIAS	4,57	5,03	5,26

NORESTE	21,38	20,97	5,01
LEVANTE	13,80	12,83	4,64
ANDALUCIA	17,52	16,82	4,35
CENTRO-SUR	20,58	20,00	4,78
CASTILLA Y LEON	5,53	6,28	5,52
NOROESTE	8,39	9,08	5,37
NORTE	8,23	8,98	5,69
T.CANARIAS	4,57	5,03	5,26

< 2000 HABIT.	6,27	8,09	5,83
2000 A 10000	14,62	16,03	5,05
10001 A 100000	38,05	37,56	4,71
100001 A 500000	23,81	22,71	4,88
+ DE 500000	17,25	15,61	4,87

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,40	5,21
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,32	4,49
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,36	2,52
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,29	3,19
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,58	4,70
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,40	3,60
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,88	7,45
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,03	7,83
RETIRADOS	23,18	27,76	8,85

El perfil consumidor de pimientos con una proporción más alta de volumen comprado que de peso poblacional se corresponde con parejas con hijos mayores, así como con parejas adultas sin hijos y retirados. Son precisamente los retirados quienes realizan el

mayor consumo per cápita de la categoría con una ingesta superior en un 80,3%. Además, los adultos independientes y las parejas adultas sin hijos también tienen un consumo superior a la media del mercado que se sitúa en 4,9 kilos por persona y año.

En cuanto a las regiones, las más intensivas en compra, Extremadura, Galicia, País Vasco mientras que las que menor compra realizan son Principado de Asturias y la Comunidad Foral de Navarra.

3.12.3 CALABACÍN

- **Resultados totales**

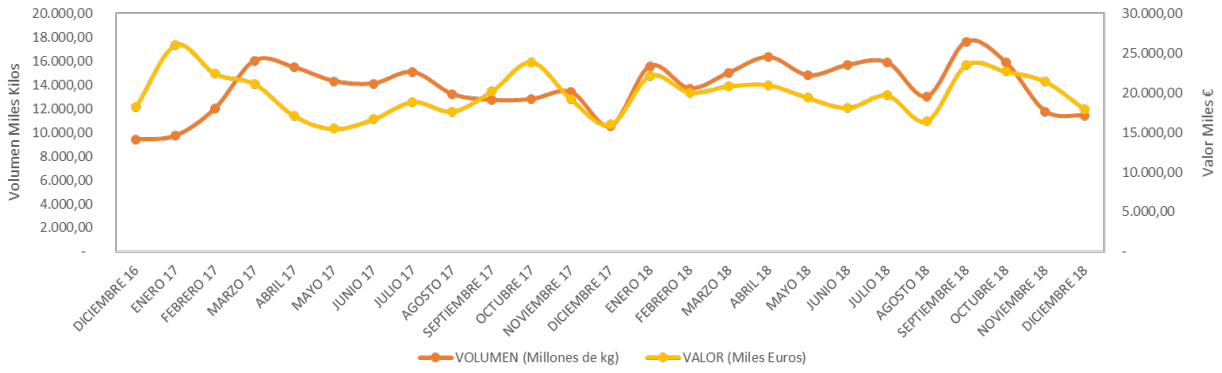
	Consumo doméstico de Calabacines en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	176.659,57	10,8%
VALOR (Miles €)	243.150,54	3,7%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	3,86	10,4%
GASTO x CÁPITA (€)	5,31	3,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,61	11,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,35	2,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,38	-6,5%

El consumo de calabacín se intensifica con respecto a 2017, aumentando un 10,8% con respecto a 2017. En facturación, también, sufre un aumento, pero en menor medida que el volumen (3,7%) debido a la reducción del precio (-6,5%).

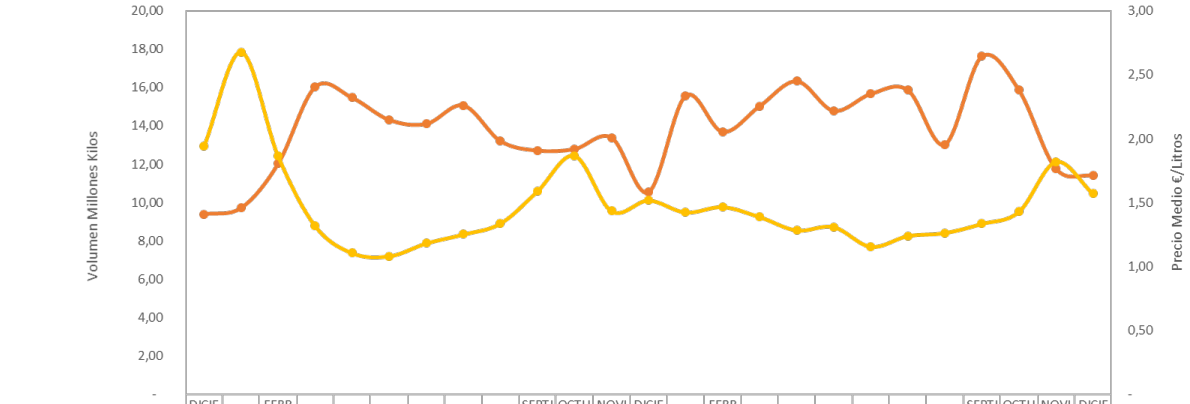
El calabacín supone un 0,35% del gasto que se destina a alimentación y bebidas en el hogar.

El Consumo per cápita es de 3,86 kilos/persona lo que supone un gasto per cápita anual de 5,31€/persona.

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



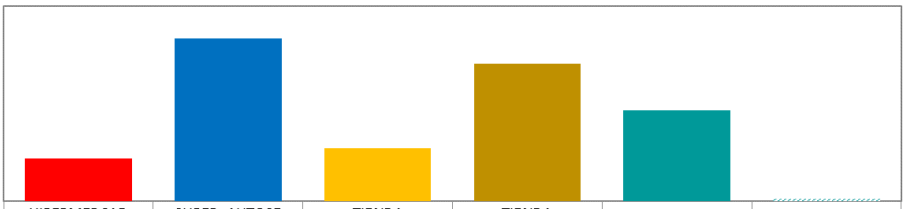
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	9,39	9,72	12,0	16,0	15,4	14,3	14,1	15,0	13,2	12,7	12,7	13,3	10,5	15,5	13,6	15,0	16,3	14,7	15,6	15,8	13,0	17,6	15,8	11,7	11,4
PRECIO MEDIO kg	1,94	2,68	1,86	1,32	1,10	1,08	1,18	1,25	1,34	1,59	1,87	1,43	1,52	1,42	1,47	1,39	1,28	1,31	1,16	1,24	1,26	1,33	1,43	1,82	1,57

- **Canales**

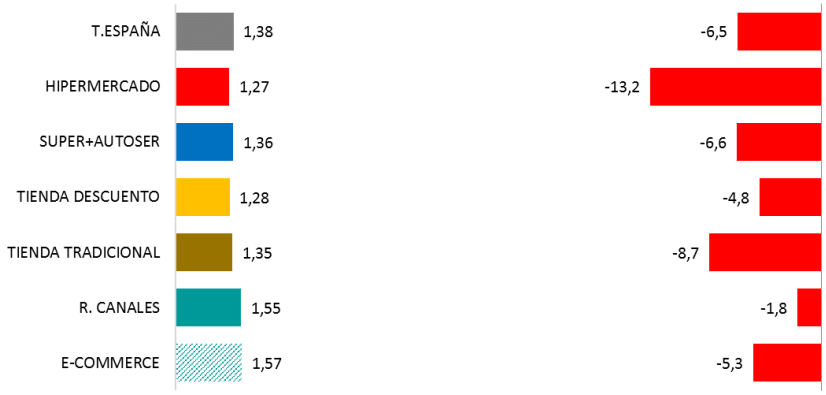
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,8	33,4	10,9	28,2	18,7	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	10,1	13,8	3,8	5,2	20,2	25,6

El calabacín intensifica su compra en todas las plataformas de distribución, destacando el hipermercado y el supermercado y autoservicio. El hipermercado crece un 10,1% con respecto a 2017 alcanzando una cuota de 8,8 puntos y el supermercado aumenta un 13,8% alcanzando una cuota de 33,4.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio del calabacín se ve reducido en todas las plataformas de distribución, teniendo un descenso de 6,5% de media. La plataforma con mayor descenso en precio es el hipermercado consiguiendo así ser la más económica.

• Demográficos

CALABACINES	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,86**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,54	4,62
MEDIA	30,71	32,41	3,89
MEDIA BAJA	26,56	26,12	3,68
BAJA	26,42	22,94	3,35

- 35 AÑOS	13,63	9,07	2,65
35 A 49 AÑOS	32,24	32,04	3,16
+ 50 AÑOS	54,13	58,90	4,77
50 A 64 AÑOS	26,67	30,56	4,25
65 Y MAS AÑOS	27,46	28,34	5,44

CATALUÑA	16,03	17,23	4,33
ARAGÓN	2,92	3,40	4,54
ILLES BALEARS	2,43	1,80	3,01
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,59	3,53
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,77	3,44
ANDALUCÍA	17,52	15,95	3,25
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	15,01	4,28
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,63	3,87
EXTREMADURA	2,34	2,63	4,04
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,52	3,89
GALICIA	5,92	4,29	2,74
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,90	3,20
CANTABRIA	1,29	1,12	3,68
PAIS VASCO	4,84	5,25	4,50
LA RIOJA	0,70	0,64	3,77
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,22	3,46
CANARIAS	4,57	7,06	5,80

NORESTE	21,38	22,43	4,22
LEVANTE	13,80	12,36	3,51
ANDALUCIA	17,52	15,95	3,24
CENTRO-SUR	20,58	22,27	4,18
CASTILLA Y LEON	5,53	5,52	3,81
NOROESTE	8,39	6,19	2,88
NORTE	8,23	8,23	4,10
T.CANARIAS	4,57	7,06	5,80

< 2000 HABIT.	6,27	7,22	4,10
2000 A 10000	14,62	14,25	3,53
10001 A 100000	38,05	36,07	3,56
100001 A 500000	23,81	24,18	4,09
+ DE 500000	17,25	18,28	4,48

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,77	4,73
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,53	3,63
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	12,06	2,55
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	17,09	3,00
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,43	3,66
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,33	2,80
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,12	5,17
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,70	6,99
RETIRADOS	23,18	22,95	5,75

El perfil intensivo en la compra de calabacines se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas con hijos medianos y parejas adultas sin hijos, el responsable de las compras es de edad adulta, y de clase media y media alta.

Las CCAA autónomas con un consumo intensivo en la compra de calabacines con Canarias y Aragón y Extremadura. Las comunidades con un consumo per cápita superior a la media (3,9 kilos/persona/año) son: Canarias (50,2% superior a la media) Aragón (17,6% superior a la media) y País Vasco (16,5% superior a la media).

3.12.4 CEBOLLA

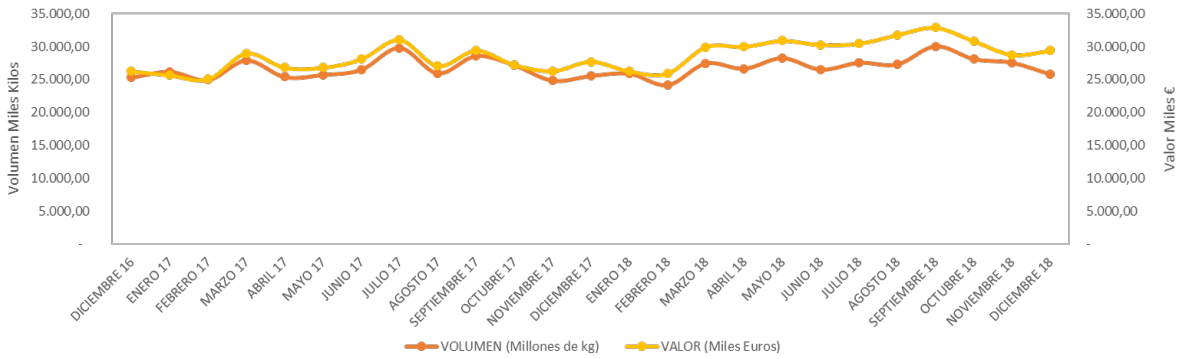
- **Resultados totales**

La evolución de la cebolla en términos monetarios es muy positiva, ya que aumenta un 8,3% debido al aumento de su precio medio que se sitúa en 1,10€ (+6,0%).

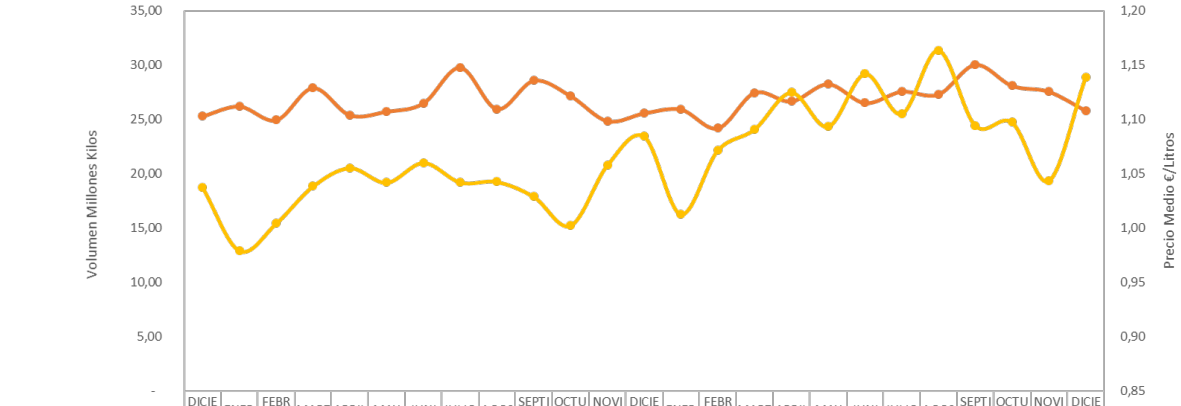
El gasto per cápita alcanza casi los 8€, aumentando un 7,9% con respecto a 2017. Lo que se traduce en un consumo per cápita un 1,8% superior al año anterior superando los 7 kilos por persona.

	Consumo doméstico de Cebollas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	325.443,32	2,1%
VALOR (Miles €)	357.472,60	8,3%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	7,11	1,8%
GASTO x CÁPITA (€)	7,81	7,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,13	2,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,52	6,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,10	6,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	25,3	26,2	24,9	27,9	25,4	25,7	26,5	29,7	25,9	28,5	27,1	24,8	25,5	25,9	24,1	27,4	26,6	28,2	26,5	27,5	27,3	30,0	28,1	27,5	25,8
PRECIO MEDIO kg	1,04	0,98	1,00	1,04	1,06	1,04	1,06	1,04	1,04	1,03	1,00	1,06	1,08	1,01	1,07	1,09	1,12	1,09	1,14	1,11	1,16	1,09	1,10	1,04	1,14

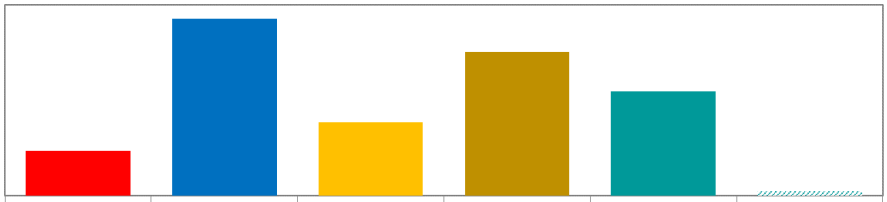
- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

El Supermercado y autoservicio junto a la tienda tradicional acaparan el 60% de la cuota de las plataformas de distribución.

La tienda tradicional es la plataforma con la peor evolución, ya que desciende un 5,5% con respecto a 2017.

La tienda descuento, va tomando peso, alcanzando una cuota de 13,5 cuya evolución con respecto a 2017 aumenta un 7,5%



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	8,3	32,5	13,5	26,5	19,2	0,8
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	2,2	3,7	7,5	-5,5	7,6	42,1

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio de los calabacines aumenta un 6,0% de media. La plataforma más económica es la tienda descuento y aunque aumenta también su precio es la que lo hace en menor medida (1,8%). La tienda tradicional es la que mayor incremento tiene con respecto a 2017 (+7,3%) situándose, de esta manera a la media del mercado (1,10 €/kilo).

• Demográficos

CEBOLLAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**7,11**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,59	7,61
MEDIA	30,71	31,42	6,95
MEDIA BAJA	26,56	25,40	6,59
BAJA	26,42	26,60	7,15

- 35 AÑOS	13,63	8,64	4,66
35 A 49 AÑOS	32,24	28,28	5,13
+ 50 AÑOS	54,13	63,08	9,41
50 A 64 AÑOS	26,67	30,55	7,83
65 Y MAS AÑOS	27,46	32,54	11,50

CATALUÑA	16,03	18,13	8,38
ARAGÓN	2,92	3,04	7,48
ILLES BALEARS	2,43	2,70	8,31
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	11,19	7,58
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,05	6,98
ANDALUCÍA	17,52	17,71	6,65
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	11,99	6,30
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,64	5,61
EXTREMADURA	2,34	2,26	6,41
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,00	6,50
GALICIA	5,92	6,04	7,10
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,38	7,36
CANTABRIA	1,29	1,09	6,59
PAIS VASCO	4,84	4,90	7,73
LA RIOJA	0,70	0,61	6,65
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,41	7,41
CANARIAS	4,57	4,85	7,35

NORESTE	21,38	23,87	8,26
LEVANTE	13,80	14,24	7,45
ANDALUCIA	17,52	17,71	6,64
CENTRO-SUR	20,58	17,89	6,19
CASTILLA Y LEON	5,53	5,00	6,37
NOROESTE	8,39	8,41	7,20
NORTE	8,23	8,02	7,36
T.CANARIAS	4,57	4,85	7,35

< 2000 HABIT.	6,27	7,88	8,23
2000 A 10000	14,62	15,49	7,07
10001 A 100000	38,05	38,00	6,91
100001 A 500000	23,81	22,51	7,01
+ DE 500000	17,25	16,12	7,28

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,54	7,98
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,74	5,99
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,99	3,89
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,58	5,03
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,97	7,01
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,53	5,35
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,08	10,21
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,90	11,06
RETIRADOS	23,18	26,68	12,32

El perfil intensivo en el consumo de cebollas son hogares formados por parejas con hijos mayores y medianos, parejas adultas sin hijos y retirados, cuyo responsable de las compras es adulto.

El mayor consumidor de la categoría con un consumo de 12,32 kilos por persona (supera la media en 5,2 kilos por persona y año son los retirados. Por el contrario, son las parejas con hijos pequeños, quienes menor consumo per cápita realizan de cebollas, concretamente un 45,3% menos que la media del mercado siendo la cantidad de 3,2 kilos menos por persona y periodo de estudio.

Cataluña es la región más intensiva en la compra de cebollas, le siguen las Illes Balears, quienes menos compran esta hortaliza es Cantabria.

3.12.5 LECHUGA / ESCAROLA / ENDIVIA

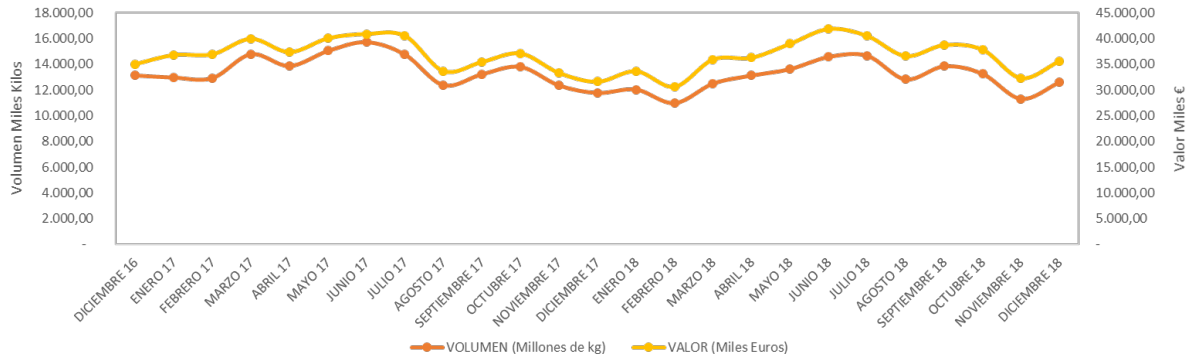
- **Resultados totales**

La lechuga/escarola/endivia sufre un aumento de precio del 4,2% con respecto al año 2017. Este hecho hace que el consumo de lechuga / escarola / endivia caiga un 5,1%.

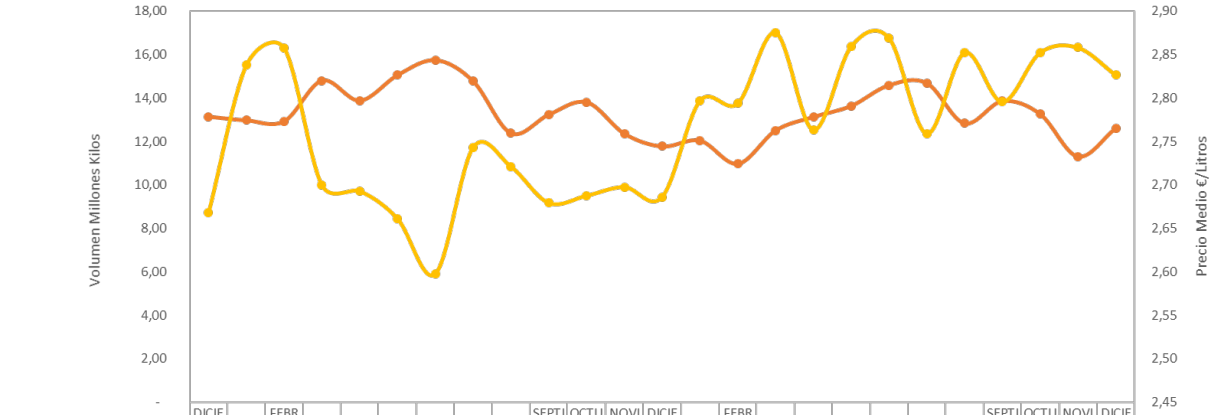
El consumo per cápita desciende un 5,4% llegando a posicionarse en 3,39 kilos por persona. De este consumo deriva un gasto per cápita de 9,59 € por persona en 2018.

	Consumo doméstico de Lechuga/Esc./Endivia en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	155.388,44	-5,1%
VALOR (Miles €)	438.925,77	-1,1%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	3,39	-5,4%
GASTO x CÁPITA (€)	9,59	-1,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,54	-4,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,64	-2,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,82	4,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



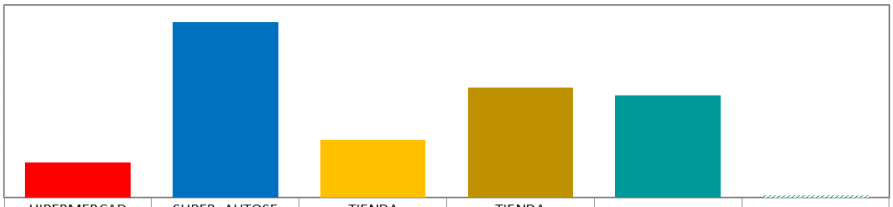
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	13,1	12,9	12,9	14,8	13,8	15,0	15,7	14,7	12,3	13,2	13,8	12,3	11,7	12,0	10,9	12,5	13,1	13,6	14,5	14,6	12,8	13,8	13,2	11,3	12,6
PRECIO MEDIO kg	2,67	2,84	2,86	2,70	2,69	2,66	2,60	2,74	2,72	2,68	2,69	2,70	2,69	2,80	2,79	2,88	2,76	2,86	2,87	2,76	2,85	2,80	2,85	2,86	2,83

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



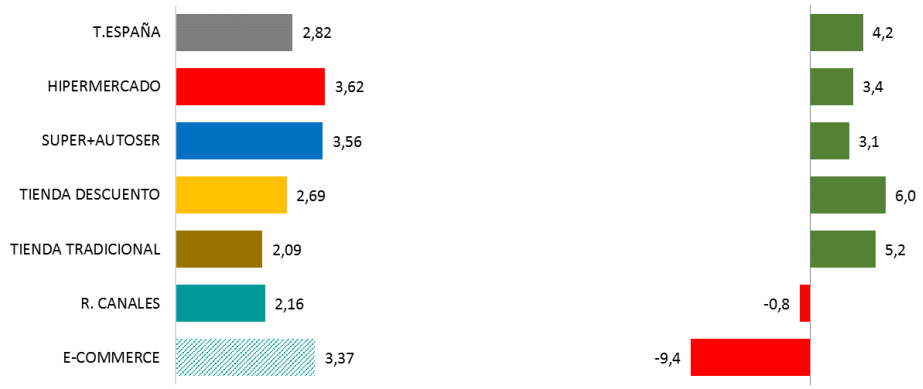
	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,3	36,5	12,0	22,9	21,3	0,5
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	3,0	-1,9	-4,7	-15,7	0,1	16,1

La tienda tradicional sufre un descenso de consumo de 15,7% con respecto a 2017, esto hace que alcance una cuota de 22,9.

El hipermercado es la única plataforma que aumenta en volumen (+3,0%), llegando a alcanzar una cuota de 7,3.

El supermercado + autoservicio desciende en menor medida ya que solo lo hace en un 1,9%, con una cuota de 36,5.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio de esta categoría se ve aumentado un 4,2% de media alcanzando un precio de 2,82€/kilo, y crece en todas las plataformas. La tienda tradicional es la más económica, aunque sea una de las que más aumenta su precio (5,2%) teniendo un precio de 2,09 €/kilo. La plataforma más cara es el hipermercado con un precio de 3,62€/kilo aumentando con respecto a 2017 un 3,4%.

• Demográficos

LECHUGA/ESC./ENDIVIA	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,39**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,37	3,59
MEDIA	30,71	31,02	3,27
MEDIA BAJA	26,56	27,15	3,36
BAJA	26,42	25,45	3,26
- 35 AÑOS	13,63	7,10	1,83
35 A 49 AÑOS	32,24	26,42	2,29
+ 50 AÑOS	54,13	66,48	4,73
50 A 64 AÑOS	26,67	31,58	3,86
65 Y MAS AÑOS	27,46	34,90	5,89
CATALUÑA	16,03	18,87	4,17
ARAGÓN	2,92	4,90	5,75
ILLES BALEARS	2,43	2,33	3,43
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,47	3,39
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,34	3,65
ANDALUCÍA	17,52	15,85	2,84
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	10,27	2,58
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	2,84	2,09
EXTREMADURA	2,34	2,01	2,72
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,43	3,37
GALICIA	5,92	8,83	4,96
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,14	3,16
CANTABRIA	1,29	1,05	3,04
PAIS VASCO	4,84	6,28	4,73
LA RIOJA	0,70	0,83	4,31
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,98	4,97
CANARIAS	4,57	2,57	1,86
NORESTE	21,38	26,10	4,31
LEVANTE	13,80	13,81	3,45
ANDALUCIA	17,52	15,85	2,84
CENTRO-SUR	20,58	15,11	2,50
CASTILLA Y LEON	5,53	5,43	3,30
NOROESTE	8,39	10,97	4,48
NORTE	8,23	10,15	4,45
T.CANARIAS	4,57	2,57	1,86
< 2000 HABIT.	6,27	10,08	5,03
2000 A 10000	14,62	16,92	3,69
10001 A 100000	38,05	36,35	3,16
100001 A 500000	23,81	20,70	3,08
+ DE 500000	17,25	15,95	3,44
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,54	3,82
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,36	2,70
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	8,68	1,61
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,17	2,19
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,78	3,30
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,60	2,59
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,42	4,99
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,53	5,97
RETIRADOS	23,18	28,91	6,37

El perfil intensivo de compra para la categoría de lechugas/escarolas/envidias se conforma de hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y retirados.

Quien realiza el mayor consumo per cápita de la categoría con un 87,8% superior a la media son los retirados esto supone un volumen de 3 kilogramos más por persona y año. Por su parte, son las parejas con hijos pequeños quienes realizan el menor consumo per cápita haciendo de media unos 1,8 kilos menos por persona y periodo de estudio.

La comunidad de Aragón es la que mayor volumen de compra mueve (67,7% más) en relación con su peso poblacional, del lado contrario tenemos la CCAA de Canarias, que no adquiere el volumen de compra que debería en base a lo que representa poblacionalmente.

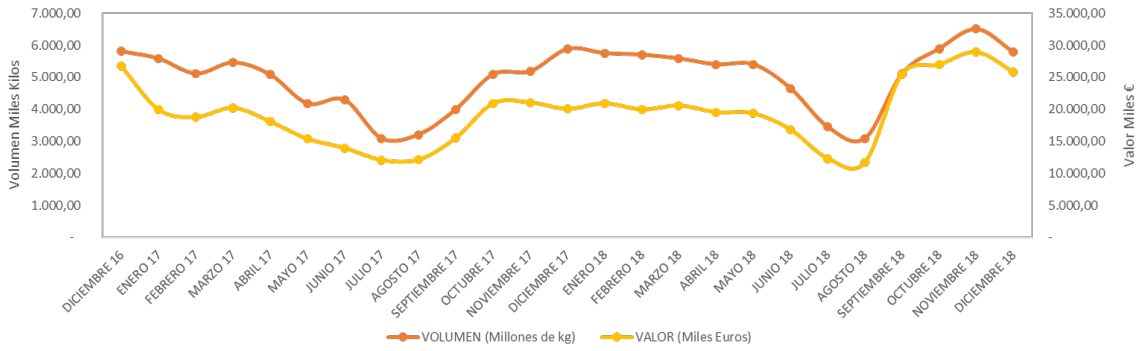
3.12.6 SETAS

- **Resultados totales**

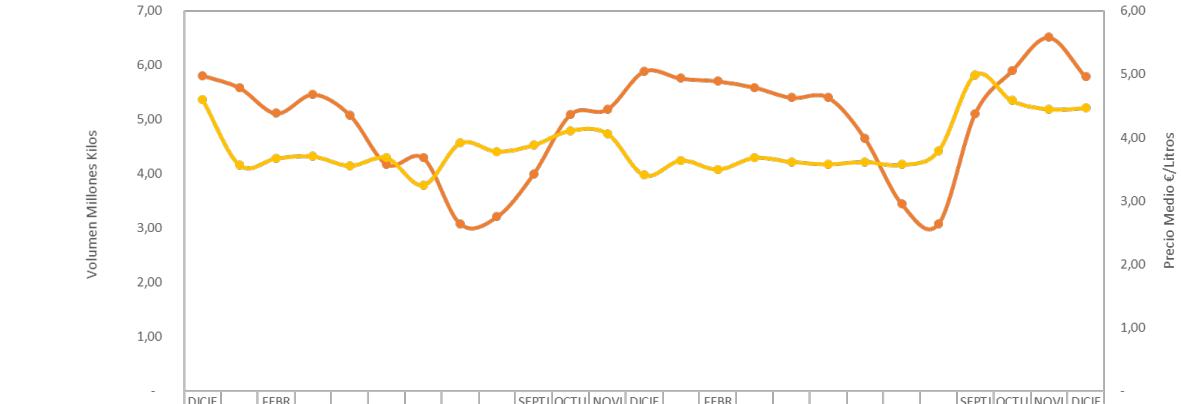
	Consumo doméstico de Champiñones+O.Setas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	62.336,36	11,0%
VALOR (Miles €)	248.487,10	19,4%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	1,36	10,6%
GASTO x CÁPITA (€)	5,43	19,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,22	11,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,36	17,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	3,99	7,6%

Las setas aumentan su consumo un 11,0%, llegando a consumir 1,36 kilos por persona en 2018. Este hecho hace que el gasto per cápita sea de 5,43€ por persona, aumentando un 19,0%. Aunque en el gasto que se realiza sobre total alimentación y bebidas solo ocupan el 0,36 del gasto aumenta un 17,6%.

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



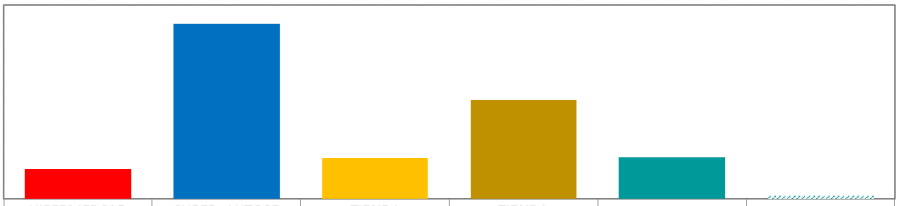
Evolución mensual de total compras (miles kg) y precio medio (€/kg)



	DICIEMBRE 16	ENERO 17	FEBRERO 17	MARZO 17	ABRIL 17	MAYO 17	JUNIO 17	JULIO 17	AGOSTO 17	SEPTIEMBRE 17	OCTUBRE 17	NOVIEMBRE 17	DICIEMBRE 17	ENERO 18	FEBRERO 18	MARZO 18	ABRIL 18	MAYO 18	JUNIO 18	JULIO 18	AGOSTO 18	SEPTIEMBRE 18	OCTUBRE 18	NOVIEMBRE 18	DICIEMBRE 18
VOLUMEN (Millones kg)	5,81	5,58	5,11	5,46	5,08	4,18	4,29	3,08	3,21	4,00	5,09	5,19	5,89	5,76	5,71	5,59	5,40	5,41	4,65	3,45	3,08	5,11	5,90	6,51	5,79
PRECIO MEDIO kg	4,59	3,57	3,67	3,70	3,56	3,68	3,25	3,91	3,78	3,88	4,11	4,06	3,41	3,64	3,50	3,68	3,62	3,58	3,62	3,57	3,79	4,99	4,58	4,45	4,47

- **Canales**

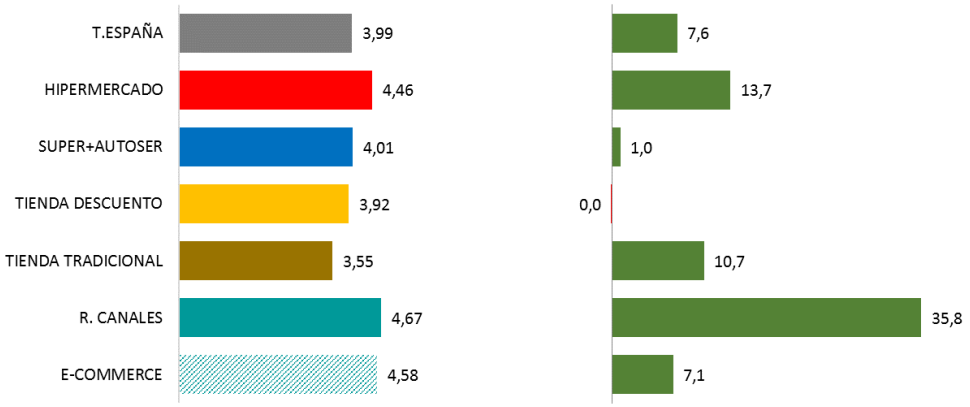
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	7,7	45,2	10,6	25,6	10,9	0,8
TAM % EVOLUCION VOLUMEN kg	-2,8	12,5	9,6	4,7	38,6	60,4

El hipermercado desciende su consumo un 2,8%, alcanzando una cuota de 7,7. El resto de las plataformas aumentan su consumo, el que más crece es el supermercado y autoservicio, seguido de la tienda descuento y la tienda tradicional con una evolución con respecto a 2017 del 12,5%, 9,6% y 4,7% respectivamente.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio de las setas aumenta un 47,6% con respecto a 2017, situándose en torno a los 4,00€/kilo. La tienda tradicional es la mas economica, aunque aumenta su precio en 10,7%. El hipermercado, pese a ser una de las plataformas más caras, aumenta el precio en torno al 14% con respecto a 2017.

- ## Demográficos

CHAMPIÑONES+O.SETAS	% Poblacion	% Distribución Volumen (kg)	Consumo x cápita (kg)
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,36**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,09	1,68
MEDIA	30,71	32,26	1,37
MEDIA BAJA	26,56	26,81	1,33
BAJA	26,42	21,84	1,12

- 35 AÑOS	13,63	10,30	1,06
35 A 49 AÑOS	32,24	30,17	1,05
+ 50 AÑOS	54,13	59,53	1,70
50 A 64 AÑOS	26,67	31,30	1,54
65 Y MAS AÑOS	27,46	28,23	1,91

CATALUÑA	16,03	17,88	1,58
ARAGÓN	2,92	3,50	1,65
ILLES BALEARS	2,43	2,98	1,75
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	14,29	1,85
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,35	1,47
ANDALUCÍA	17,52	14,37	1,03
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,38	1,35
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	5,08	1,50
EXTREMADURA	2,34	1,95	1,06
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,08	1,02
GALICIA	5,92	4,51	1,02
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,79	1,06
CANTABRIA	1,29	1,10	1,27
PAIS VASCO	4,84	5,88	1,78
LA RIOJA	0,70	0,72	1,49
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,24	1,24
CANARIAS	4,57	3,92	1,14

NORESTE	21,38	24,35	1,62
LEVANTE	13,80	17,64	1,77
ANDALUCIA	17,52	14,37	1,03
CENTRO-SUR	20,58	20,40	1,35
CASTILLA Y LEON	5,53	4,08	1,00
NOROESTE	8,39	6,31	1,03
NORTE	8,23	8,93	1,57
T.CANARIAS	4,57	3,92	1,14

< 2000 HABIT.	6,27	5,79	1,16
2000 A 10000	14,62	13,52	1,18
10001 A 100000	38,05	39,13	1,36
100001 A 500000	23,81	23,87	1,42
+ DE 500000	17,25	17,69	1,53

JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,49	2,10
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,73	1,49
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,28	0,77
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,13	0,94
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,43	1,39
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,53	1,02
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,58	1,89
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,78	2,50
RETIRADOS	23,18	23,04	2,04

El perfil intensivo en la compra de champiñones y otras setas se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos donde el responsable de las compras es de edad adulta.

El consumo per cápita más alto lo registran los adultos junto con los jóvenes independientes, ambos por encima del 50% de la media (1,4 kilos por persona y año). Por el contrario, las parejas con hijos pequeños quienes registran el menor consumo per cápita por cicló de vida, siendo un 43,7% inferior a la media nacional.

Las CCAA menos intensivas en la compra de la categoría son; el Principado de Asturias y Castilla y León. Por ende, es la Comunitat Valencia quien realiza una mayor compra de estas hortalizas en relación con su peso poblacional.

3.13 HUEVOS

- **Resultados totales**

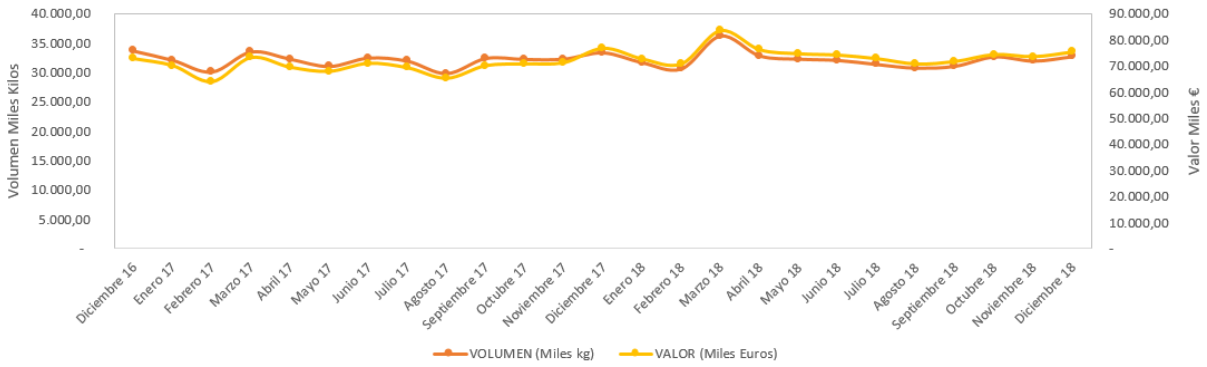
Se incrementa un 0,7% el volumen de compra de huevos en relación con 2017. El valor de mercado crece de forma más significativa (+6,1%) debido al encarecimiento de este producto, cuyo precio medio cierra en los 2,30 €/kg, lo que supone un aumento de este del 5,3%.

Como consecuencia, el gasto per cápita aumenta en 5,7 puntos porcentuales siendo la cantidad invertida en la compra de huevos de 19,40€ por persona. El consumo per cápita se mantiene en términos positivos con una variación del +0,3% y cada individuo de media, consume 8,42 kilos por persona y periodo de estudio.

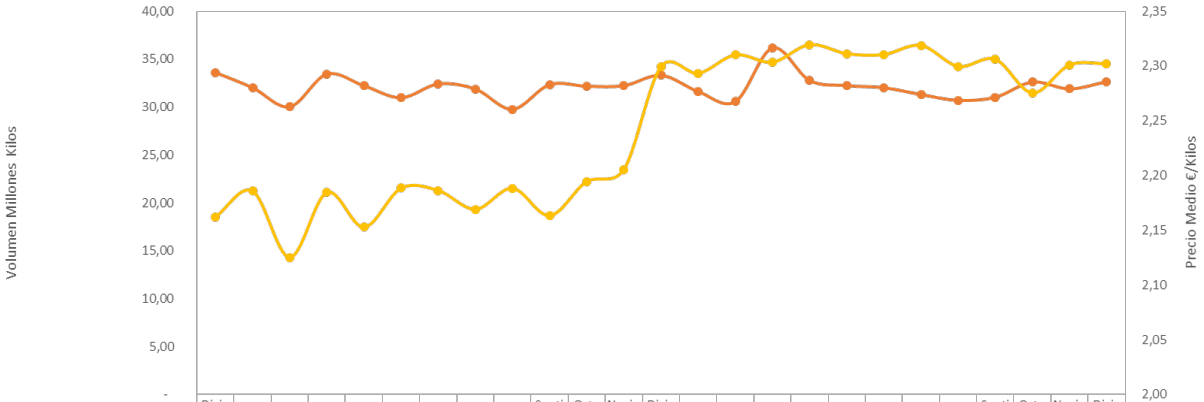
La categoría representa el 1,30% del gasto total realizado por los hogares en alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de T.Huevos Kgs en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	385.508,32	0,7%
VALOR (Miles €)	888.285,87	6,1%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	8,42	0,3%
GASTO x CÁPITA (€)	19,40	5,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,34	0,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,30	4,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,30	5,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

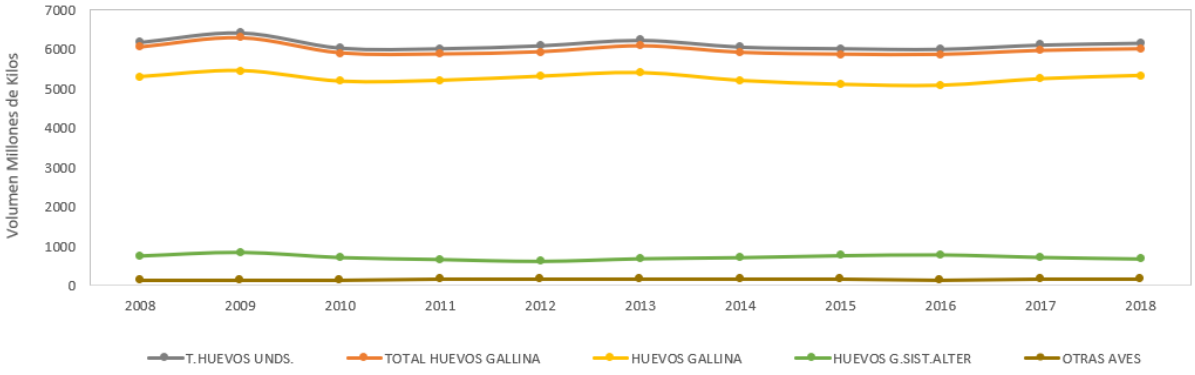


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

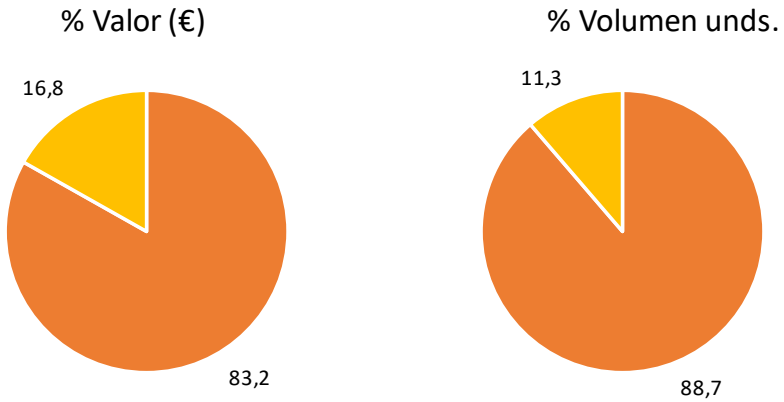


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	33,6	32,0	30,0	33,4	32,2	30,9	32,4	31,8	29,7	32,3	32,1	32,2	33,3	31,6	30,5	36,1	32,7	32,2	32,0	31,3	30,6	31,0	32,6	31,8	32,6
PRECIO MEDIO kg	2,16	2,19	2,13	2,18	2,15	2,19	2,19	2,17	2,19	2,16	2,19	2,21	2,30	2,29	2,31	2,30	2,32	2,31	2,31	2,32	2,30	2,31	2,28	2,30	2,30

Evolución anual de total compras (millones unidades) por tipos de huevos



- **Importancia por tipos de huevos**



% Evolucion 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL HUEVOS GALLINA	6,1%	0,7%
HUEVOS NO ECOLÓGICOS	8,1%	1,5%
HUEVOS ECOLÓGICOS	-2,5%	-5,4%

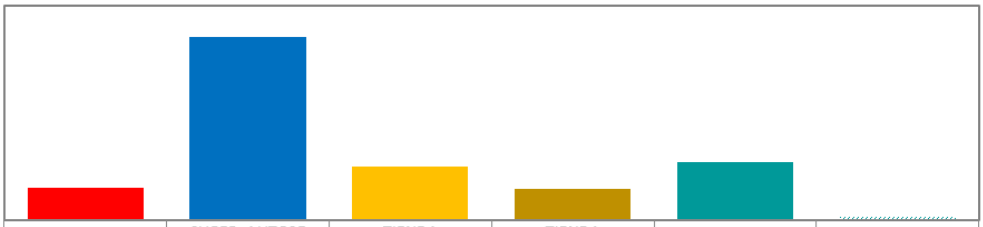
- **Consumo per cápita**

	Consumo per cápita (unidades)	
	AÑO 2017	AÑO 2018
T.HUEVOS UNDS.	**133,85**	**134,37**
TOTAL HUEVOS GALLINA	130,62	131,06
HUEVOS NO ECOLÓGICOS	114,92	116,25
HUEVOS ECOLÓGICOS	15,71	14,81

El consumo per cápita se expresa en unidades. El año 2018 se ha incrementado el consumo de huevos en unidades por persona un 0,4%. Como puede observase el incremento proviene principalmente de aquellos huevos que no son ecológicos, pues su consumo aumenta de 114,92 unidades a 116,25, por persona y año, mientras que se reduce la cantidad ingerida por persona y año de huevos ecológicos

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	9,0	51,2	14,8	8,8	16,2	0,9
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-3,2	2,9	8,7	-12,1	-2,3	20,3

El 51,2% de los kilos de huevos adquiridos para consumo doméstico se compran en el supermercado y autoservicio, canal que además crece un 2,9% en este periodo. Resulta más significativo sin embargo el crecimiento de la cuota de la tienda de descuento, que se incrementa en 8,7 puntos porcentuales de manera que ahora cuenta con una participación del 14,8%.

Por el contrario, hipermercado y tienda tradicional reducen su volumen de compra en un 3,2% y 12,1% respectivamente.

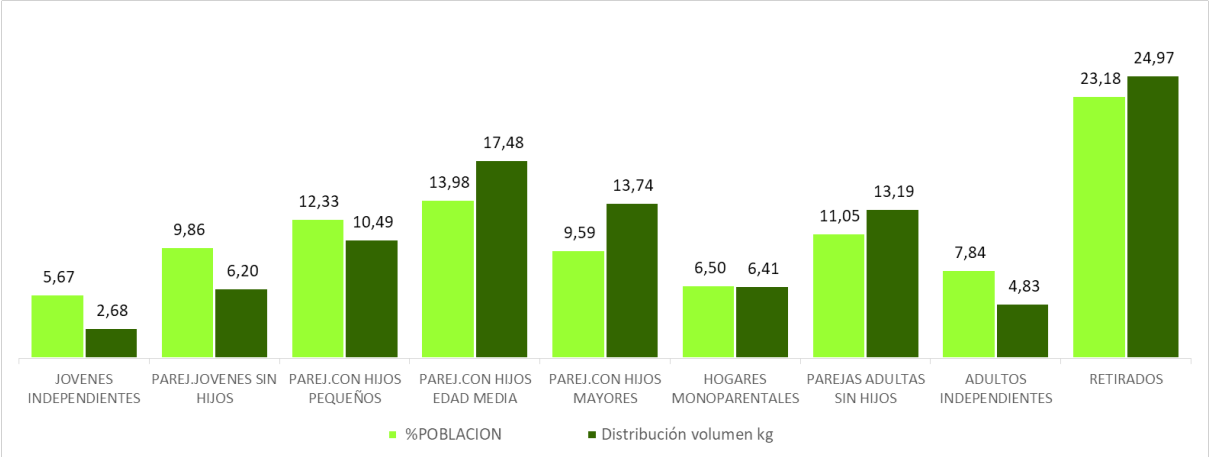
Precio medio (€/kg) y % volumen por canales (2018 vs 2017)



En 2018, el huevo cierra con un precio medio de 2,30 €/kilo y experimenta un encarecimiento generalizado, siendo e-commerce e hipermercado los canales donde el precio aumenta de forma más significativa (+10,9% y +9,0%). No obstante, el canal con el precio medio más alto fue la tienda tradicional (2,74 €/kg), siendo la diferencia de 0,44€ más respecto a la media nacional. En cuanto al precio medio más económico, se localiza en la tienda descuento, situándose en 2,00 €/kg (un 13,2% más bajo que el precio medio del mercado).

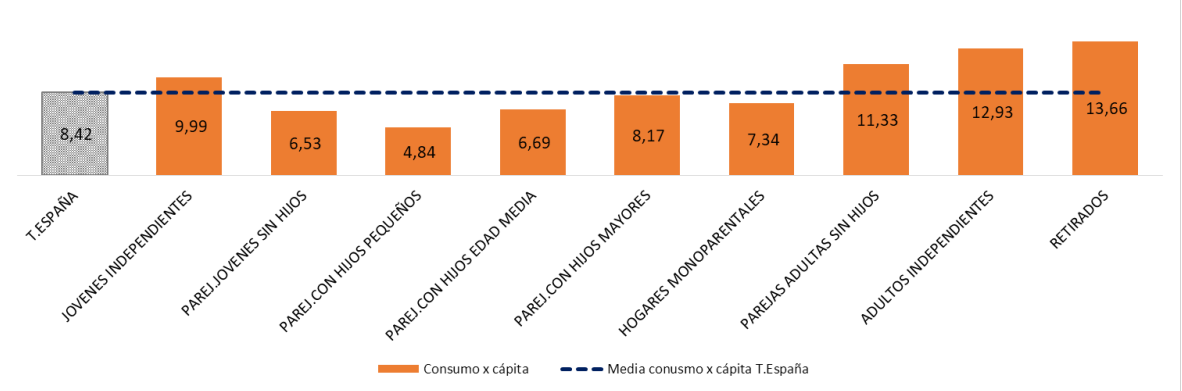
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo vida (2018)



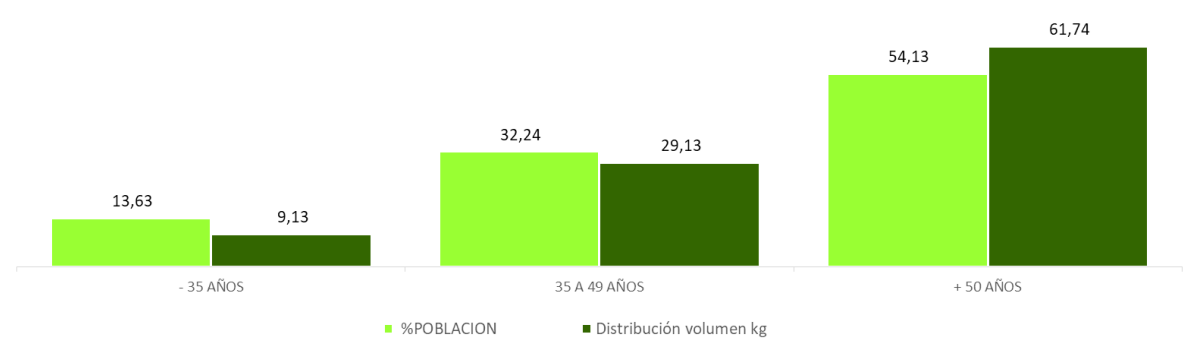
Hogares con presencia de hijos mayores o medianos, así como parejas adultas sin hijos o retirados, se posicionan como consumidores intensivos de la categoría de huevos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



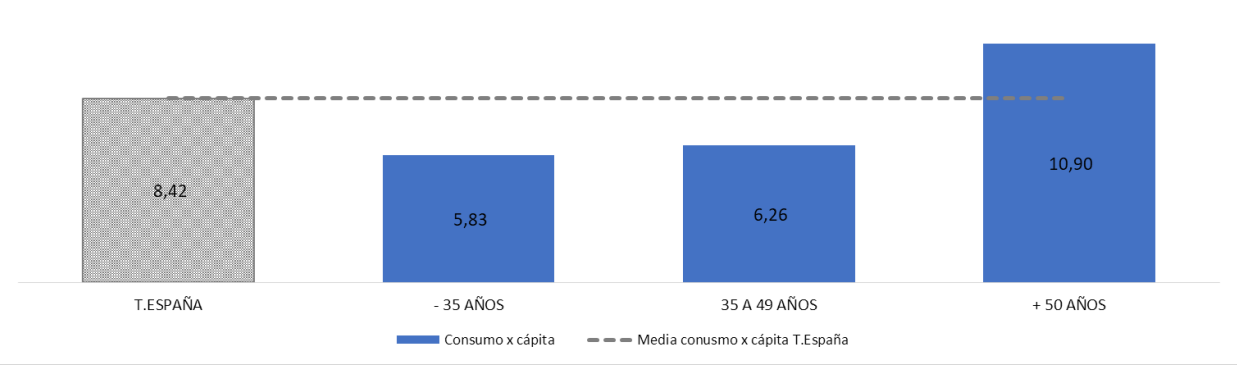
Son los retirados los individuos que mayor consumo per cápita realizan de huevos de toda la península ibérica. Concretamente su consumo es un 62% superior a la media del mercado. Le siguen adultos independientes, y las parejas adultas sin hijos. Por el contrario, las parejas con hijos pequeños son quienes menor consumo per cápita hacen, con una ingesta media de 4,84 kilogramos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



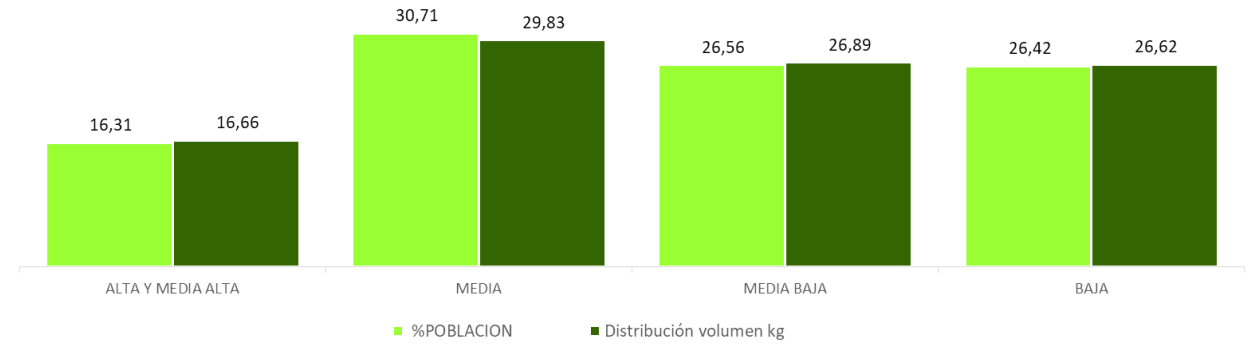
Hogares cuyo responsable de compra supera los 50 años, hogar comprador de la categoría.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



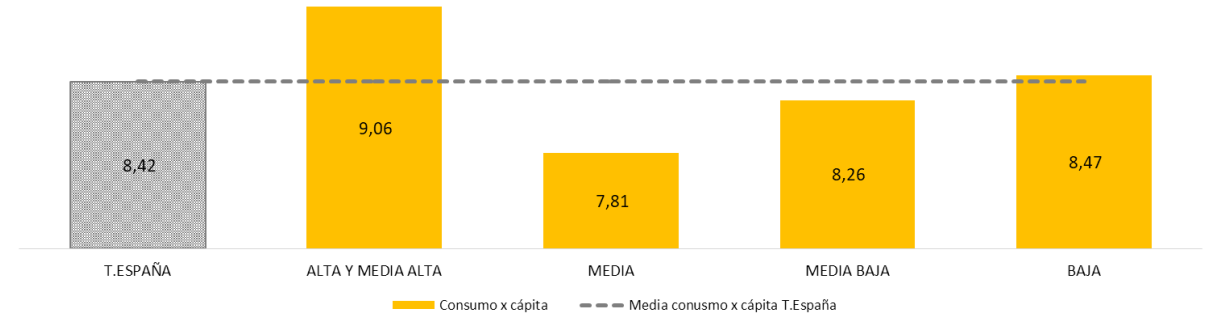
Son los individuos mayores de 50 años, quienes realizan la mayor ingesta per cápita de huevos, con una cantidad aproximada por año de 10,90 kilogramos, superando la media en un 29% aproximadamente.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



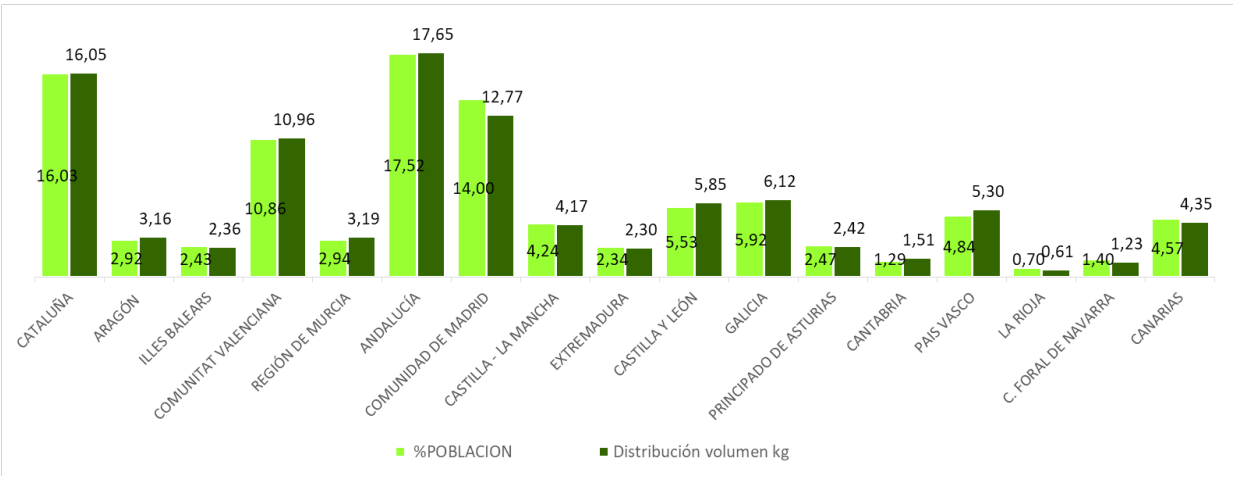
No hay ningún perfil socioeconómico que destaque sobre el resto en cuanto al consumo de huevos, ya que la distribución del volumen es muy parecida a la distribución de la población.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



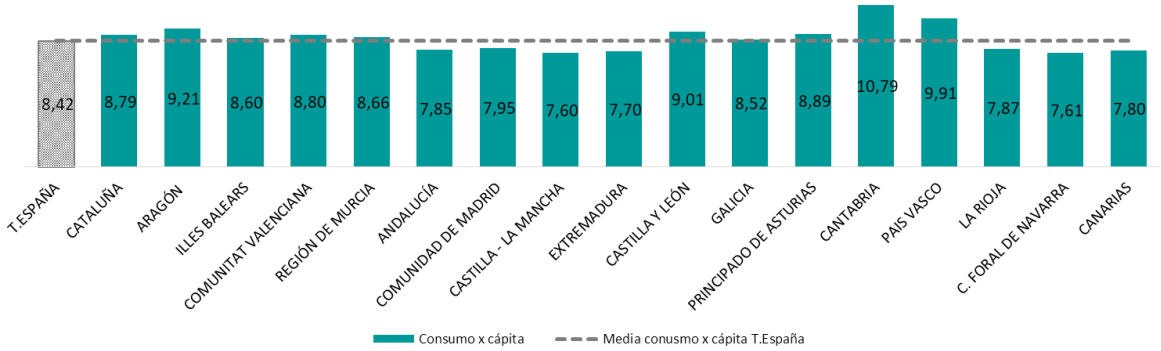
Son los individuos segmentados en clase alta y media alta quienes realizaron un consumo más alto de huevos, con una cantidad un 8% superior a la media del mercado. También ligeramente superior a la media nacional, fue el consumo de la clase baja.

% Población y % distribución del volumen por Comunidad Autónoma (2018)



Por su parte, las CCAA con mayor consumo de huevos son Cantabria y País Vasco, Murcia y Aragón entre otras. Quienes menor consumo realizan son; Comunidad Foral de Navarra y La Rioja.

Consumo per cápita por Comunidad Autónoma (2018)



Los individuos de Cantabria quienes mayor consumo per cápita realizan de huevos, 2,37 kilos más por persona y año que la media del mercado. Le siguen habitantes de País Vasco, Aragón y Castilla y León. Quienes menos consumo per cápita realizan son los individuos de Castilla-La Mancha.

3.14 LECHE LÍQUIDA Y DERIVADOS LÁCTEOS

Esta categoría se compone de los siguientes productos, total leche líquida, otras leches como leche evaporada, leche condensada, o leche en polvo, preparados lácteos y derivados lácteos como queso, leches fermentadas, mantequilla y postres lácteos.

- **Resultados totales**

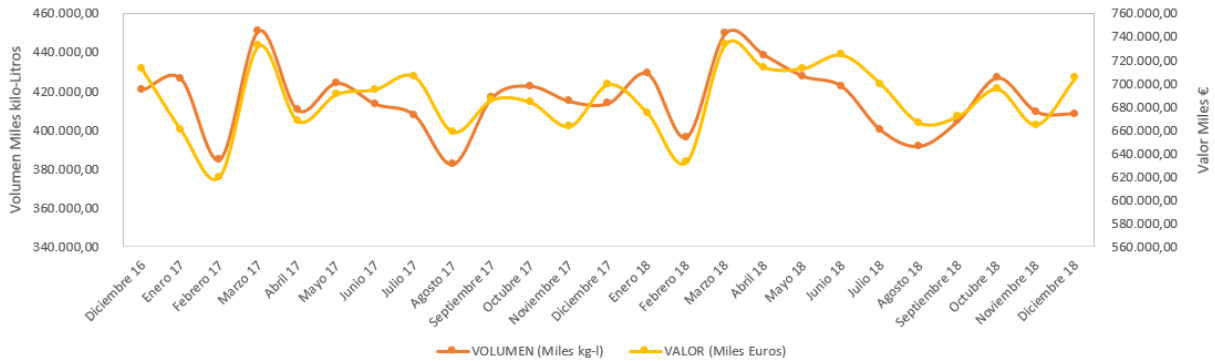
El mercado de leche y derivados lácteos crece en términos de volumen a cierre de año 2018, con un incremento en compra del 0,7%. En valor el aumento es mayor y llega hasta el 1,6%, debido al impacto que tiene el incremento del precio medio del 0,9%, cerrando a cierre de año 2018 con un valor medio de 1,66 €/kg.

El consumo per cápita de estas categorías se sitúa en 109,28 kilogramos por persona y año, una cantidad que es relativamente estable en un 0,4% superior a la ingerida en el periodo anterior, mientras que el gasto invertido por persona en el año 2018 se supera un 1,2% y asciende a 181,09 €.

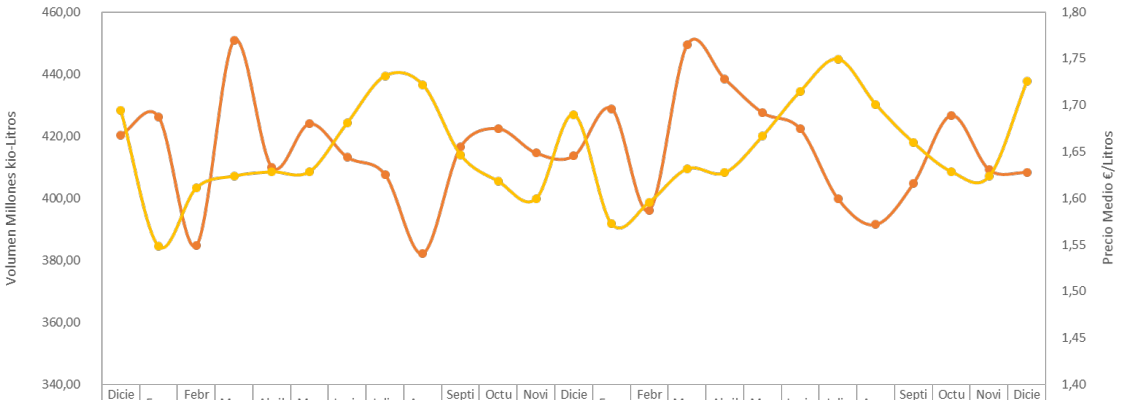
Esta categoría de alimentación representó un 12,10% del presupuesto total destinado a la compra de alimentación de los hogares y se mantuvo constante con respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de Leche Y Derivados Lácteos en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg-l)	5.002.645,72	0,7%
VALOR (Miles €)	8.290.303,28	1,6%
CONSUMO x CÁPITA (l)	109,28	0,4%
GASTO x CÁPITA (€)	181,09	1,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	17,35	0,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	12,10	0,1%
PRECIO MEDIO (€/kg-l)	1,66	0,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg-l)

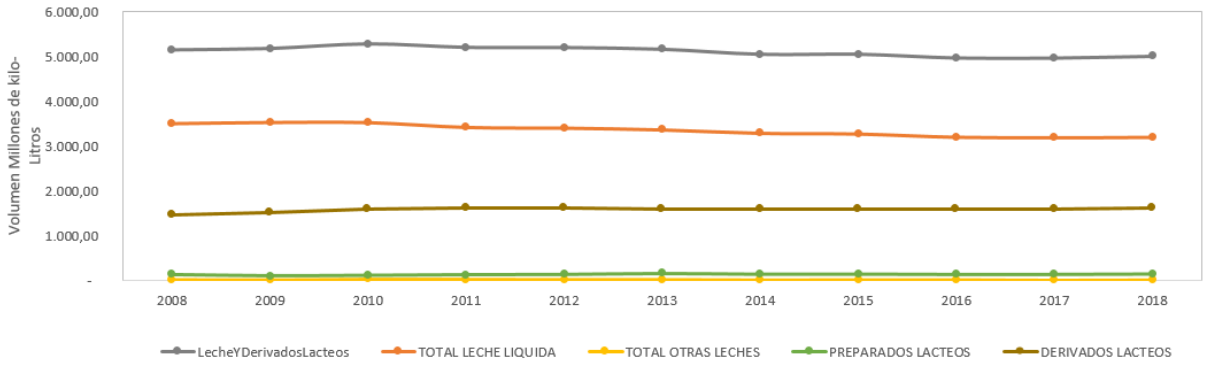


Evolución mensual de total compras (millones kg-l) y precio medio (€/kg-l)

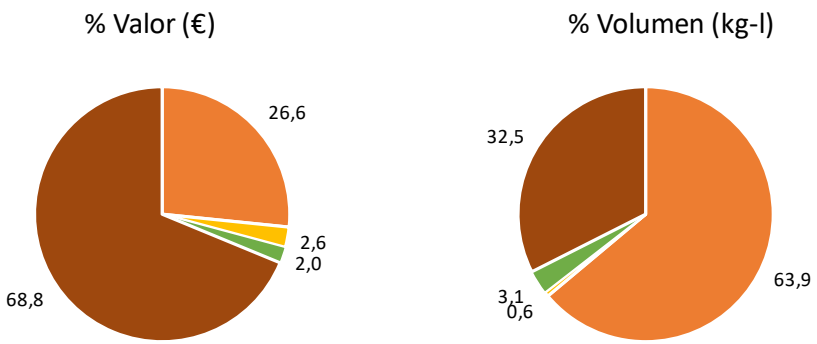


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg-l)	420,	426,	384,	450,	410,	423,	413,	407,	382,	416,	422,	414,	413,	428,	396,	449,	438,	427,	422,	399,	391,	404,	426,	409,	408,
PRECIO MEDIO kg-l	1,69	1,55	1,61	1,62	1,63	1,63	1,68	1,73	1,72	1,65	1,62	1,60	1,69	1,57	1,60	1,63	1,63	1,67	1,71	1,75	1,70	1,66	1,63	1,62	1,73

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia de los tipos de leche líquida y derivados lácteos**



% Evolucion 2018 vs 2017	Valor	Volumen
Leche y Derivados Lácteos	1,6%	0,7%
TOTAL LECHE LIQUIDA	-0,1%	0,3%
TOTAL OTRAS LECHES	4,9%	3,9%
PREPARADOS LACTEOS	7,6%	7,4%
DERIVADOS LACTEOS	2,0%	1,0%

El 63,9% del volumen de la categoría se corresponde con leche líquida, siendo su proporción en valor del 26,6%. Su variación en volumen y en valor es estable para este producto (+0,3% y -0,1% respectivamente). Le sigue en orden de importancia en volumen la categoría de derivados lácteos con el 32,5% de los litros. Su variación con respecto al año 2018 es positiva (+1,0%). Si bien en valor son estos productos quienes tienen la mayor proporción con el 68,8% de la facturación, siendo su variación con respecto al año anterior de dos puntos porcentuales.

Los preparados lácteos, son la tercera categoría por orden de importancia en volumen y representan el 3,1% de los litros, con una cuota del 2,0% en valor. Su variación es creciente para ambas magnitudes. De igual forma la evolución de otras leches es positiva siendo su cuota en volumen del 0,6% mientras que en valor ronda el 2,6%.

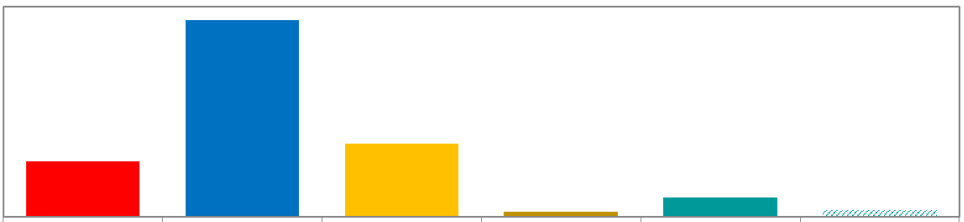
- **Consumo per cápita de los tipos de leche líquida y derivados lácteos**

	Consumo per cápita (kg-l)	
	Año 2017	**Año 2018**
Leche y Derivados Lácteos	**108,88**	**109,28**
TOTAL LECHE LIQUIDA	69,90	69,83
TOTAL OTRAS LECHES	0,62	0,64
PREPARADOS LACTEOS	3,11	3,33
DERIVADOS LACTEOS	35,25	35,47

A cierre de año 2018 el consumo per cápita de los productos lácteos fue de 109,28 de media, con un incremento del 0,4%. Se atribuye el 63,9% del consumo per cápita a la leche líquida, con un consumo aproximado por persona y año de 69,83. El consumo medio por persona de derivados lácteos de derivados lácteos se sitúa en los 35,47 kilos, una cantidad que se incrementa en un 0,6% con respecto al año anterior, de igual forma aumenta el consumo per cápita de preparados lácteos, siendo la cantidad media ingerida por persona de 3,33 kilo-litros/persona/año.

- **Canales**

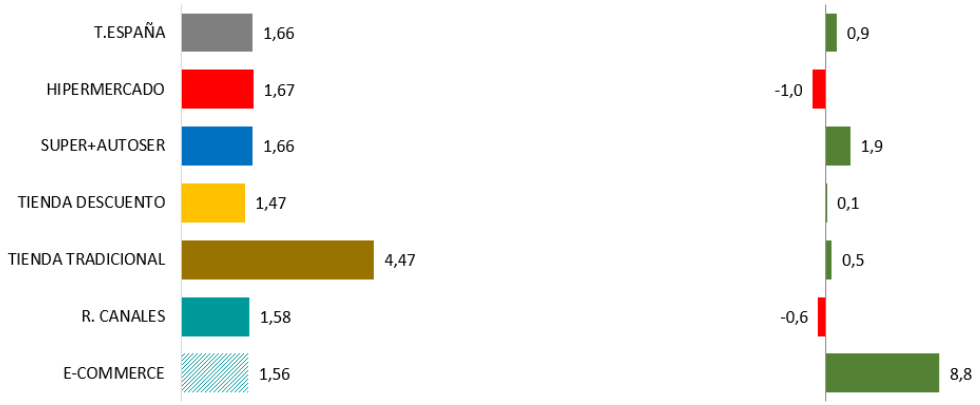
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	15,8	56,3	20,8	1,4	5,6	1,8
% EVOLUCION VOLUMEN (kg-l)	-0,0	0,7	0,7	-0,9	4,1	13,7

El 93,0% del volumen de esta categoría se distribuye en el canal dinámico, de entre estos es el supermercado quien tiene mayor cuota con el 56,3% de los kilos, su variación con respecto al año anterior es positivo en un 0,7%; de igual modo las tiendas descuento varían un 0,7% en positivo, siendo su proporción del 20,8%. Es decir, 1 de cada 5 kilos que llegan a los hogares se adquieren en estas superficies.

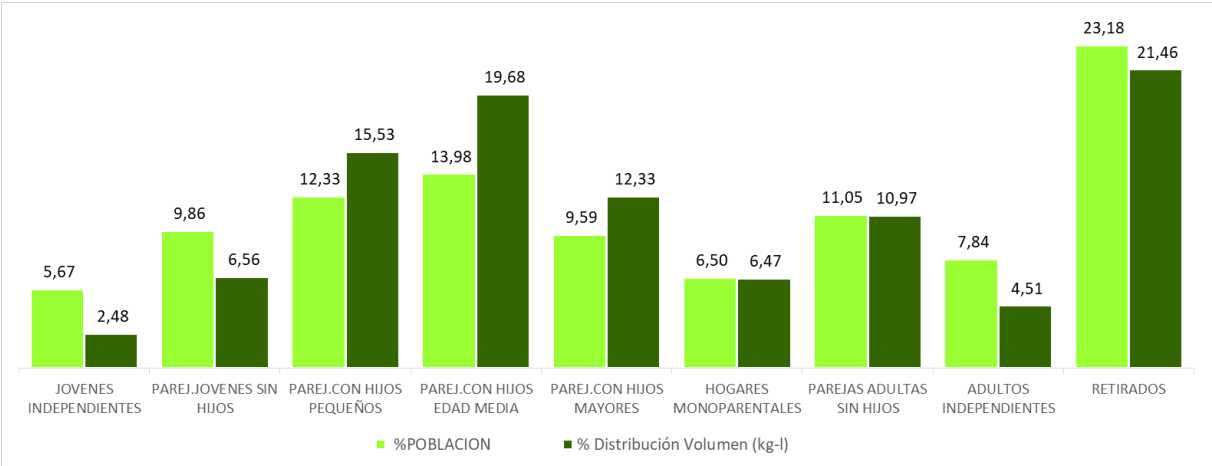
Precio medio (€/kg-l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio kilo-litro para estos productos cerró en 1,66 €-kilo/litro como valor medio de España en 2018, se encarece un 0,9% con respecto al año anterior. Es el discount quien registra el precio más económico, siendo un 11,2% más asequible que esta categoría con 1,47 €-kilo/litro. Por el contrario, el precio medio más alto se registró en la tienda tradicional.

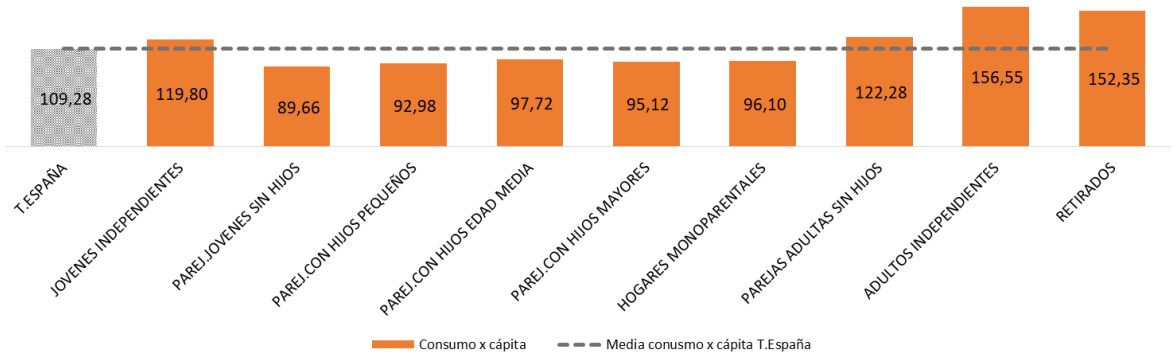
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



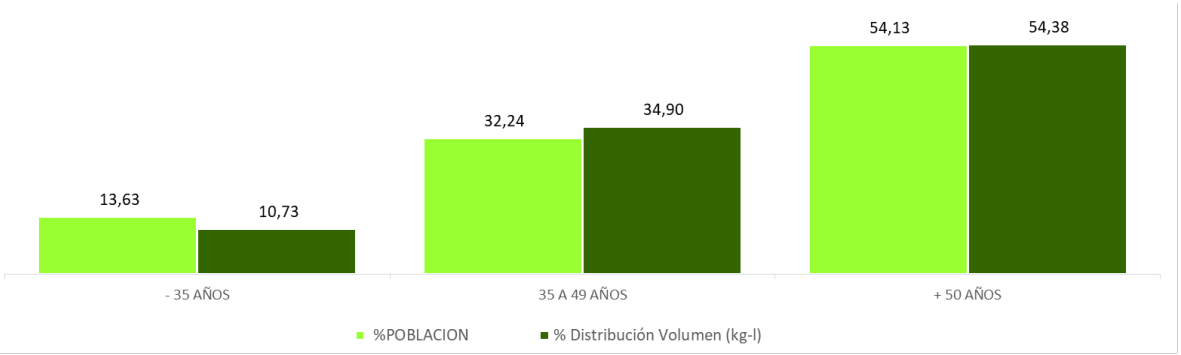
El perfil consumidor por ciclo de vida de estos productos lácteos se corresponde con un hogar con hijos independientemente de la edad, especialmente de hijos medianos. Así mismo, y tal y como puede verse en el gráfico, los retirados mueven el 21,46% de la leche líquida y los derivados lácteos, siendo muy intensivos en la compra de la categoría, puesto que su peso poblacional les del 23,2%. Son sin embargo los jóvenes independientes, quienes menos compran leche líquida y los derivados lácteos, con un peso del 2,5%, cuando lo esperado debería ser al menos su peso poblacional (5,7%).

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



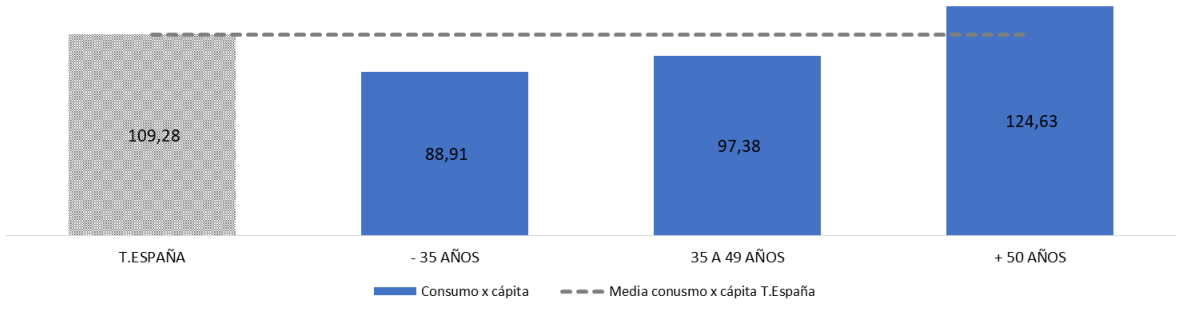
Son los adultos independientes los individuos que más consumo por persona realizan de todos los productos lácteos que medimos en este capítulo, con una ingesta media aproximada por persona y año de 156,55 kilos, siendo una cantidad que supera la media en 47,28 kilos más por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



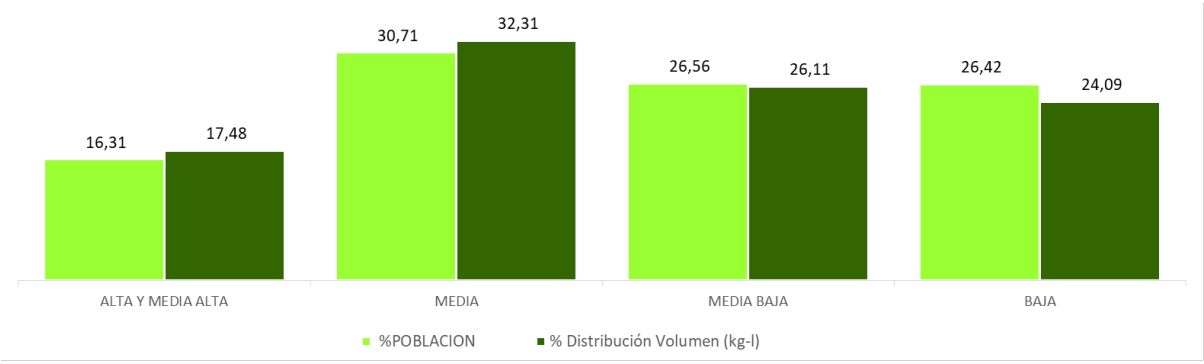
Son los hogares cuyo responsable de compra superan los 35 años los más intensivos en el consumo de leche líquida y los derivados lácteos.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



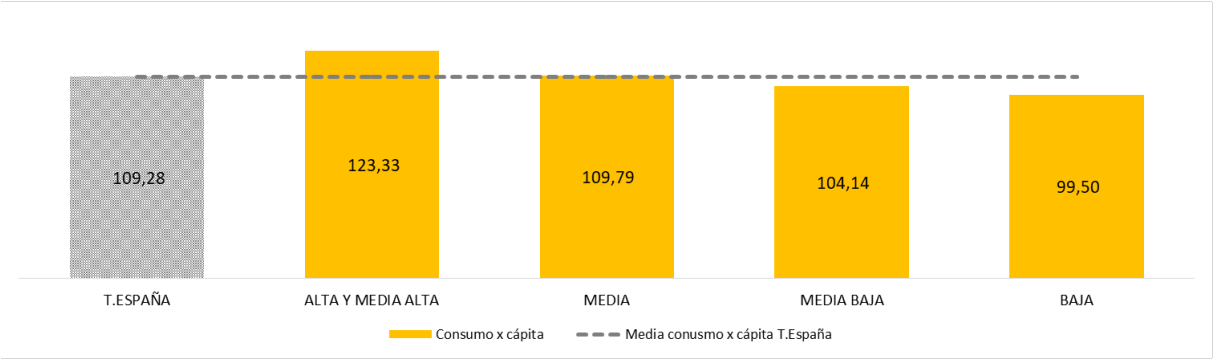
Los adultos de más de 50 años son los que cuentan con el consumo per cápita más alto de la categoría con. Cada individuo consume de media 124,63 kilo-litros de estos productos, cuando la media nacional es de 109,28 kilo litros.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



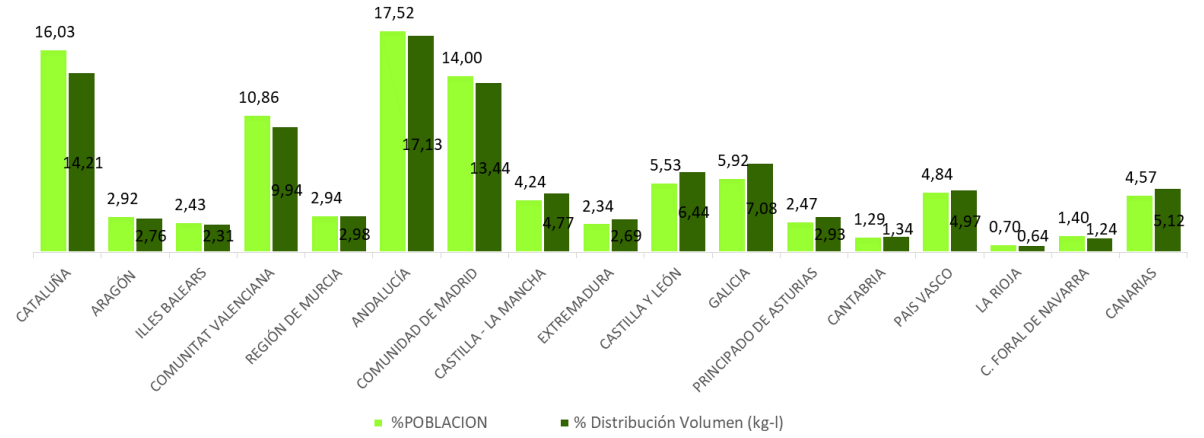
Los hogares de clase media y alta y media alta son el perfil consumidor de la categoría de todos los productos analizados en este capítulo.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



Son los individuos de clase baja quienes realizaron el consumo per cápita más bajo de estos productos durante el año 2018. Su ingesta media fue de 99,50 kilo-litros por persona y año, es decir un 9% más baja que la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)

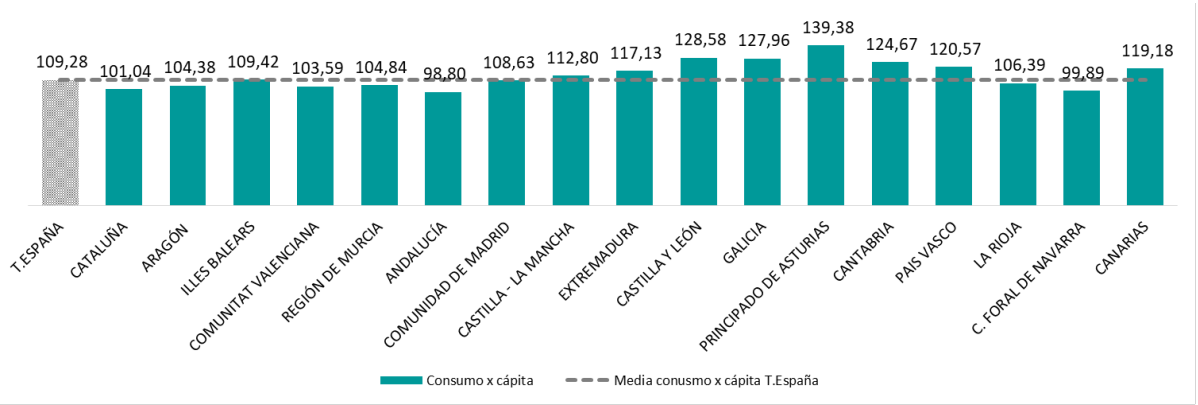


Las comunidades autónomas con un perfil más intensivo en el consumo de leche líquida, derivados y preparados lácteos, así como otras leches son: Galicia, Principado de Asturias, Castilla y León, Extremadura, Castilla-La Mancha y Canarias. Por el contrario, hay otras regiones

españolas como Cataluña y Comunidad Foral de Navarra o La Rioja entre otras que tienen un consumo más bajo del que cabría esperar en base a su peso poblacional.

No obstante, las comunidades más intensivas que compran el mayor volumen de esta categoría son Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Madrid.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Son los asturianos los españoles que realizan el mayor consumo per cápita de estos productos con un consumo medio aproximado de 139,28 kilo-litros al año. Le siguen por orden de consumo per cápita los castellanoleoneses, con una ingesta que supera la media nacional en un 18%. Por el contrario, son los andaluces los individuos españoles que realizan la menor ingesta per cápita de estos productos lácteos de toda España.

3.14.1 LECHE LÍQUIDA

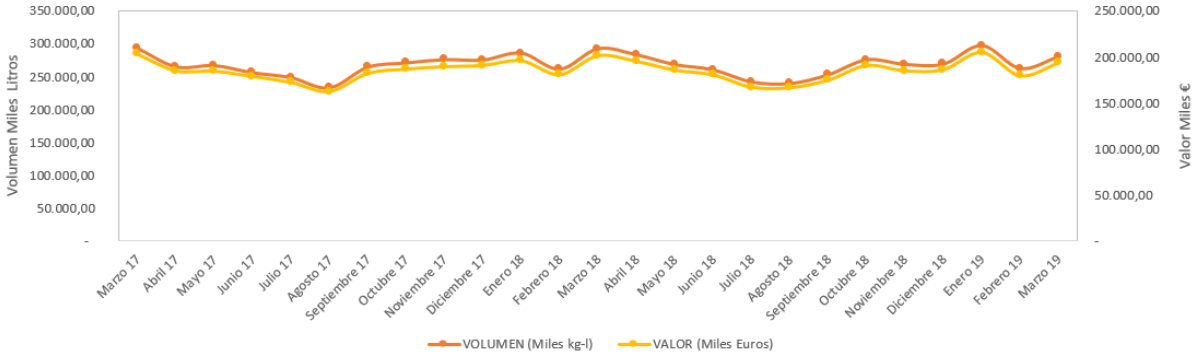
- **Resultados totales**

El año 2018 ha resultado un año estable en el hogar para leche líquida. Su compra apenas ha variado un 0,3% en positivo, su valor presenta estabilidad con una variación del 0,1% en negativo. El precio de leche cerró en 0,69€-litro, lo cual implica estabilidad con variación en negativo del 0,4%.

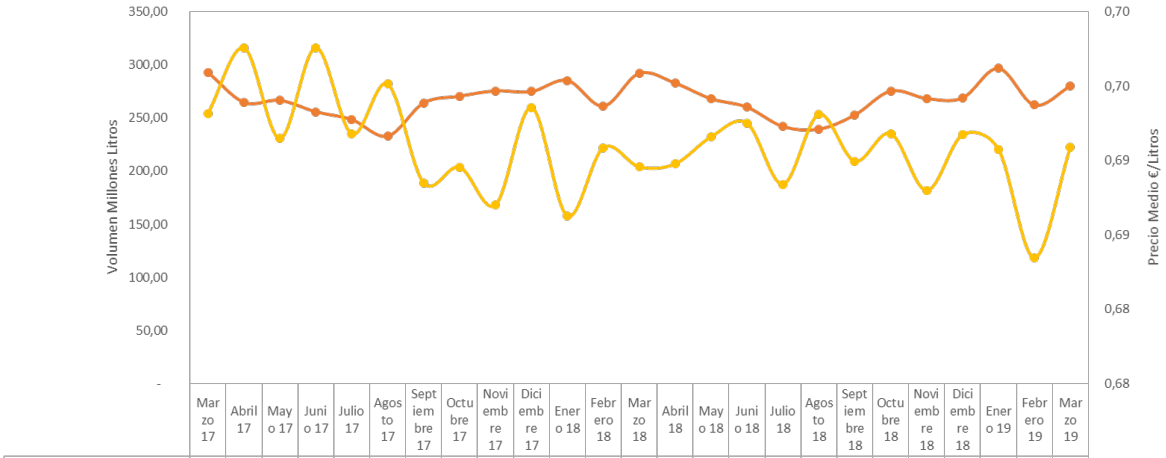
Los hogares destinan a la compra de leche líquida un 3,22% del presupuesto medio asignado a la compra total de alimentación y bebidas para el hogar. Esto implica un gasto aproximado por persona y año de 48,20€, Cada español consume de media la cantidad de 69,83 litros.

	2018	
	Consumo doméstico de Total Leche Liquida	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	3.196.814,71	0,3%
VALOR (Miles €)	2.206.619,16	-0,1%
CONSUMO x CAPITA (l)	69,83	-0,1%
GASTO x capita (€)	48,20	-0,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	11,09	0,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,22	-1,7%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,69	-0,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg-l)

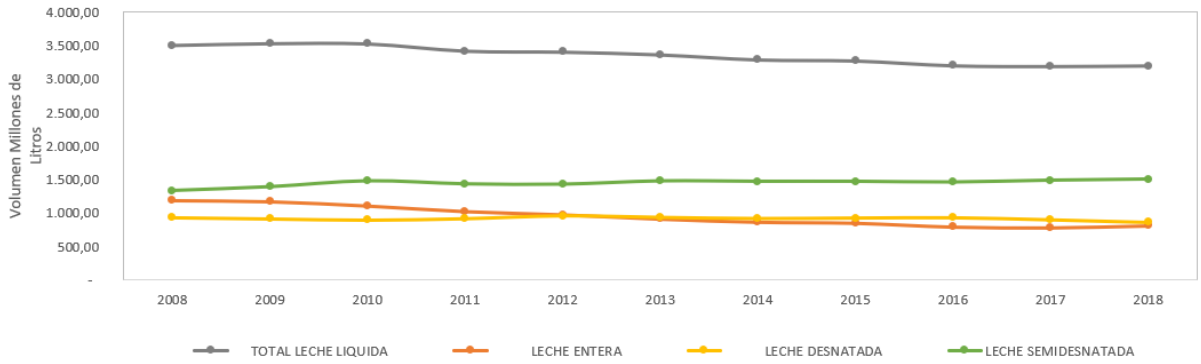


Evolución mensual de total compras (millones kg-l) y precio medio (€/kg-l)

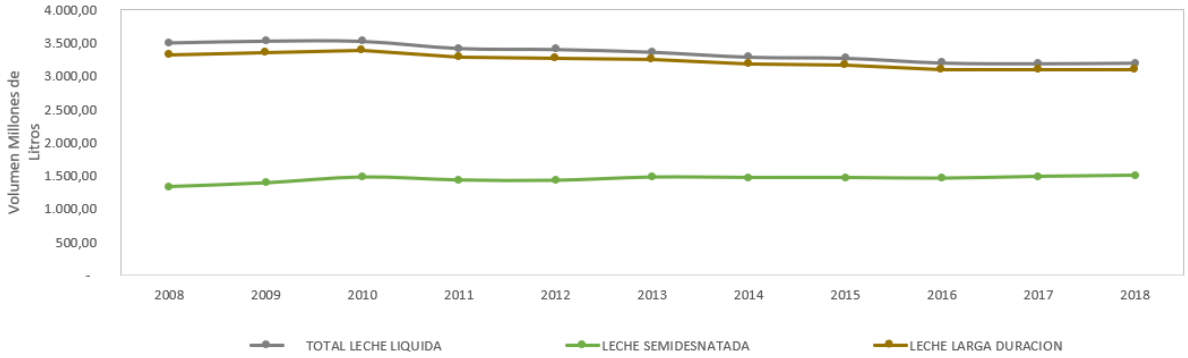


	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18	Enero 19	Febrero 19	Marzo 19
VOLUMEN (Millones kg-l)	292,	264,	266,	255,	248,	232,	264,	270,	275,	274,	285,	261,	292,	282,	268,	260,	242,	239,	252,	275,	268,	268,	296,	262,	280,
PRECIO MEDIO (kg-l)	0,69	0,70	0,69	0,70	0,69	0,70	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69

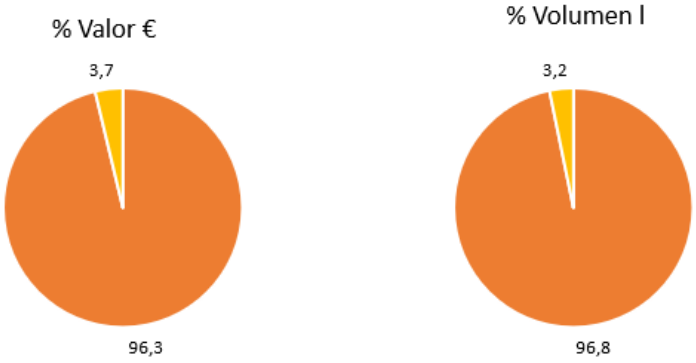
Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipo



A lo largo de los años, es la leche semidesnatada quien ha mantenido el liderazgo en consumo en los hogares. En 2008 el segundo tipo de leche más consumida era el tipo entera, pero hubo un momento de inflexión en el año 2012-2013 donde la tendencia se alternó con el tipo de leche desnatada, algo que se ha mantenido hasta la actualidad.



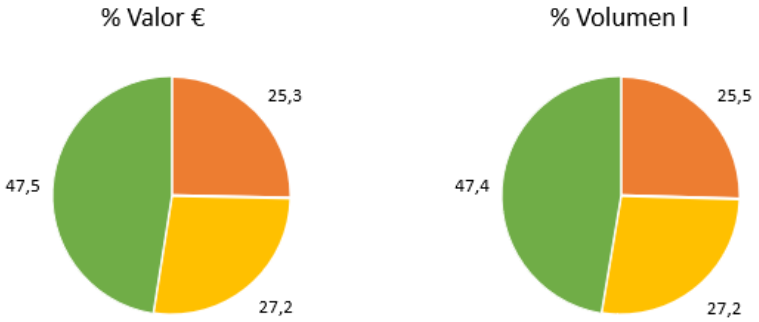
- **Importancia de los tipos de leche líquida**



% Evolucion 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL LECHE LIQUIDA	-0,1%	0,3%
LECHE LARGA DURACION	-0,4%	0,2%
LECHE CORTA DURACION	8,6%	3,3%

El 96,8% de los litros adquiridos son de larga duración en valor su correspondencia es del 96,3%. Su variación es estable para los dos indicadores, 0,2% positivo en volumen, -0,4% en valor.

El tipo de leche corta duración evoluciona de forma muy favorable en el último año tanto en volumen como en valor. Si bien su cuota aún es pequeña para los dos indicadores de referencia, 3,2% en volumen y 3,7% en valor.



% Evolucion 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
LECHE ENVASADA	-0,1%	0,4%
LECHE ENTERA	3,6%	3,8%
LECHE DESNATADA	-5,8%	-3,9%
LECHE SEMIDESNATADA	1,5%	1,2%

Por orden de importancia; El primer tipo de leche con mayor cuota en volumen se corresponde con leche semidesnatada (47,4%). En valor su proporción es del 47,5%. Incrementa tanto su volumen como su valor con respecto al año anterior (+1,2% y +1,5% respectivamente). El tipo de leche desnatada mantiene una proporción del 27,2% de los litros y de los euros de la categoría. Sin embargo, durante el año 2018 retrocede en ambos indicadores, con fuerte retroceso en volumen (-3,9%) y un -5,8% en valor. Por su parte, aumenta la compra de leche entera por parte de los hogares a cierre de año 2018 en volumen (+3,8%). En facturación también evoluciona de forma favorable con un incremento del +3,6%.



% Evolucion 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
LECHE ENVASADA	-0,1%	0,4%
LECHE DE CABRA	18,7%	20,3%
LECHE DE VACA	-0,2%	0,3%

Actualmente tan solo 0,3% de los litros que llegan a los hogares son de leche de cabra. Su correspondencia en valor es del 0,5%. Ahora bien, es un mercado que durante el año 2018 ha crecido de forma muy notable con evolución a doble dígito tanto en volumen como en valor.

- **Consumo per cápita de los tipos de leche líquida**

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
TOTAL LECHE LIQUIDA	**69,90**	**69,83**
LECHE ENTERA	17,11	17,69
LECHE DESNATADA	19,74	18,91
LECHE SEMIDESNATAD	32,66	32,92
LECHE LARGA DURACION	67,71	67,58
LECHE CORTA DURACION	2,18	2,25

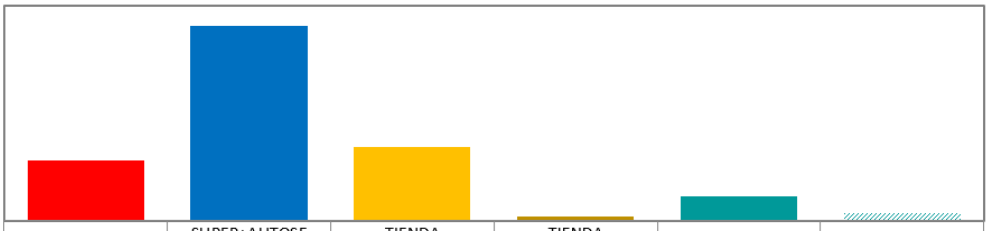
El tipo de leche con mayor consumo per cápita por parte de los individuos españoles por tipo de materia grasa es leche semidesnatada. Cada español consume de media la cantidad de 32,92 litros de este tipo de leche, además durante el año 2018 incremento un 0,8% de media la cantidad media ingerida. Si bien el mayor aumento se produzco en el tipo de leche entera, siendo la cantidad de más ingerida por persona y año de 3,4 porcentual con respecto al año anterior. Se reduce de forma significativa el consumo per cápita de leche desnatada, siendo superior a los tres cuartos de litro menos ingeridos por persona entre el año 2017 y 2018. Es evidente el trasvase de un tipo de leche a otra por individuo, pues la cantidad que se reduce por persona y año a nivel total no es tan alta.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
LECHE ENVASADA	**69,51**	**69,51**
LECHE DE CABRA	0,17	0,20
LECHE DE VACA	69,34	69,32

Aumenta el consumo de leche de cabra, si bien aún tiene un consumo pequeño.

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	17,0	54,4	20,5	1,3	6,8	2,2
% EVOLUCION VOLUMEN I	0,1	-0,3	0,6	-3,5	5,2	15,6

El 54,4% de los litros de leche líquida adquirida para consumo doméstico durante el año 2018, se compraron en el super y autoservicio. El volumen en este canal permanece estable con una variación del -0,3%. El segundo canal por orden de importancia es la tienda descuento, su proporción sobre el volumen total es del 20,5%, su variación con respecto al año anterior es del

0,6%. Es la tienda tradicional, el único canal que tiene una regresión en sus compras si lo comparamos con el año 2017 y decrece un 3,5%.

Precio medio (€/kg-l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para leche líquido a cierre de año 2018 fue de 0,69€-litro con una variación de su precio medio del 0,4% en negativo. El hipermercado es el canal que mayor reducción de precio realiza durante el año 2018 (-1,7%), aún así mantiene un precio medio por encima del precio medio del mercado. Es la tienda descuento quien mantiene el precio medio más accesible de la categoría 0,67€-litro; por el contrario, el precio medio menos competitivo lo mantiene la tienda tradicional, siendo un 24% más alto que la media.

- **Demográficos**

Total Leche líquida	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**70,06**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,46	78,87
MEDIA	30,71	32,09	70,12
MEDIA BAJA	26,56	26,01	69,72
BAJA	26,42	24,44	64,91
- 35 AÑOS	13,63	10,38	55,03
35 A 49 AÑOS	32,24	34,08	60,73
+ 50 AÑOS	54,13	55,54	81,78
CATALUÑA	16,03	13,68	63,21
ARAGON	2,92	2,87	69,98
BALEARES	2,43	2,21	68,57
VALENCIA	10,86	9,64	65,10
MURCIA	2,94	2,79	62,60
T.ANDALUCIA	17,52	15,72	57,85
MADRID	14,00	14,12	72,51
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,14	78,32
EXTREMADURA	2,34	2,86	77,54
CASTILLA LEON	5,53	7,50	97,95
GALICIA	5,92	7,70	88,91
ASTURIAS	2,47	3,03	89,35
CANTABRIA	1,29	1,28	73,72
PAIS VASCO	4,84	5,08	78,39
LA RIOJA	0,70	0,67	67,76
NAVARRA	1,40	1,32	71,49
CANARIAS	4,57	4,38	64,10
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,43	75,06
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,42	55,67
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,64	55,73
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,76	62,75
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,75	63,83
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,37	60,83
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	10,83	77,63
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,38	96,66
RETIRADOS	23,18	22,42	102,47

El perfil intensivo en la compra de leche líquida se corresponde con un hogar formado por niños ya sean pequeños, medianos o mayores, de clase socioeconómica más bien de clase media o media alta y alta, de edad mediana o más bien adulta.

En cuanto a cuáles son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de leche líquida comentar que se corresponde con; Castilla y León, Galicia, Principado de Asturias, Extremadura y Castilla-La Mancha entre otras.

Sin embargo, la región con el consumo per cápita más alto por individuo se corresponde con Castilla y León. Cada individuo realizó un consumo un 40% superior a la media nacional (70,06 litros) siendo más alto en la cantidad de 27,89 litros más por persona y año. Los individuos españoles que menor consumo per cápita realizan de leche líquida son aquellos que viven en Andalucía. Consumen de media un 17% menos de los litros que un español promedio, a su vez, esta cantidad suponen 12,21 litros menos por persona y año ingeridos.

Si realizamos este ejercicio por ciclo de vida, son los retirados quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría. Concretamente un 46% superior a la media del mercado, esto supone 32,41 litros más por persona y año, en total la cantidad son 102,47 litros ingeridos por individuo.

Son las parejas jóvenes sin hijos quienes realizan el menor consumo per cápita de la categoría con una ingesta media de 55,67, un 21% menor que la media.

3.14.1.1 LECHE ENVASADA ENTERA

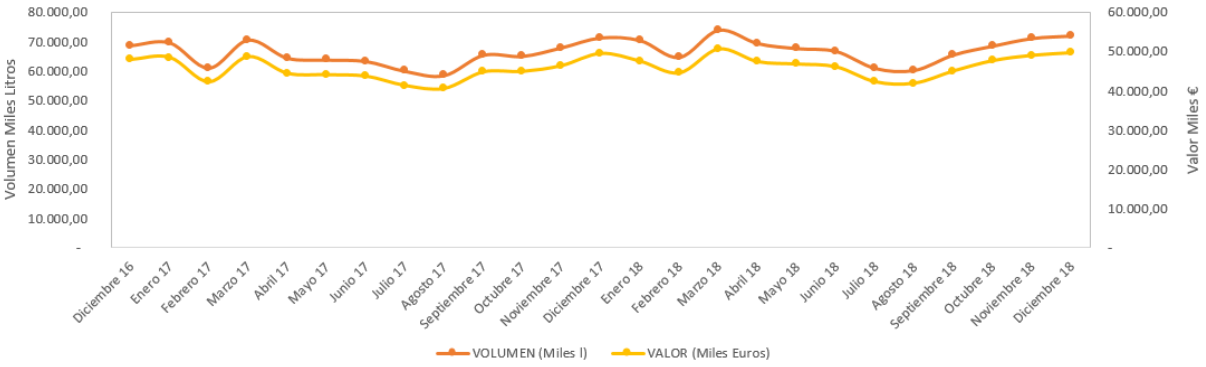
- **Resultados totales**

A cierre de año 2018 los hogares españoles compraron un 3,8% más de leche envasada. En valor la resultante también resulta favorable con un incremento del 3,6%. El precio medio de este tipo de leche cerró en 0,69 €-litro, siendo relativamente estable con respecto al periodo anterior (-0,2%).

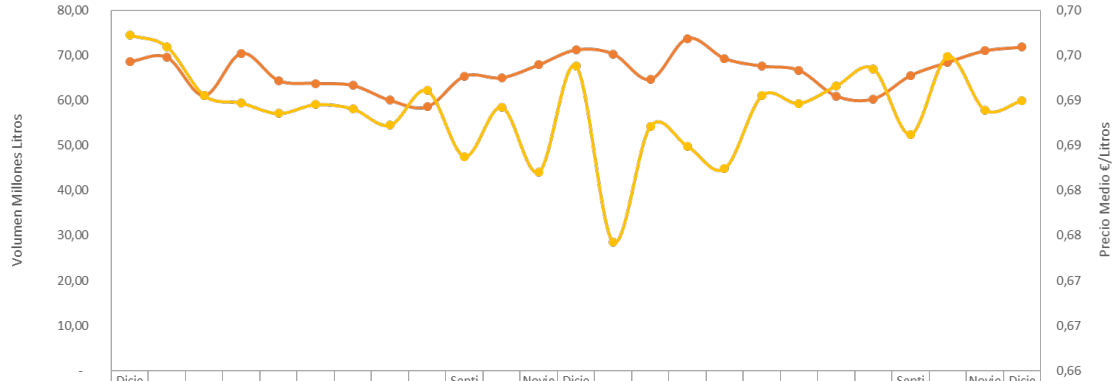
El consumo per cápita de este tipo de leche fue de 17,69 litros, habiéndose incrementado con respecto al año anterior en 3,4 puntos porcentuales. El gasto per cápita realizado por persona y año a cierre de año 2018 se sitúo en los 12,17, con un incremento del 3,2%.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche entera	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	809.987,31	3,8%
VALOR (Miles €)	557.015,75	3,6%
CONSUMO x CAPITA (l)	17,69	3,4%
GASTO x capita (€)	12,17	3,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,81	4,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,81	2,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,69	-0,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



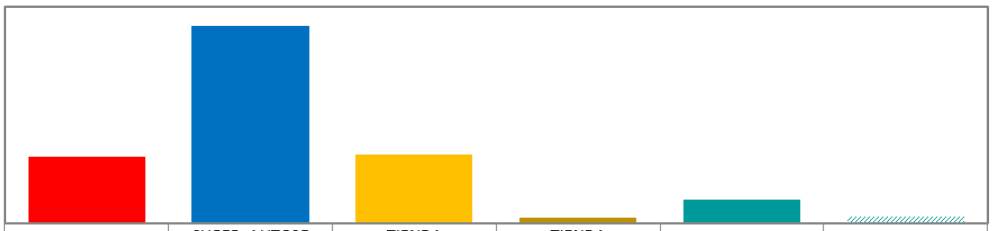
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	68,58	69,50	61,04	70,41	64,38	63,75	63,29	59,99	58,54	65,33	64,98	67,85	71,16	70,28	64,64	73,71	69,26	67,58	66,64	60,95	60,29	65,47	68,41	70,95	71,79
PRECIO MEDIO (l)	0,70	0,70	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69	0,68	0,69	0,67	0,69	0,68	0,68	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	18,3	54,7	19,0	1,4	6,6	1,9
% EVOLUCION VOLUMEN l	0,4	4,9	6,7	-1,1	-1,9	-5,7

Si tenemos en cuenta la distribución por canales, comentar que el 54,7% de los litros de este tipo de leche para consumo doméstico se adquirieron dentro del super y autoservicio, siendo su variación en volumen del 4,9%. También ganó litros la tienda descuento con un incremento del 6,7%, alcanza una cuota del 19%. Excepto el canal dinámico que incorpora litros, el resto de las plataformas de distribución analizadas evolucionan en negativo a cierre de año 2018.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de leche entera cerro en los 0,69€-litro, con una variación del 0,2% en negativo con respecto al año anterior. El hipermercado es el canal que más redujo su precio durante el año 2018, concretamente un 1,8% siendo el canal dinámico con el precio medio menos competitivo. Tienda descuento, canal con el precio medio más económico 0,67 €-litro a pesar de haber variado el precio un 0,5% en positivo.

- **Demográficos**

Leche entera	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**17,69**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	15,57	17,78
MEDIA	30,71	32,58	17,92
MEDIA BAJA	26,56	26,57	17,16
BAJA	26,42	25,28	16,90
- 35 AÑOS	13,63	13,69	18,36
35 A 49 AÑOS	32,24	39,85	18,01
+ 50 AÑOS	54,13	46,46	17,24
CATALUÑA	16,03	13,56	15,60
ARAGON	2,92	3,09	18,95
BALEARES	2,43	2,47	18,93
VALENCIA	10,86	7,61	12,84
MURCIA	2,94	2,52	14,34
T.ANDALUCIA	17,52	16,70	15,60
MADRID	14,00	14,23	18,62
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,37	20,57
EXTREMADURA	2,34	3,05	21,47
CASTILLA LEON	5,53	8,00	25,87
GALICIA	5,92	6,98	20,44
ASTURIAS	2,47	2,79	21,50
CANTABRIA	1,29	1,26	18,87
PAIS VASCO	4,84	5,56	21,85
LA RIOJA	0,70	0,52	14,02
NAVARRA	1,40	1,34	17,48
CANARIAS	4,57	4,94	18,62
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,79	14,02
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,98	11,02
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	24,23	23,49
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	22,94	18,44
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	10,67	13,32
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,66	16,02
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	8,10	14,63
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	3,10	17,42
RETIRADOS	23,18	17,52	20,14

El hogar consumidor de leche entera se corresponde con hogares formados por parejas con hijos, especialmente si estos son pequeños y medianos. Se corresponde con hogares cuyo responsable de compra es más bien joven, edad entre 35-49 años y son de clase más bien media. Los retirados se sitúan como la segunda tipología de hogar después de las parejas con hijos pequeños aquellos que tienen el consumo per cápita más alto, concretamente la ingesta media realizada se sitúa en los 20,14 litros por persona y año. Son las parejas jóvenes sin hijos, así como las parejas con hijos mayores quienes menor consumo per cápita realizan de leche entera (por debajo de la media del mercado).

El perfil consumidor por comunidad autónoma de leche entera se corresponde con Castilla y León, Extremadura, Castilla-La Mancha, Galicia y País Vasco entre otras. Valencia y La Rioja son las CCAA que menor proporción de volumen de compra tienen de este tipo de leche.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita por área geográfica son los individuos castellanoleoneses quienes realizan el mayor consumo de leche entera de la península con una ingesta media de 25,87 litros por persona y año, siendo un 46% superior a la media.

Son por el contrario los valencianos quienes menos consumen este tipo de leche, concretamente una cantidad de cerca de 5 litros menos por persona y año que la media (4,85 litros/persona/año).

3.14.1.2 LECHE ENVASADA SEMIDESNATADA

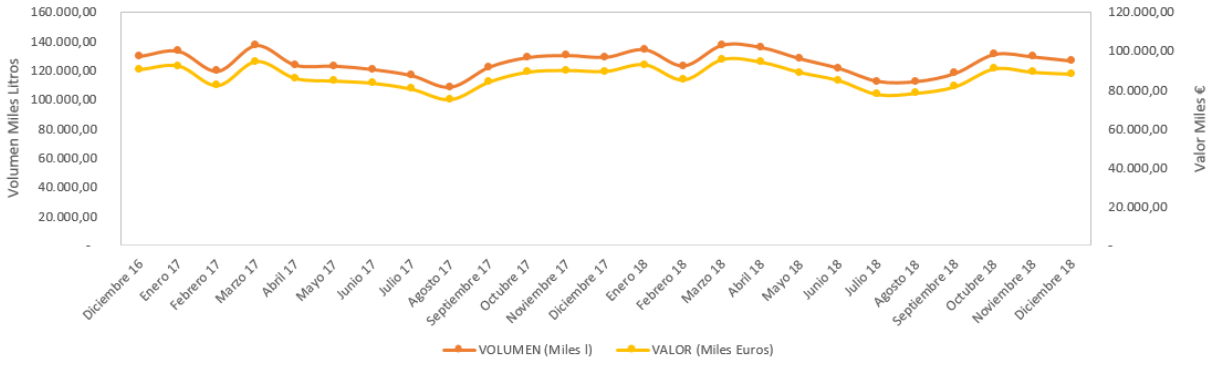
- **Resultados totales**

Aumenta la compra al igual que el valor para el tipo de leche semidesnatada con incrementos del 1,2% y 1,5% respectivamente. El precio medio cerró en los 0,69 €-litro con una variación con respecto al año anterior del 0,4%.

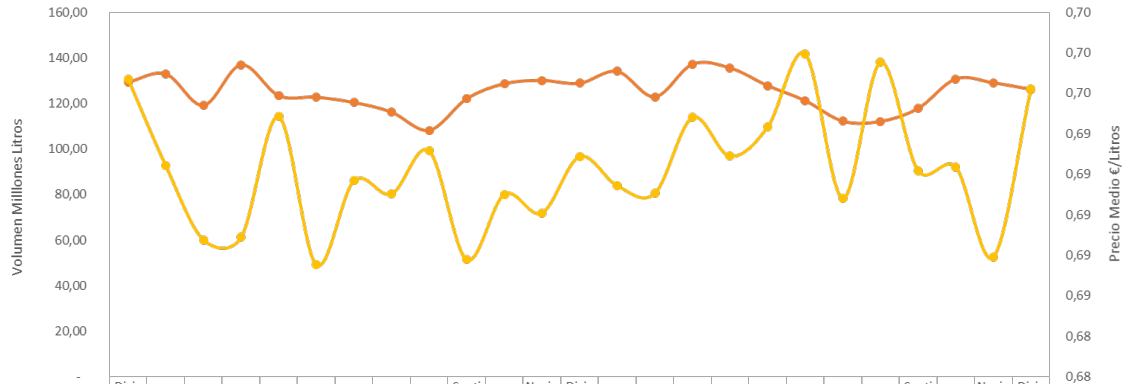
El consumo per cápita de leche semidesnatada a cierre de año 2018 fue de 32,92 litros por persona y año, esto implica una variación del 0,8% en positivo, siendo el incremento en volumen por persona y año cercano a los 0,250 litros. Por su parte, el gasto per cápita también crece un 1,1% en este periodo siendo la cantidad invertida de 22,82 €.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche semidesnatada	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	1.506.868,90	1,2%
VALOR (Miles €)	1.044.642,16	1,5%
CONSUMO x CAPITA (l)	32,92	0,8%
GASTO x capita (€)	22,82	1,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	5,23	1,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,52	0,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,69	0,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



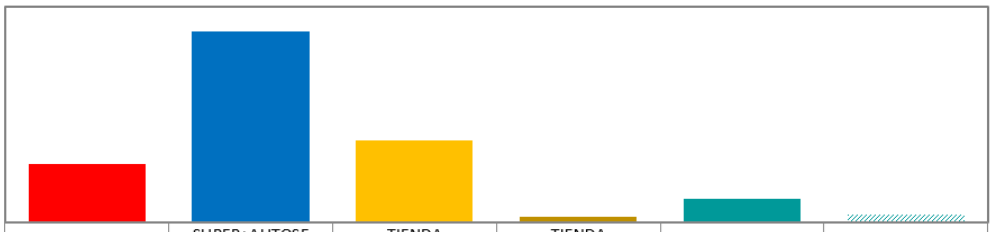
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	129,	132,	119,	136,	123,	122,	120,	116,	108,	122,	128,	130,	128,	134,	122,	137,	135,	127,	121,	112,	112,	117,	130,	129,	126,
PRECIO MEDIO (l)	0,70	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,70	0,69	0,70	0,69	0,69	0,69	0,70

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	16,1	53,1	22,9	1,4	6,5	2,3
% EVOLUCION VOLUMEN l	0,5	-1,5	5,0	4,8	12,7	36,1

El 92,1% del volumen de leche semidesnatada para consumo doméstico se adquiere en el canal dinámico, la mayor proporción del volumen la tienen los supermercados y autoservicios con el 53,1% de los litros, su variación con respecto al año anterior es decreciente con un descenso del 1,5%. Con el 22,9% del volumen quedan las tiendas descuento, si bien incrementan su volumen con respecto al año anterior en 5 puntos porcentuales. El resto de las plataformas de distribución también ganan volumen de compra con respecto al año precedente.

Precio medio (€/l) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de leche semidesnatada cierra en 0,69 €-litro, con un incremento del 0,4% respecto al año anterior. De los canales dinámicos, es el discount (tiendas descuento) quien mantiene el precio medio por debajo del precio medio total España, además de ser quien registró el precio medio más económico para este tipo de leche 0,67 €-litro. Es la tienda tradicional quien tiene el precio medio menos competitivo a cierre de año 2018, cerrando en los 0,83 €-litro, habiendo aumentado el precio durante los últimos doce meses en un 1,1%.

- **Demográficos**

Leche semidesnatada	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**32,92**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,59	37,37
MEDIA	30,71	32,28	33,04
MEDIA BAJA	26,56	26,14	31,41
BAJA	26,42	23,99	29,84
- 35 AÑOS	13,63	9,72	24,26
35 A 49 AÑOS	32,24	33,93	28,52
+ 50 AÑOS	54,13	56,36	38,91
CATALUÑA	16,03	14,38	30,80
ARAGON	2,92	3,00	34,21
BALEARES	2,43	2,17	30,93
VALENCIA	10,86	10,00	31,39
MURCIA	2,94	2,73	28,98
T.ANDALUCIA	17,52	17,59	30,57
MADRID	14,00	14,16	34,46
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,36	38,22
EXTREMADURA	2,34	3,28	42,97
CASTILLA LEON	5,53	6,97	41,93
GALICIA	5,92	6,95	37,81
ASTURIAS	2,47	2,68	38,41
CANTABRIA	1,29	0,91	25,48
PAIS VASCO	4,84	4,44	32,46
LA RIOJA	0,70	0,66	33,33
NAVARRA	1,40	1,10	26,67
CANARIAS	4,57	3,60	25,26
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,64	38,42
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,69	27,54
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	12,72	22,93
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	20,39	30,49
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,45	31,24
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,32	28,27
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	10,46	35,11
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,26	44,52
RETIRADOS	23,18	23,08	49,35

Son los hogares formados por hijos medianos y mayores el perfil intensivo de este tipo de leche, también el formado por hijos pequeños, pero en menor medida. El responsable de las compras tiene una edad que supera los 35 años y es de perfil socioeconómico más bien alto medio alto.

Son los hogares formados por retirados quienes realizan el mayor consumo per cápita de este tipo de leche, concretamente de 49,35 litros por persona y año, una cantidad que supera en 16,4 litros de más el consumo por persona y año a la media.

Extremadura, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia, así como el Principado de Asturias se consolidad como las CCAA con un perfil intensivo en este tipo de leche. Coincide además con las anteriores que son precisamente estás aquellas que en términos generales son los individuos los que mayor consumo per cápita realizan de este tipo de leche, destacando principalmente los individuos de Extremadura con una ingesta de 42,97 litros por persona y año, superando la media en 10,05 litros más por persona y periodo de estudio.

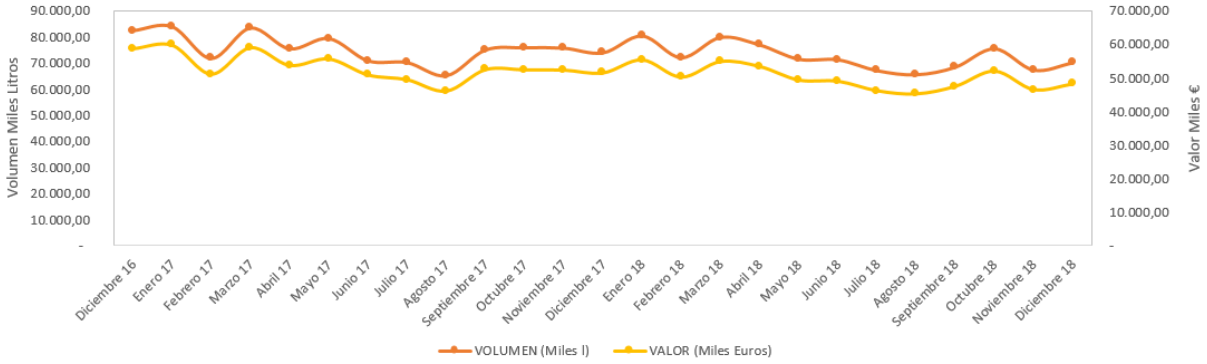
3.14.1.3 LECHE ENVASADA DESNATADA

- **Resultados totales**

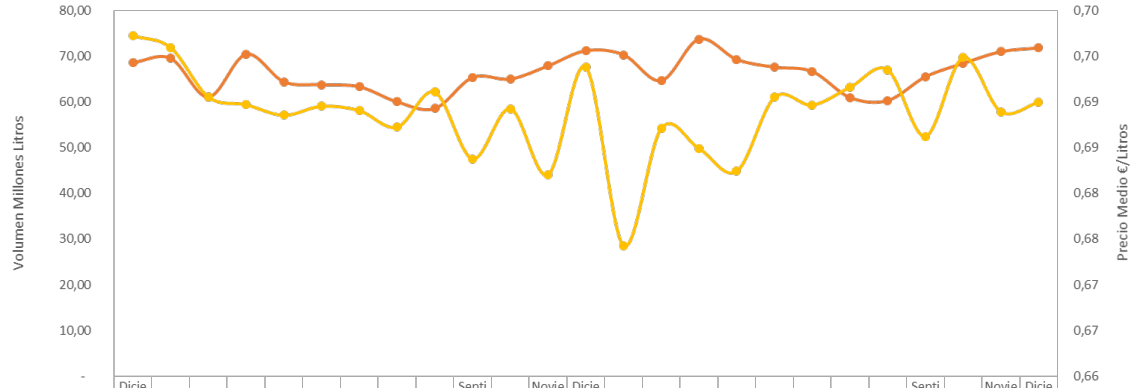
Se reduce la compra de leche desnatada en los hogares españoles a cierre de año 2018 un 3,9%. En valor la caída es más notable llegando al 5,8%. Esta caída es más acusada como consecuencia de la variación del precio medio en dos puntos porcentuales con respecto al año 2017; el precio medio cerró en 0,69 €-litro.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche desnatada	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	865.500,55	-3,9%
VALOR (Miles €)	597.601,08	-5,8%
CONSUMO x CAPITA (l)	18,91	-4,2%
GASTO x capita (€)	13,05	-6,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	3,00	-3,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,87	-7,2%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,69	-2,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



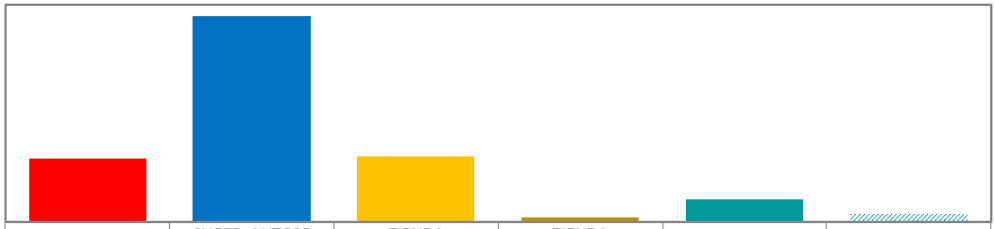
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	68,58	69,50	61,04	70,41	64,38	63,75	63,29	59,99	58,54	65,33	64,98	67,85	71,16	70,28	64,64	73,71	69,26	67,58	66,64	60,95	60,29	65,47	68,41	70,95	71,79
PRECIO MEDIO (l)	0,70	0,70	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69	0,68	0,69	0,67	0,69	0,68	0,68	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN POR CANAL	17,5	57,1	18,1	1,1	6,2	2,3
% EVOLUCION VOLUMEN l	-0,6	-2,6	-12,3	-14,9	5,6	7,0

Casi tres tercios del volumen de este tipo de leche (57,1%) se adquieren dentro del supermercado y autoservicios, si bien pierde volumen con respecto al año anterior en una proporción del 2,6%. Más acusada es la caída para la tienda descuento, pues retrocede 12,3 puntos porcentuales con respecto al año anterior, su participación sobre el total es del 18,2%. Únicamente crece en volumen con respecto al año anterior el resto de los canales, si bien su cuota actualmente es del 6,2%.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de leche desnatada cerró en 0,69 €-litro, cae su precio y se abarata con respecto al año 2017 en un 2,0%. Dentro del canal dinámico es el hipermercado quien registra el mayor descenso en precio medio (-3,3%), no obstante, aún mantiene el precio por encima de la media del mercado 0,72 €-litro. Tienda descuento, canal con el precio más económico 0,66 €-litro, de forma antagónica se sitúa la tienda tradicional con un precio un 31,5% superior al precio medio.

- **Demográficos**

Leche desnatada	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**18,91**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,25	23,49
MEDIA	30,71	31,01	18,23
MEDIA BAJA	26,56	25,26	17,43
BAJA	26,42	24,48	17,49
- 35 AÑOS	13,63	8,53	12,23
35 A 49 AÑOS	32,24	29,08	14,04
+ 50 AÑOS	54,13	62,39	24,74
CATALUÑA	16,03	12,60	15,49
ARAGON	2,92	2,48	16,23
BALEARES	2,43	2,06	16,88
VALENCIA	10,86	11,06	19,94
MURCIA	2,94	3,18	19,37
T.ANDALUCIA	17,52	11,69	11,67
MADRID	14,00	14,15	19,78
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,61	18,87
EXTREMADURA	2,34	1,86	14,00
CASTILLA LEON	5,53	7,43	25,66
GALICIA	5,92	9,39	29,36
ASTURIAS	2,47	3,89	32,02
CANTABRIA	1,29	1,95	31,31
PAIS VASCO	4,84	5,80	24,34
LA RIOJA	0,70	0,83	24,02
NAVARRA	1,40	1,73	24,08
CANARIAS	4,57	5,29	21,29
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,62	21,92
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,34	17,34
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,16	9,48
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,76	13,54
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,06	17,42
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,26	16,09
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,83	26,67
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,85	35,15
RETIRADOS	23,18	26,12	32,08

Si sitúan como hogares consumidores de este tipo de leche aquellos formados por parejas con hijos de edad media, así como mayores, parejas adultas sin hijos y retirados cuyo responsable de compra tiene una edad que supera los 50 años, y es de clase media más bien alta y media alta.

Son los adultos independientes quienes realizan el mayor consumo per cápita de leche desnatada, siendo la ingesta media realizada de 35,15 litros por persona y año, una cantidad que supera en un 86% la ingesta media nacional, el equivalente a 16,24 litros más por persona y año que la media. También son los mayores de 50 años quienes realizan el consumo per cápita más alto de este tipo de leche, con una ingesta que supera la media del mercado en 5,84 litros más por persona y año.

Se sitúan como CCAA intensivas de leche desnatada las siguientes: Galicia, Principado de Asturias y Cantabria, de igual forma que Castilla y León o Comunidad Foral de Navarra.

Son los asturianos los individuos españoles que mayor ingesta de este tipo de leche realizaron el año 2018 con un consumo per cápita aproximado de 32,02 litros por persona y año, una cantidad un 69,35% superior a la media.

3.14.1.4 LECHE LÍQUIDA DE LARGA DURACIÓN

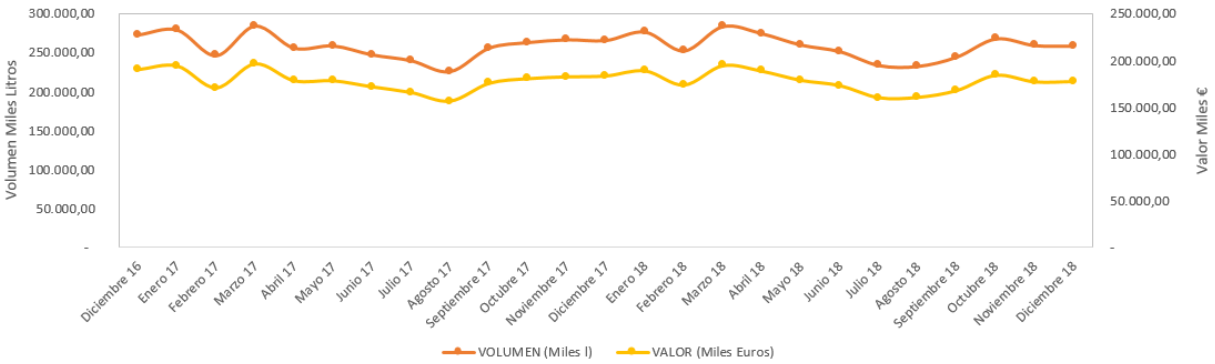
- **Resultados totales**

Se mantiene estable la demanda doméstica de leche líquida de larga duración variando un +0,2% a cierre de año. La facturación, sin embargo, se posiciona en términos negativos (-0,4%) debido a la caída del precio medio en un -0,6%, de manera que cierra en 0,69 €-litro.

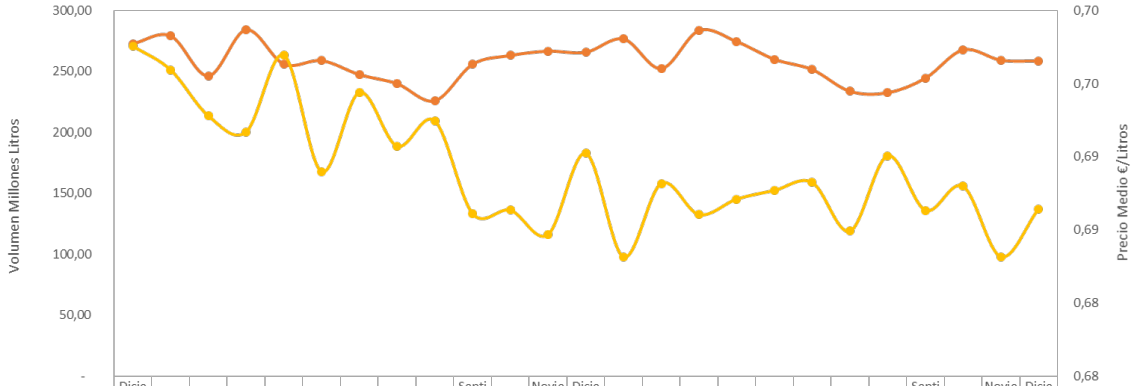
El consumo per cápita de este tipo de leche es de 67,58 litros/persona/año un 0,2% menor que en el periodo previo. Esto supone un gasto per cápita de 46,40€ por persona y año, lo que implica un descenso del -0,8%, que en términos económicos se traduce en 0,38€ menos por individuo y periodo de estudio.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche de larga duración	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	3.093.930,50	0,2%
VALOR (Miles €)	2.124.203,20	-0,4%
CONSUMO x CAPITA (l)	67,58	-0,2%
GASTO x capita (€)	46,40	-0,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	10,73	0,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,10	-2,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,69	-0,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



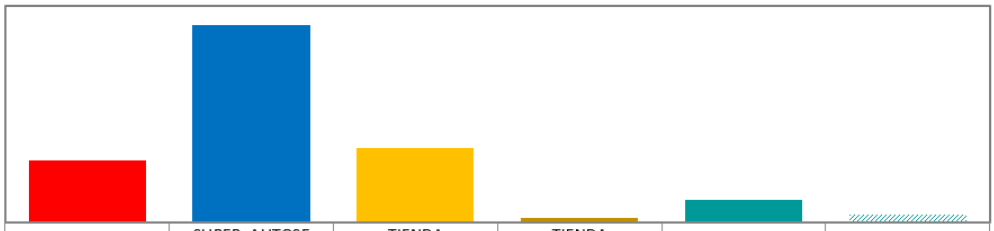
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	272,	279,	246,	284,	255,	258,	247,	239,	225,	255,	263,	266,	265,	276,	252,	283,	274,	259,	251,	233,	232,	244,	267,	259,	258,
PRECIO MEDIO (l)	0,70	0,70	0,69	0,69	0,70	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69	0,68	0,69	0,69	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69	0,69	0,69	0,68	0,69

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	17,1	54,7	20,7	1,2	6,3	2,2
% EVOLUCION VOLUMEN l	0,4	-0,5	0,0	-0,5	6,3	15,8

El 92,5% de los litros de leche líquida de larga duración se adquieren en el canal dinámico. De entre las diferentes plataformas, el supermercado es el que asume la mayor parte de los litros (54,7%) aunque experimenta una evolución negativa (-0,5%). La tienda de descuento concentra otro 20,7% de los litros y se mantiene estable en este periodo. El hipermercado es por tanto el único dentro del canal dinámico con una evolución positiva en este periodo (+0,4%).

Destaca además el aumento de las compras por internet (+15,8%) aunque su cuota sobre el total es tan solo de un 2,2%.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 VS 2017)



El precio medio de la leche líquida de larga duración se sitúa en 0,69 €-l, y se reduce un 0,6% con respecto al año pasado. Esta contracción del precio se observa en todos los canales de distribución, produciéndose la mayor reducción de todas en el hipermercado, donde cae 2 puntos porcentuales. A pesar de ello, cierra con un precio medio aún superior a la media nacional (0,70€-litro).

El canal con el precio menos asequible es la tienda tradicional, cuyo precio de 0,83€-litro resulta un 21,1% más caro que el del total España. En el lado opuesto se encuentra la tienda de descuento, que tras reducirse un -0,7% cierra en 0,66€-litro, el equivalente a pagar 0,03€ menos por litro.

- **Demográficos**

Leche larga duración	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**67,58**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,49	76,29
MEDIA	30,71	32,07	67,41
MEDIA BAJA	26,56	26,06	64,26
BAJA	26,42	24,39	62,28
- 35 AÑOS	13,63	10,48	53,70
35 A 49 AÑOS	32,24	34,40	59,36
+ 50 AÑOS	54,13	55,13	78,14
CATALUÑA	16,03	13,56	59,64
ARAGON	2,92	2,91	68,17
BALEARES	2,43	2,21	64,69
VALENCIA	10,86	9,81	63,19
MURCIA	2,94	2,83	61,50
T.ANDALUCIA	17,52	15,84	56,51
MADRID	14,00	14,06	70,24
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,19	75,90
EXTREMADURA	2,34	2,90	78,18
CASTILLA LEON	5,53	7,27	89,77
GALICIA	5,92	7,55	84,33
ASTURIAS	2,47	3,06	90,20
CANTABRIA	1,29	1,29	73,85
PAIS VASCO	4,84	5,08	76,19
LA RIOJA	0,70	0,67	69,36
NAVARRA	1,40	1,33	66,40
CANARIAS	4,57	4,44	63,92
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,43	72,77
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,48	54,75
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,76	54,62
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,92	61,16
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,66	60,40
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,37	58,59
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	10,67	73,56
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,36	93,56
RETIRADOS	23,18	22,34	98,10

El perfil consumidor de leche líquida de larga duración se corresponde con hogares formados por parejas con hijos, independientemente de la edad. Se corresponde con hogares donde el responsable de la compra tiene una edad mediana o adulta, y es de clase socioeconómica de clase media o media alta.

Por su parte los hogares formados por jóvenes independientes y adultos independientes son quienes menor compra realizan de este tipo de leche.

Son los retirados y los adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de leche de larga duración, con una ingesta que supera en 25 litros por persona y año el consumo medio nacional.

Las comunidades autónomas que destacan por realizar un consumo intensivo de leche líquida de larga duración son Castilla y León, Galicia, Extremadura, Principado de Asturias y Castilla-La Mancha. Por el lado contrario se posicionan CCAA como Cataluña, Valencia y Andalucía.

Son los individuos españoles residentes en Principado de Asturias quienes mayor consumo per cápita realizan de este tipo de leche, con una cantidad de 22,62 litros por persona y año. Le siguen los castellanoleoneses con una cantidad de 89,77 litros por persona y año, siendo también superior a la media nacional.

3.14.1.5 LECHE LÍQUIDA DE CORTA DURACIÓN

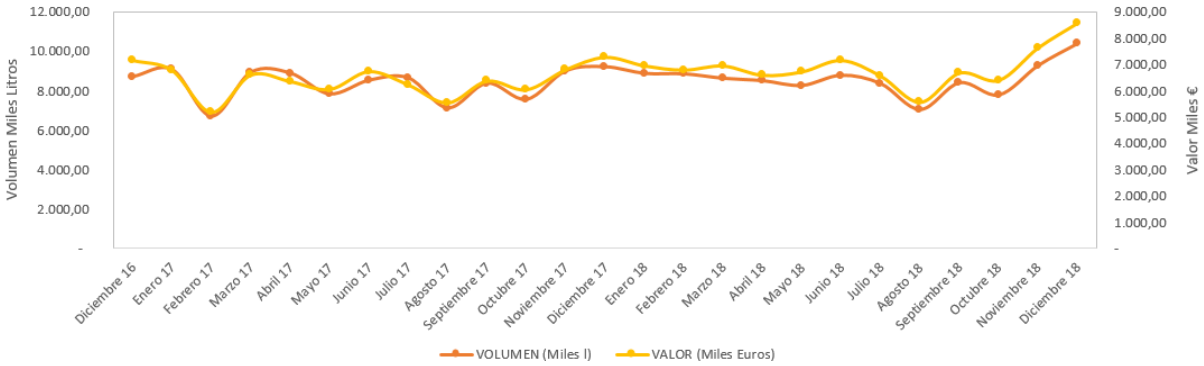
- **Resultados totales**

El volumen comprado de leche de corta duración por los hogares españoles en el año 2018 fue un 3,3% superior al del ejercicio anterior. La facturación creció en mayor proporción (+8,6%) debido al incremento del precio medio, que cierra el periodo en 0,80 €-l con una variación del +5,2%.

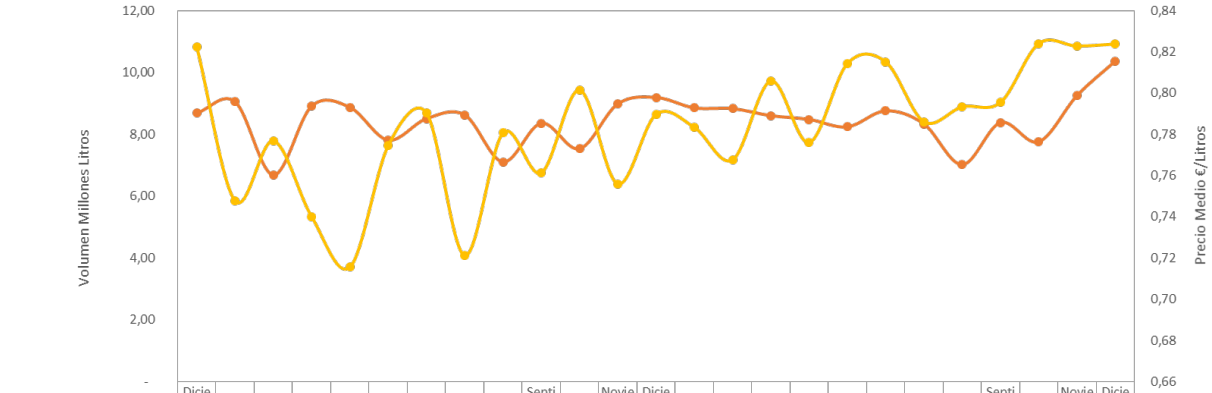
El gasto anual por persona fue de 1,80€, cantidad un 8,2% mayor que en el mismo periodo del año anterior. El consumo per cápita se situó en los 2,25 litros/persona/año, habiendo registrado un incremento de un +2,9% respecto al periodo anterior.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche de corta duración	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	102.884,21	3,3%
VALOR (Miles €)	82.415,96	8,6%
CONSUMO x CAPITA (l)	2,25	2,9%
GASTO x capita (€)	1,80	8,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,36	3,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,12	6,9%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,80	5,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



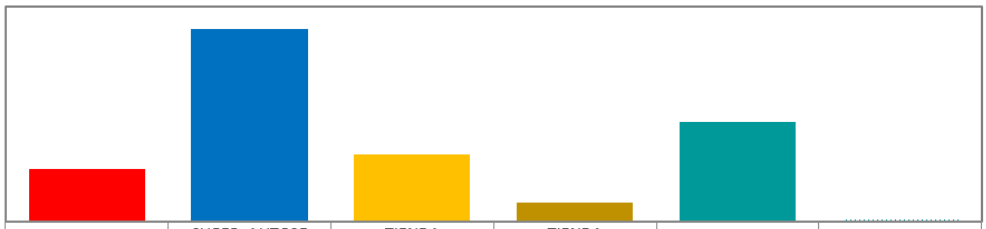
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	8,69	9,05	6,68	8,91	8,87	7,81	8,51	8,63	7,10	8,36	7,53	8,98	9,19	8,85	8,83	8,60	8,48	8,24	8,76	8,33	7,02	8,38	7,76	9,25	10,37
PRECIO MEDIO (l)	0,82	0,75	0,78	0,74	0,72	0,77	0,79	0,72	0,78	0,76	0,80	0,76	0,79	0,78	0,77	0,81	0,78	0,81	0,82	0,79	0,79	0,80	0,82	0,82	0,82

- **Canales**

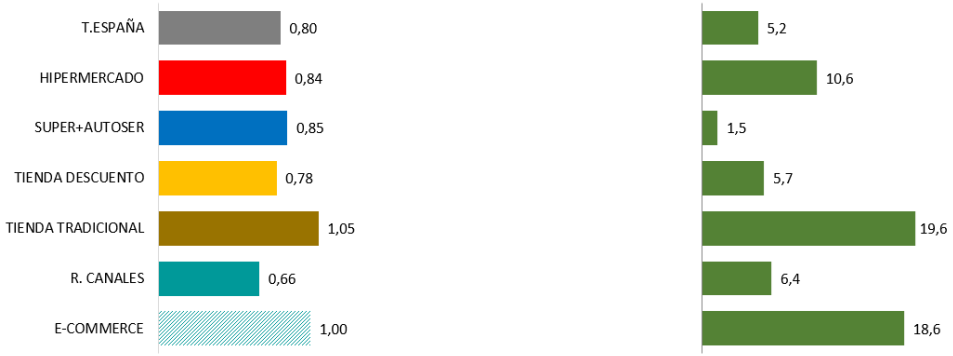
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	12,1	44,8	15,7	4,4	23,1	0,5
% EVOLUCION VOLUMEN l	-11,7	7,7	28,4	-22,2	-2,7	-6,7

El 72,6% de las compras de leche de corta duración para consumo doméstico se realizan en los canales hipermercado, tienda descuento, y supermercado. Este último concentra un 44,8% de los litros, y su volumen aumenta un +7,7% respecto al año 2017. La tienda de descuento crece por encima con una evolución del +28,4% cerrando con una cuota del 15,7%. En el hipermercado, sin embargo, se reduce el volumen de litros adquiridos un -11,7%.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El año 2018, se produjo una subida en precios para la categoría de leche de corta duración. Cerró en un precio de venta al público de 0,80€-litro con un fuerte incremento respecto al 2017 del 5,2%. Los mayores aumentos se produjeron en el e-commerce (+18,6%) y la tienda tradicional

(+19,6%), que cuenta precisamente con el precio medio más alto (1,05€-litro). El conjunto de canales de distribución agrupados en el resto canales son los que registran un precio medio más bajo (0,66€-litro) aunque el de la tienda de descuento también se sitúa por debajo del precio a nivel nacional, concretamente un 3,2%.

- **Demográficos**

Leche corta duración	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**2,25**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,71	2,42
MEDIA	30,71	32,73	2,29
MEDIA BAJA	26,56	24,59	2,02
BAJA	26,42	25,98	2,21
- 35 AÑOS	13,63	7,52	1,28
35 A 49 AÑOS	32,24	24,43	1,40
+ 50 AÑOS	54,13	68,05	3,21
CATALUÑA	16,03	17,22	2,52
ARAGON	2,92	1,68	1,31
BALEARES	2,43	2,11	2,05
VALENCIA	10,86	4,57	0,98
MURCIA	2,94	1,66	1,20
T.ANDALUCIA	17,52	12,16	1,44
MADRID	14,00	15,94	2,65
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,68	1,79
EXTREMADURA	2,34	1,55	1,39
CASTILLA LEON	5,53	14,37	5,91
GALICIA	5,92	12,48	4,64
ASTURIAS	2,47	2,04	2,00
CANTABRIA	1,29	1,18	2,24
PAIS VASCO	4,84	4,99	2,49
LA RIOJA	0,70	0,60	2,06
NAVARRA	1,40	1,11	1,83
CANARIAS	4,57	2,66	1,27
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,31	2,30
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,46	1,25
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,27	1,39
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,95	1,53
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,45	2,45
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,31	1,93
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,74	3,61
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,95	3,54
RETIRADOS	23,18	24,56	3,59

En 2018, el perfil por ciclo de vida para leche de corta duración se corresponde con retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos medianos y mayores. Son hogares donde el responsable de compra es más bien adulto y de clase socioeconómica más bien media.

Los individuos con un consumo per cápita mayor son adultos sin hijos. De media consumen una cantidad mínima más por persona y año de 1,25 litros más, siendo las parejas adultas sin hijos quienes mayor consumo realizan con una ingesta un 61% mayor que la media.

Castilla y León y Galicia se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo de leche de corta duración. También es el caso de Comunidad de Madrid, Cataluña, y País Vasco.

Los individuos que mayor consumo per cápita realizan son los gallegos, con una ingesta que supera la media por persona en 3,66 litros por persona y año. Por el contrario, son los habitantes de Valencia, quienes menor consumo realizan de este tipo de leche, con una ingesta que se diferencia de la media en 1,27 litros por persona y periodo de estudio.

3.14.1.6 LECHE ENRIQUECIDA

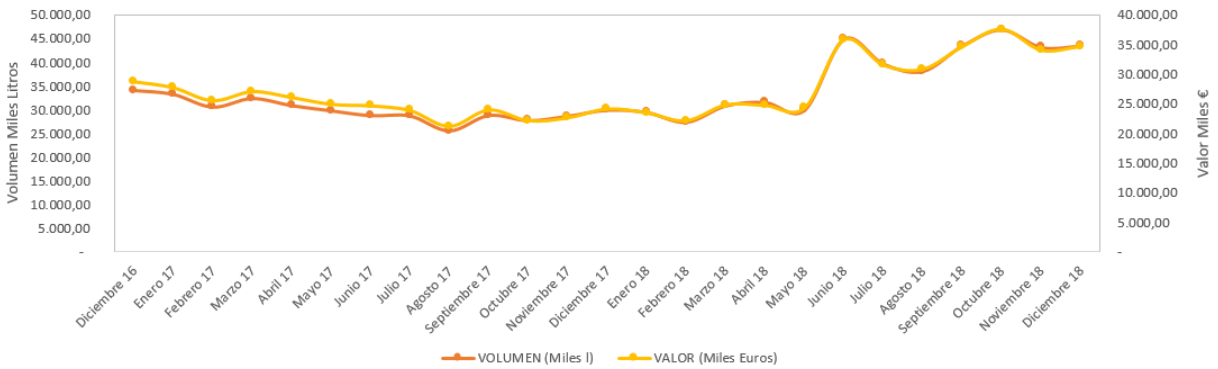
- **Resultados totales**

Durante 2018, creció fuertemente el consumo de leche enriquecida (26,3%). El valor aumentó en menor proporción que el volumen (21,8%), como consecuencia del descenso del 3,5% del precio medio cerrando este en los 0,80€/l (0,03 € menos por litro respecto al año 2017).

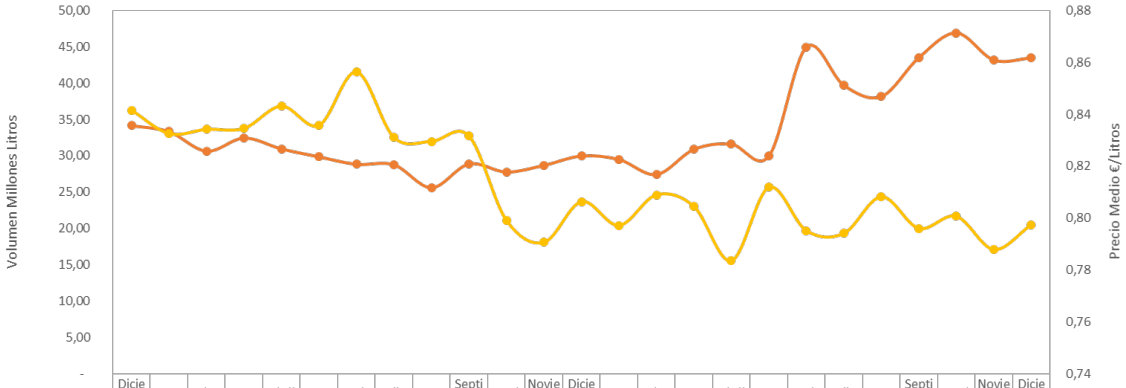
La ingesta media realizada por persona y año se sitúa en los 9,81 litros por persona y año, incrementándose un 25,8% con respecto a la cantidad ingerida en el periodo previo de estudio. La misma tendencia se observa en el gasto per cápita, que aumentó un 21,4% hasta cerrar en una inversión de 7,83 €.

	2018	
	Cosumo doméstico de Leche enriquecida	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	449.026,57	26,3%
VALOR (Miles €)	358.445,15	21,8%
CONSUMO x CAPITA (l)	9,81	25,8%
GASTO x capita (€)	7,83	21,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,56	26,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,52	20,0%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,80	-3,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



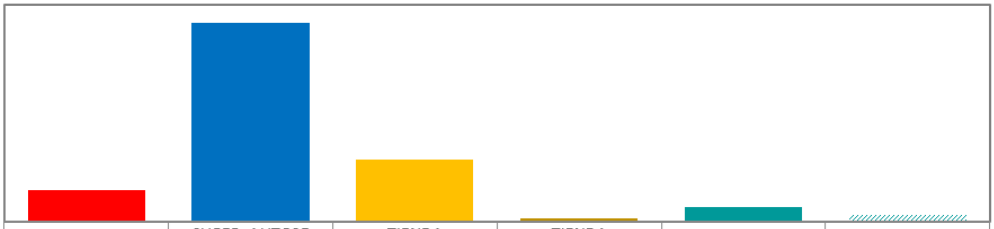
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	34,13	33,31	30,62	32,43	30,94	29,84	28,82	28,76	25,60	28,87	27,76	28,67	29,96	29,49	27,41	30,87	31,59	29,95	44,92	39,68	38,13	43,48	46,89	43,16	43,45
PRECIO MEDIO (l)	0,84	0,83	0,83	0,83	0,84	0,84	0,86	0,83	0,83	0,83	0,80	0,79	0,81	0,80	0,81	0,80	0,78	0,81	0,80	0,79	0,81	0,80	0,80	0,79	0,80

- **Canales**

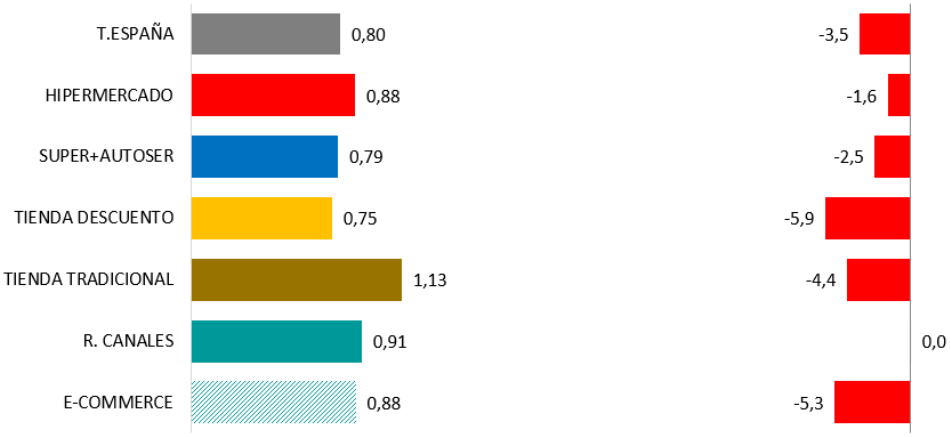
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	10,1	64,4	20,0	1,0	4,5	2,1
% EVOLUCION VOLUMEN l	-7,4	29,1	50,2	0,3	10,4	83,9

En 2018 se produjeron fuertes incrementos en el volumen de compra de varios canales. El mayor de todos se observa en el e-commerce, cuya cuota creció un +83,9% aunque continúa siendo muy poco representativa (2,1%). En la tienda de descuento el volumen aumentó un 50,2%, de manera que su cuota actual es del 20,0%. Es el supermercado, sin embargo, el que concentra la mayor parte de los litros con una cuota del 64,4% que además se ha incrementado un 29,1% respecto a 2017. El hipermercado se posiciona por tanto como el único canal que ve reducida su relevancia dentro de la categoría, con una evolución negativa de 7,4%

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El año 2018 cierra con una importante variación en el precio medio de la leche enriquecida, contrayéndose de media un 3,5% hasta cerrar en los 0,80 €/l. Son la tienda de descuento (-5,9%) y el e-commerce (-5,3%) los canales que más varían el precio medio en estos doce meses. El resto canales es la única categoría cuyo precio medio se mantuvo estable este año, manteniéndose por encima de la media nacional. Es sin embargo la tienda tradicional el canal que registró el precio medio más alto de todos: 1,13€/l, el equivalente a pagar 0,33€ más por litro.

- **Demográficos**

Leche enriquecida	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**10,89**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,68	13,12
MEDIA	30,68	33,58	11,41
MEDIA BAJA	26,59	25,14	10,47
BAJA	26,43	22,60	9,34
- 35 AÑOS	12,39	8,19	6,87
35 A 49 AÑOS	32,04	33,07	9,18
+ 50 AÑOS	55,57	58,74	13,38
CATALUÑA	16,37	12,49	8,92
ARAGON	2,89	2,70	10,24
BALEARES	2,47	2,32	11,13
VALENCIA	10,79	12,32	12,96
MURCIA	2,93	2,93	10,22
T.ANDALUCIA	17,38	20,82	11,93
MADRID	14,07	13,89	11,08
CASTILLA LA MANCHA	4,22	6,11	14,49
EXTREMADURA	2,31	2,45	10,36
CASTILLA LEON	5,45	4,85	9,88
GALICIA	5,83	4,79	8,62
ASTURIAS	2,44	3,05	14,02
CANTABRIA	1,30	1,57	14,00
PAIS VASCO	4,89	3,50	8,38
LA RIOJA	0,70	0,70	11,02
NAVARRA	1,38	1,11	9,39
CANARIAS	4,58	4,42	10,04
JOVENES INDEPENDIENTES	5,45	2,59	12,50
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,47	6,50	8,81
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	11,68	11,90	7,14
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,49	18,77	9,19
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,77	12,34	9,59
HOGARES MONOPARENTALES	6,27	6,29	9,38
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,16	13,06	14,50
ADULTOS INDEPENDIENTES	8,17	5,44	18,48
RETIRADOS	23,55	23,11	16,41

El perfil consumidor de leche enriquecida durante el año 2018 se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad mediana, así como parejas adultas sin hijos cuya edad supera los 50 años. La clase socioeconómica del hogar consumidor de este tipo de leche es media o alta media alta.

El consumo per cápita por ciclo de vida para leche enriquecida lo realizan los individuos adultos independientes con una ingesta de 18,48 litros per cápita, una cantidad que supera en 7,59 litros la media nacional. Le siguen los retirados y las parejas adultas sin hijos.

Castilla-La Mancha, Principado de Asturias, Cantabria, Andalucía y Valencia se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo de leche enriquecida. Por el contrario, son las comunidades autónomas como País Vasco o Cataluña las que menor compra realizan de este tipo de leche.

Los individuos que residen en Castilla-La Mancha son quienes mayor consumo realizan de este tipo de leche, con una ingesta media de 14,49 litros por persona, superando la media nacional en 3,59 litros por persona.

Por su parte es en País Vasco, Galicia y Cataluña donde menor consumo per cápita se realiza de leche enriquecida de toda la península.

3.14.1.7 LECHE SIN LACTOSA

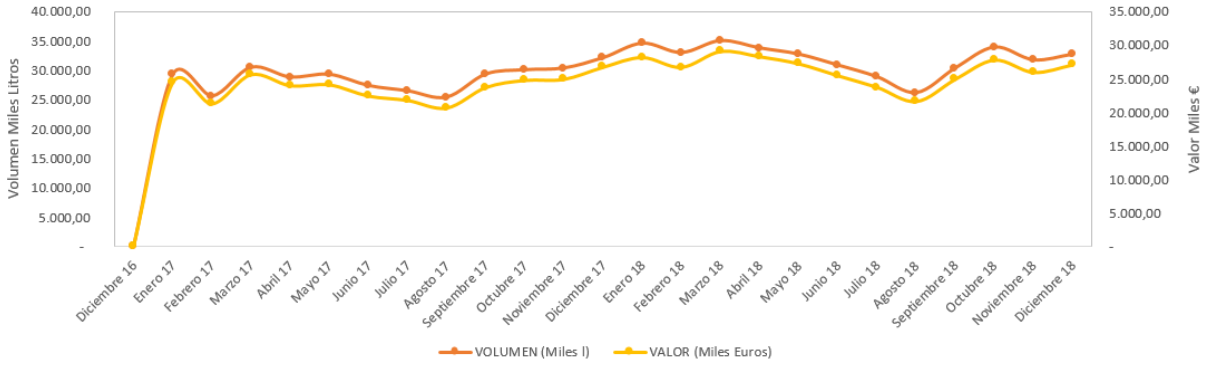
- **Resultados totales**

Aumenta la compra de leche sin lactosa por parte de los hogares españoles con respecto a 2017 en 11,4 puntos porcentuales. En valor, la resultante es también positiva con un crecimiento del 11,1%. Contrariamente, el precio medio presenta relativa estabilidad con una variación del -0,2% de manera que cerró en los 0,82€-litro.

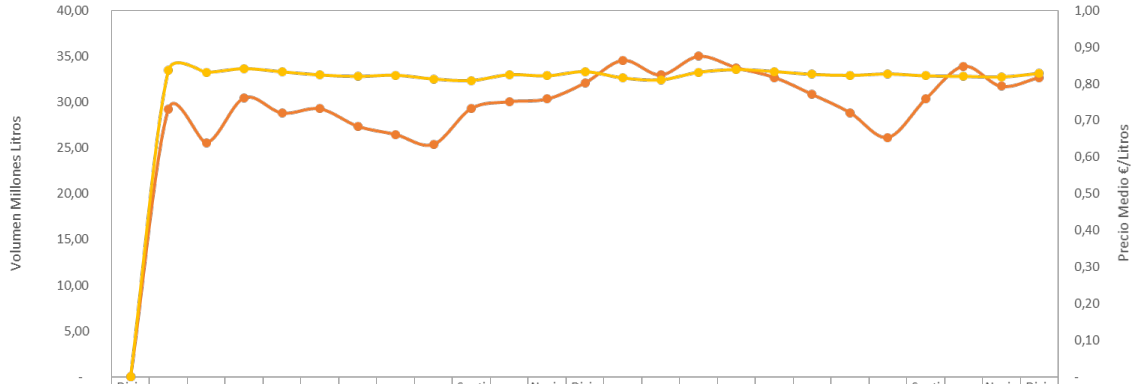
El consumo medio aproximado por persona y año fue de 8,37 litros, lo que implica una variación en positivo de +10,9%. El gasto per cápita realizado por cada individuo español durante el año 2018 en leche sin lactosa ha sido de 6,90 €, una cantidad que se ha visto incrementada en un 10,7% si lo comparamos con la invertida en el año 2017.

	2018	
	Consumo doméstico de Leche sin lactosa	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles l)	383.381,90	11,4%
VALOR (Miles €)	316.052,57	11,1%
CONSUMO x CAPITA (l)	8,37	10,9%
GASTO x capita (€)	6,90	10,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,33	11,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,46	9,4%
PRECIO MEDIO (€/l)	0,82	-0,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



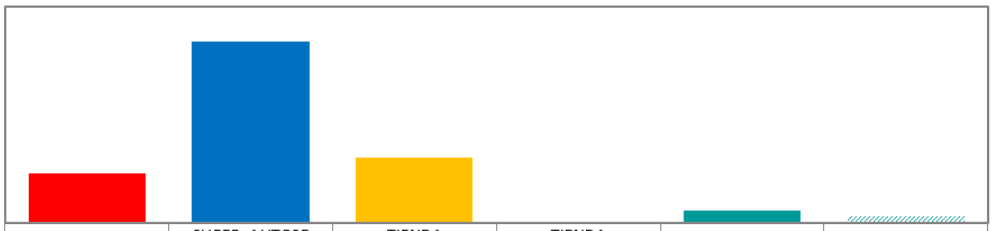
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	-	29,22	25,57	30,46	28,80	29,26	27,36	26,46	25,38	29,30	30,03	30,33	32,09	34,55	32,96	34,99	33,75	32,69	30,83	28,85	26,14	30,33	33,90	31,71	32,68
PRECIO MEDIO (l)	-	0,84	0,83	0,84	0,83	0,82	0,82	0,82	0,81	0,81	0,82	0,82	0,83	0,82	0,81	0,83	0,84	0,83	0,83	0,82	0,83	0,82	0,82	0,82	0,83

- **Canales**

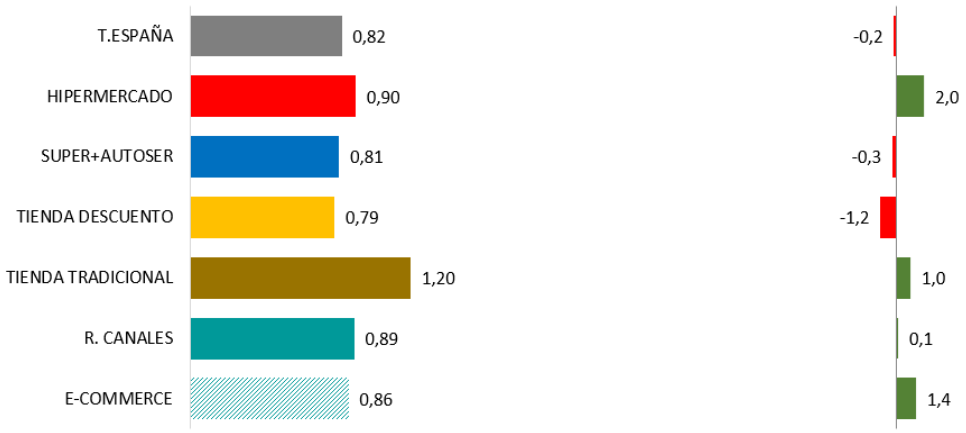
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	15,9	58,7	21,1	0,3	4,0	2,0
% EVOLUCION VOLUMEN l	6,6	10,5	19,8	3,4	3,8	20,3

Todos los canales de compra incrementan su volumen con respecto al año anterior, siendo los datos más favorables para canales como la tienda descuento y el super y autoservicios con incrementos del 19,8% y 10,5% respectivamente. El canal e-commerce evoluciona de forma muy notable (+20,3%) si bien su participación sobre el total mercado es aún pequeña (2,0%). El canal con mayor proporción de litros es el supermercado con el 58,7% de los mismos.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para este tipo de leche a cierre de año 2018 fue de 0,82 €-litro, con estabilidad del 0,2% en negativo. El hipermercado es el canal que mayor incremento de precio tuvo a lo largo del año (2,0%), se convierte además en el canal dinámico con el precio medio más alto incluso por encima de la media del mercado. Tras este, es la tienda tradicional quien registra el precio medio más alto con una prima de precio un 45% superior a la media del mercado.

- **Demográficos**

Leche sin lactosa	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**8,37**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	21,35	11,54
MEDIA	30,71	34,39	8,96
MEDIA BAJA	26,56	25,66	7,84
BAJA	26,42	18,60	5,89
- 35 AÑOS	13,63	12,47	7,92
35 A 49 AÑOS	32,24	39,39	8,42
+ 50 AÑOS	54,13	48,13	8,45
CATALUÑA	16,03	15,12	8,24
ARAGON	2,92	3,85	11,16
BALEARES	2,43	2,43	8,81
VALENCIA	10,86	10,84	8,65
MURCIA	2,94	2,85	7,70
T.ANDALUCIA	17,52	16,34	7,23
MADRID	14,00	13,43	8,32
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,88	8,84
EXTREMADURA	2,34	1,73	5,76
CASTILLA LEON	5,53	5,03	7,69
GALICIA	5,92	7,07	9,79
ASTURIAS	2,47	3,39	12,36
CANTABRIA	1,29	0,95	6,78
PAIS VASCO	4,84	4,11	7,64
LA RIOJA	0,70	0,42	0,42
NAVARRA	1,40	1,54	9,51
CANARIAS	4,57	6,02	10,73
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,71	13,72
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,86	9,28
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,88	6,83
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	19,60	7,46
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,70	8,10
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,23	7,10
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,34	10,54
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,90	15,69
RETIRADOS	23,18	14,77	8,03

El perfil consumidor de leche sin lactosa se corresponde con una tipologia de hogar con presencia de hijos, ya sean pequeños, medianos o mayores, así como parejas adultas sin hijos. Normalmente son de edad mediana, comprendida entre los 35-49 años y de clase media o media alta.

Si tenemos en cuenta las comunidades autónomas son intensivas en consumo aquellas como; Principado de Asturias, Canarias o Aragón, así como Galicia o Castilla-La Mancha, entre otras. Del lado contrario encontramos otras como por ejemplo La Rioja, Cantabria o Extremadura.

Si tenemos en cuenta ahora, donde se encuentran los habitantes españoles con mayor consumo per cápita para leche sin lactosa por comunidad autónoma, los datos arrojan lo siguiente; Son los habitantes que viven en Principado de Asturias quienes mayor consumo per cápita realizan de leche sin lactosa, con una ingesta media per cápita de 12,36 litros por persona y año. Esta cantidad supera la media del mercado en un 48%.

Por ciclo de vida, son adultos independientes, seguidos de jóvenes independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría. En el primer caso, superan la cantidad media ingerida en 7,32 litros más por persona y año, y en el segundo caso en una cantidad de 5,35 litros más por habitante y periodo de estudio.

3.14.2 DERIVADOS LÁCTEOS

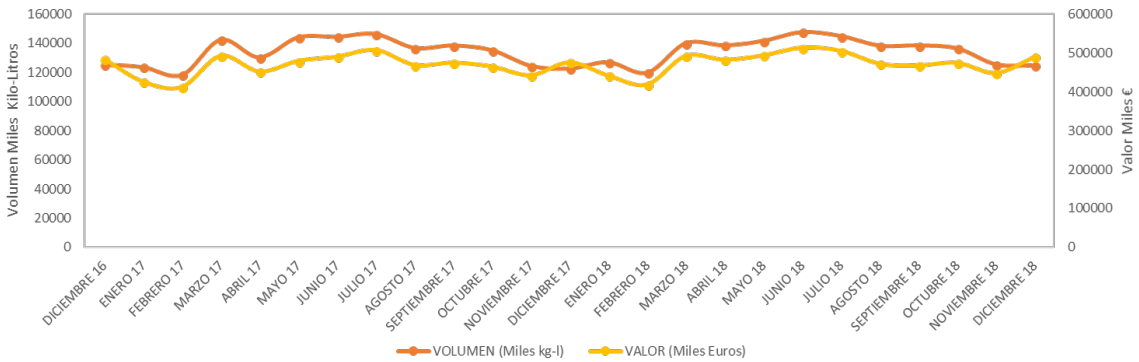
- **Resultados totales**

La compra de derivados lácteos se incrementa en los hogares españoles durante el año 2018 un 2,0%. En valor la resultante también es positiva, si bien, es más estable y su variación es del 0,6%. El precio medio de estos productos lácteos varió un punto porcentual cerrando en un precio medio de 3,51 €-kilo/litro.

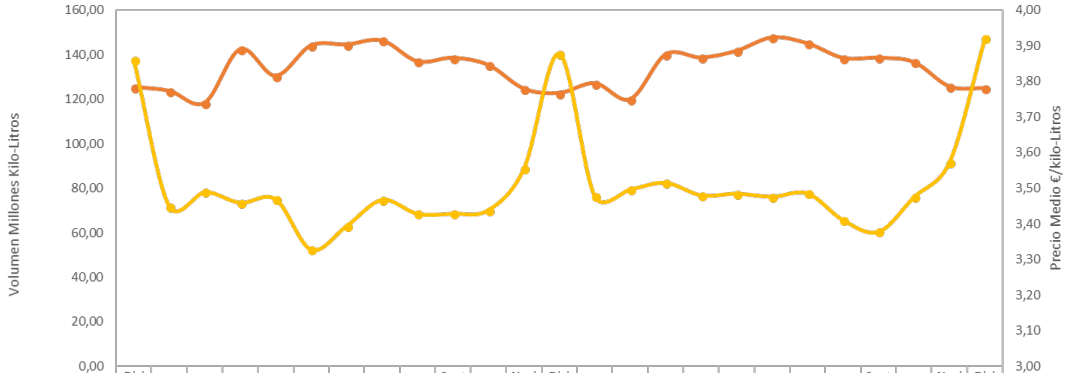
Los hogares destinan a la compra de derivados lácteos un 8,32% del presupuesto medio destinado a la compra de alimentación y bebidas. El gasto per cápita realizado durante el año 2018 se incrementó un 1,2% siendo de 124,54€ por persona. El consumo per cápita, también creció durante el año 2018, con una variación del 1,6% siendo la cantidad ingerida por persona y año de 35,47 kilo-litros.

	Consumo doméstico de Derivados Lacteos en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg-l)	1.623.879,32	2,0%
VALOR (Miles €)	5.701.476,73	0,6%
CONSUMO x CAPITA (kg-l)	35,47	1,6%
GASTO x CAPITA (€)	124,54	1,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	5,63	6,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	8,32	3,7%
PRECIO MEDIO (€/kg-l)	3,51	1,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg-l)

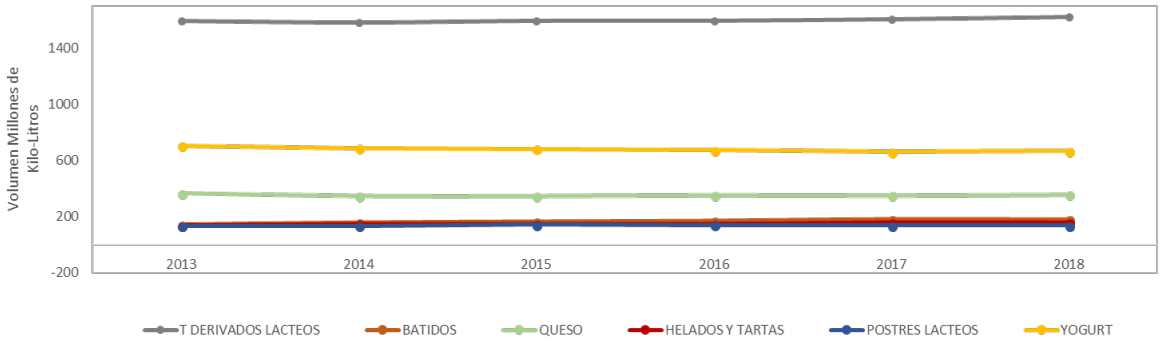


Evolución mensual de total compras (millones kg-l) y precio medio (€/kg-l)

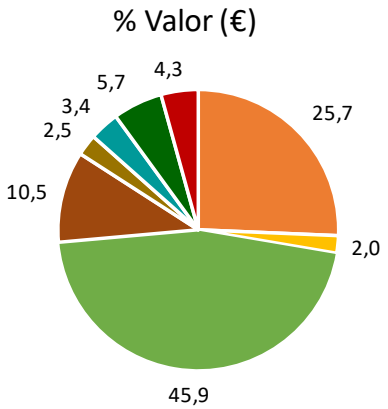


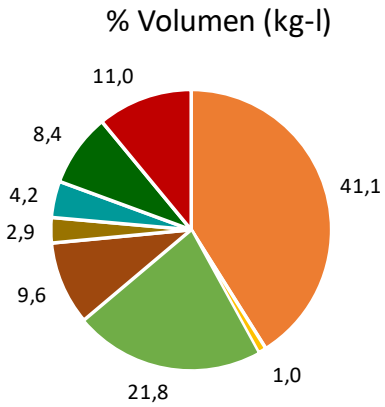
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg-l)	125,	123,	118,	142,	130,	144,	144,	146,	136,	138,	135,	124,	122,	127,	119,	140,	138,	141,	147,	144,	138,	138,	136,	125,	124,
PRECIO MEDIO (kg-l)	3,86	3,45	3,49	3,46	3,47	3,33	3,39	3,47	3,43	3,43	3,44	3,56	3,88	3,48	3,50	3,52	3,48	3,49	3,48	3,49	3,41	3,38	3,48	3,57	3,92

Evolución anual de total compras (millones kg-l)



- **Importancia de los tipos de derivados lácteos**





	Valor	Volumen
T. DERIVADOS LACTEOS	2,0%	1,0%
LECHES FERMENTADAS	0,3%	1,0%
MANTEQUILLA	20,1%	6,7%
QUESO	2,0%	1,4%
HELADOS Y TARTAS	3,7%	-0,9%
NATA	4,6%	5,7%
OT.DERIVADOS LACTEOS	7,8%	6,0%
POSTRES LACTEOS	-0,2%	0,8%
BATIDOS	-1,2%	-1,3%

Son leches fermentadas quienes tienen la mayor cuota en volumen con el 41,1% de los kilo-litros, sin embargo, en valor la proporción es de un 25,7%. Su variación con respecto al año anterior es creciente en volumen y estable en valor (+1,0% y +0,3% respectivamente). El queso mantiene por orden de importancia la segunda cuota más importante en valor (+21,8%) mientras que es quien lidera en valor (+45,9%), los dos indicadores que medimos son positivos para este producto.

Los postres lácteos mantienen una proporción del volumen del 8,4% siendo en valor su participación del mercado del 5,4%. Los helados y tartas tienen un peso en volumen sobre el total de la categoría del 9,6% su variación con respecto al año 2017 es negativa (-0,9%). En valor estos productos lácteos son responsables del 10,5% de la facturación total de la categoría. Su variación con respecto al año anterior es creciente (+3,7%).

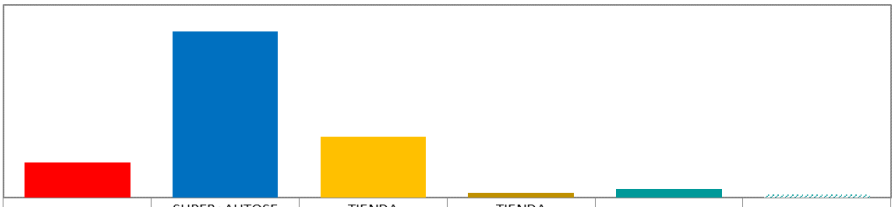
- **Consumo per cápita de los tipos de derivados lácteos**

	Consumo per cápita (kg-l)	
	AÑO 2017	AÑO 2018
T. DERIVADOS LACTEOS	**35,25**	**35,47**
LECHES FERMENTADAS	14,47	14,57
MANTEQUILLA	0,32	0,34
QUESO	7,66	7,74
HELADOS Y TARTAS	3,46	3,42
NATA	0,98	1,04
OT.DERIVADOS LACTEOS	1,41	1,49
POSTRES LACTEOS	2,97	2,99
BATIDOS	3,96	3,89

El consumo per cápita de derivados lácteos durante el año 2018 fue de 35,47 kilo-litros por persona y año, una cantidad que se incrementa un 0,6% con respecto al año anterior. El incremento del consumo es general para todas las categorías, especialmente para mantequilla, nata y otros derivados lácteos. Si bien, en términos de cantidad, son leches fermentadas quienes tienen el mayor consumo por persona y año de toda la categoría, siendo su variación del 0,6%.

- **Canales**

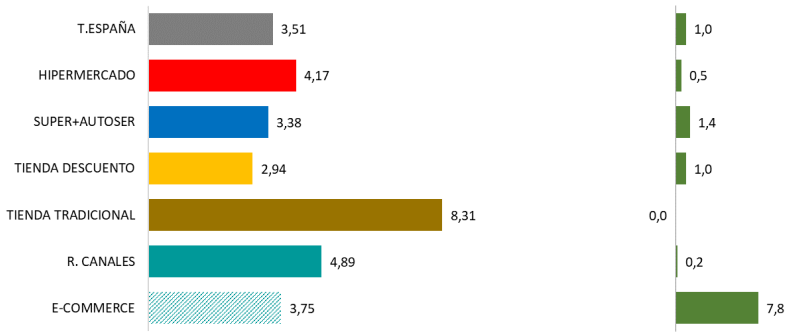
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	12,7	60,4	22,1	1,7	3,1	1,1
% EVOLUCION VOLUMEN kg-l	-1,9	2,3	-0,3	2,3	-2,7	6,9

El canal dinámico, es responsable del 95,2% de los kilo-litros de derivados lácteos que llegaron a los hogares para consumo doméstico. El canal que más pierde participación y por tanto volumen de compra con respecto al año anterior son los hipermercados (-1,9%) siendo su cuota actualmente del 12,7%. Los super y autoservicios son responsables de 6 de cada 10 kilo-litros de derivados lácteos que llegan hoy a los hogares españoles.

Precio medio (€/kg-l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para la categoría aumenta un 1,0%, situándose en los 3,51€-l. Es el canal tienda tradicional quien mantiene el precio más alto de la categoría, duplicando incluso la media del mercado. Por el contrario, tienda descuento y súper y autoservicio mantienen el precio por debajo de la media del mercado, pese a que durante los últimos doce meses incrementaron su precio medio.

- **Demográficos**

Derivados Lácteos	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**35,47**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,76	40,66
MEDIA	30,71	32,73	36,11
MEDIA BAJA	26,56	26,35	34,12
BAJA	26,42	23,16	31,04
- 35 AÑOS	13,63	11,22	30,20
35 A 49 AÑOS	32,24	36,73	33,27
+ 50 AÑOS	54,13	52,05	38,72
CATALUÑA	16,03	15,67	36,15
ARAGON	2,92	2,60	31,91
BALEARES	2,43	2,51	38,55
VALENCIA	10,86	10,26	34,70
MURCIA	2,94	3,13	35,79
T.ANDALUCIA	17,52	19,37	36,26
MADRID	14,00	12,58	32,99
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,02	30,88
EXTREMADURA	2,34	2,42	34,25
CASTILLA LEON	5,53	4,81	31,21
GALICIA	5,92	6,18	36,24
ASTURIAS	2,47	2,82	43,66
CANTABRIA	1,29	1,44	43,43
PAIS VASCO	4,84	4,93	38,79
LA RIOJA	0,70	0,60	32,25
NAVARRA	1,40	1,16	30,31
CANARIAS	4,57	5,50	41,55
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,76	43,34
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,19	31,88
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	15,78	30,65
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	20,30	32,72
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	11,97	29,97
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,76	32,60
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	10,98	39,73
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,81	54,26
RETIRADOS	23,18	19,44	44,80

El perfil de hogar consumidor de derivados lácteos se corresponde con una tipología de hogar cuyo responsable de hogar tiene una edad mediana, que oscila entre los 35 y los 49 años, de clase socioeconómica más bien acomodada. Son hogares que tienen presencia de niños más bien pequeños y medianos. Por el contrario, son los hogares formados por jóvenes independientes, así como por adultos quienes menor consumo realizan de estos productos.

Si tenemos en cuenta las CCAA, son Canarias, Principado de Asturias, Cantabria y la Región de Murcia entre otras quienes tienen el consumo más alto de derivados lácteos, por el contrario, encontramos Comunidad Foral de Navarra, La Rioja y Castilla y León.

Son, además, los individuos asturianos aquellos qué durante el año 2018 realizaron el mayor consumo per cápita de la categoría con una ingesta de 43,66 kilo-litros por persona y año, una cantidad que supera la media en 8,19 kilo-litros por persona y año. Destacan también como grandes consumidores de la categoría individuos de las siguientes comunidades; Cantabria, Illes Balears o País Vasco.

Si realizamos el mismo ejercicio, pero por ciclo de vida, observamos que son adultos independientes aquellos que realizan el mayor consumo per cápita de la categoría, con una ingesta aproximada de 58,26 kilo-litros por persona y año, una cantidad un 53,0% superior a la media. También superan la media, retirados, parejas adultas sin hijos, y jóvenes independientes.

3.14.2.1 QUESOS

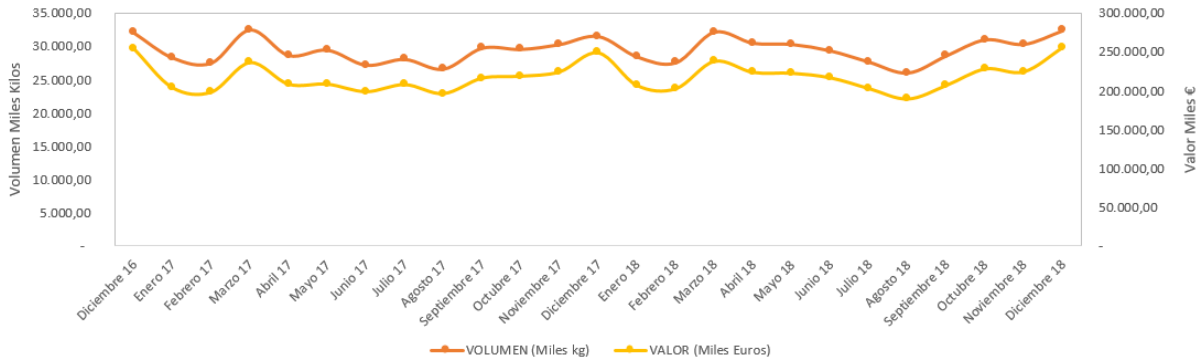
- **Resultados totales**

Aumenta el consumo de queso por parte de los hogares españoles un 1,4% durante el año 2018. En valor la categoría crece un 2,0%; el precio medio de este producto lácteo cerró en 7,38€-kilo con una diferencia de 0,6% con respecto al periodo previo de estudio.

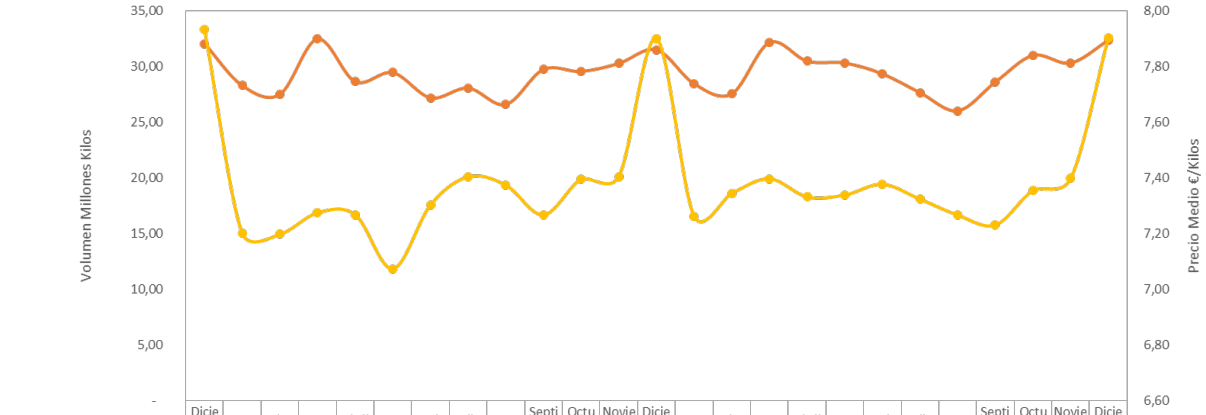
Los hogares invierten en la compra de este producto un 3,82% del presupuesto medio asignado para la compra la alimentación y bebidas del hogar, lo cual implica un gasto aproximado por persona y periodo de estudio de 57,17€, habiéndose incrementado un 1,6% con respecto al año anterior. De igual manera se ha incrementado el consumo per cápita un 1,0%, siendo la ingesta media de queso de 7,74 kilos.

	2018	
	Consumo doméstico de Quesos	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	354.415,04	1,4%
VALOR (Miles €)	2.617.025,04	2,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	7,74	1,0%
GASTO x capita (€)	57,17	1,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,23	1,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,82	0,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,38	0,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg-l)

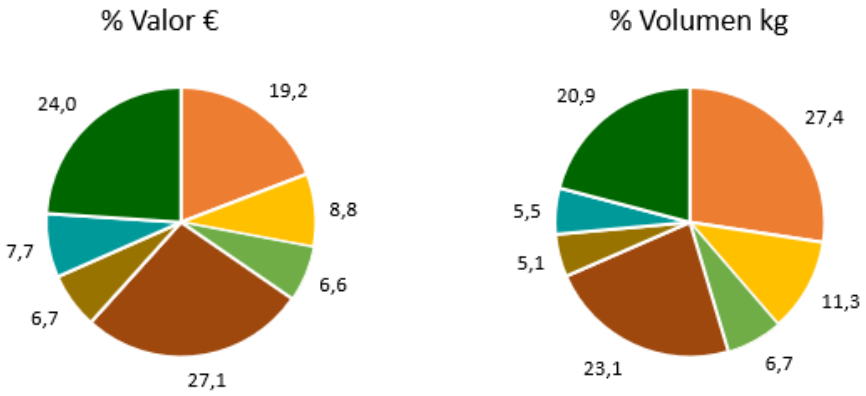


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	32,0	28,3	27,5	32,4	28,6	29,4	27,2	28,0	26,6	29,7	29,5	30,2	31,5	28,4	27,5	32,1	30,5	30,3	29,3	27,6	26,0	28,6	31,0	30,3	32,3
PRECIO MEDIO (kg)	7,93	7,20	7,20	7,28	7,27	7,07	7,30	7,40	7,37	7,27	7,40	7,41	7,90	7,26	7,34	7,40	7,33	7,34	7,38	7,32	7,27	7,23	7,36	7,40	7,90

- **Importancia por tipos de queso**



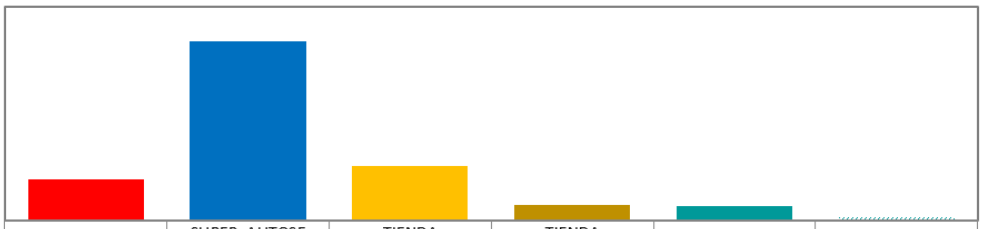
	Valor	Volumen
QUESO	2,0%	1,4%
QUESO FRESCO	3,3%	0,7%
QUESO FUNDIDO	3,7%	2,1%
QUESO TIERNO	4,7%	7,0%
QUESO SEMICURADO	0,6%	1,0%
QUESO CURADO	-1,2%	-1,4%
QUESO OVEJA	0,0%	1,9%
RESTO QUESO	2,8%	1,3%

El tipo de queso fresco es quien tiene la mayor proporción de volumen más de una cuarta parte del volumen (27,4%) su variación este año ha sido positiva +0,7%. Si bien su proporción en valor es menor (19,2%), crece su facturación en este periodo un 3,3%. El queso semicurado es el segundo por orden por importancia en términos de volumen con una proporción del 23,1%, si bien en valor es quien lidera el segmento de queso, pues el 27,1% de la facturación de queso proviene de este tipo de queso. Sus indicadores a cierre de año 2018 son positivos, pero más

bien estables, +1,0% en volumen y +0,6% en valor. El queso fundido tiene una cuota del 11,3% en volumen y un 8,8% en valor, sus variaciones son positivas con crecimientos por encima del 2% en volumen y del 3,7% en valor.

- **Canales**

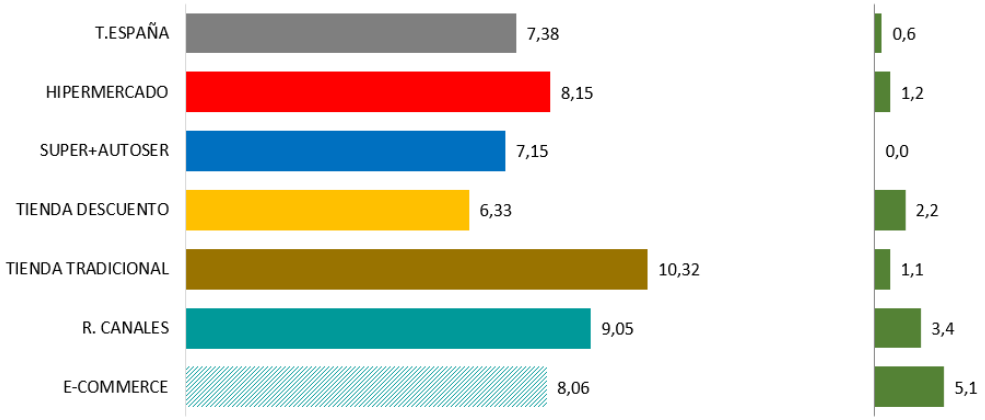
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	13,6	58,9	17,9	5,0	4,6	1,0
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-4,5	4,2	0,3	-2,7	-5,2	21,0

Tan solo son los supermercados y autoservicios quienes, ganan volumen incremental dentro del canal dinámico, respecto al año anterior (+4,2%) siendo además quien mueven prácticamente 6 de cada 10 kilos de queso que llega a los hogares españoles. Hipermercado y tienda descuento pese a tener una importante cuota de mercado (13,6% y 17,9% respectivamente) evolucionan de forma desfavorable en este periodo.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para este derivado lácteo es de 7,38 €-kilo, se incrementa un 0,6% durante el año 2018. Este incremento es trasversal para todas las plataformas, excepto para los super. El canal dinámico donde mayor incremento de precio se realiza es en la tienda descuento (2,2%) pero aún con esta variación, este canal sigue siendo el canal donde se encuentra el precio más competitivo para la categoría, con un precio medio de 6,33 €-kilo, siendo un 14,3% más económico que la media del mercado.

Es en la tienda tradicional donde encontramos el precio medio más alto, siendo un 39,8% más alto que la media, lo que implica pagar 2,94€ más por kilo.

- **Demográficos**

Queso	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**7,74**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,63	9,31
MEDIA	30,71	32,77	7,89
MEDIA BAJA	26,56	26,18	7,40
BAJA	26,42	22,41	6,56
- 35 AÑOS	13,63	11,20	6,58
35 A 49 AÑOS	32,24	35,13	6,95
+ 50 AÑOS	54,13	53,66	8,71
CATALUÑA	16,03	16,14	8,13
ARAGON	2,92	2,48	6,65
BALEARES	2,43	2,73	9,15
VALENCIA	10,86	12,01	8,87
MURCIA	2,94	3,56	8,88
T.ANDALUCIA	17,52	17,66	7,22
MADRID	14,00	12,55	7,18
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,68	6,17
EXTREMADURA	2,34	2,31	7,14
CASTILLA LEON	5,53	4,62	6,54
GALICIA	5,92	6,19	7,92
ASTURIAS	2,47	2,69	9,07
CANTABRIA	1,29	1,22	8,00
PAIS VASCO	4,84	3,83	6,58
LA RIOJA	0,70	0,54	6,39
NAVARRA	1,40	1,06	6,06
CANARIAS	4,57	6,72	11,08
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,93	10,05
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	7,53	7,29
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,61	6,19
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,92	6,66
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,37	7,30
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	7,07	7,45
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	11,83	9,34
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,82	11,84
RETIRADOS	23,18	18,92	9,51

El perfil consumidor de queso se corresponde con un hogar con presencia de hijos ya sean pequeños, medianos o mayores, donde el responsable de las compras tiene una edad comprendida entre los 35 y los 49 años y podría clasificarse como de clase alta y media alta o clase media.

Si realizamos el mismo ejercicio por CCAA podemos agrupar las siguientes como consumidoras intensivas de queso: Canarias, Murcia, Illes Balears, Valencia o Principado de Asturias entre otras. Entre las que no realizan una compra intensiva de queso se sitúan Comunidad Foral de Navarra, La Rioja o País Vasco, entre otras.

Ahora bien, los individuos que mayor consumo per cápita realizan de queso son quienes habitan en el archipiélago balear. Su consumo de la categoría es muy intensivo no solo por lo que compran sino por que consumen más de lo que hace la media nacional, concretamente 11,08 kilos, esto supone casi 3,33 kilos más por persona en el periodo de estudio. De igual forma los habitantes asturianos, así como aquellos que viven en el archipiélago balear entre otros quienes tienen una ingesta media superior a la media. Si realizamos el mismo ejercicio por ciclo de vida, observamos que son los adultos independientes quienes tienen la cifra más alta de consumo per cápita, siendo un 53% superior a la media. Junto a estos y por encima de la media se sitúan también jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y retirados. Quienes menor consumo realizan de la categoría son sin embargo parejas con hijos pequeños, con un consumo medio de 6,19 kilos por persona y año.

3.14.2.2 LECHES FERMENTADAS

- **Resultados totales**

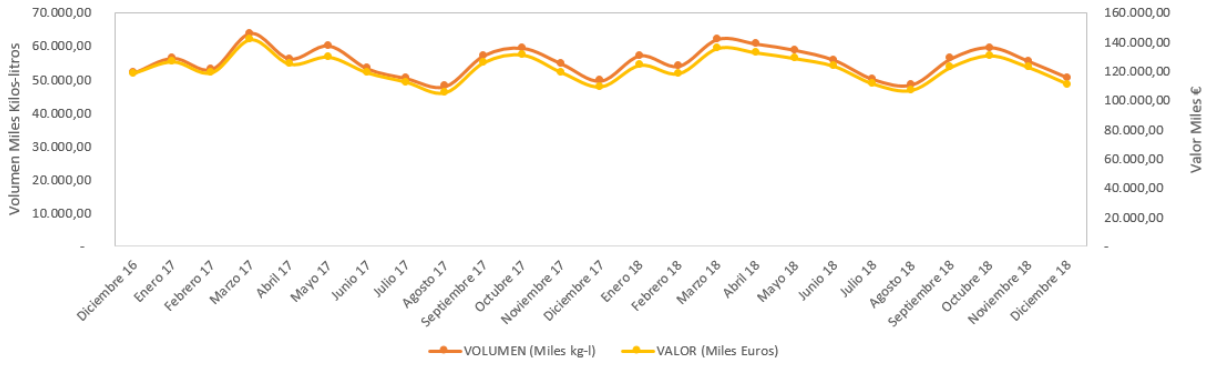
Ganan presencia en los hogares las leches fermentadas con una variación del 1,0% con respecto al año 2018. En valor sin embargo la categoría presenta estabilidad (+0,3%), debido a que los precios medios retroceden en torno al 0,7% cerrando en 2,19 €/kilo-litro.

La compra de estos productos acapara el 2,14% del presupuesto medio destinado a la compra total de alimentación y bebidas para abastecimiento del hogar. Esto implica un gasto per cápita de 31,97€ por persona y año.

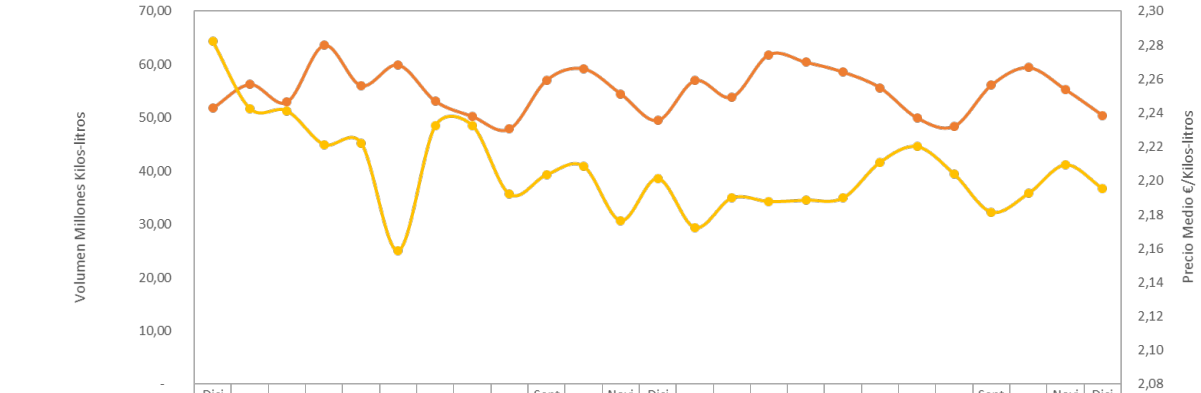
La cantidad media ingerida de leches fermentadas por persona y año durante el año 2018 resulto un 0,6% superior, siendo de 14,57 kilo-litros por persona.

	2018	
	Consumo doméstico de Leches fermentadas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg-l)	666.904,33	1,0%
VALOR (Miles €)	1.463.632,30	0,3%
CONSUMO x CAPITA (kg-l)	14,57	0,6%
GASTO x capita (€)	31,97	-0,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,31	1,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	2,14	-1,3%
PRECIO MEDIO (€/kg-l)	2,19	-0,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg-l)

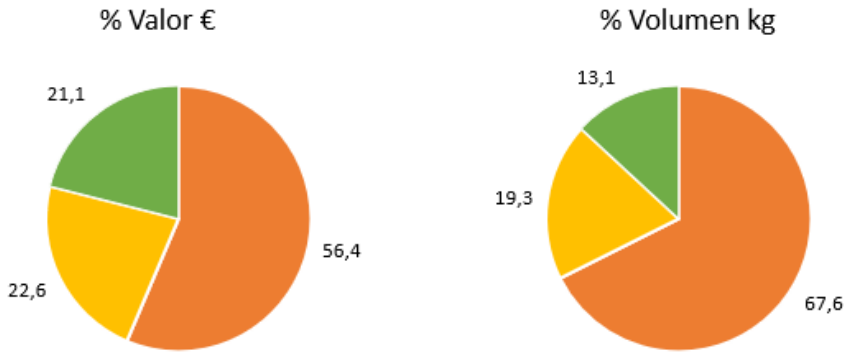


Evolución mensual de total compras (millones kg-l) y precio medio (€/kg-l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg-l)	51,8	56,2	52,9	63,5	56,0	59,9	53,1	50,2	47,8	57,0	59,1	54,5	49,5	56,9	53,8	61,8	60,4	58,5	55,6	49,9	48,4	56,1	59,4	55,2	50,4
PRECIO MEDIO (kg-l)	2,28	2,24	2,24	2,22	2,22	2,16	2,23	2,23	2,19	2,20	2,21	2,18	2,20	2,17	2,19	2,19	2,19	2,19	2,21	2,22	2,20	2,18	2,19	2,21	2,20

- **Importancia por tipos de leches fermentadas**



	Valor	Volumen
LECHES FERMENTADAS	0,3%	1,0%
YOGURT	4,7%	2,9%
LECHE FERMENTADA CON BIFIDOBACTERIAS	-6,4%	-5,0%
O.LECHES FERMENTADS	-3,2%	0,9%

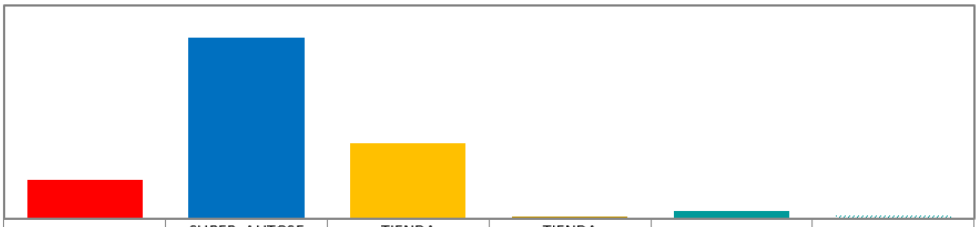
Los yogures son los productos con mayor proporción de volumen y valor dentro de las leches fermentadas. Su cuota es del 67,6% en volumen, siendo algo menor en valor (56,4%). Su variación con respecto al año anterior es creciente para ambas variables (+2,9% y +4,7% respectivamente).

En volumen casi una quinta parte (19,3%) se corresponde con leche fermentada con bifidobacterias en valor sin embargo su cuota es mayor, le corresponde el 22,6%. Si bien, tanto en volumen como en valor pierde intensidad y sus variaciones con respecto al año anterior son negativas, con decrecimientos significativos (-5,0% y -6,4% en volumen y valor respectivamente).

Las otras leches fermentadas tienen también un peso significativo en valor principalmente (21,1%) pero su variación es negativa y pierde facturación con respecto al año anterior (-3,2%).

- **Canales**

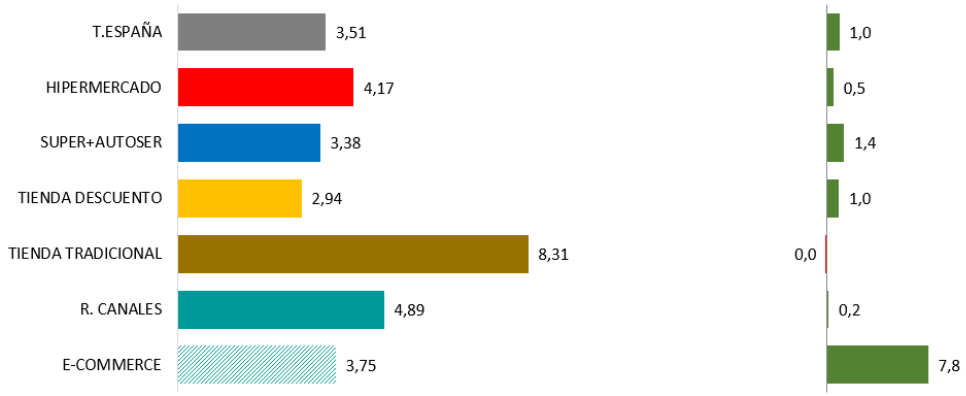
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	12,6	59,6	24,9	0,5	2,4	1,1
% EVOLUCION VOLUMEN kg-l	-0,2	1,9	-0,3	14,9	-2,7	0,4

Tres quintas partes de leches fermentadas para consumo doméstico se adquieren en el canal supermercado (59,6%), siendo además su evolución favorable y creciendo un 1,9% con respecto al año anterior. Las tiendas descuento también tienen una cuota significativa del volumen, 1 de cada 4 kilo-litros de estos productos que llegaron a los hogares durante el año 2018, paso por estos canales, si bien no gano volumen incremental pues retrocede un 0,3% en este sentido. La tienda tradicional obtiene un volumen incremental del 14,9%, si bien su cuota aún es pequeña (0,5%).

Precio medio (€/kg-l) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de leches fermentadas es de 3,51 €/kilo-litro, varia con respecto al año 2017 un 1,0% al alza. Es un incremento secundado por todos los canales. El canal que mayor variación realiza de precio es el e-commerce con un aumento del 7,8%, si bien su precio medio aun estando por encima de la media no es el más alto. Es la tienda tradicional quien tiene el precio medio menos competitivo de la categoría, tal como puede observarse en el gráfico inmediatamente anterior.

El precio medio más competitivo lo encontramos en la tienda descuento, se sitúa por debajo de la media del mercado y es un 16,4% más económico que la media.

- **Demográficos**

Leches fermentadas	% Población	% Distribución Volumen kg-l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**14,57**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,06	16,99
MEDIA	30,71	32,77	14,85
MEDIA BAJA	26,56	25,71	13,67
BAJA	26,42	23,45	12,91
- 35 AÑOS	13,63	10,16	11,23
35 A 49 AÑOS	32,24	33,21	12,35
+ 50 AÑOS	54,13	56,63	17,30
CATALUÑA	16,03	15,49	14,68
ARAGON	2,92	2,76	13,91
BALEARES	2,43	2,23	14,07
VALENCIA	10,86	8,79	12,21
MURCIA	2,94	2,77	12,98
T.ANDALUCIA	17,52	17,94	13,80
MADRID	14,00	13,18	14,20
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,69	11,64
EXTREMADURA	2,34	2,48	14,40
CASTILLA LEON	5,53	5,38	14,33
GALICIA	5,92	7,08	17,06
ASTURIAS	2,47	3,41	21,64
CANTABRIA	1,29	1,80	22,32
PAIS VASCO	4,84	6,11	19,75
LA RIOJA	0,70	0,74	16,33
NAVARRA	1,40	1,26	13,53
CANARIAS	4,57	4,89	15,16
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,64	17,00
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,77	12,32
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,41	11,50
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,17	12,03
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	11,57	11,90
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,81	11,51
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	11,93	17,72
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,35	24,77
RETIRADOS	23,18	23,36	22,10

El perfil de hogar comprador de leches fermentadas se corresponde con una tipología de hogar de estas características; Parejas con hijos independientemente de la edad o bien parejas adultas sin niños. Son de clase media o alta, media alta y el comprador de la categoría es mayor de 35 años.

Sin embargo, quienes mayor consumo per cápita realizan de esta categoría son los adultos independientes, siendo su ingesta media superior a la media en una proporción del 70%, es decir, consumen de media 10,20 kilo-litros más por persona que la media. También los retirados tienen un consumo per cápita muy superior a la media, siendo su consumo por persona de 22,10 kilo-litros por persona y año, cuando la cantidad media es de 14,57 kilo-litros/persona/año.

Las CCAA con un consumo intensivo de leches fermentadas son: Cantabria, Principado de Asturias, País Vasco, así como Galicia entre otras. Por el contrario, encontramos algunas como Valencia, Castilla-La Mancha, Comunidad Foral de Navarra o el archipiélago entre otras. Si bien y si tenemos en cuenta el consumo per cápita son los habitantes cántabros quienes realizan el mayor consumo per cápita de leches fermentadas, con una ingesta media de 22,32 kilo-litros por persona y año siendo un 53% superior a la media, lo que se traduce en 7,75 kilo-litros más por persona y año que la media. Del lado contrario, mencionar a los ciudadanos castellanomanchegos que son quienes se sitúan por debajo de la media, y realizan el menor consumo per cápita de la categoría con una ingesta media de 11,64 kilo-litros por persona y periodo de estudio, una cantidad 2,93 kilo-litros menos que la media.

3.15 LEGUMBRES

- **Resultados totales**

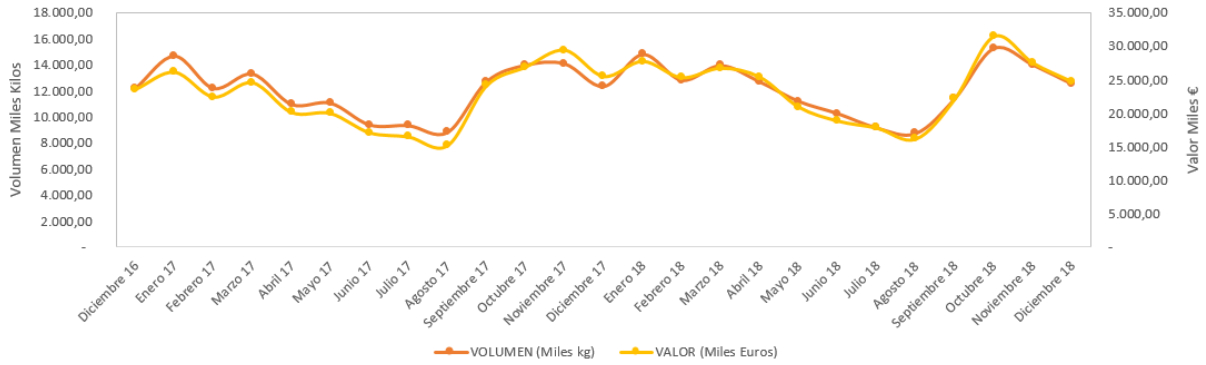
El consumo doméstico de legumbres crece un 2,8%. La misma tendencia se observa en valor, se incrementa en un 6,3% debido al aumento del precio medio en 3,4 puntos porcentuales hasta alcanzar los 1,94 €/kg.

El consumo per cápita también crece (+2,4%) y se sitúa en 3,20 kilos por persona y año. En cuanto al gasto medio realizado por persona y año en legumbres, es de 6,21€, lo que se traduce en un incremento del 5,9%.

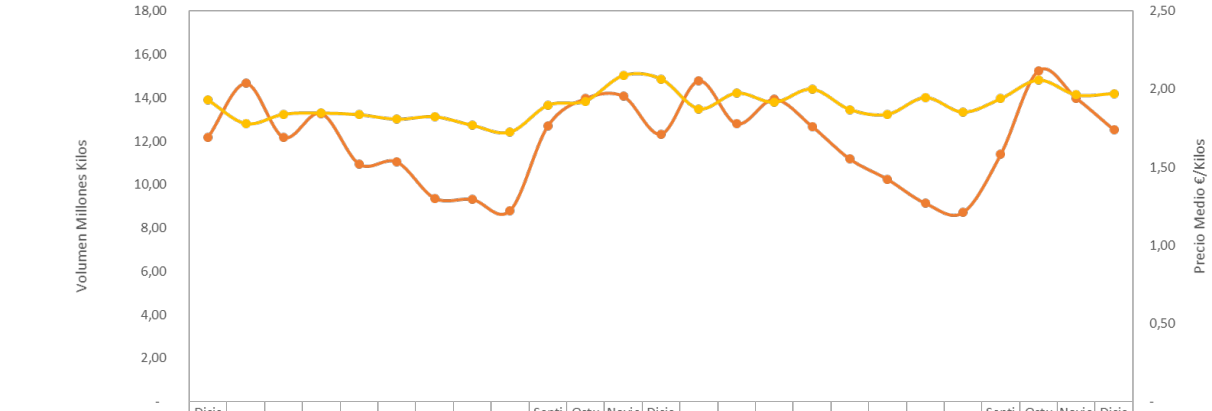
Las legumbres suponen un 0,41% del valor total destinado por los hogares al consumo doméstico de alimentación y bebidas.

	Consumo doméstico de Legumbres en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	146.592,31	2,8%
VALOR (Miles €)	284.267,85	6,3%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	3,20	2,4%
GASTO x CÁPITA (€)	6,21	5,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,51	3,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,41	4,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,94	3,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

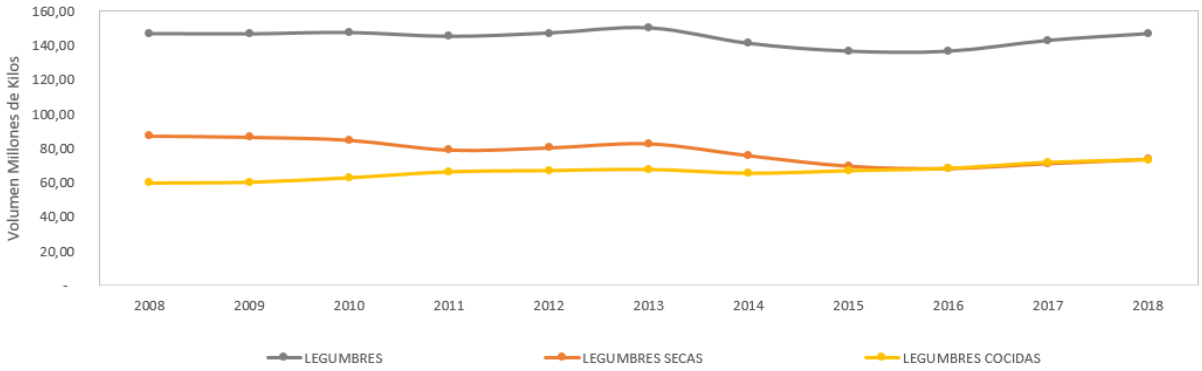


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



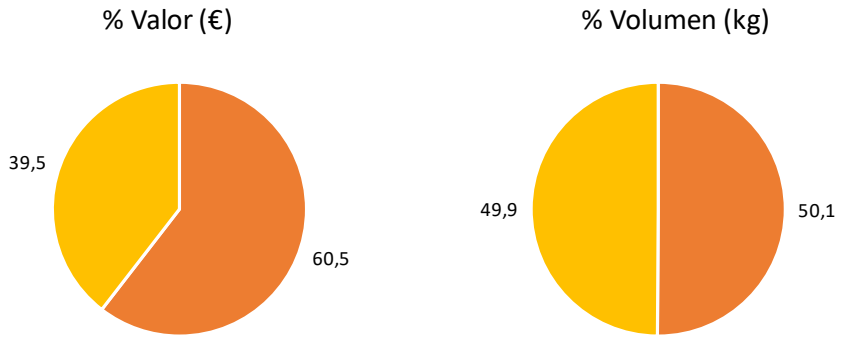
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	12,1	14,6	12,1	13,2	10,9	11,0	9,37	9,31	8,80	12,6	13,9	14,0	12,3	14,7	12,8	13,9	12,6	11,1	10,2	9,14	8,71	11,3	15,2	13,9	12,5
PRECIO MEDIO (kg)	1,93	1,78	1,84	1,85	1,84	1,81	1,82	1,77	1,72	1,90	1,92	2,09	2,07	1,87	1,97	1,92	2,00	1,87	1,84	1,95	1,85	1,94	2,06	1,96	1,97

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Desde el año 2015, se ha producido un aumento del 7,6% en la compra de legumbres propiciado tanto por el incremento del consumo de legumbres secas, como cocidas, de manera que, a finales de 2018, ambos se igualaron posicionándose en torno a los 73.000 kilos.

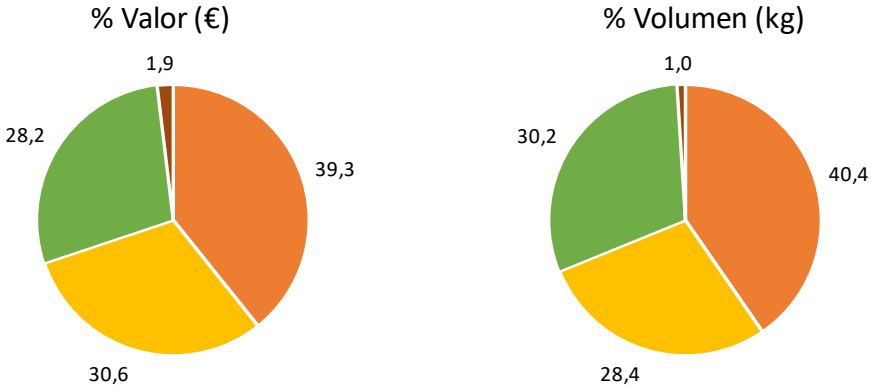
- **Importancia de los tipos de legumbres**



% Evolucion 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
LEGUMBRES	6,3%	2,8%
LEGUMBRES SECAS	5,5%	3,4%
LEGUMBRES COCIDAS	7,5%	2,1%

Si se desglosa la proporción en volumen de los dos tipos de legumbres, se puede observar que las cuotas están muy igualadas: el 50,1% se corresponde con legumbres secas, y el 49,9% restante con legumbres cocidas. En valor, la repartición no es tan igualitaria, pues la proporción en facturación de las legumbres secas es del 60,5%, de manera que las legumbres cocidas solo representan un 39,5% del valor.

En términos de evolución, sin embargo, es más notorio el aumento del valor de las legumbres cocidas (+7,5%), que de las secas (+5,5%). Respecto al volumen, las variaciones también son positivas tanto para la variedad seca como la cocida (+3,4% y +2,1% respectivamente).



% Evolucion 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
LEGUMBRES	6,3%	2,8%
GARBANZOS	11,6%	4,2%
ALUBIAS	1,7%	-0,9%
LENTEJAS	5,1%	5,1%
OTRAS LEGUMBRES	-5,2%	-9,4%

Si tenemos en cuenta las diferentes variedades de legumbres, vemos que los garbanzos representan el 40,4% de los kilos de legumbres, teniendo una cuota muy igual en valor. En términos de evolución, durante el año 2018 fue un buen año para esta leguminosa, con un crecimiento en volumen destacado del 4,2%, siendo más notorio en valor (+11,6%). Las lentejas tienen una cuota sobre el total de 3 de cada 10 kilos, con un incremento del 5,1% en volumen. En valor representan algo menos (+28,2%) sin embargo, también evolucionan de forma significativa en este año. Las alubias, crecen en facturación, pero no lo hacen en volumen; su proporción también roza el tercio del mercado principalmente en valor (+30,6%).

- **Consumo per cápita de los tipos de legumbres**

	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
LEGUMBRES	**3,13**	**3,20**
LEGUMBRES SECAS	1,56	1,60
LEGUMBRES COCIDAS	1,57	1,60

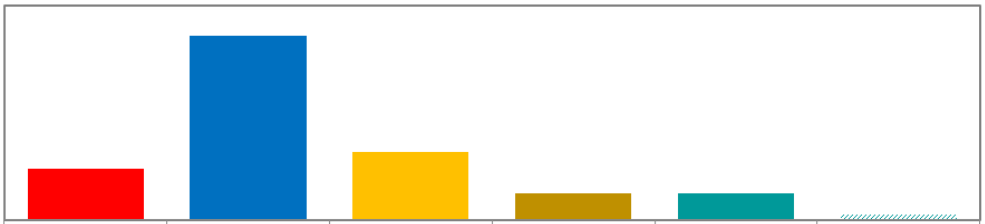
En 2018, el consumo per cápita de legumbres es de 3,20 kilos, una cantidad un 2,4% mayor con respecto al año 2017. De esos 3,20 kilos consumidos de media por persona y año, 1,60kg se corresponden con el consumo per cápita de las legumbres secas, y otro 1,60kg con el de las cocidas. Así, si bien la cantidad consumida de media resulta la misma para ambas variedades, las evoluciones son diferentes: el consumo de legumbres secas crece un 3,0% y el de cocidas un 1,8%.

	Consumo per cápita	
	AÑO 2081	**AÑO 2047**
LEGUMBRES	**3,13**	**3,20**
GARBANZOS	1,25	1,29
ALUBIAS	0,92	0,91
LENTEJAS	0,92	0,97
OTRAS LEGUMBRES	0,04	0,03

La legumbre más consumida por persona es el garbanzo, con una ingesta aproximada por persona de 1,29 kilos, crece además un 3,8%. Las lentejas rondan cerca del kilo de consumo medio aproximado por persona y año, y también se ha incrementado este año (+4,7%). Las alubias sin embargo peses a tener un consumo muy alto, son las únicas legumbres que durante el año 2018 perdieron consumo per cápita en relación al resto de leguminosas que lo incrementaron, de igual forma que las otras legumbres.

- **Canales**

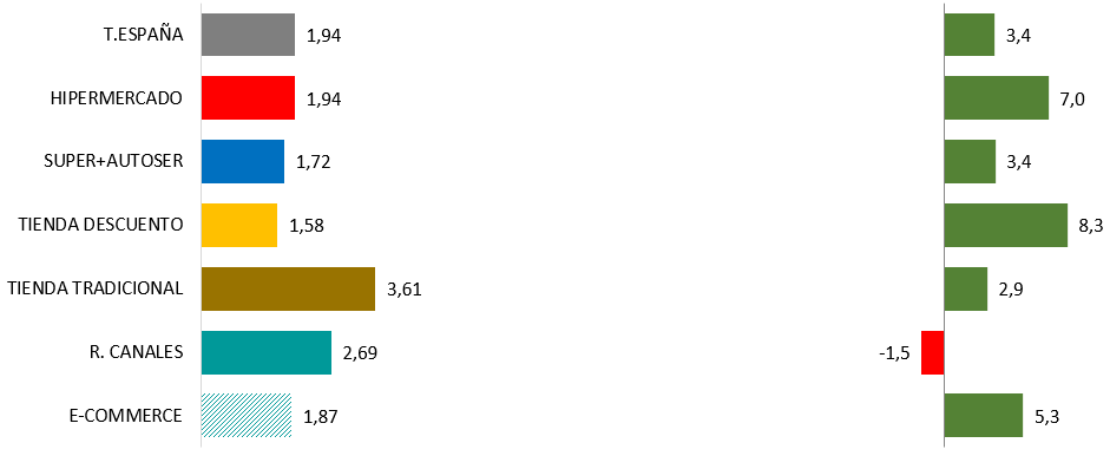
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
VOLUMEN X CANAL	14,4	51,7	19,1	7,4	7,4	1,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	6,5	4,5	0,5	-3,8	-2,2	5,8

El canal supermercados y autoservicios es el principal para la compra de legumbres con el 51,7% de los kilos. Su tendencia en 2018 es positiva, y consigue crecer un 4,5%. La cuota del hipermercado también aumenta (+6,5%), mientras que la de la tienda de descuento se mantiene estable (+0,5%), y la de la tienda tradicional se reduce (-3,8%).

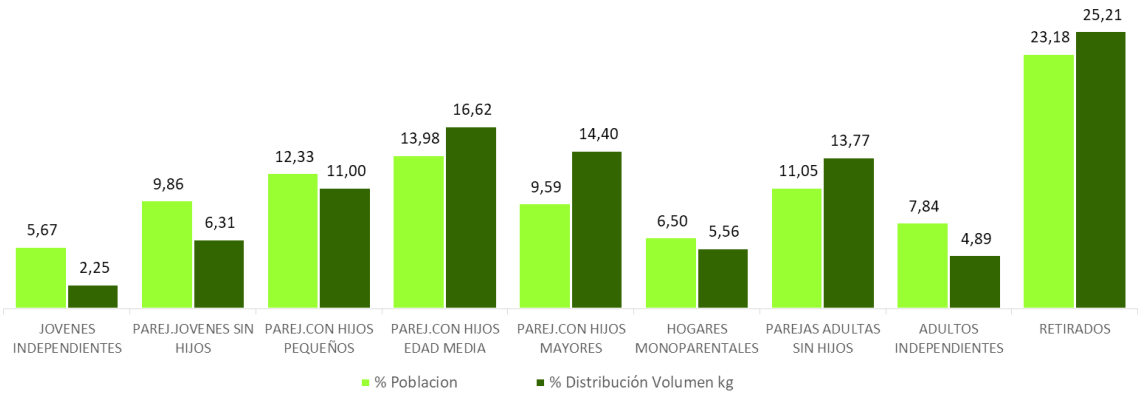
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



Fuerte incremento del precio medio de legumbres a lo largo del año 2018 (+3,4%), cerrando en un precio medio de 1,94 €/kg. La subida es generalizada en todos los canales de distribución con la única excepción del "resto canales", donde se contrae un 1,5%. La tienda de descuento es el canal con el precio medio más bajo de la categoría (1,58 €/kg) a pesar de ser el que experimenta un mayor incremento (+8,3%). Contrariamente, la tienda tradicional es el canal con el precio medio más alto (3,61€/kg), el equivalente a pagar 1,67€ más por kilo.

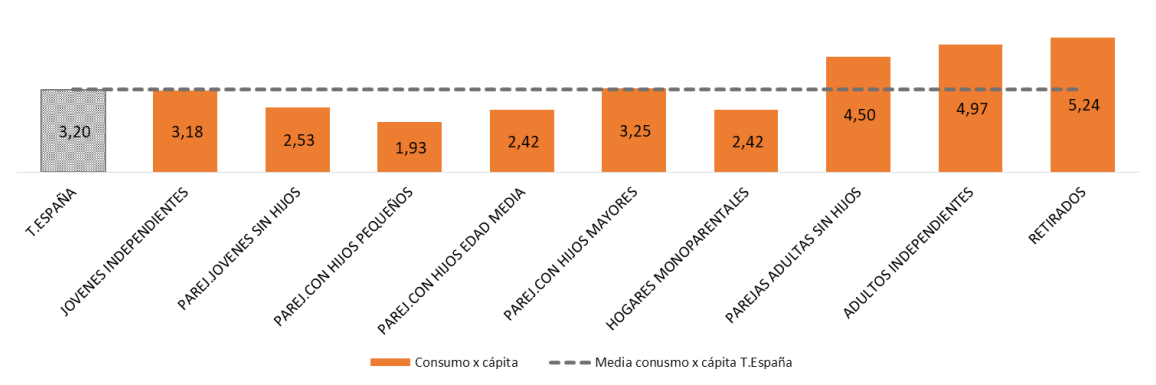
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



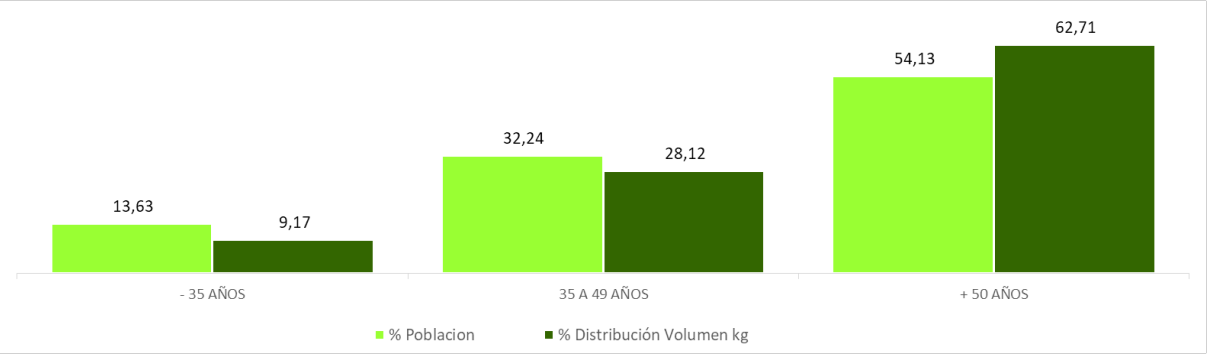
El perfil consumidor por ciclo de vida de legumbres se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media, mayores, así como parejas adultas sin hijos o retirados.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



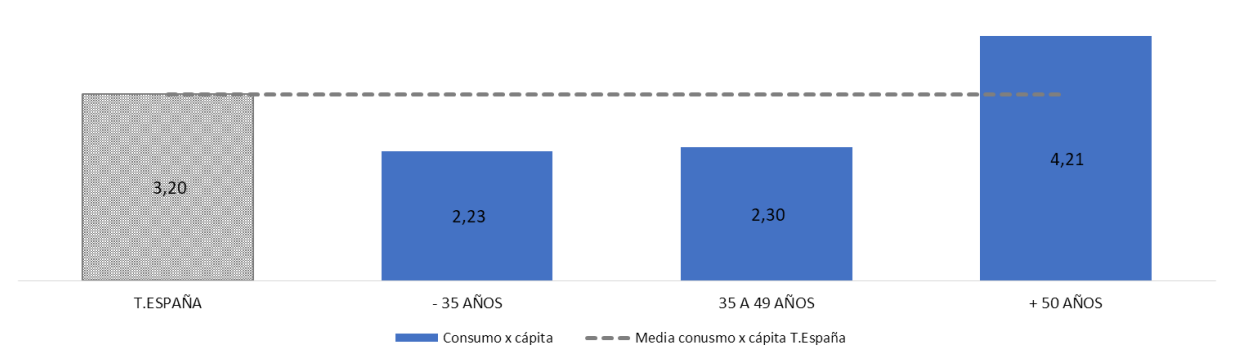
Los individuos que mayor consumo per cápita realizan de la categoría son los retirados. Consumen de media 5,24 kilos por persona, una cantidad que supera la media del mercado en un 64%, lo que supone 2,04 kilos más por persona más que la media. También superan la media individuos clasificados por ciclo de vida en adultos independientes, parejas adultas sin hijos, o parejas con hijos mayores. Son las parejas con hijos pequeños, quienes por el contrario realizan el menor consumo per cápita, con un consumo de 1,93 kilos por persona, una cantidad un 40% inferior a la media.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



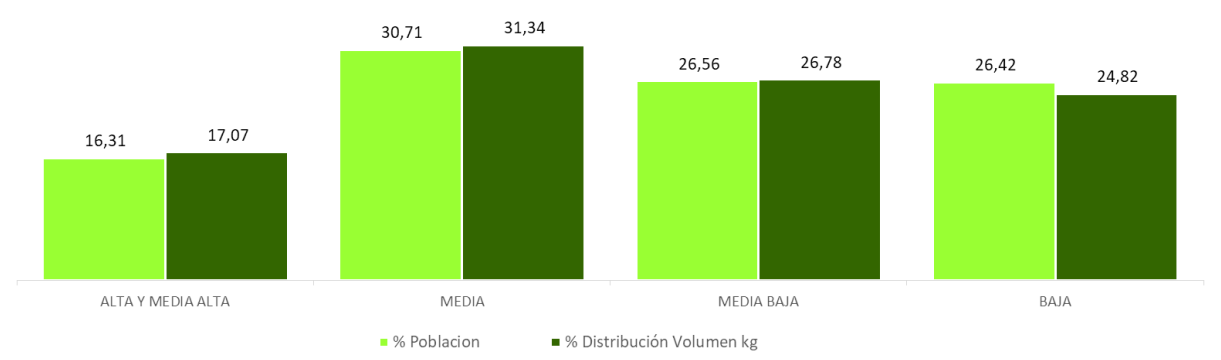
El perfil de hogar consumidor de legumbre es de edad adulta, supera los 50 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



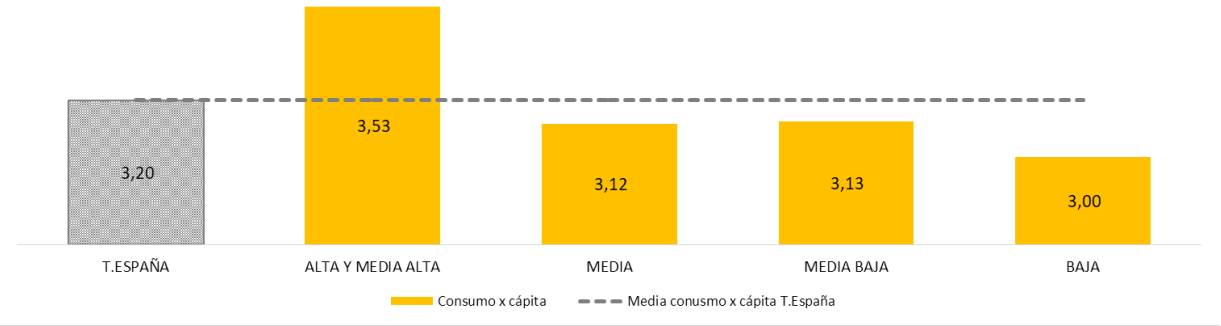
De igual manera son los mayores de 50 años quienes realizan el mayor consumo de la categoría con una ingesta per cápita de 4,21 kilos, una cantidad un 32% superior a la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



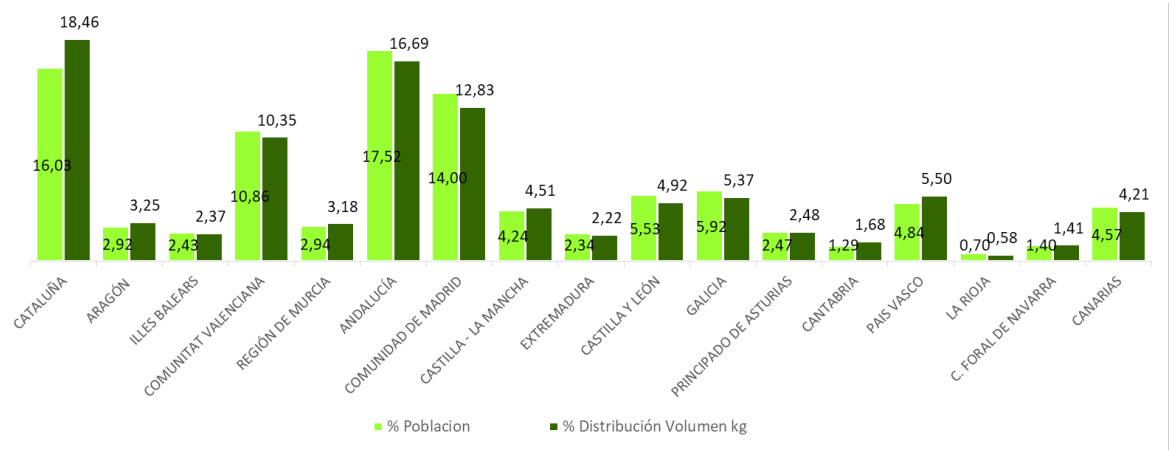
No existe un consumidor diferencial por clase socioeconómica, ya que tal como se observa en el gráfico inmediatamente anterior, hay bastante igualdad entre la proporción de compras que entre el peso poblacional.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



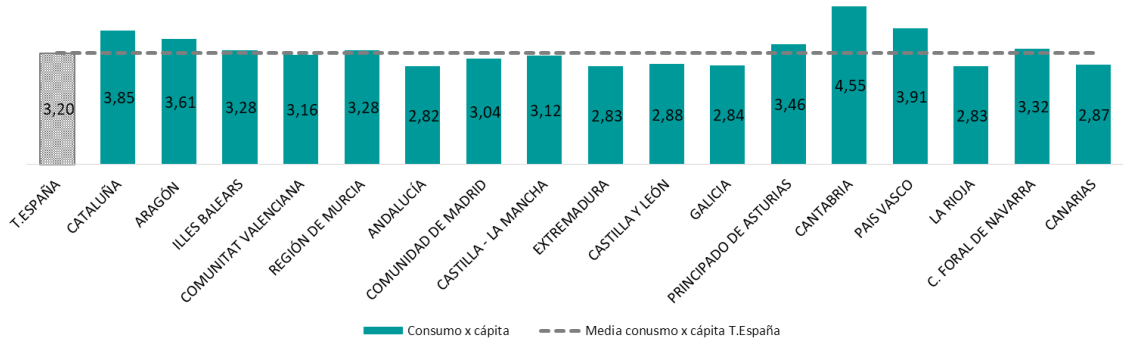
Sin embargo, son los individuos de clase alta y media alta, quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría ya que su consumo se sitúa durante el año 2018 por encima de la media del mercado. Quienes menor consumo de legumbre realizan son las personas segmentadas en clase baja, con un consumo un 6% por debajo de la media.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Cantabria, País Vasco, Cataluña y Aragón, entre otras son las comunidades autónomas más intensivas en compra de legumbres durante el año 2018. Por el contrario son La Rioja, Castilla y León, Galicia y Canarias las que menor compra realizan.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los cántabros son los individuos que más consumieron legumbres durante el año 2018, incluso superando la media tal como se observa en el gráfico. En concreto consumen de media 4,55 kilos por persona y año, es un 42% superior a la media, siendo su gramaje 1,35 kilos más por persona y año. Otras CCAA donde los habitantes mantienen un consumo per cápita superior a la media del mercado son: Cataluña, Aragón y País Vasco entre otras.

Por el contrario, podemos ver que son los habitantes Andaluces quienes realizan un menor consumo de legumbres, siendo su consumo per cápita de 2,82 kilos. Una cantidad menor que la media, siendo su ingesta 0,38 kilos menos por persona.

3.15.1 ALUBIAS

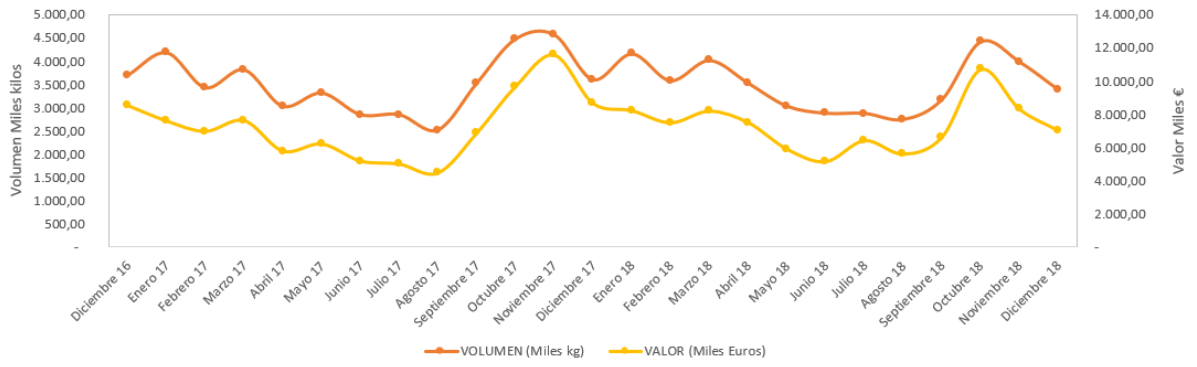
- **Resultados totales**

Las alubias pierden presencia en los hogares a cierre de año 2018 (-0,9%). En valor, sin embargo, este tipo de legumbre crece un 1,7% (el equivalente a 1,49 millones de €); este incremento de facturación proviene del efecto que tiene el incremento del precio medio de este producto, cerrando en 2,09 €-kilo con una variación respecto del año anterior del 2,7%.

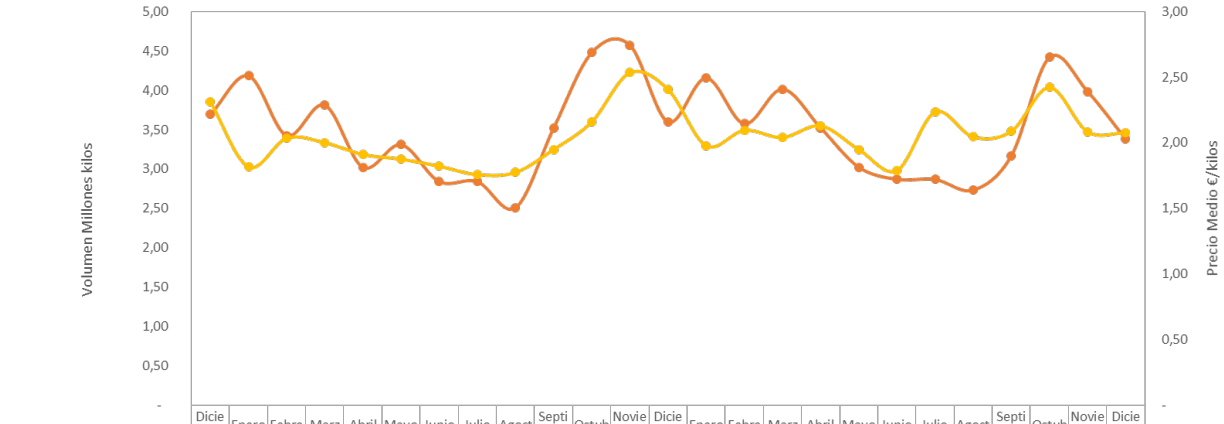
El gasto per cápita de alubias por habitante español durante el año 2018 ha sido de 1,91 €, con un incremento de 1,7% por persona y año. Sin embargo la cantidad que se consumió fue ligeramente inferior al periodo previo (-1,0%), con una ingesta menor a un kilogramo, exactamente de 0,91 por persona.

	Consumo doméstico de Alubias en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	41.702,35	-0,9%
VALOR (Miles €)	87.014,41	1,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,91	-1,0%
GASTO x CAPITA (€)	1,91	1,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,14	-0,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,13	0,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,09	2,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



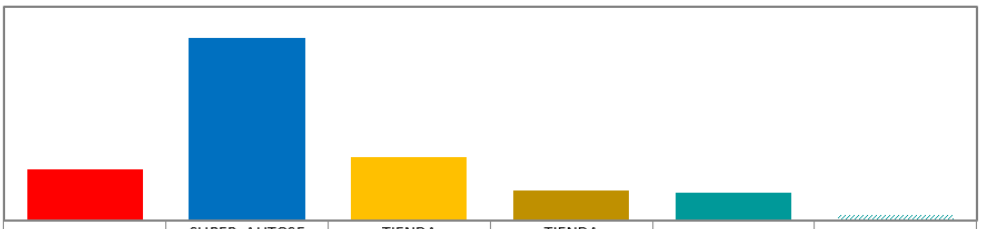
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	3,69	4,18	3,42	3,81	3,02	3,31	2,84	2,84	2,51	3,52	4,48	4,57	3,60	4,15	3,57	4,01	3,52	3,02	2,87	2,87	2,73	3,17	4,42	3,98	3,38
PRECIO MEDIO (kg)	2,31	1,82	2,03	2,00	1,91	1,88	1,82	1,76	1,77	1,95	2,16	2,53	2,41	1,98	2,09	2,04	2,13	1,95	1,79	2,23	2,04	2,09	2,42	2,08	2,08

- **Canales**

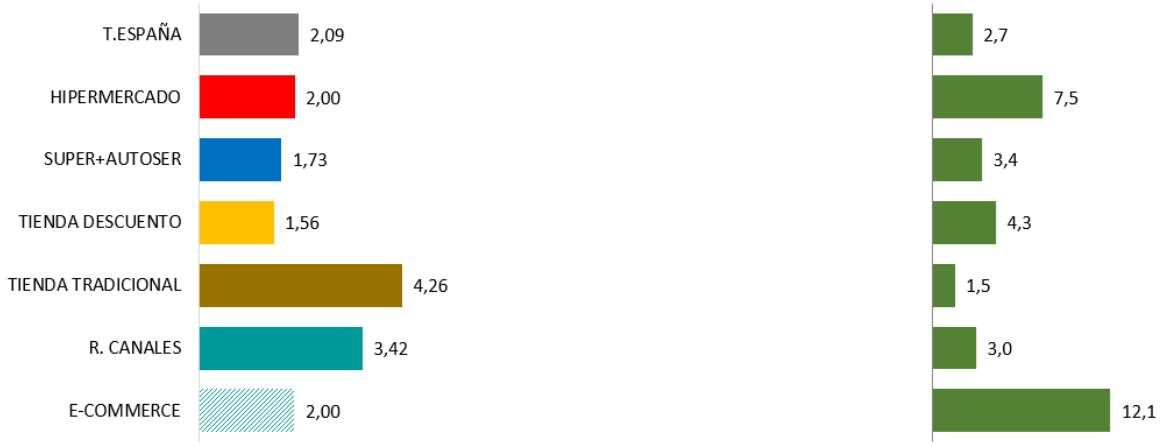
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,5	51,5	17,7	8,5	7,8	1,3
% EVOLUCION VOLUMEN kg	3,5	2,8	-6,4	2,3	-18,9	-0,8

Más de la mitad de los kilos de alubias que se adquieren para consumo doméstico se adquieren en el canal supermercado (51,5%), además, su volumen crece con respecto al año anterior en un 2,8%. El resto de los canales dinámicos como la tienda descuento y el hipermercado también tienen una proporción de compras significativas de este producto, sin embargo, su tendencia en los últimos doce meses ha sido dispar; es favorable para el hipermercado, pero decreciente pera las tiendas descuento.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de alubias se encareció de media un 2,7% durante el año 2018. Es un encarecimiento secundado por todas las plataformas de distribución, siendo especialmente significativa para el hipermercado y e-commerce. El precio medio más alto lo encontramos en la tienda tradicional, siendo más del doble que el precio medio del mercado; mientras que, el precio más accesible de este producto lo encontramos en la tienda descuento, con un diferencial respecto al precio medio del mercado de un 25% menos.

- **Demográficos**

Alubias	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,91**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,51	0,97
MEDIA	30,71	29,62	0,84
MEDIA BAJA	26,56	26,86	0,94
BAJA	26,42	27,01	0,94
- 35 AÑOS	13,63	8,83	0,61
35 A 49 AÑOS	32,24	25,85	0,60
+ 50 AÑOS	54,13	65,32	1,25
CATALUÑA	16,03	19,70	1,19
ARAGÓN	2,92	3,25	1,03
ILLES BALEARS	2,43	1,77	0,72
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	9,67	0,85
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,88	1,14
ANDALUCÍA	17,52	14,28	0,69
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,34	0,89
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	5,24	1,04
EXTREMADURA	2,34	2,57	0,91
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,20	0,89
GALICIA	5,92	4,41	0,66
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,31	0,89
CANTABRIA	1,29	2,18	1,64
PAIS VASCO	4,84	6,08	1,23
LA RIOJA	0,70	0,61	0,81
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,49	1,05
CANARIAS	4,57	4,01	0,76
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,03	0,82
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,46	0,62
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,40	0,52
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,84	0,66
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,37	0,94
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,34	0,67
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,04	1,41
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,46	1,28
RETIRADOS	23,18	27,06	1,61

El perfil intensivo en la compra de alubias se corresponde con un hogar cuyo responsable de las compras es de edad adulta, normalmente de clase baja o medio baja. Por ciclo de vida se corresponde con hogares con hijos mayores o medianos, así como parejas adultas sin hijos o retirados.

Son los retirados además quienes realizan el mayor consumo per cápita de esta leguminosa con una ingesta que supera la media, 1,61 kilogramos por persona y año, siendo 0,70 kilos superior a la media. También es superior a la media el consumo que realizan las parejas adultas sin hijos, así como los adultos independientes.

Las CCAA más intensivas en la compra de alubias son: Cantabria, Región de Murcia, País Vasco, así como Cataluña entre otras. Por el contrario, otras regiones españolas como como por ejemplo Illes Balears, Galicia o Andalucía no son intensivas en la compra de alubias.

Son los habitantes que viven en Cantabria quienes realizan el mayor consumo per cápita de este producto con una ingesta de 1,64 kilogramos. También superan la media los habitantes de País Vasco, Comunidad Foral de Navarra, Cataluña o Región de Murcia entre otras. Por su parte, los habitantes de Galicia o Andalucía no alcanzan a consumir la cantidad media, quedando por debajo en consumo per cápita, tal como puede verse en la tabla.

3.15.2 GARBANZOS

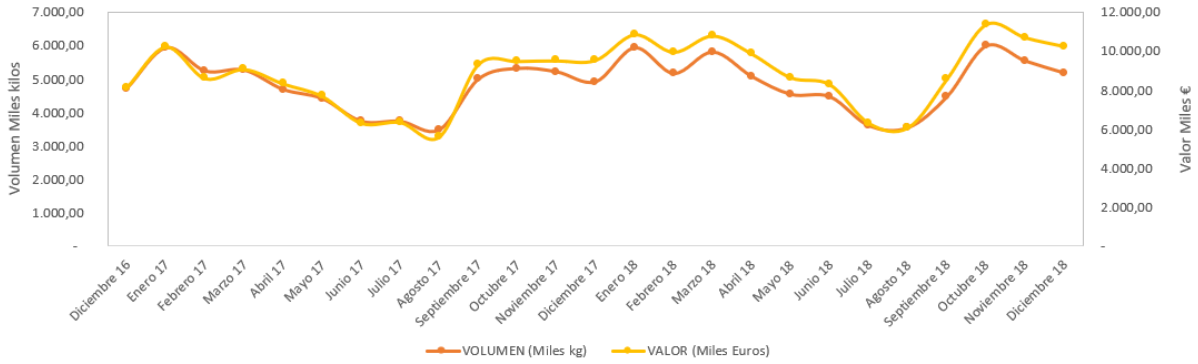
- **Resultados totales**

Crece la compra de garbanzos en España durante el año 2018 un 4,2% en volumen. Es notable el incremento en valor para esta legumbre con un incremento del 11,6%, lo cual implica un incremento en facturación de 11,63 millones de euros. Este aumento se produce debido al incremento que ha tenido el precio medio durante los últimos doce meses. La variación ha sido del 7,2%, pasando del 1,76 €-kilo del año 2017 al precio actual de 1,88 €-kilo.

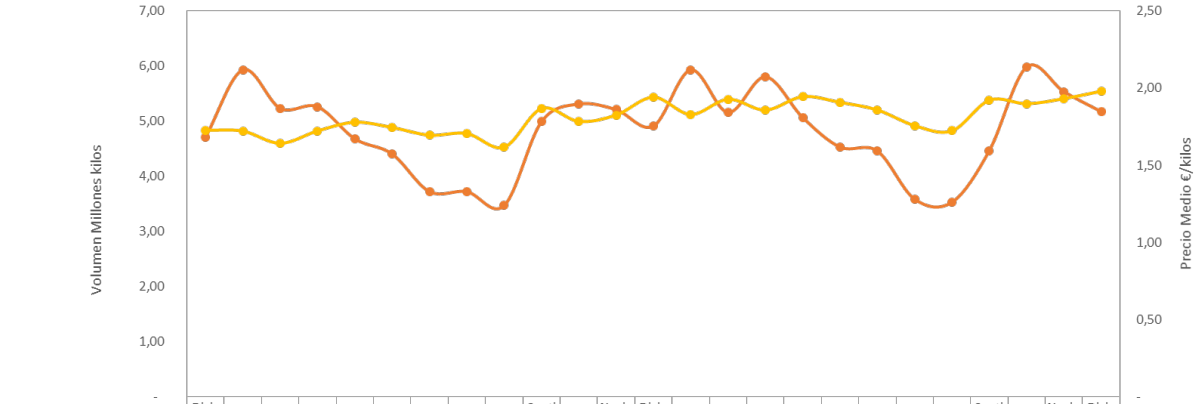
Tanto el consumo como el gasto per cápita se han incrementado en este año; La cantidad consumida por persona ha sido de 1,30 kilos, con una variación del 4,1%. El gasto per cápita también varía en 11,6% siendo el promedio invertido por persona de 2,45€.

	Consumo doméstico de Garbanzos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	59.214,84	4,2%
VALOR (Miles €)	111.597,20	11,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,30	4,1%
GASTO x CAPITA (€)	2,45	11,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,21	4,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,16	9,9%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,88	7,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



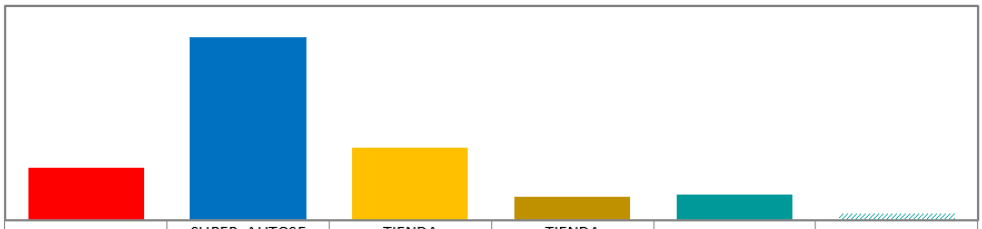
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	4,71	5,93	5,23	5,26	4,68	4,40	3,72	3,72	3,47	4,99	5,31	5,21	4,91	5,93	5,16	5,80	5,07	4,53	4,46	3,58	3,53	4,46	5,98	5,53	5,17
PRECIO MEDIO (kg)	1,73	1,72	1,64	1,72	1,78	1,74	1,70	1,71	1,62	1,87	1,78	1,83	1,94	1,83	1,93	1,86	1,94	1,91	1,86	1,76	1,72	1,92	1,90	1,93	1,98

- **Canales**

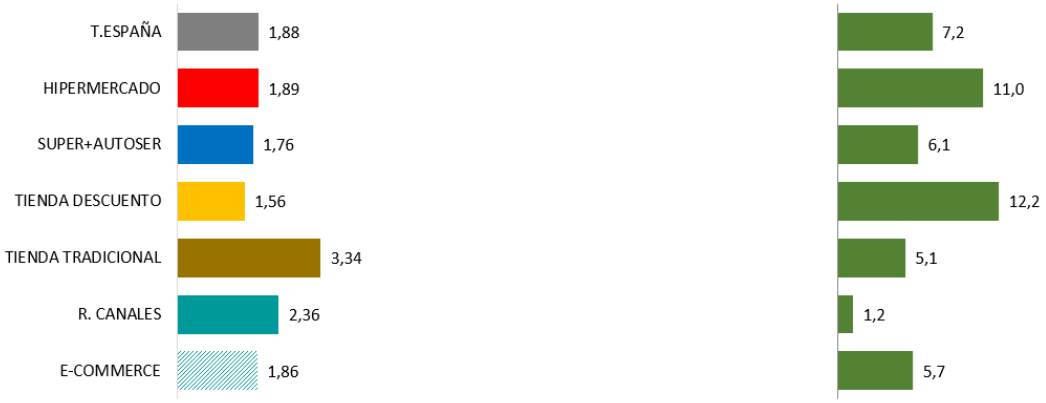
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,7	51,3	20,3	6,5	7,2	1,7
% EVOLUCION VOLUMEN kg	9,2	4,7	-0,8	-2,8	12,6	14,6

1 de cada 2 kilos de garbanzos para consumo doméstico se adquieren en el supermercado, además este canal crece con respecto al año 2017 (+4,7%). La tienda descuento también tiene una importante cuota, si bien pierde importancia con respecto al año anterior en un -0,8%. El resto canales crece con respecto anterior, su cuota actualmente es del 7,2%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



- **Demográficos**

Garbanzos	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,30**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,63	1,47
MEDIA	30,71	32,16	1,30
MEDIA BAJA	26,56	26,76	1,33
BAJA	26,42	23,46	1,15
- 35 AÑOS	13,63	9,11	0,89
35 A 49 AÑOS	32,24	28,00	0,92
+ 50 AÑOS	54,13	62,89	1,72
CATALUÑA	16,03	18,22	1,56
ARAGÓN	2,92	3,51	1,58
ILLES BALEARS	2,43	2,83	1,63
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	11,08	1,39
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,90	1,21
ANDALUCÍA	17,52	18,98	1,29
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,74	1,21
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,10	1,16
EXTREMADURA	2,34	1,94	0,98
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,59	1,11
GALICIA	5,92	4,67	1,00
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,42	1,32
CANTABRIA	1,29	1,42	1,52
PAIS VASCO	4,84	4,63	1,33
LA RIOJA	0,70	0,57	1,07
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,34	1,34
CANARIAS	4,57	4,05	1,10
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,24	1,28
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,85	1,10
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,81	0,76
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,90	0,94
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,45	1,34
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,60	0,99
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,92	1,85
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,52	2,26
RETIRADOS	23,18	24,71	2,09

El perfil intensivo de garbanzos por ciclo de vida se corresponde con un hogar con hijos mayores o medianos, al igual que aquel que está formado por parejas adultas sin hijos y retirados. Son hogares cuyo responsable de las compras es de edad adulta superior a los 50 años y de clase media, media baja.

Sin embargo, quienes mayor consumo per cápita realizan de este tipo de leguminosa son los adultos independientes, con una ingesta que supera la media, siendo de 2,26 kilogramos/persona/año, cantidad que ronda cerca del kilo de más por persona que la media. Además, junto a estos, podemos hablar de los retirados y las parejas adultas sin hijos como individuos con un consumo muy alto de la categoría.

Sin embargo, del lado contrario, situamos a las parejas con hijos pequeños, cuyo consumo se sitúa un 40% por debajo de la media.

En relación con las CCAA, podemos decir que son Galicia y La Rioja las que se sitúan como las que menor compra realizan de garbanzos, según el peso poblacional que tienen. Del lado contrario, es decir, como comunidades con un perfil intensivo en compra podemos hablar de; Aragón, Illes Balears y Comunitat Valenciana, así como Cantabria entre otras.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita, son los individuos que habitan en Illes Balears aquellos que mayor consumo de garbanzos tuvieron el año pasado. Consumieron una cantidad superior a la media del mercado 1,63 kilos por persona y año, le siguen los aragoneses con una ingesta media de 1,58 kilos por persona y año. En el lado opuesto encontramos a los habitantes extremeños, pues su consumo difiere con el del resto de la península en un 25% por debajo.

3.15.3 LENTEJAS

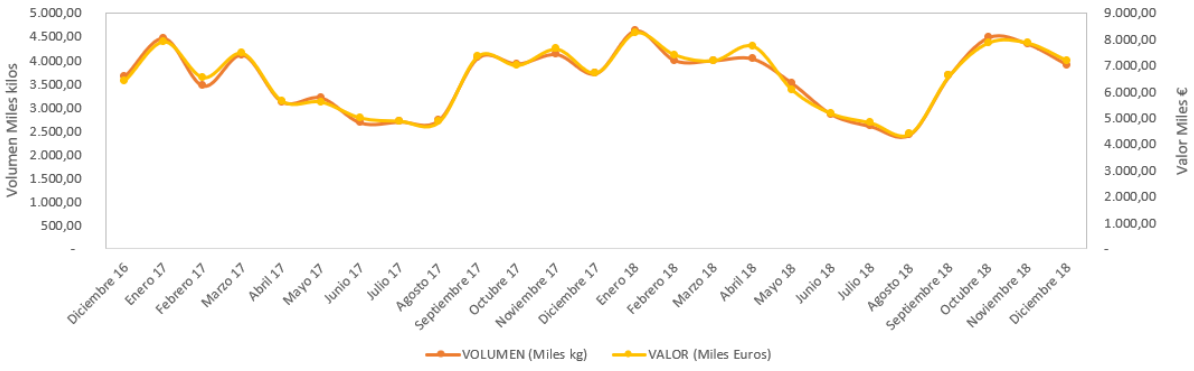
- **Resultados totales**

El año 2018 resulto positivo para las leguminosas como las lentejas, con un incremento en volumen por parte de los hogares de un 5,1%. De igual manera crece el valor de la categoría un 5,1%. El precio medio no tiene apenas variación (+0,1%), siendo su precio del 0,1%.

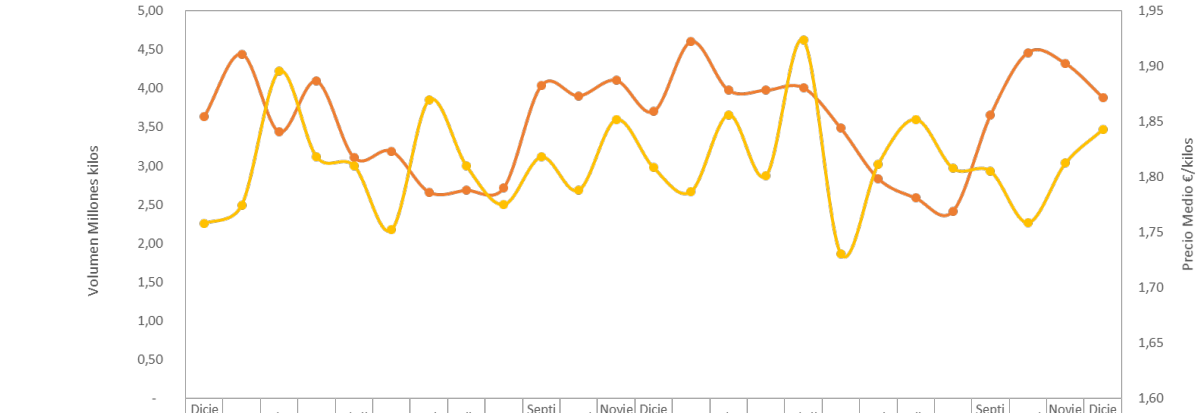
Aumenta tanto el consumo como el gasto per cápita por parte de los individuos españoles durante el periodo de 2018. El consumo per cápita fue de 0,97 kilos por persona y año, con una variación del 5,0%. El gasto per cápita cerró en 1,76 € invertidos por persona, con una variación del 5,1% en positivo.

	Consumo doméstico de Lentejas en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	44.211,86	5,1%
VALOR (Miles €)	80.242,27	5,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,97	5,0%
GASTO x CAPITA (€)	1,76	5,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,15	5,3%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,12	3,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,81	0,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



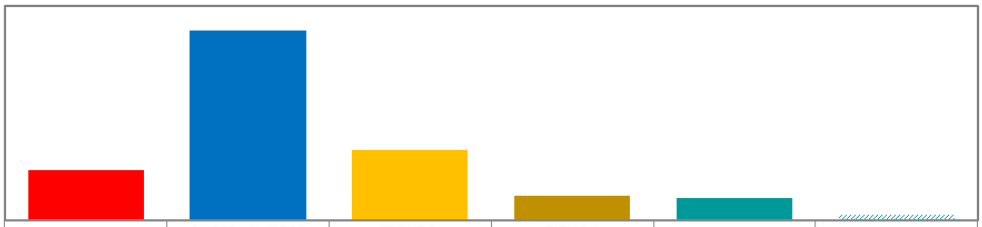
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	3,64	4,44	3,44	4,09	3,11	3,19	2,66	2,68	2,72	4,04	3,90	4,10	3,70	4,60	3,98	3,98	4,01	3,49	2,84	2,58	2,42	3,66	4,46	4,32	3,88
PRECIO MEDIO (kg)	1,76	1,77	1,90	1,82	1,81	1,75	1,87	1,81	1,78	1,82	1,79	1,85	1,81	1,79	1,86	1,80	1,92	1,73	1,81	1,85	1,81	1,81	1,76	1,81	1,84

- **Canales**

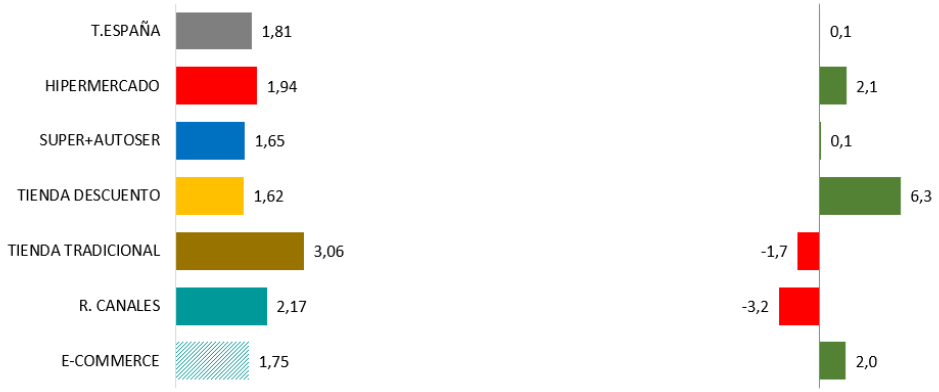
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,1	53,3	19,6	6,8	6,2	1,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	6,5	5,5	9,2	-8,7	2,7	2,9

El 87% de las compras de lentejas que se realizaron durante el año 2018, se llevaron a cabo dentro del canal dinámico. Dentro de este, es el supermercado quien acumula mayor proporción de compras con el 53,3% de las mismas, siendo además su variación positiva en este periodo. La tienda descuento acumula el 19,6% del volumen de lentejas, crece de forma muy significativa (+9,2%) durante estos doce meses. Tan solo la tienda tradicional pierde intensidad de compra durante los últimos doce meses, con una desviación del 8,7% en relación con el periodo inmediatamente anterior.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de lentejas cierra durante el año 2018 en 1,81 €-kilo, siendo estable en relación con el mismo periodo del año anterior (0,1%). Tienda descuento canal con el precio medio más bajo del mercado, 1,62 €-kilo pese a que en comparación con el año 2017, este canal incrementa el precio un 6,3%. El canal con el precio medio menos competitivo es la tienda tradicional, su precio es un 68,7% superior a la media (3,06 €-kilo).

- **Demográficos**

Lentejas	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,97**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,83	1,05
MEDIA	30,71	32,00	0,97
MEDIA BAJA	26,56	26,39	0,98
BAJA	26,42	24,77	0,91
- 35 AÑOS	13,63	9,64	0,71
35 A 49 AÑOS	32,24	30,38	0,75
+ 50 AÑOS	54,13	59,98	1,22
CATALUÑA	16,03	17,57	1,12
ARAGÓN	2,92	2,96	1,00
ILLES BALEARS	2,43	2,29	0,98
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,09	0,94
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,90	0,90
ANDALUCÍA	17,52	16,13	0,82
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,45	0,88
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,47	0,94
EXTREMADURA	2,34	2,29	0,86
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,05	0,91
GALICIA	5,92	6,71	1,07
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,71	1,10
CANTABRIA	1,29	1,57	1,25
PAIS VASCO	4,84	6,15	1,31
LA RIOJA	0,70	0,55	0,77
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,45	1,08
CANARIAS	4,57	4,67	0,94
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,42	1,03
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,40	0,77
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	12,00	0,63
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,12	0,80
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,42	1,00
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,81	0,77
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,37	1,23
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,55	1,39
RETIRADOS	23,18	23,91	1,51

El perfil de hogar consumidor intensivo de lentejas se corresponde con un hogar cuyo responsable de las compras tiene una edad adulta superior a los 50 años de clase mas bien acomodada (medio, medio -alta). Por ciclo de vida se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos de edad media o con hijos mayores así como por parejas adultas sin hijos.

En relación con la distribución del volumen por comunidades autónomas, son País Vasco, Cantabria, Galicia y Cataluña entre otras quienes realizan una compra superior en relación con lo que les corresponde según su peso poblacional. Por el contrario, se sitúa La Rioja o la Comunidad de Madrid, por ejemplo.

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita por comunidad autónoma son los individuos del País Vasco quienes tienen el consumo per cápita más alto de toda la península (1,31 kilos por persona y periodo de estudio) siendo superior a la media en una proporción de 0,34 kilos más por habitante y año. Del lado opuesto, encontraremos a los habitantes de La Rioja, cuyo consumo de lentejas se sitúa un 20% por debajo de la media.

3.16 OTROS ALIMENTOS

La categoría otros alimentos incluye las siguientes subcategorías: azúcar, caldos, edulcorante, especias y condimentos, miel, sal y salsas. Miel engloba los tipos de miel, granel y envasada, y salsas agrupa las variedades de kétchup, mayonesa, mostaza y otras salsas.

3.16.1 AZÚCAR

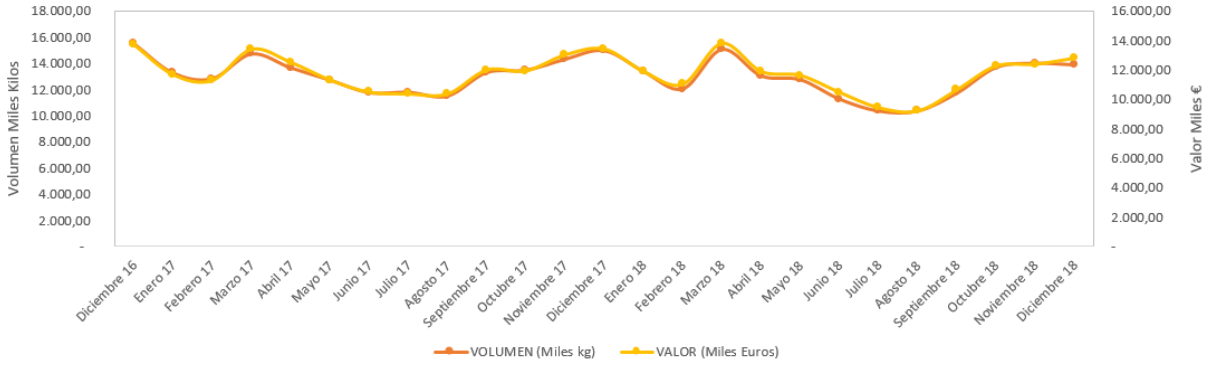
- **Resultados totales**

Continúa la evolución negativa del consumo doméstico de azúcar, que en 2018 disminuye un 4,2%. Esto repercute en el consumo per cápita, que se contrae un 4,6% y se sitúa en 3,31 kg por persona y año. El precio medio sin embargo se incrementa un 1,3% (cerrando en 0,91€/kg), pero no consigue lograr que se produzca un aumento del valor, que cae 3 puntos porcentuales.

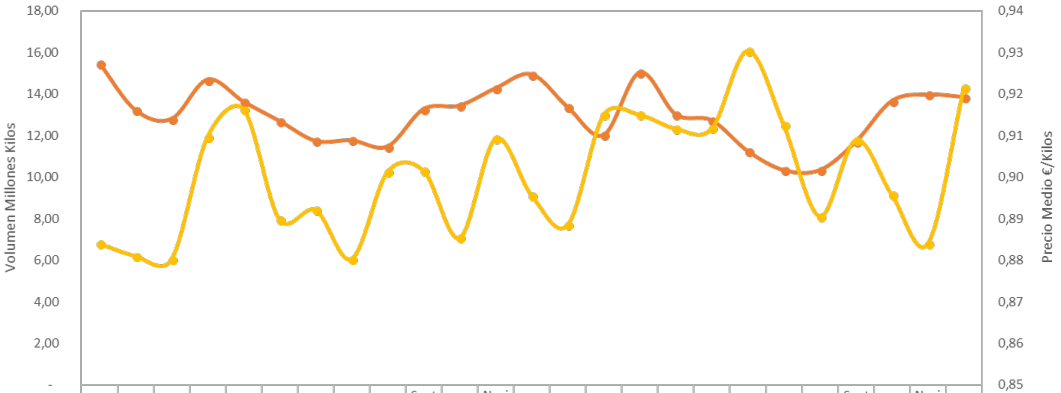
La compra de azúcar representa un 0,20% del valor total destinado por los hogares al consumo doméstico de alimentación y bebidas.

	Consumo doméstico de Azucar en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	151.322,27	-4,2%
VALOR (Miles €)	137.244,97	-3,0%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	3,31	-4,6%
GASTO x CAPITA (€)	3,00	-3,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,52	-4,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,20	-4,5%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	0,91	1,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



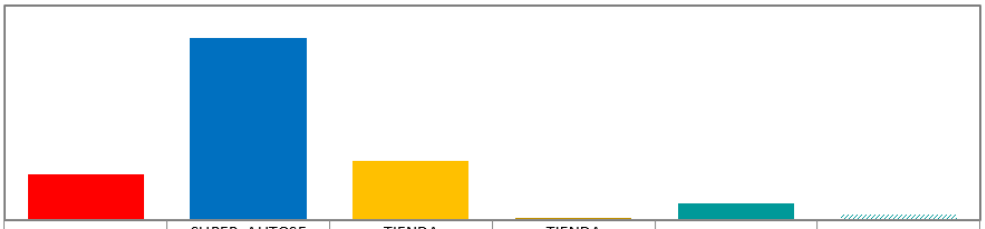
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	15,4	13,2	12,8	14,6	13,6	12,7	11,7	11,7	11,4	13,2	13,4	14,2	14,9	13,3	12,0	15,0	13,0	12,7	11,2	10,3	10,3	11,7	13,6	13,9	13,8
PRECIO MEDIO kg	0,88	0,88	0,88	0,91	0,92	0,89	0,89	0,88	0,90	0,90	0,89	0,91	0,90	0,89	0,92	0,92	0,91	0,91	0,93	0,91	0,89	0,91	0,90	0,88	0,92

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,9	59,4	19,4	0,8	5,5	1,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-4,2	-2,7	-12,5	-9,8	15,3	7,2

Tres quintas partes de los kilos de azúcar que se adquieren para consumo doméstico en España (59,4%) se compran en supermercado y autoservicio, canal que sin embargo se posiciona en valores negativos a lo largo del 2018 (-2,7%). La tienda de descuento cuenta con la segunda mayor cuota del mercado (19,4%), y también pierde relevancia dentro de la categoría (-12,5%), al igual que el hipermercado, que presenta una evolución negativa del 4,2%.

Resto canales (+15,3%) e internet (+7,2%) son los únicos canales que presentan crecimiento en comparación con 2017.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



En 2018, el precio medio del azúcar se ha incrementado un 1,3% hasta situarse en 0,91€/kg. Este aumento se observa de forma generalizada en todos los canales de distribución excepto en el "resto canales" y el e-commerce, donde se reduce un 8,9% y un 6,3% respectivamente.

La tienda tradicional es el canal con el precio menos competitivo del mercado (1,98€/kg), que se encuentra un 118,7% por encima de la media del mercado. Contrariamente, la tienda de descuento se posiciona como el canal con el precio medio más bajo (0,83€/kg) aunque el del supermercado también está por debajo de la media nacional (0,88€/kg).

- **Demográficos**

Azúcar	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**3,31**
ALTA Y MEDIA ALTA	**16,31**	**14,87**	**3,17**
MEDIA	30,71	30,33	3,12
MEDIA BAJA	26,56	26,18	3,16
BAJA	26,42	28,62	3,57
- 35 AÑOS	13,63	9,00	2,26
35 A 49 AÑOS	32,24	29,23	2,47
+ 50 AÑOS	54,13	61,76	4,28
CATALUÑA	16,03	13,41	2,88
ARAGÓN	2,92	3,12	3,57
ILLES BALEARS	2,43	3,08	4,40
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,37	3,27
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,12	3,32
ANDALUCÍA	17,52	16,51	2,88
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	11,20	2,74
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,44	3,17
EXTREMADURA	2,34	2,42	3,18
CASTILLA Y LEÓN	5,53	6,58	3,98
GALICIA	5,92	8,98	4,91
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,53	5,09
CANTABRIA	1,29	1,04	2,92
PAIS VASCO	4,84	4,41	3,24
LA RIOJA	0,70	0,77	3,88
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,27	3,11
CANARIAS	4,57	5,75	4,05
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,38	3,47
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,02	2,49
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,87	1,97
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,76	2,52
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,99	3,50
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,85	2,63
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,99	4,72
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,55	4,78
RETIRADOS	23,18	24,58	5,28

El perfil de consumidor de azúcar respecto al ciclo de vida se corresponde con una tipología de hogar formada por parejas con hijos en edad media y mayores, parejas adultas sin hijos y retirados. El responsable de las compras se corresponde con una persona mayor de 50 años, normalmente de clase socioeconómica baja.

Son los adultos quienes realizaron la mayor ingesta per cápita de azúcar a total año 2018, con una cantidad de 5,28 kilos por persona, una cifra que supera la media (3,31 kilos por persona) en 1,97 kg. También tienen un consumo mayor que la media hogares formados por adultos independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores o jóvenes independientes entre otros.

Galicia, Castilla y León, Principado de Asturias y Canarias son comunidades autónomas con un perfil intensivo en la compra de azúcar. Son la Comunidad de Madrid y Cantabria las comunidades que menor compra realizan de este producto durante el año 2018.

Los habitantes del Principado de Asturias, así como los gallegos fueron durante el año 2018 realizaron la mayor ingesta per cápita de azúcar, superando la media nacional, que es de 3,31 kilogramos por persona y año. Del lado contrario se sitúan los habitantes de la Comunidad de Madrid con un consumo que no alcanza la media por 0,57 kilogramos por persona.

3.16.2 CALDOS

- **Resultados totales**

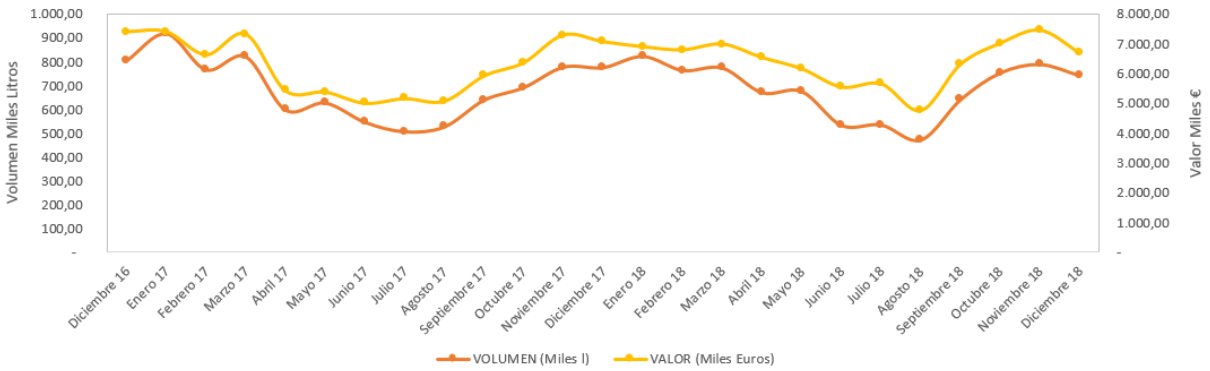
La compra de caldos a cierre de año 2018 presenta estabilidad, aunque se posiciona en términos negativos (-0,3%). El valor crece un +3,7% como consecuencia del incremento del precio medio en un 4,0%, cerrando en los 9,40€/l.

El consumo per cápita realizado durante los últimos doce meses de caldos se sitúa en 0,18 litros, variando un -0,7%. En cuanto al gasto realizado por persona y año en este alimento, es de 1,68€, cantidad un 3,3% mayor que en 2017.

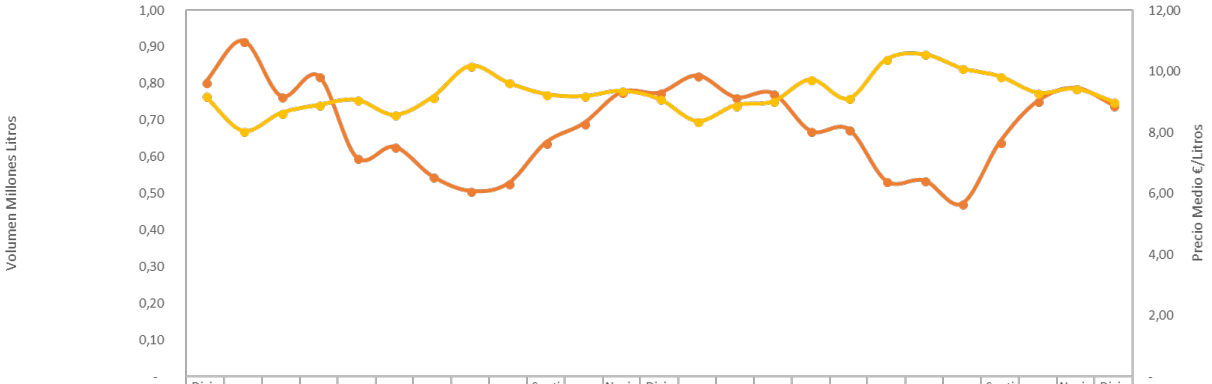
Este año, los hogares han destinado a la compra de caldos un 0,11% de su presupuesto para la compra de alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de Caldos en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles l)	8.168,55	-0,3%
VALOR (Miles €)	76.765,01	3,7%
CONSUMO x CAPITA (l)	0,18	-0,7%
GASTO x CAPITA (€)	1,68	3,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,03	-0,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,11	2,1%
PRECIO MEDIO (€/l)	9,40	4,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)



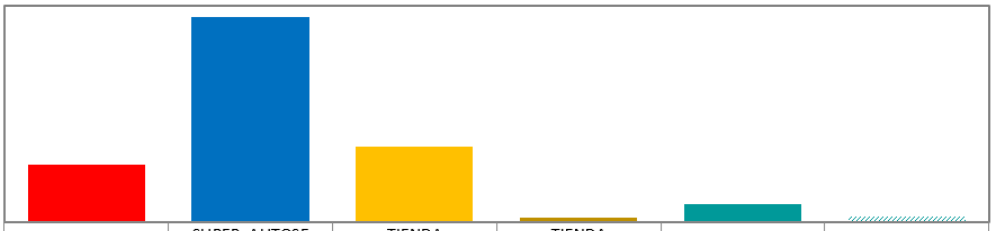
Evolución mensual de total compras (millones l) y precio medio (€/l)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones l)	0,80	0,92	0,77	0,82	0,60	0,63	0,55	0,51	0,53	0,64	0,69	0,78	0,78	0,82	0,76	0,77	0,67	0,68	0,53	0,54	0,47	0,64	0,75	0,79	0,74
PRECIO MEDIO l	9,20	8,06	8,65	8,91	9,08	8,58	9,16	10,19	9,64	9,26	9,20	9,37	9,10	8,38	8,90	9,02	9,74	9,12	10,40	10,57	10,11	9,85	9,31	9,44	9,01

- **Canales**

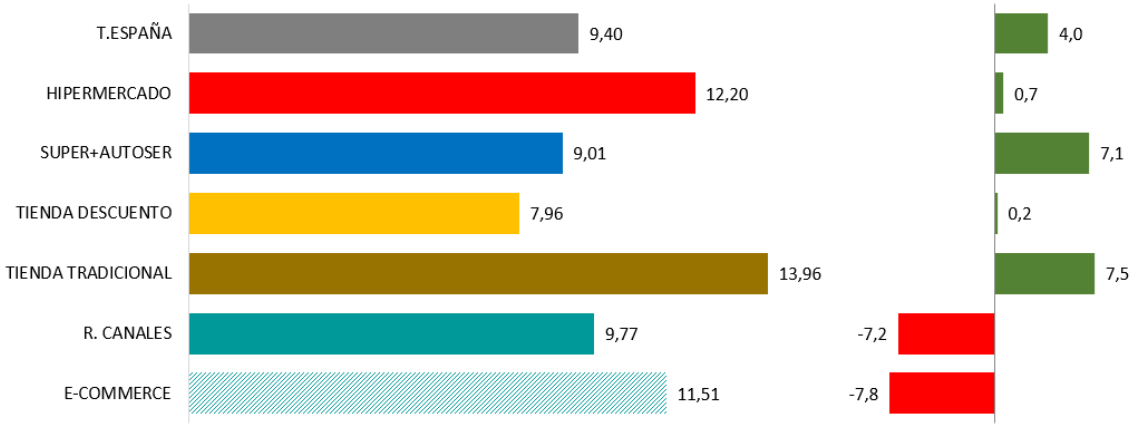
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	15,99	56,81	20,96	1,23	5,02	1,43
% EVOLUCION VOLUMEN l	1,48	3,05	-11,35	-0,54	10,91	-1,55

El canal principal para la adquisición de caldos es el supermercado y autoservicio con el 56,8% de los litros totales, presentando un incremento del 3,0% respecto al año anterior. La tienda de descuento es el canal que pierde más peso en este 2018 (-11,3%), que actualmente tiene una cuota del 21,0% respecto del total. El hipermercado tiene un peso del 16,0% y gana un 1,5% del volumen con respecto al año 2017. En el lado opuesto se encuentra la tienda tradicional, cuya cuota, además de ser muy pequeña (1,2%) se ha reducido un 0,6%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de este producto cierra en los 9,40€/l, con un incremento del 4,0% en relación a 2017. En el supermercado, el incremento del precio medio es más notorio (+7,1%), pero, aun así, queda por debajo del precio a nivel nacional (9,01€/l). La tienda tradicional experimenta un encarecimiento similar: +7,5%, cerrando en los 13,96€/l, que es el precio menos competitivo de la categoría. En el lado opuesto se encuentra la tienda descuento, que es el canal con el precio medio más bajo (7,96€/l), concretamente, un 15,3% inferior al precio medio a nivel nacional.

- **Demográficos**

Caldos	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,18**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,18	0,19
MEDIA	30,71	29,17	0,16
MEDIA BAJA	26,56	28,03	0,18
BAJA	26,42	26,62	0,18
- 35 AÑOS	13,63	10,63	0,14
35 A 49 AÑOS	32,24	27,84	0,13
+ 50 AÑOS	54,13	61,53	0,23
CATALUÑA	16,03	12,65	0,15
ARAGÓN	2,92	3,49	0,22
ILLES BALEARS	2,43	3,22	0,25
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,81	0,18
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,48	0,20
ANDALUCÍA	17,52	17,68	0,17
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,59	0,18
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	5,34	0,21
EXTREMADURA	2,34	3,05	0,22
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,99	0,20
GALICIA	5,92	5,68	0,17
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,72	0,21
CANTABRIA	1,29	1,73	0,26
PAIS VASCO	4,84	4,30	0,17
LA RIOJA	0,70	0,89	0,24
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,48	0,20
CANARIAS	4,57	3,88	0,15
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,08	0,16
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,42	0,14
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,57	0,11
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,89	0,14
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,70	0,17
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,59	0,16
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,26	0,24
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,15	0,24
RETIRADOS	23,18	25,34	0,29

Hogares formados por parejas con hijos de edad mayores y medianos, al igual que los formados por parejas adultas sin hijos y retirados se conforman como consumidores de la categoría de caldos. Es además un perfil cuyo responsable de las compras es adulto (mayores de 50 años) y de clase baja, media baja.

Los retirados son quienes realizan el mayor consumo per cápita (0,29 litros por persona y año), le siguen tanto adultos independientes como parejas adultas sin hijos. Son las parejas adultas sin hijos quienes menor consumo per cápita realizan de caldos, tan solo 0,11 litros por persona y año.

Las comunidades autónomas con un perfil más intensivo en el consumo de caldos son Castilla-La Mancha, Extremadura e Illes Balears entre otras. Por su parte la comunidad autónoma que menor compra de caldos realiza es Cataluña, seguida de Canarias.

Por su parte son los habitantes que residen en la comunidad de Cantabria quienes tienen el consumo per cápita más alto de este producto durante el año 2018. Su ingesta ha sido de 0,26 litros por persona. Es un consumo un 47% superior a la media nacional (recordemos que es de 0,18 litros por persona y año), lo cual implica que cada habitante cántabro consuma de más una cantidad aproximada de 0,08 litros de más. Por su parte la comunidad con menor consumo per cápita durante 2018 ha sido Canarias y Cataluña, ambas por debajo de la media nacional.

3.16.3 EDULCORANTES

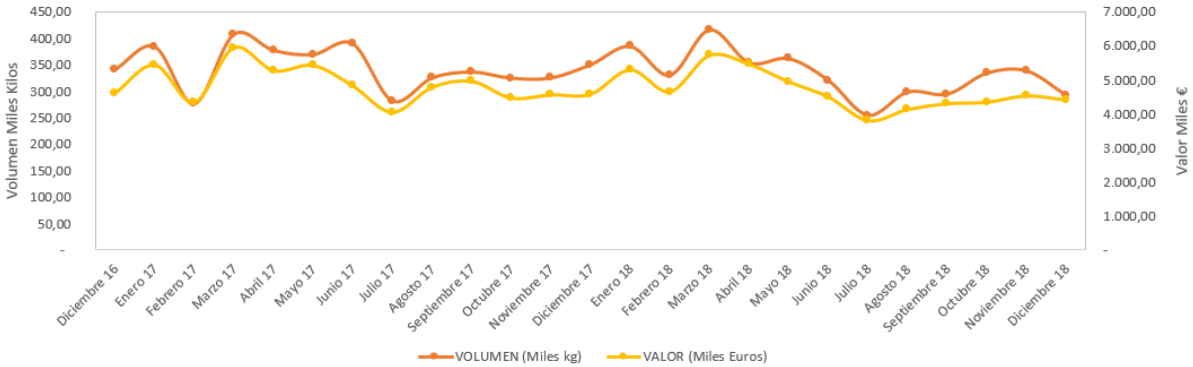
- **Resultados totales**

Decrece un 4,1% la compra de edulcorantes durante el año 2018 en los hogares españoles. El valor de la categoría también decrece (-4,4%). El precio medio de edulcorantes cerro en los 14,09€/kg, con una mínima variación respecto a los doce meses previos del -0,3%.

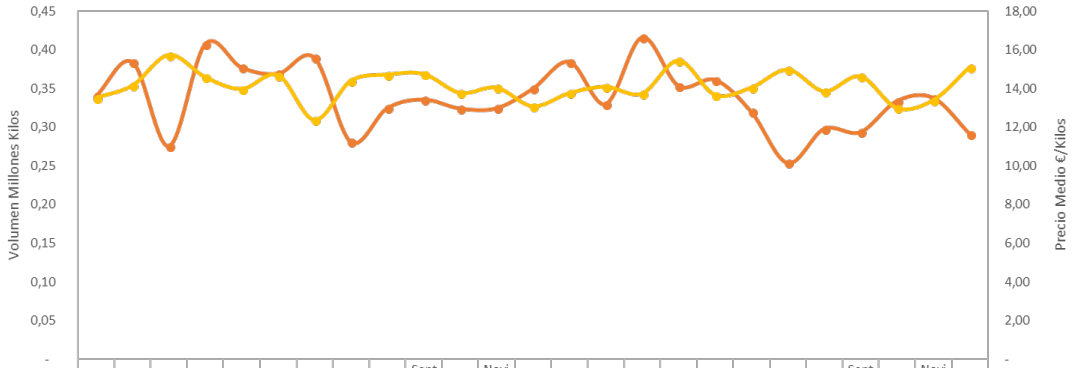
El gasto medio aproximado que realiza cada individuo español en esta categoría es de 1,23€, una cantidad que varía con respecto al año anterior en un -4,4%. La ingesta per cápita realizada durante el año 2018 fue de 0,09 kilogramos/persona/año, de igual forma se reduce un 4,1% con respecto al periodo previo de estudio.

	Consumo doméstico de Edulcorantes en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	3.973,53	-4,1%
VALOR (Miles €)	56.004,16	-4,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,09	-4,1%
GASTO x CAPITA (€)	1,23	-4,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	-3,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,08	-5,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	14,09	-0,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



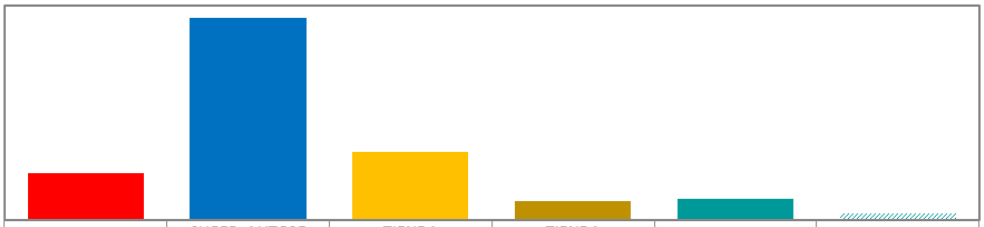
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	0,34	0,38	0,28	0,41	0,38	0,37	0,39	0,28	0,32	0,34	0,32	0,32	0,35	0,38	0,33	0,42	0,35	0,36	0,32	0,25	0,30	0,29	0,33	0,34	0,29
PRECIO MEDIO kg	13,5	14,1	15,7	14,5	13,9	14,6	12,3	14,3	14,7	14,7	13,7	14,0	13,0	13,7	14,0	13,7	15,4	13,6	14,0	14,9	13,8	14,6	12,9	13,4	15,0

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

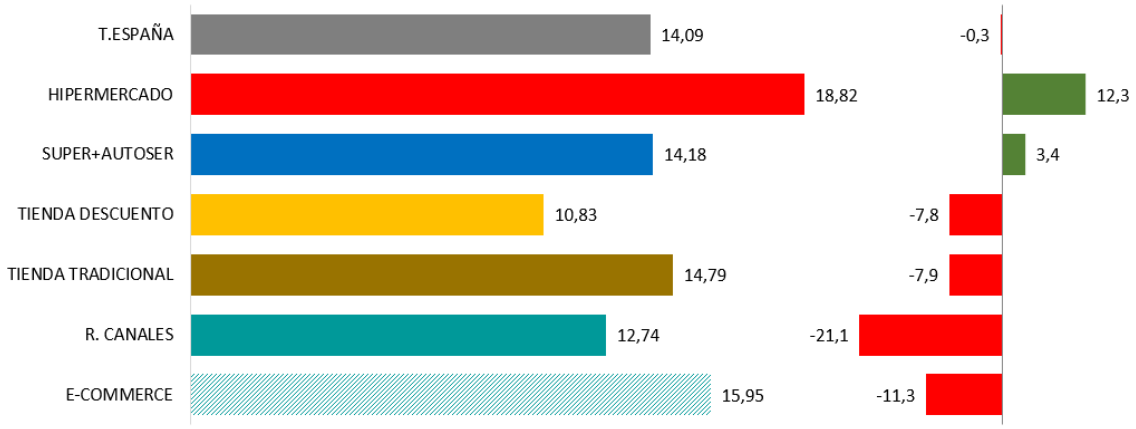


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	13,1	56,8	19,0	5,1	6,0	1,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-15,8	-2,5	8,7	-15,6	-13,2	-15,1

El canal favorito para la compra de edulcorantes durante el año 2018 han sido los supermercados y autoservicios con el 56,8% de los kilos, si bien pierden participación con respecto al año anterior. La tienda descuento tiene un 19% de cuota sobre el total de la categoría, además incrementa su volumen un 8,7% con respecto al periodo anterior, algo que no le ocurre al hipermercado, que retrocede un 15,8% su volumen, siendo actualmente su proporción con respecto al total del 13,1%.

El resto de las plataformas pierden participación respecto al total.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de edulcorantes es de 14,09€/kg, varía con respecto al año anterior -0,3%. Este descenso es evidente para casi todos los canales de compra, excepto para el hipermercado y los supermercados y autoservicios que lo incrementan de forma significativa, especialmente el hipermercado.

De hecho, es el hipermercado el canal que mantiene el precio menos competitivo de edulcorante, 18,82€/kg con un incremento en precio con respecto a los doce meses previos del 12,3%. Esto provoca que actualmente este precio medio se sitúe un 33,5% por encima del precio medio total España. Por el contrario, encontramos el precio medio más bajo del mercado en las tiendas descuento, 10,83€/kg. Este precio es un 23,1% más accesible que la media (14,09€/kg), y además en términos generales la tienda descuento durante estos doce meses ha realizado esfuerzos en precio, ya que reduce el precio medio un 7,8% con respecto al año 2017.

- **Demográficos**

Edulcorante	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,09**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,88	0,11
MEDIA	30,71	29,75	0,08
MEDIA BAJA	26,56	28,67	0,10
BAJA	26,42	22,71	0,07
- 35 AÑOS	13,63	8,64	0,06
35 A 49 AÑOS	32,24	31,74	0,07
+ 50 AÑOS	54,13	59,62	0,11
CATALUÑA	16,03	16,33	0,09
ARAGÓN	2,92	2,51	0,08
ILLES BALEARS	2,43	3,91	0,15
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	12,98	0,11
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,56	0,10
ANDALUCÍA	17,52	17,49	0,08
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,42	0,08
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,61	0,07
EXTREMADURA	2,34	1,94	0,07
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,21	0,07
GALICIA	5,92	5,12	0,07
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,85	0,10
CANTABRIA	1,29	1,28	0,09
PAIS VASCO	4,84	4,16	0,08
LA RIOJA	0,70	0,43	0,05
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	2,46	0,16
CANARIAS	4,57	4,75	0,09
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	5,01	0,19
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,41	0,09
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,92	0,05
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,69	0,05
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,54	0,08
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,00	0,07
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,13	0,13
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,52	0,18
RETIRADOS	23,18	23,78	0,14

El perfil intensivo de la categoría de edulcorante se corresponde con un hogar más bien de clase alta y media alta, o bien de clase media baja, cuyo responsable de compra es de edad más bien adulta (supera los 50 años). Si tenemos en cuenta el ciclo de vida se corresponde con hogares formado por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos o retirados.

Sin embargo, son los jóvenes independientes quienes tienen el consumo per cápita más alto de edulcorantes durante el año 2019; concretamente su consumo es de 0,19 kg, cuando el de la media es de 0,09 kg. Junto a estos, adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, son quienes tienen el mayor consumo per cápita de la categoría.

Las comunidades autónomas con un perfil intensivo en compra de edulcorante son Comunidad Foral de Navarra, Illes Balears, Comunitat Valenciana y Región de Murcia. Las que menos edulcorante compra es La Rioja. Por su parte son los habitantes de Comunidad Foral de Navarra, quienes mayor consumo de edulcorante tuvieron durante el año 2018. Su consumo per cápita fue superior a la media (0,09 kg/persona/año) concretamente los navarros consumieron de media 0,16 kilogramos por persona y año.

3.16.4 ESPECIAS Y CONDIMENTOS

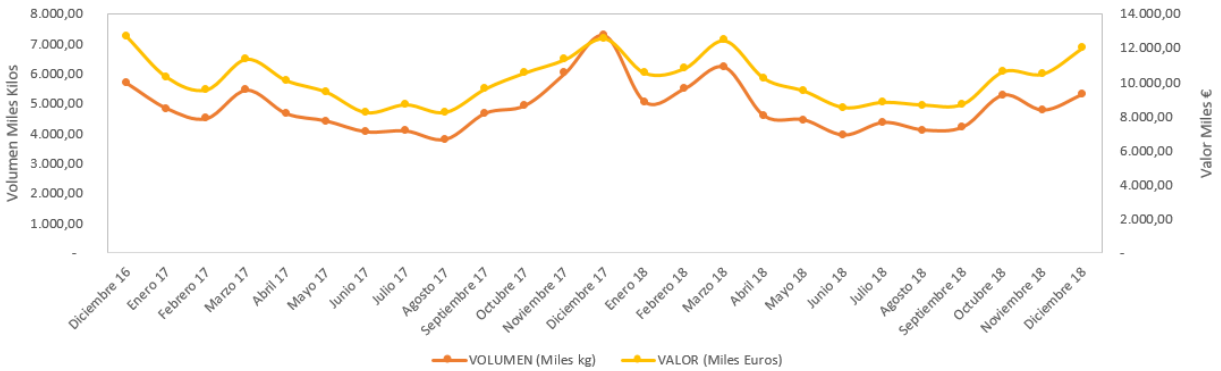
- **Resultados totales**

La categoría de especias y condimentos experimenta una reducción en su volumen de compra (-1,5%), mientras que su valor crece un 1,2%. La causa es el encarecimiento de estos productos, cuyo precio medio aumenta un 2,7% en este periodo cerrando en los 2,10€/kilo.

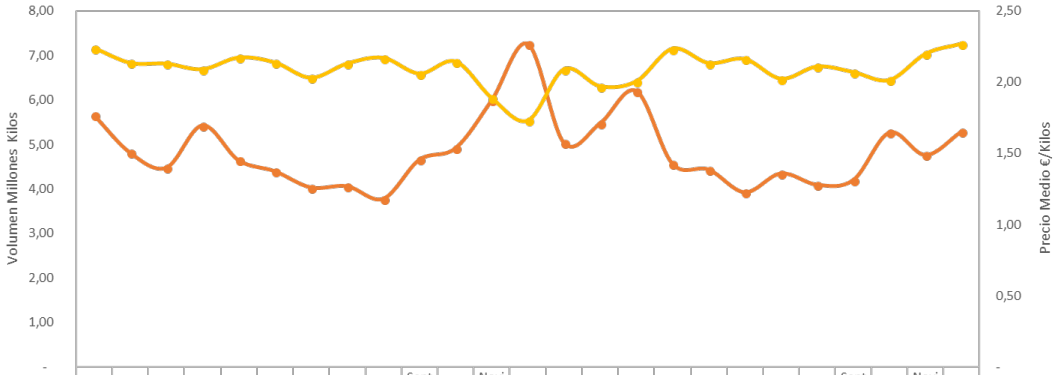
El consumo per cápita medio es de 1,26 kilos por persona y año, una cifra un 1,8% menor al año anterior. El gasto medio sin embargo crece un 0,8% y se sitúa en 2,64€ por persona y año. La categoría representa un 0,18% del gasto realizado en alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de Especias Y Condimento en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	57.594,61	-1,5%
VALOR (Miles €)	121.001,86	1,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,26	-1,8%
GASTO x CAPITA (€)	2,64	0,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,20	-1,3%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,18	-0,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,10	2,7%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



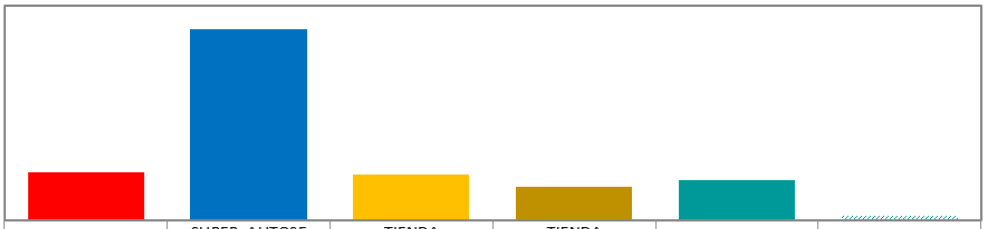
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	5,66	4,81	4,48	5,43	4,64	4,40	4,03	4,06	3,78	4,66	4,92	5,99	7,25	5,03	5,48	6,20	4,56	4,43	3,92	4,35	4,09	4,20	5,27	4,76	5,29
PRECIO MEDIO kg	2,24	2,13	2,13	2,09	2,17	2,14	2,03	2,13	2,17	2,06	2,14	1,89	1,73	2,09	1,97	2,00	2,23	2,13	2,16	2,02	2,11	2,07	2,01	2,20	2,27

- **Canales**

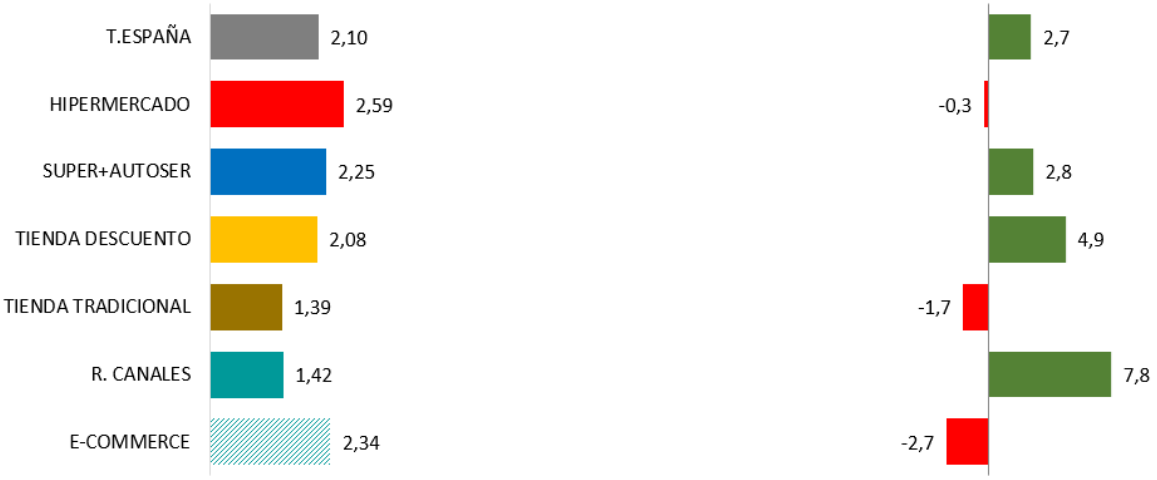
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	13,4	53,5	12,6	9,3	11,2	1,3
% EVOLUCION VOLUMEN kg	2,0	-0,2	-13,4	14,2	-7,2	6,4

El supermercado y autoservicio es el canal que más compras asume con una cuota del 53,5%. Le siguen el hipermercado y la tienda de descuento con participaciones muy similares: 13,4% y 12,6% respectivamente. No obstante, mientras que el hipermercado tiene una evolución positiva con un aumento del 2,0%, la tienda de descuento sufre una reducción del volumen del 13,4%. Destaca también el notorio crecimiento de la tienda tradicional (+14,2%), canal que representa el 9,3% del volumen total.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de las especias y condimentos cierra este año en 2,10€/kg con un incremento del 2,7%. El precio medio más asequible se encuentra en la tienda tradicional (1,39€/kg), que además se ha reducido un 1,7% en comparación al 2017, de modo que resulta un 33,8% más económico que el precio a nivel total España. Por el contrario, el precio más alto se localiza en el hipermercado (2,59€/kg) a pesar de haberse reducido 0,3 puntos, lo que supone pagar un 0,49€ más por kilo.

- **Demográficos**

Especias y condimentos	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,26**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,96	1,38
MEDIA	30,71	29,97	1,17
MEDIA BAJA	26,56	26,16	1,20
BAJA	26,42	26,91	1,28
- 35 AÑOS	13,63	10,62	1,01
35 A 49 AÑOS	32,24	31,41	1,01
+ 50 AÑOS	54,13	57,97	1,53
CATALUÑA	16,03	14,44	1,18
ARAGÓN	2,92	1,93	0,84
ILLES BALEARS	2,43	2,85	1,55
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,76	1,29
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,51	1,42
ANDALUCÍA	17,52	18,77	1,25
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,45	1,25
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,25	1,16
EXTREMADURA	2,34	2,08	1,04
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,82	1,34
GALICIA	5,92	6,88	1,43
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,45	1,89
CANTABRIA	1,29	1,05	1,12
PAIS VASCO	4,84	3,82	1,07
LA RIOJA	0,70	0,44	0,84
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,79	0,74
CANARIAS	4,57	5,71	1,53
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,79	1,55
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,33	1,31
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,75	0,74
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,47	0,94
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,43	1,28
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,76	1,16
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,58	1,74
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,20	2,08
RETIRADOS	23,18	21,69	1,77

El perfil del consumidor de especias y condimentos se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores y medianos, así como por parejas adultas sin hijos. El responsable de las compras es por tanto adulto, mayor de 50 años y de clase socioeconómica más bien alta y media alta o baja.

Son los adultos independientes sin embargo quienes realizan el mayor consumo per cápita de estos productos. Consumieron a cierre de año 2018 la cantidad de 2,08 kilogramos/persona/año, superando la media en 0,82 kilos más por persona y año. Son las parejas con hijos pequeños quienes por el contrario realizan el menos consumo per cápita de especias y condimentos, tan solo 0,74 kilos por persona y año.

Las comunidades autónomas con un perfil consumidor de especias y condimentos son el Principado de Asturias, Canarias y la Región de Murcia entre. La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra son las comunidades menos intensivas en compra de especias y condimentos.

Ahora bien, si tenemos en cuenta el consumo per cápita de los habitantes de las comunidades autónomas, son los asturianos los individuos que mayor consumo realizan de esta categoría, superando la media española en un 50%, (la media nacional es de 1,26 kilogramos por persona y año).

3.16.5 MIEL

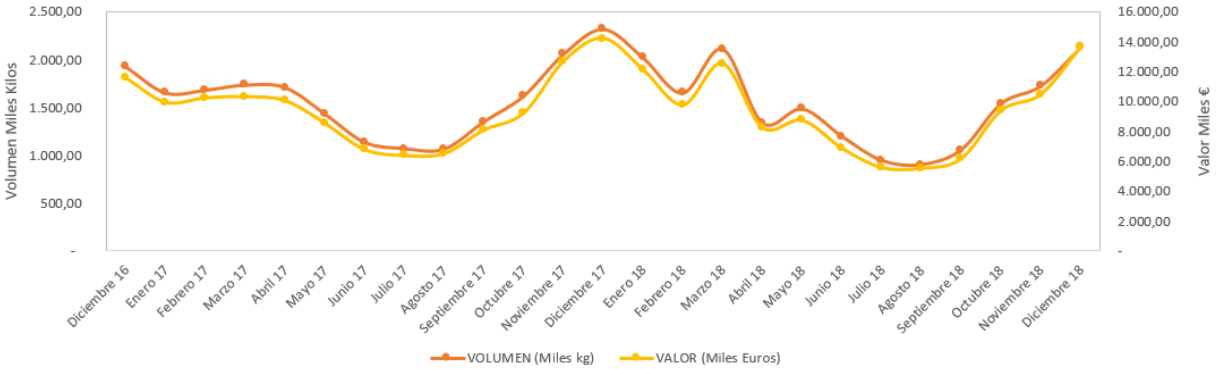
- **Resultados totales**

La miel pierde presencia en los hogares españoles (-3,8%). De igual modo, se contrae el valor de la categoría (-3,4%). El precio medio se mantiene estable y consigue mantenerse en términos positivos (+0,4%) cerrando en 6,03€/kg.

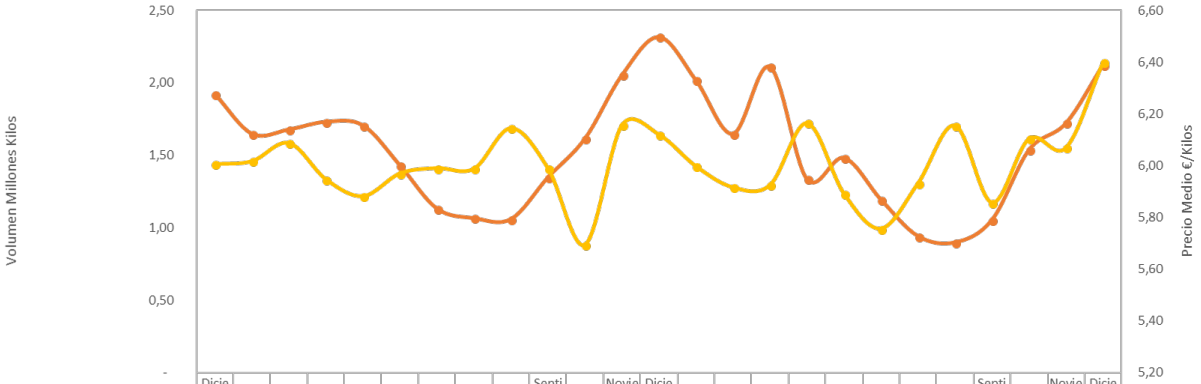
El gasto per cápita es de 2,38€ por individuo y periodo de estudio, posicionándose en términos negativos con respecto a la cantidad ingerida en el año anterior (-3,8%). El consumo medio realizado por persona y año cae en mayor medida (-4,2%), cerrando en los 0,39 kilos. La categoría supone un 0,16% del gasto total en alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de Miel en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	18.066,01	-3,8%
VALOR (Miles €)	108.913,53	-3,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,39	-4,2%
GASTO x CAPITA (€)	2,38	-3,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,06	-3,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,16	-4,9%
PRECIO MEDIO (€/kg)	6,03	0,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



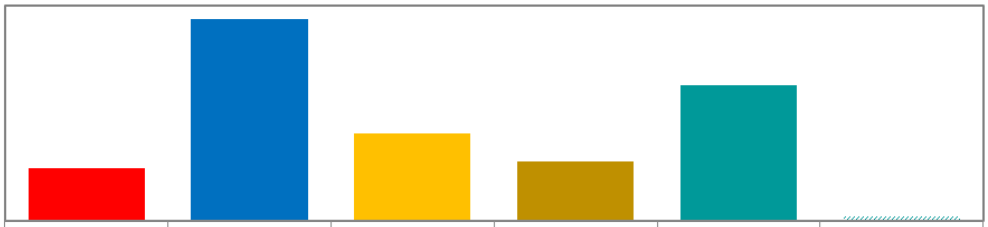
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	1,92	1,65	1,68	1,73	1,71	1,43	1,13	1,07	1,06	1,35	1,62	2,05	2,32	2,02	1,65	2,11	1,33	1,48	1,19	0,94	0,90	1,05	1,54	1,72	2,12
PRECIO MEDIO kg	6,01	6,02	6,09	5,95	5,88	5,97	5,99	5,99	6,14	5,99	5,69	6,16	6,12	6,00	5,92	5,92	6,16	5,89	5,76	5,93	6,16	5,86	6,10	6,07	6,40

- **Canales**

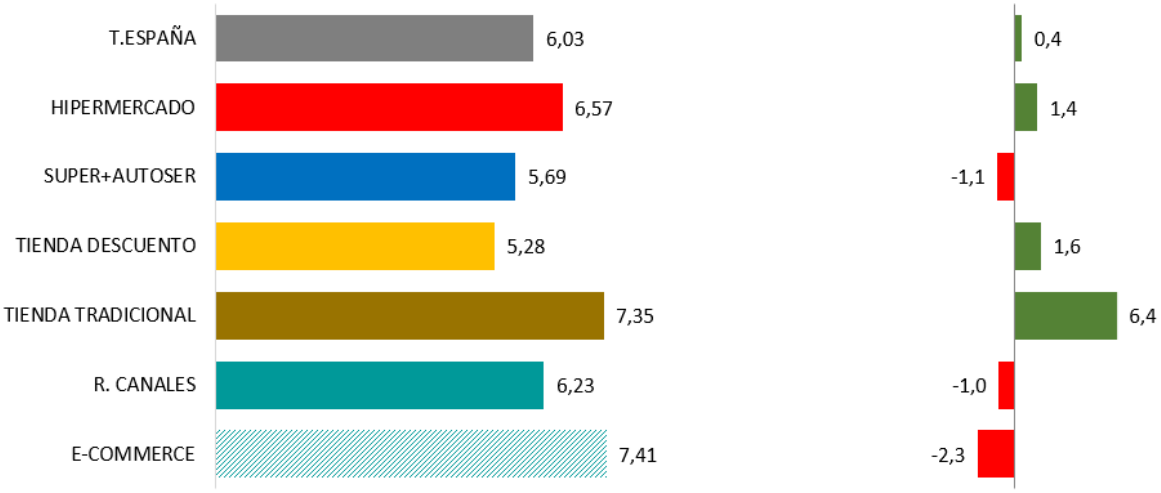
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	9,8	37,6	16,3	11,1	25,3	0,9
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-14,0	3,8	-11,7	-9,7	-1,8	5,7

En 2018, el canal con mayor proporción de compras para la miel es el supermercado y autoservicio con el 37,6% de las mismas, y una variación positiva del 3,8%. Se reduce sin embargo el volumen de compra de la tienda de descuento (-11,7%), y el hipermercado (-14,0%), que representan el 16,3% y el 9,8% respectivamente. Lo mismo ocurre en la tienda tradicional, que ve reducida su relevancia dentro de la categoría con una evolución negativa del 9,7%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



A cierre de año 2018, la miel alcanza un precio medio de 6,03€/kg, de manera que resulta un 0,4% más caro que en el 2017. Este incremento es mayor en el caso de la tienda tradicional (+6,4%), que sin embargo no se posiciona como el canal con el precio medio más elevado, sino el e-commerce (7,41€/kg). Por el contrario, la tienda de descuento destaca como el canal con el precio más bajo: 5,28€/kg, siendo un 12,3% más bajo que la media nivel nacional.

- **Demográficos**

Miel	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,39**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,24	0,41
MEDIA	30,71	29,61	0,36
MEDIA BAJA	26,56	25,27	0,36
BAJA	26,42	28,88	0,43
- 35 AÑOS	13,63	6,67	0,20
35 A 49 AÑOS	32,24	25,09	0,25
+ 50 AÑOS	54,13	68,24	0,56
CATALUÑA	16,03	16,48	0,42
ARAGÓN	2,92	2,57	0,35
ILLES BALEARS	2,43	3,34	0,57
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	12,67	0,48
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,45	0,44
ANDALUCÍA	17,52	19,02	0,40
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,00	0,38
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	3,53	0,30
EXTREMADURA	2,34	1,95	0,31
CASTILLA Y LEÓN	5,53	5,37	0,39
GALICIA	5,92	6,37	0,42
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	1,33	0,23
CANTABRIA	1,29	1,33	0,45
PAIS VASCO	4,84	3,59	0,31
LA RIOJA	0,70	0,48	0,29
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,79	0,23
CANARIAS	4,57	4,74	0,40
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,31	0,58
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,26	0,26
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,81	0,17
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,46	0,24
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	10,46	0,29
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,73	0,31
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,39	0,58
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	6,66	0,83
RETIRADOS	23,18	32,92	0,84

El perfil consumidor de miel durante el año 2018 se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, y retirados. El comprador de la categoría es adulto (mayor de 50 años) y de clase más bien baja.

Los retirados se confirman como los mayores consumidores de miel a lo largo del año 2018. Su consumo per cápita se sitúa por encima de la media (0,39 kilos/persona/año) siendo de 0,84 kilogramos por individuo, es decir llegando a duplicarlo. Por encima también de la media, se sitúan adultos independientes, parejas adultas sin hijos, y jóvenes independientes.

Son las parejas con hijos pequeños, quienes menor consumo realizan de miel, su ingesta aún queda lejos de la media nacional en una proporción de 0,23 kilogramos por persona y periodo de estudio.

Comunitat Valenciana, Illes Balears, y la Región de Murcia entre otras, se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo en el consumo de miel. Por el contrario, encontramos el Principado de Asturias y la Comunidad Foral de Navarra, con un peso menor en compra al que cabría esperar según su peso poblacional.

Ahora bien, si tenemos en cuenta quienes son los individuos de promedio que tienen el consumo per cápita más alto de miel durante el año 2018, destacan: los habitantes de las Illes Balears. Tienen un consumo que supera el consumo nacional en un 44%, siendo superior en 0,17 kilogramos por persona y periodo de estudio.

3.16.6 SAL

- **Resultados totales**

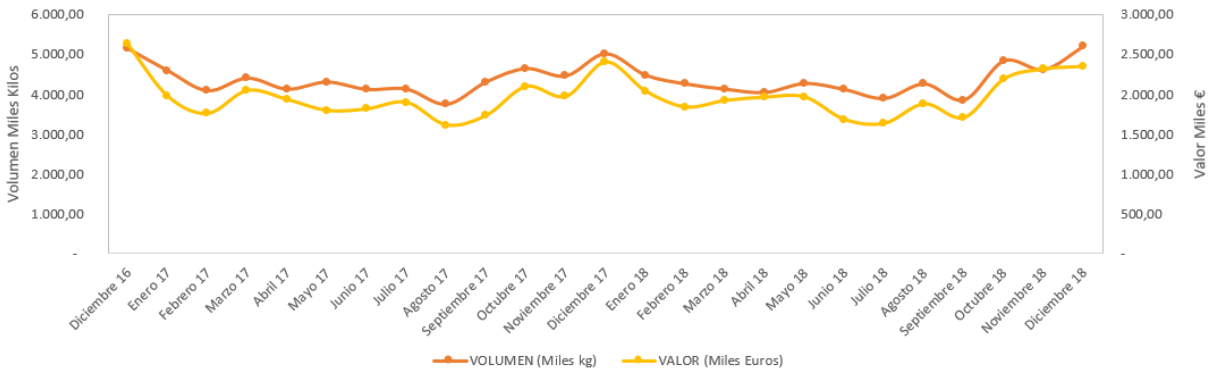
El consumo doméstico de sal se mantiene completamente estable a lo largo de 2018. Su valor aumenta un 1,9% debido al impacto directo de la subida del precio medio en la misma proporción, cerrando a finales de año en los 0,45€/kilo.

Respecto a la ingesta media de sal, a cierre de año 2018 se sitúa en 1,13 kilos por persona y año, su evolución es del (-0,4%). El gasto per cápita sin embargo se ha intensificado un 1,5% y ha cerrado en los 0,51€/persona/año.

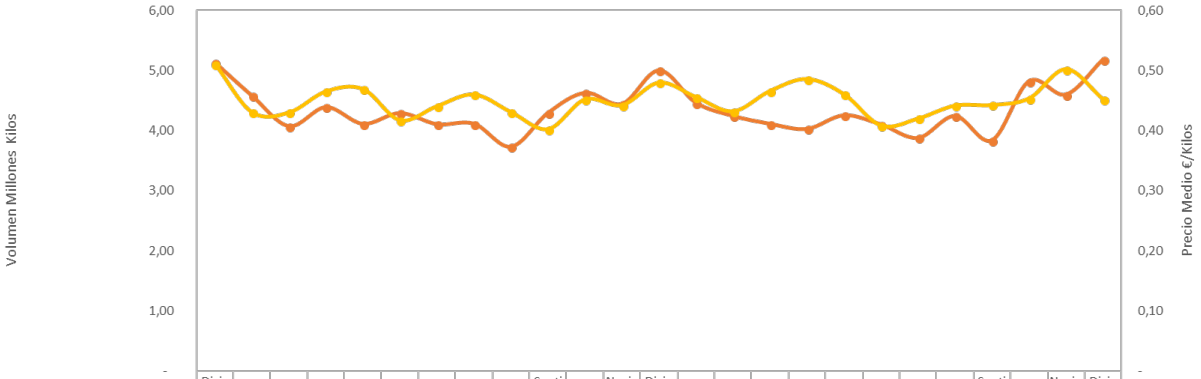
Del valor total destinado por los hogares al consumo doméstico de alimentación y bebidas, la sal supone tan solo un 0,03%.

	Consumo doméstico de Sal en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	51.743,74	0,0%
VALOR (Miles €)	23.408,16	1,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,13	-0,4%
GASTO x CAPITA (€)	0,51	1,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,18	0,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,03	0,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	0,45	1,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



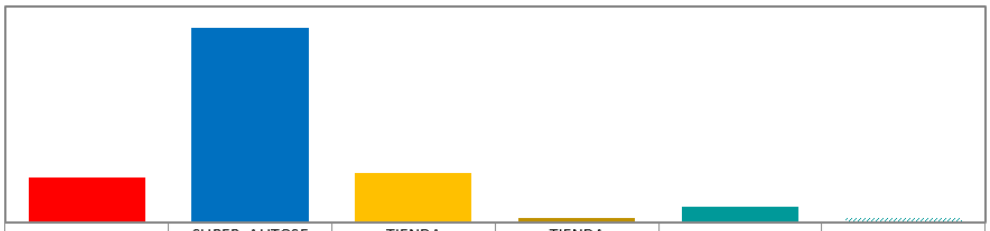
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	5,13	4,58	4,07	4,39	4,11	4,29	4,10	4,11	3,73	4,29	4,63	4,44	5,00	4,46	4,24	4,11	4,03	4,25	4,10	3,88	4,24	3,84	4,82	4,60	5,18
PRECIO MEDIO kg	0,51	0,43	0,43	0,47	0,47	0,42	0,44	0,46	0,43	0,40	0,45	0,44	0,48	0,46	0,43	0,47	0,49	0,46	0,41	0,42	0,44	0,44	0,45	0,50	0,45

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,4	63,2	16,0	1,5	4,9	1,3
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,2	-0,9	5,3	-9,3	-4,2	10,1

El canal preferido para la compra de sal es el supermercado con un 63,2% de cuota, sin embargo, sufre una leve contracción del 0,9% del volumen. Le siguen la tienda de descuento con una participación del volumen del 16,0% y el hipermercado, con un 14,4% que, al contrario que el super, han conseguido crecer en este periodo (+5,3% y +1,2% respectivamente).

Destaca el fuerte decrecimiento del volumen comprado en las tiendas tradicionales (-9,3%), aunque su proporción de volumen de compras es muy reducido: 1,5%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de la sal se incrementa un 1,9% en comparación con el año 2017, cerrando en 0,45€/kg. Este aumento es más notorio en el caso del e-commerce (+12,8%), aunque también hay canales donde se han producido fuertes bajadas, como en la tienda tradicional (-6,5%). Es precisamente este el canal que ofrece el precio menos asequible: 1,19€/kilo, el equivalente a pagar 0,73€ más por kilo. En el lado opuesto se encuentra la tienda de descuento con un precio medio de 0,36€/kilo, un 21,0% más bajo que la media nacional.

- **Demográficos**

Sal	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,13**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,41	1,20
MEDIA	30,71	30,61	1,08
MEDIA BAJA	26,56	25,59	1,06
BAJA	26,42	27,39	1,17
- 35 AÑOS	13,63	8,01	0,69
35 A 49 AÑOS	32,24	26,26	0,76
+ 50 AÑOS	54,13	65,73	1,56
CATALUÑA	16,03	16,28	1,20
ARAGÓN	2,92	2,85	1,12
ILLES BALEARS	2,43	2,45	1,20
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,51	1,13
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,41	1,24
ANDALUCÍA	17,52	20,72	1,24
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	12,22	1,02
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,81	1,18
EXTREMADURA	2,34	2,32	1,05
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,91	1,01
GALICIA	5,92	6,22	1,16
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,04	1,01
CANTABRIA	1,29	1,06	1,01
PAIS VASCO	4,84	4,19	1,05
LA RIOJA	0,70	0,59	1,02
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,96	0,80
CANARIAS	4,57	4,44	1,07
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,08	1,04
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,65	0,80
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,04	0,56
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,07	0,83
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,36	1,23
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,80	0,89
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,19	1,52
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,20	1,87
RETIRADOS	23,18	27,60	2,03

El perfil de hogar consumidor de sal en España a cierre de año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos medianos y mayores, parejas adultas sin hijos, y retirados, más bien adulto y de clase socioeconómica baja o alta y media alta.

Los retirados y los adultos independientes son los mayores consumidores de sal, con un consumo superior a la media del mercado (1,13 kilos por persona y año). Al contrario, encontramos a las parejas con hijos pequeños, con un consumo de 0,56 kilogramos por persona y año, siendo inferior a la media.

Por su parte, las CCAA con mayor consumo de sal son Andalucía, y La Región de Murcia, así como Castilla-La Mancha entre otras. Por su parte es la Comunidad Foral de Navarra, la CCAA que menor compra realiza de sal durante todo el año. Son los habitantes murcianos quienes de promedio realizan el mayor consumo per cápita de toda España, con una ingesta per cápita de 1,24 kilogramos por persona y año, que es un 10% superior a la media.

3.16.7 SALSAS

- **Resultados totales**

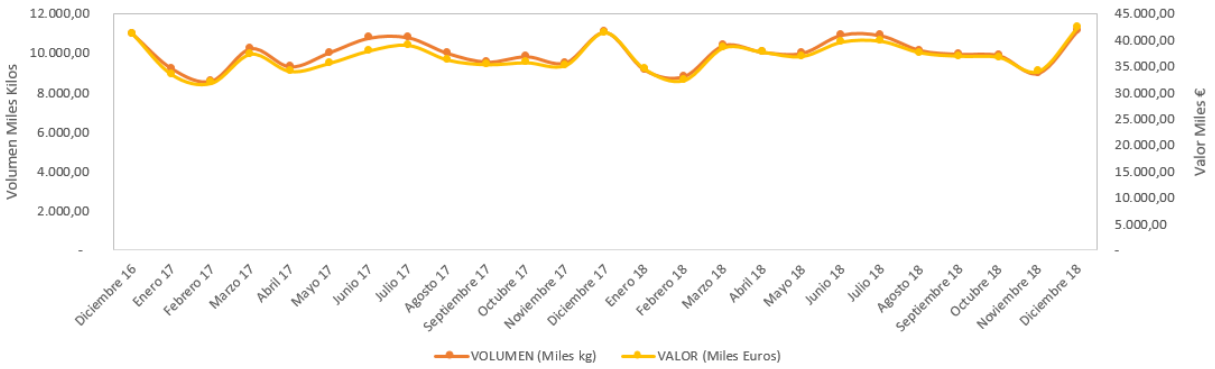
Las salsas cuentan con una evolución positiva del +1,2% a lo largo de estos doce meses. El valor crece en mayor proporción (+3,2%) como consecuencia del impacto que tiene el precio medio, pues crece 2 puntos porcentuales, cerrando en 2018 en 3,72€/kilo.

El consumo per cápita de salsas es de 2,62 kilos, habiéndose incrementado con respecto a la cantidad ingerida en el año anterior en un 0,9%. El gasto medio realizado por persona crece en mayor medida (+2,8%), cerrando en los 9,75€. En términos económicos el impacto es de 0,27€ más invertidos por persona y año.

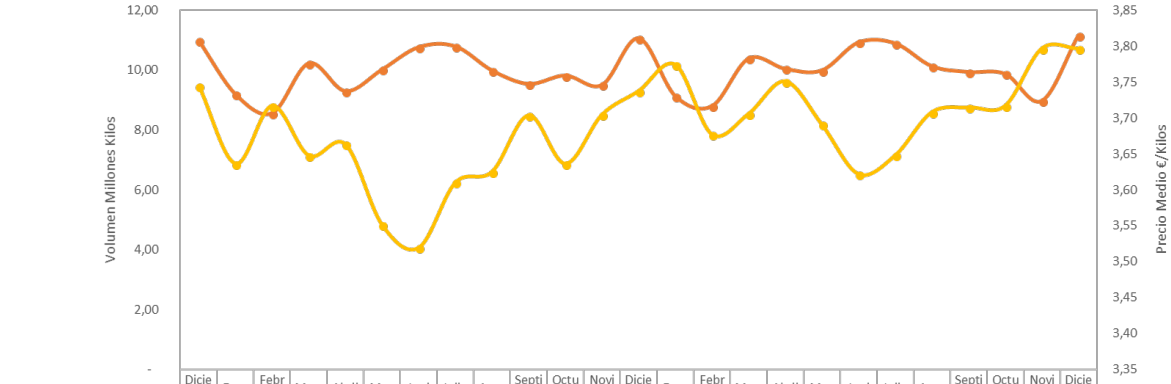
La categoría representa un 0,65% del presupuesto total para alimentación y bebidas en el hogar.

	Consumo doméstico de Salsas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	120.129,44	1,2%
VALOR (Miles €)	446.306,40	3,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	2,62	0,9%
GASTO x CAPITA (€)	9,75	2,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,42	1,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,65	1,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	3,72	2,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



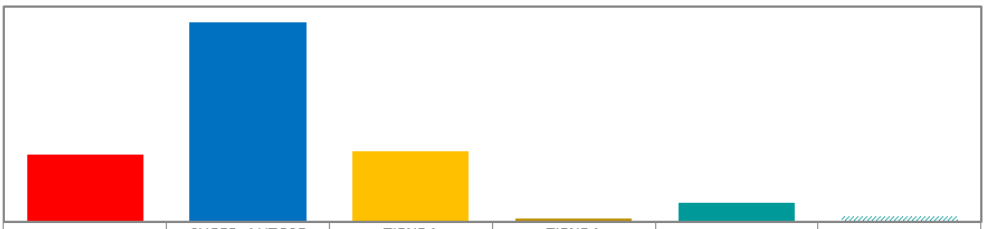
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	10,9	9,18	8,56	10,2	9,29	10,0	10,7	10,7	9,98	9,53	9,81	9,49	11,0	9,12	8,79	10,3	10,0	9,98	10,9	10,8	10,1	9,93	9,86	8,96	11,1
PRECIO MEDIO kg	3,74	3,64	3,72	3,65	3,66	3,55	3,52	3,61	3,62	3,70	3,64	3,70	3,74	3,77	3,68	3,71	3,75	3,69	3,62	3,65	3,71	3,71	3,72	3,80	3,80

- **Canales**

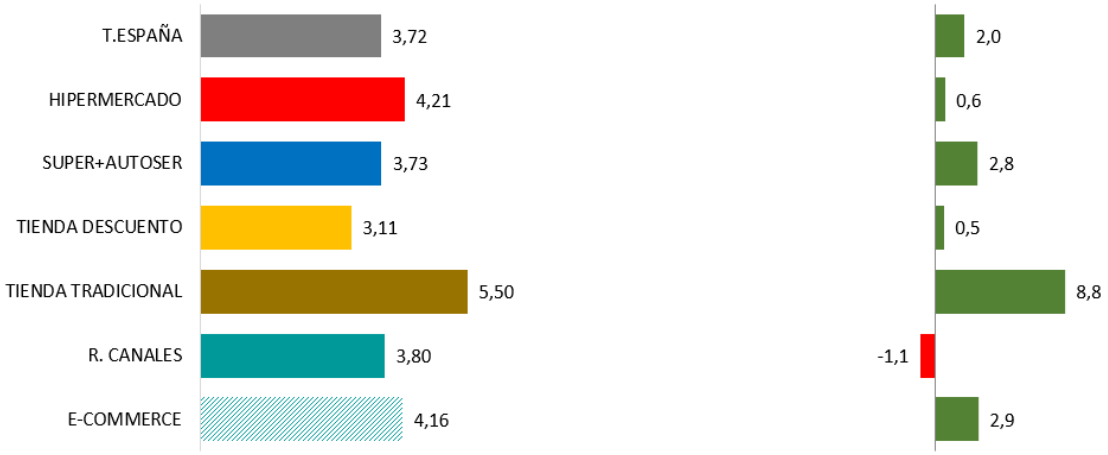
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	18,6	55,6	19,7	0,8	5,2	1,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	3,9	1,2	-1,1	-8,4	3,0	3,9

Supermercados y autoservicios, canal principal de compra de salsas, asume el 55,6% del volumen total, y aumenta un 1,2% su cuota con respecto a la del año pasado. La tienda de descuento, que es el segundo canal con mayor participación del volumen (19,7%), sufre un descenso del 1,1%. Esta posición en el mercado es casi igualada por los hipermercados, que representan un 18,6% del mercado tras un crecimiento del 3,9%.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de las salsas se incrementa un 2,0% en comparación con el año 2017, cerrando en 3,72€/kg. Este aumento es extensible a todos los canales de compra, con la única excepción del "resto canales" (-1,1%).

La tienda descuento es el canal con el precio medio más bajo (3,11€/kg) pese a haber incrementado el precio un 0,5% durante el año 2018. Por el contrario, la tienda tradicional es el canal con el precio menos competitivo del mercado: 5,50€/kg, un 48,0% superior a la media nacional.

- **Demográficos**

Salsas	% Población	% Distribución Volumen l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**2,62**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,13	3,07
MEDIA	30,71	32,79	2,68
MEDIA BAJA	26,56	27,39	2,62
BAJA	26,42	21,68	2,15
- 35 AÑOS	13,63	14,56	2,90
35 A 49 AÑOS	32,24	40,36	2,70
+ 50 AÑOS	54,13	45,08	2,48
CATALUÑA	16,03	14,66	2,50
ARAGÓN	2,92	2,43	2,20
ILLES BALEARS	2,43	2,23	2,53
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	10,05	2,51
REGIÓN DE MURCIA	2,94	3,57	3,02
ANDALUCÍA	17,52	21,32	2,95
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	13,67	2,65
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,65	2,64
EXTREMADURA	2,34	2,82	2,95
CASTILLA Y LEÓN	5,53	4,81	2,31
GALICIA	5,92	3,90	1,69
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	2,35	2,69
CANTABRIA	1,29	1,62	3,60
PAIS VASCO	4,84	4,64	2,70
LA RIOJA	0,70	0,39	1,58
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	0,95	1,85
CANARIAS	4,57	5,92	3,31
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,44	3,99
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	10,19	3,34
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	15,52	2,23
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	22,56	2,69
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,39	2,48
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	7,75	2,77
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	9,32	2,49
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,08	3,40
RETIRADOS	23,18	13,76	2,34

El perfil de compra de salsas a cierre de año 2018 por ciclo de vida es el siguiente: parejas con hijos independientemente de la edad, así como hogares monoparentales. Se corresponde con una tipología de hogar más bien de clase socioeconómica media y media alta, así como media baja, es decir que no es discriminante. Y el perfil del comprador es más bien de edad mediana o joven, no supera en ningún caso los 50 años.

El consumo per cápita más alto de España por ciclo de vida lo tienen los jóvenes independientes, con una ingesta de casi 4 kilos (3,99 kg/persona/año). Al contrario que en el caso de las parejas con hijos pequeños, que tienen un consumo inferior a la media (2,23 kilogramos por persona y año).

Canarias, Cantabria, así como Andalucía, son, entre otras, las regiones más intensivas en la compra de salsas a cierre de año 2018. Comunidades como por ejemplo La Rioja o Galicia, destacan debido a la compra tan poco representativa que realizan de salsas, ya que no alcanzan como mínimo su peso poblacional, lo que las hace poco intensivas en la compra de este producto alimenticio.

3.17 PAN, HARINAS Y SÉMOLAS

3.17.1 PAN

Dentro de la categoría de pan, se incluyen los siguientes tipos: pan fresco/congelado (que a su vez incluye: pan fresco/congelado envasado, y pan fresco/congelado a granel), pan industrial (que a su vez incluye pan industrial fresco, y pan industrial seco).

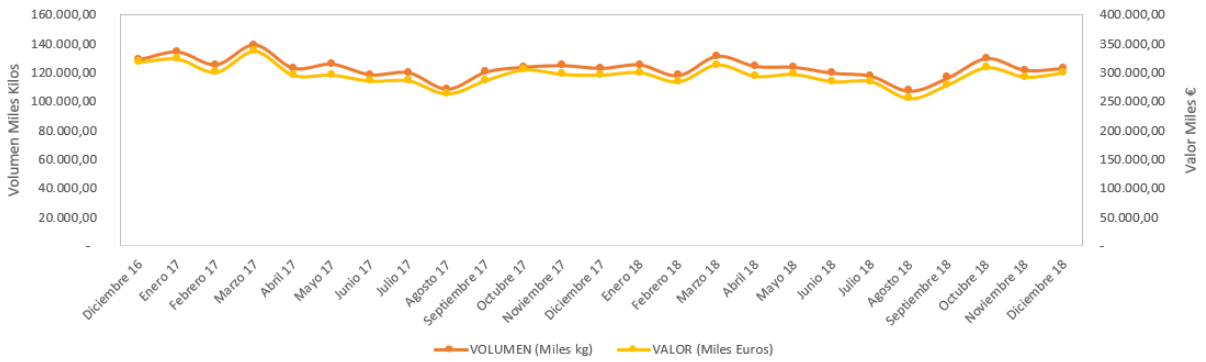
- **Resultados totales**

La compra de pan se reduce un 2,0% en 2018. Su precio medio, se sitúa en 2,40 €/kg, su variación es mínima (-0,2% en este año). Estos dos hechos provocan que el valor del mercado disminuya un 2,2%.

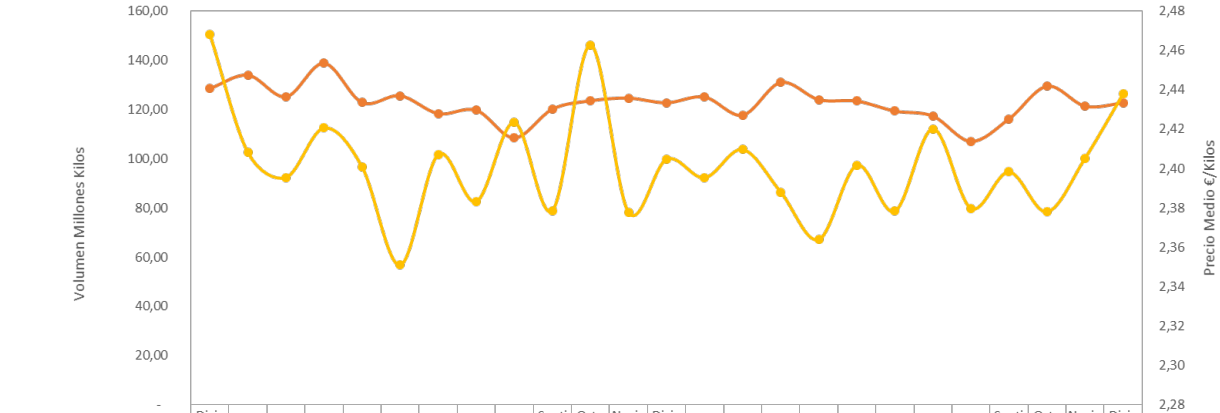
Los hogares dedican a la compra de estos alimentos el 5,09% de su gasto en alimentación y bebidas para el hogar, lo que implica un gasto medio por persona y año de 76,38€ (un 2,2% menos que en 2017). El consumo per cápita también sufre un descenso respecto al año pasado (-2,0%) y es de 31,87 kg/persona/año.

	2018	
	Consumo doméstico de Pan	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	1.454.451,91	-2,0%
VALOR (Miles €)	3.485.259,13	-2,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	31,87	-2,0%
GASTO x CAPITA (€)	76,38	-2,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	5,05	-1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	5,09	-3,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,40	-0,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

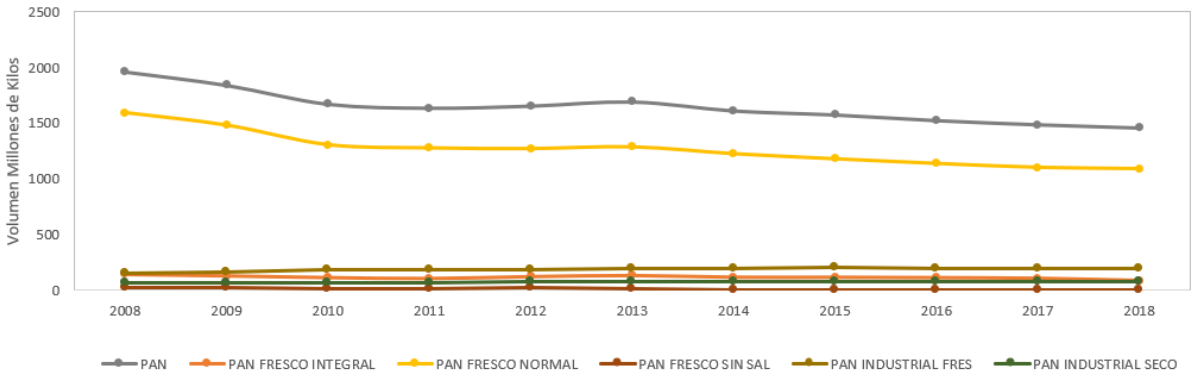


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



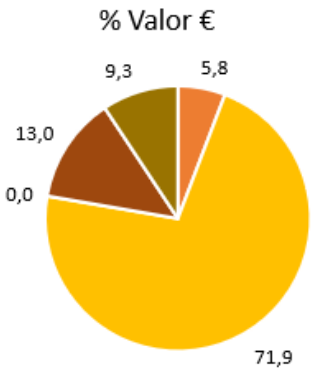
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	128,	133,	125,	138,	122,	125,	118,	119,	108,	120,	123,	124,	122,	125,	117,	130,	124,	123,	119,	117,	107,	116,	129,	121,	122,
PRECIO MEDIO (kg)	2,47	2,41	2,40	2,42	2,40	2,35	2,41	2,38	2,42	2,38	2,46	2,38	2,40	2,40	2,41	2,39	2,36	2,40	2,38	2,42	2,38	2,40	2,38	2,41	2,44

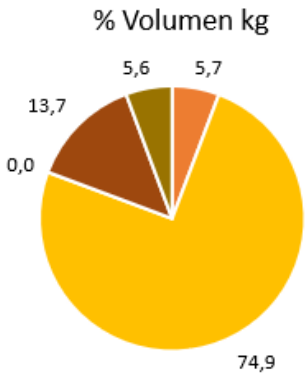
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Como se puede observar en el gráfico inmediatamente anterior, desde el año 2008 la compra de pan se ha visto reducida de forma muy significativa alcanzando su mínimo histórico en el año 2018.

- **Importancia de los tipos de pan**





% Evolución 2018 Vs 2017	Valor	Volumen
PAN	-2,2%	-2,0%
PAN FRESCO INTEGRAL	-21,7%	-21,3%
PAN FRESCO NORMAL	-2,0%	-1,1%
PAN FRESCO SIN SAL	-11,2%	-10,2%
PAN INDUSTRIAL FRES	3,6%	1,5%
PAN INDUSTRIAL SECO	4,5%	2,4%

El 80,7% del volumen total se corresponde con pan fresco, que resulta de la suma de los tres tipos (pan fresco integral, pan fresco normal, y pan fresco sin sal). Dentro de este grupo, el que tiene mayor presencia a lo largo del 2018 es el pan fresco normal con una participación en volumen del 74,9%, siendo su variación con respecto al año anterior del -1,1%. Su proporción en valor es mayor, actualmente tiene una cuota del 71,9% que varía con respecto al periodo previo de estudio un -2,0%.

El pan industrial fresco es el siguiente con mayor cuota de volumen dentro de la categoría de pan. Este ha aumentado en el 2018 un 1,5% hasta alcanzar los 13,7 puntos porcentuales. En valor su porcentaje sobre el total es muy parecido: 13,0%, habiendo crecido un 3,6% en comparación con 2017.

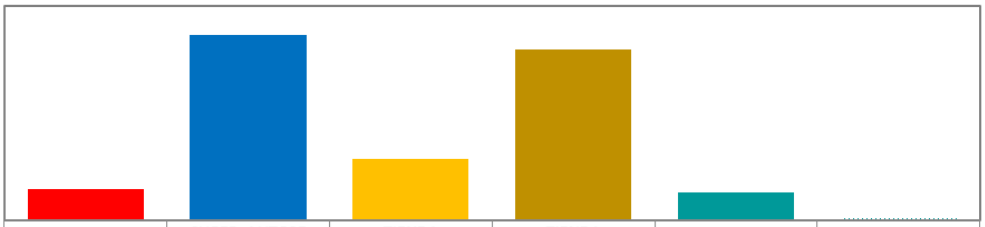
- **Consumo per cápita de los tipos de pan**

	Consumo per cápita	
	AÑO 2017	AÑO 2018
PAN	**32,54**	**31,87**
PAN FRESCO INTEGRAL	2,33	1,83
PAN FRESCO NORMAL	24,16	23,89
PAN FRESCO SIN SAL	0,01	0,01
PAN INDUSTRIAL FRES	4,29	4,36
PAN INDUSTRIAL SECO	1,76	1,80

El consumo medio aproximado por persona y año durante el año 2018 fue de 31,87 kilogramos, un 2,0% menos que en el año anterior. De entre los diferentes tipos de pan, el pan fresco normal tiene un consumo per cápita de 23,89 kg/persona/año, que a pesar de haberse reducido un 1,1%, sigue siendo muy superior al resto. El consumo medio por persona y año de pan fresco integral también se reduce (-21,4%) hasta situarse en los 1,83 kilos. Ocurre lo contrario en el caso del pan industrial, donde se incrementa el consumo per cápita tanto del fresco (+1,5%) como del seco (+2,3%).

- **Canales**

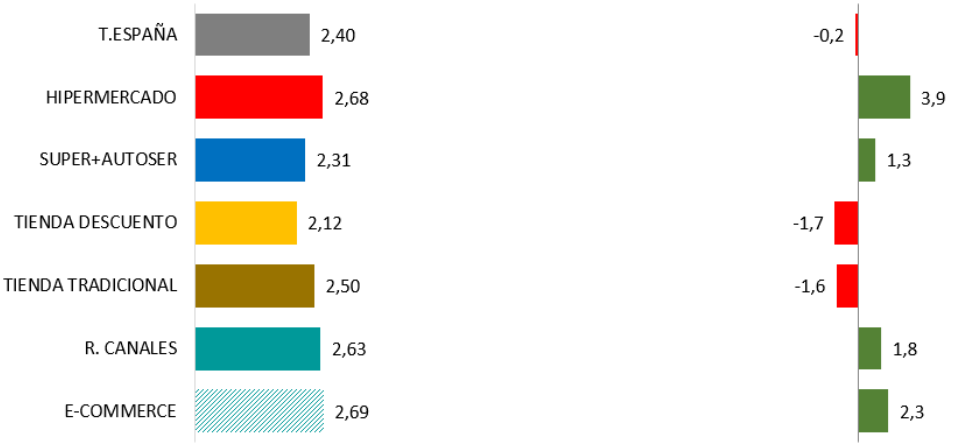
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	6,6	38,9	12,8	36,0	5,7	0,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-3,3	0,1	6,7	-5,8	-6,8	25,3

El supermercado es el canal de compra principal para la categoría, suponiendo el 38,9% de los kilos comprados muy seguido de la tienda tradicional, donde se adquieren un 36,0% de los kilos a pesar de su contracción (-5,8% del volumen). La tienda de descuento asume el 12,8% del volumen, experimentando un incremento del 6,7%. Por el contrario, el hipermercado presenta una evolución negativa del 3,3% de manera que su cuota se queda en 6,6%.

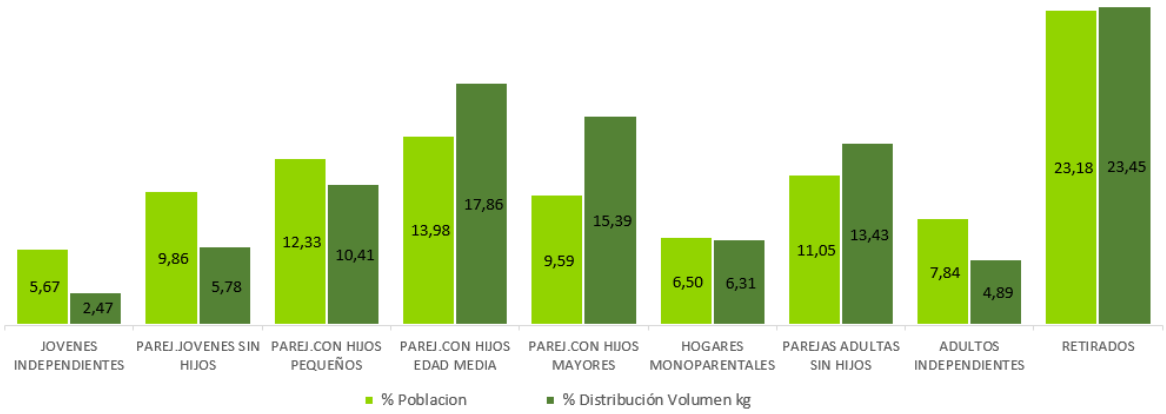
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de pan cerró en 2,40 €/kg, con una variación negativa del 0,2%. El precio más asequible continúa localizado en las tiendas de descuento (2,12 €/kilo, un 11,3% más bajo que la media a nivel nacional), que además se reduce un 1,7%. Contrariamente, el más caro es el del hipermercado y la tienda tradicional (exceptuando el canal e-comerle), donde el precio medio se sitúa en 2,68 €/kilo. Esto se debió sin embargo a tendencias contrarias. Mientras que en el hipermercado se produjo un incremento del precio medio (+3,9%), en la tienda tradicional se contrajo un 1,6%.

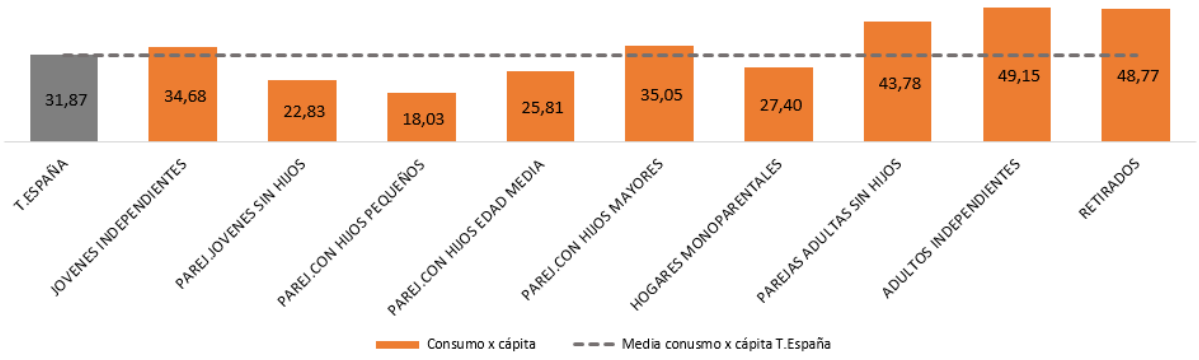
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



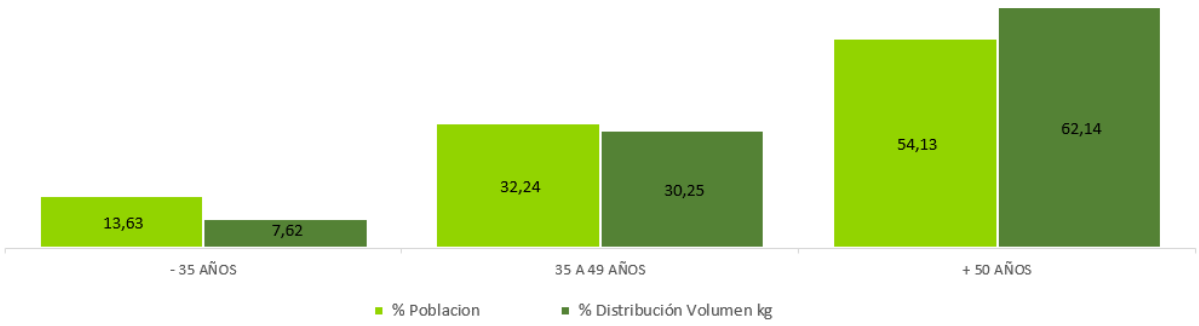
El perfil de hogar consumidor de pan se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media y con mayores, así como parejas adultas sin hijos. Por el contrario, cabría esperar que los hogares formados por jóvenes independientes o las parejas jóvenes sin hijos compraran más pan ya que poblacionalmente su peso es mayor.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



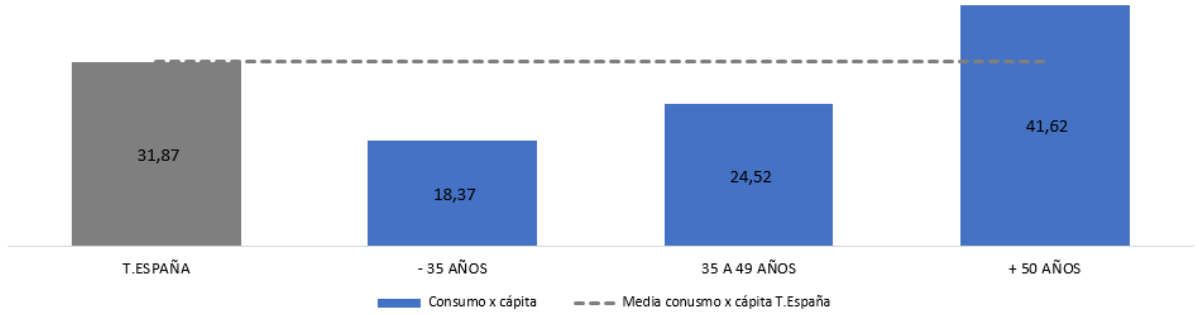
Sin embargo, los jóvenes independientes tienen un consumo per cápita superior a la media, ya que realizan de promedio una ingesta de 34,68 kilogramos por persona y año. Son adultos independientes quienes mayor consumo per cápita realizan de la categoría, con una ingesta un 54% superior a la media, lo que se traduce en 17,28 kilos más de pan consumidos por persona y año. En el lado opuesto encontramos a parejas con hijos pequeños que consumen un 43% menos que la media, lo que se traduce en una cantidad aproximada de 13,84 kilos menos por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



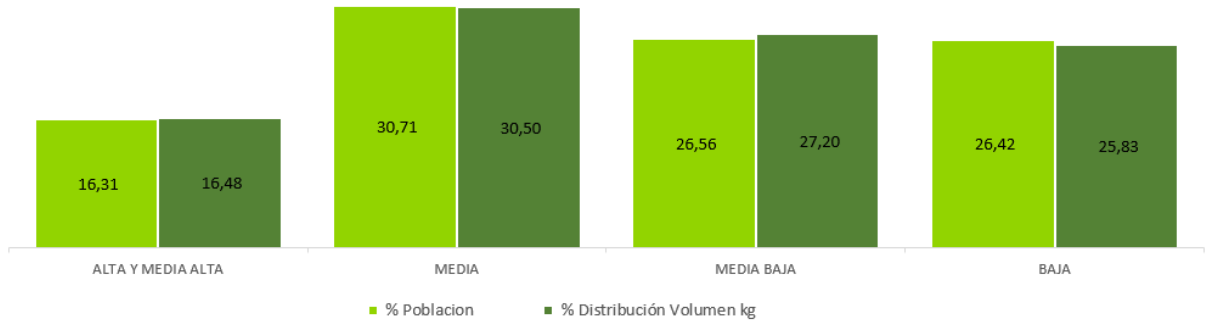
El perfil consumidor de pan es adulto, con una edad que supera los 50 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



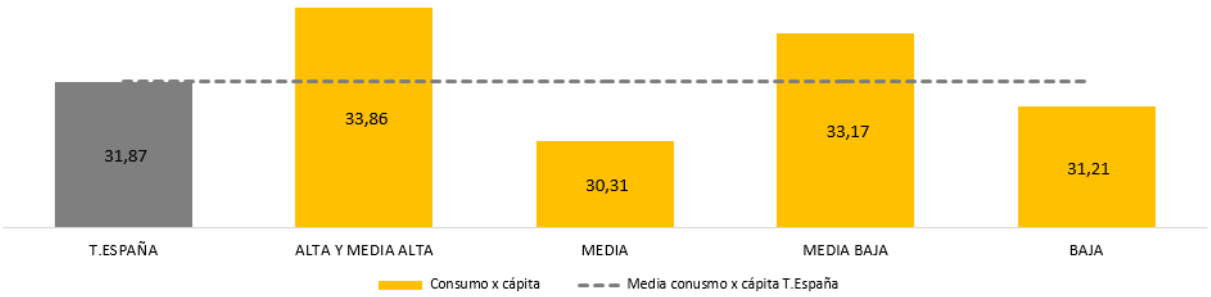
Únicamente los individuos mayores de 50 años tienen un consumo per cápita superior a la media del mercado, con una ingesta aproximada por persona de 41,62 kilos.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



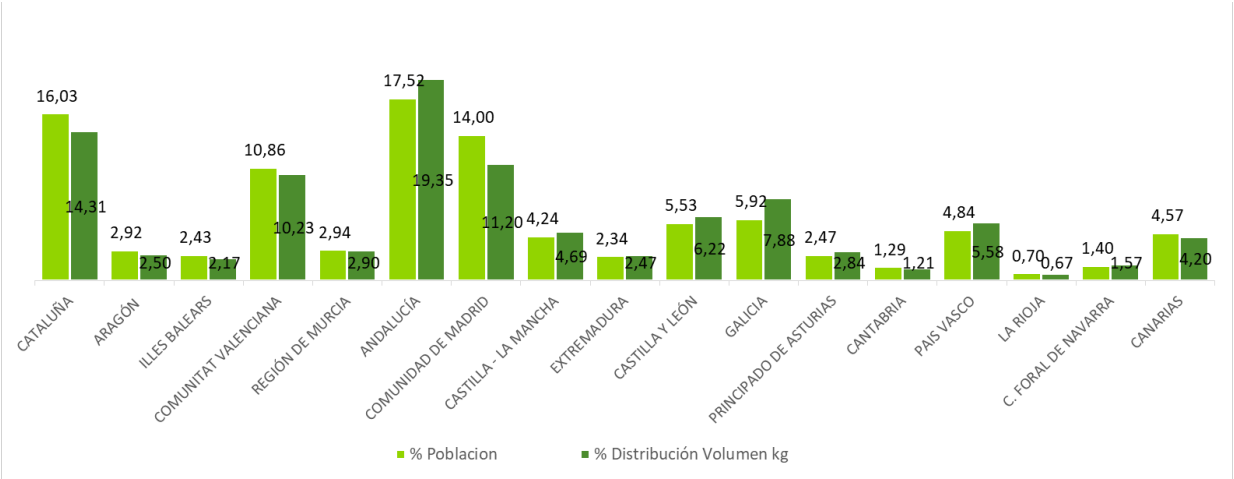
No hay mucha diferencia en cuanto a perfil intensivo por tipología de hogar en clase socioeconómica, ya que los datos son muy parejos y no arrojan grandes diferencias.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



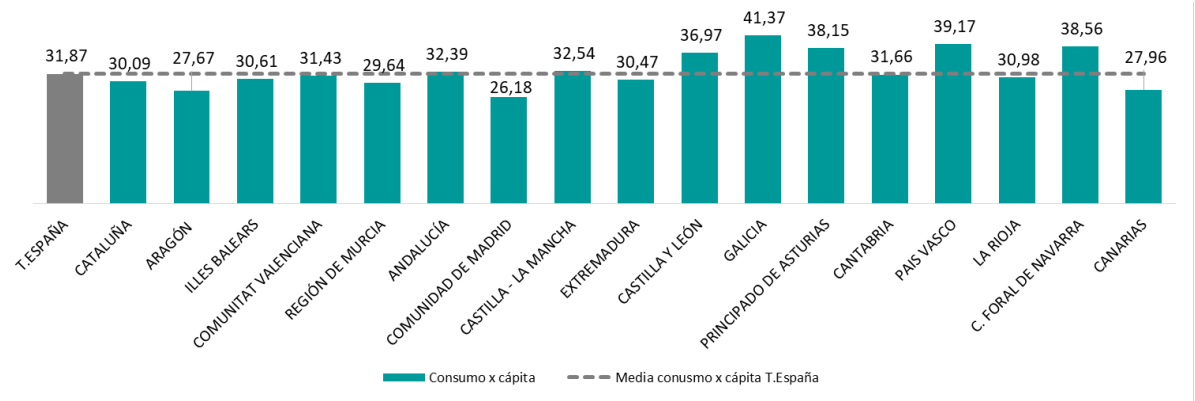
Individuos clase alta y media alta, así como de clase baja quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría, con consumos que superan la media.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Galicia, Principado de Asturias, País Vasco y Comunidad Foral de Navarra se confirman como CCAA intensivas en compra para pan, sin embargo, del lado contrario se sitúan CCAA como Comunidad de Madrid, Aragón, Cataluña o Illes Balears.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Los gallegos son los habitantes más pan consumieron el año 2018, superan la media en un 30%, lo que implica una cantidad 9,49 kilos más por persona y año. Otras regiones con el consumo per cápita superior a la media son; País Vasco, Principado de Asturias y Comunidad Foral de

Navarra entre otras. Del lado contrario encontramos a Madrid cuyo consumo se queda por debajo en un gramaje de 5,69 kilos menos por persona y año.

3.17.1.1 PAN FRESCO/CONGELADO

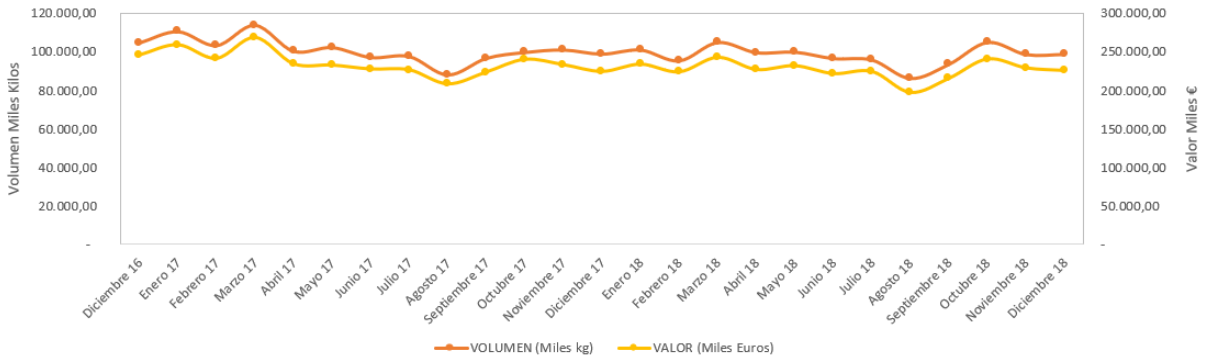
- **Resultados totales**

Se reduce la compra de pan fresco y congelado en los hogares españoles a cierre de año 2018 un 2,8%. En valor la caída es algo más pronunciada (3,8%), como consecuencia de la variación de un punto porcentual que existe en el precio medio durante estos doce meses, lo que le lleva a cerrar en los 2,31 €-kilo.

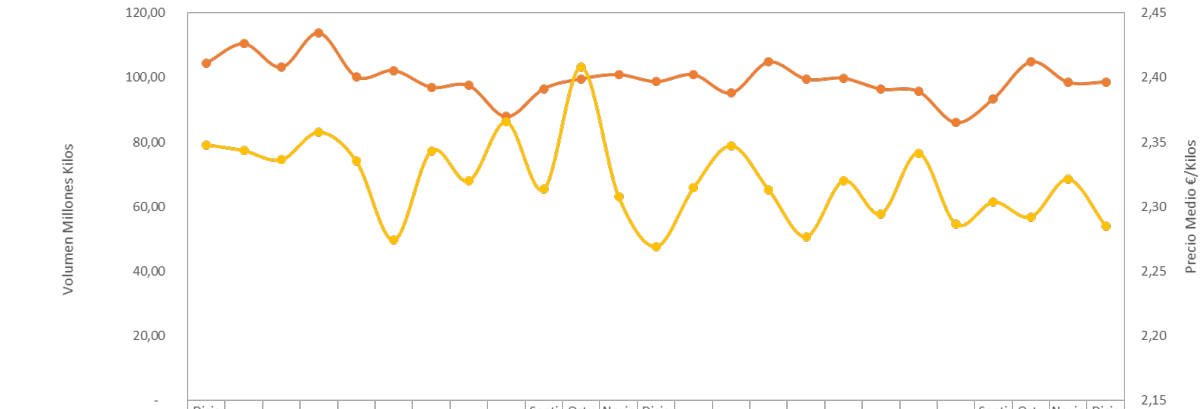
El consumo per cápita que realizaron los individuos españoles fue de 25,64 kilos, supone un descenso del 3,2% en relación con el año 2017. Por su parte el gasto per cápita fue de 59,17€ por persona y año, también se reduce un 4,2% en comparación con los doce meses anteriores.

	Consumo doméstico de Pan Fresco/Congelado en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	1.173.657,64	-2,8%
VALOR (Miles €)	2.708.776,23	-3,8%
CONSUMO x CAPITA (kg)	25,64	-3,2%
GASTO x CAPITA (€)	59,17	-4,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	4,07	-2,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,95	-5,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,31	-1,0%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



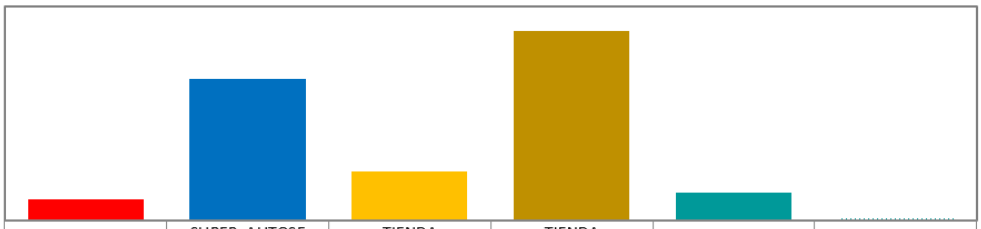
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	104,	110,	103,	113,	100,	102,	96,9	97,5	87,8	96,5	99,5	100,	98,7	100,	95,2	104,	99,4	99,7	96,4	95,6	86,0	93,4	104,	98,4	98,6
PRECIO MEDIO (kg)	2,35	2,34	2,34	2,36	2,34	2,27	2,34	2,32	2,37	2,31	2,41	2,31	2,27	2,31	2,35	2,31	2,28	2,32	2,29	2,34	2,29	2,30	2,29	2,32	2,28

- **Canales**

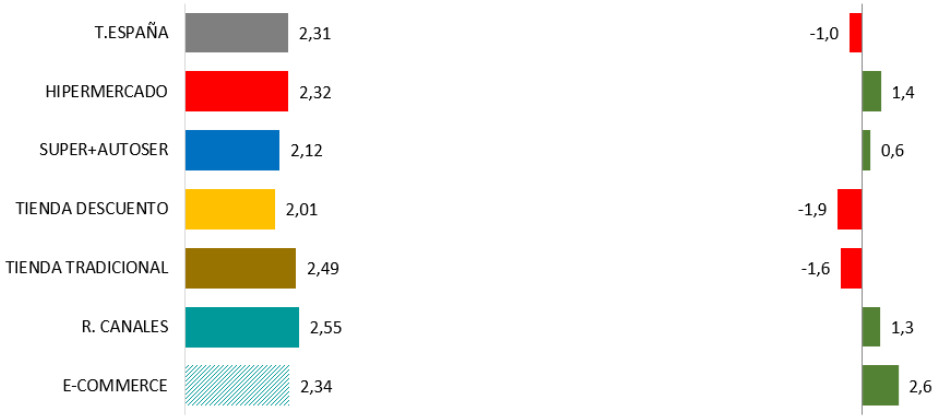
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	4,8	33,1	11,4	44,4	6,4	0,3
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-7,9	-0,7	9,2	-5,8	-7,6	49,3

En las tiendas tradicionales se han adquirido el 44,4% de los kilos de pan fresco y congelado. Sin embargo, este canal pierde importancia, pues presenta una evolución desfavorable con un descenso de 5,8%. Por el contrario, la tienda descuento es el canal con la evolución más favorable (sin contar e-commerce), aumentando un 9,2% el volumen de compra en estos establecimientos, si bien su cuota actualmente es del 11,4% sobre el total, superando al hipermercado.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de este producto se sitúa un 1,0% por debajo a cierre de año en comparación con 2017 cerrando en 2,31€/l. La tienda de descuento es el canal donde el precio más reduce (1,9%), lo cual no impide que mantenga el precio más bajo dentro de la categoría: 2,01€/kg, un 12,9% más barato que el de la categoría.

Contrariamente, el resto canales registra el precio menos económico (2,34€/kg, el equivalente a pagar 0,24€ más por litro).

- **Demográficos**

Pan fresco/congelado	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**25,64**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,08	26,61
MEDIA	30,71	30,01	23,93
MEDIA BAJA	26,56	27,22	25,47
BAJA	26,42	26,68	25,85
- 35 AÑOS	13,63	6,13	11,91
35 A 49 AÑOS	32,24	28,21	18,47
+ 50 AÑOS	54,13	65,67	35,31
CATALUÑA	16,03	14,04	23,41
ARAGON	2,92	2,52	22,38
BALEARES	2,43	2,18	24,15
VALENCIA	10,86	10,18	24,88
MURCIA	2,94	2,93	24,18
T.ANDALUCIA	17,52	19,81	26,81
MADRID	14,00	10,28	19,49
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,68	25,99
EXTREMADURA	2,34	2,45	25,04
CASTILLA LEON	5,53	6,55	30,71
GALICIA	5,92	8,50	36,03
ASTURIAS	2,47	3,01	33,66
CANTABRIA	1,29	1,18	25,62
PAIS VASCO	4,84	5,76	32,78
LA RIOJA	0,70	0,68	26,67
NAVARRA	1,40	1,70	32,06
CANARIAS	4,57	3,55	19,37
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,08	23,54
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,88	15,62
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,37	13,16
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	17,02	19,83
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	16,27	29,44
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,03	21,03
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	14,35	37,53
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,82	39,26
RETIRADOS	23,18	25,19	41,94

El perfil de hogar consumidor de pan fresco/congelado se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos mayores o medianos, al igual que parejas adultas sin hijos o retirados. Son normalmente de clase socioeconómica media o media baja, cuyo responsable de compra es de edad adulta.

Galicia, Principado de Asturias y La Comunidad Foral de Navarra son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de pan fresco/congelado. Por su parte las áreas menos intensivas son la Comunidad de Madrid y las Islas Canarias.

Los individuos canarios son quienes mantienen el consumo per cápita más bajo de este tipo de pan, siendo un 24,4% inferior a la media. El consumo per cápita medio de un individuo español, es de aproximadamente tener una ingesta de 25,64 kilos por persona y año.

Son los retirados quienes de igual manera realizan la mayor ingesta de este producto de alimentación: 41,94 kilos por persona y año, un 63,6% más que la media. Les siguen los adultos independientes con una ingesta un 53,1% superior a la media a nivel total España, llegando a los 39,26 litros por persona y año a cierre de año 2018.

3.17.1.2 PAN INDUSTRIAL

- **Resultados totales**

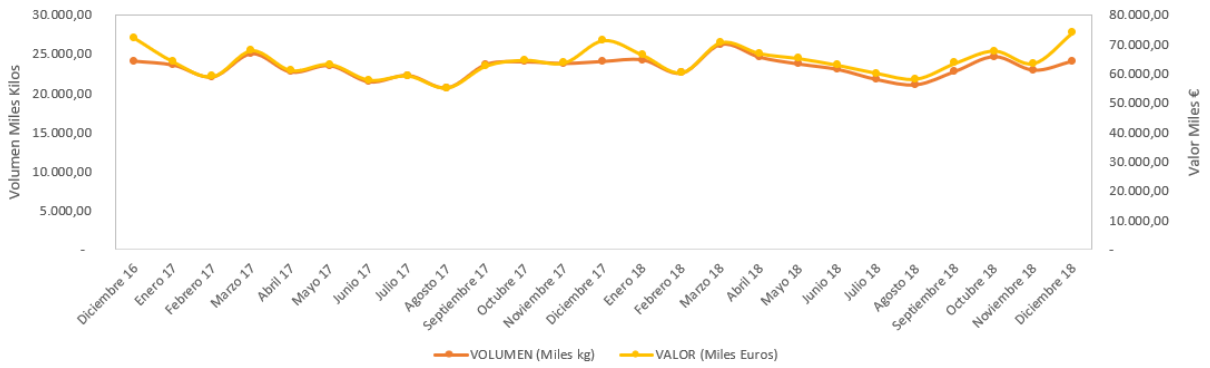
Los hogares españoles aumentaron su compra de pan industrial durante el año 2018 en una proporción del 1,8% con respecto al año anterior. En valor, el incremento es más notable (+3,9%) debido a que el precio medio para este tipo de pan cerró en los 2,77 €-kilo, con un incremento en precio del 2,1%.

Los hogares destinan a la compra de esta categoría el 2,15% del presupuesto medio asignado para la compra total de alimentación y bebidas del hogar.

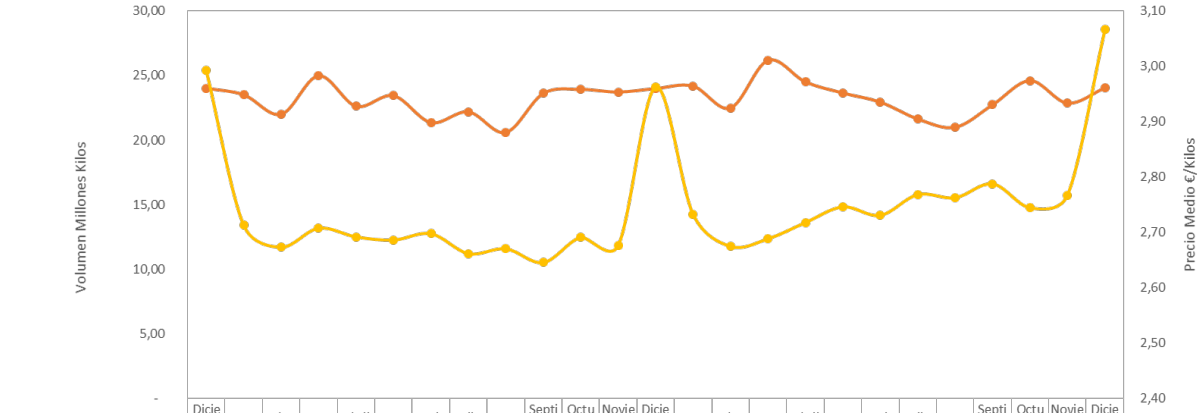
El consumo per cápita para estas bebidas desciende un 3,9% siendo la cantidad media ingerida por persona y año de 36,73 litros, y el gasto per cápita cerró en 32,31€ con un retroceso de un punto porcentual con respecto a los doce meses anteriores.

	2018	
	Consumo doméstico de Pan Industrial	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	280.794,27	1,8%
VALOR (Miles €)	776.482,90	3,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	6,13	1,4%
GASTO x CAPITA (€)	16,96	3,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,97	2,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,13	2,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,77	2,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



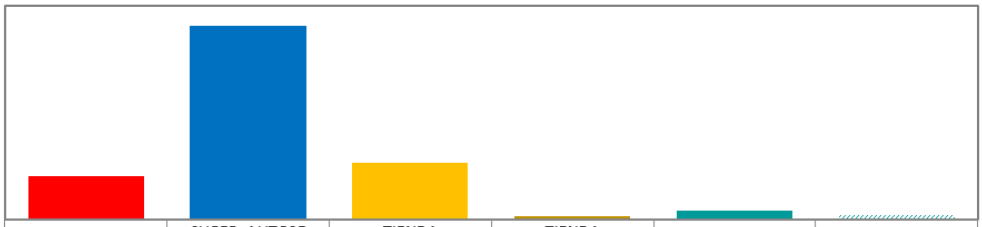
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	24,0	23,5	22,0	24,9	22,6	23,4	21,3	22,1	20,5	23,6	23,9	23,7	23,9	24,1	22,4	26,1	24,5	23,6	22,9	21,6	20,9	22,7	24,6	22,8	24,0
PRECIO MEDIO (kg)	2,99	2,71	2,67	2,71	2,69	2,69	2,70	2,66	2,67	2,65	2,69	2,68	2,96	2,73	2,67	2,69	2,72	2,75	2,73	2,77	2,76	2,79	2,74	2,77	3,07

- **Canales**

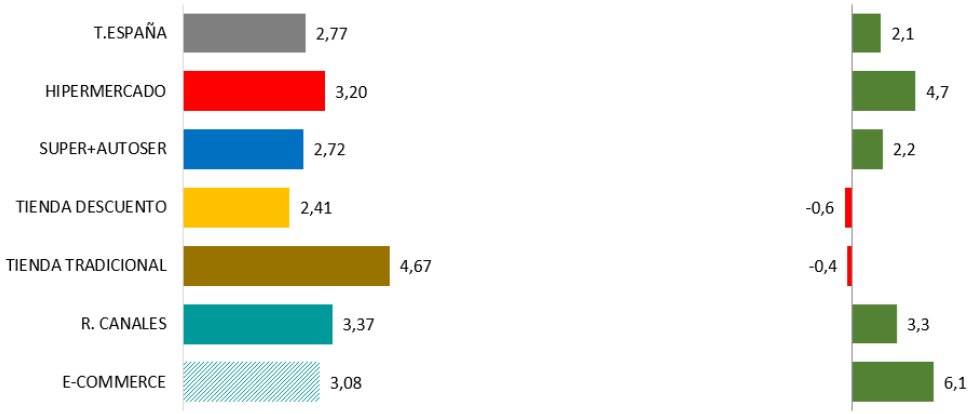
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,1	63,4	18,7	0,9	2,9	1,2
% EVOLUCION VOLUMEN kg	4,1	1,7	1,0	-7,6	0,4	6,0

El supermercado es el canal de compra favorito para el pan industrial suponiendo el 63,4% de los kilos comprados. Le sigue con una participación del 18,7% la tienda descuento, ambos ganan volumen con respecto al año 2017.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de pan industrial en el año 2018 ha sido de 2,77€/kilo, con un incremento del 2,1%. Todos los canales excepto tiendas descuento y tienda tradicional aumentan el precio medio. Precisamente es en las tiendas descuento donde encontramos el precio medio más

competitivo de este producto alimenticio, a la par que es en la tienda tradicional donde encontramos el precio medio más alto de pan industrial, concretamente un 11,5% superior a la media del mercado.

- **Demográficos**

Pan industrial	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**6,13**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,12	7,17
MEDIA	30,71	32,51	6,20
MEDIA BAJA	26,56	27,11	6,07
BAJA	26,42	22,26	5,16
- 35 AÑOS	13,63	13,86	6,45
35 A 49 AÑOS	32,24	38,76	6,07
+ 50 AÑOS	54,13	47,38	6,10
CATALUÑA	16,03	15,47	6,17
ARAGON	2,92	2,40	5,09
BALEARES	2,43	2,13	5,65
VALENCIA	10,86	10,43	6,10
MURCIA	2,94	2,79	5,51
T.ANDALUCIA	17,52	17,41	5,64
MADRID	14,00	15,06	6,83
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,73	6,29
EXTREMADURA	2,34	2,55	6,23
CASTILLA LEON	5,53	4,82	5,40
GALICIA	5,92	5,28	5,36
ASTURIAS	2,47	2,13	5,70
CANTABRIA	1,29	1,36	7,06
PAIS VASCO	4,84	4,80	6,54
LA RIOJA	0,70	0,64	5,99
NAVARRA	1,40	1,05	4,73
CANARIAS	4,57	6,94	9,07
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	4,11	11,14
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	9,58	7,34
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	14,77	4,96
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	21,37	5,96
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	11,73	5,08
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	7,47	6,23
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	9,58	6,00
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,19	10,12
RETIRADOS	23,18	16,20	6,45

El consumo per cápita de pan industrial es de 6,13 kilos por persona y año. El perfil intensivo en la compra de este tipo de pan se corresponde con una tipología de hogar de clase media y media alta, siendo hogares cuyo responsable de las compras no superan los 49 años.

El perfil intensivo en la compra de la categoría es un hogar formado por hijos, independientemente de la edad, ya sean mayores pequeños o medianos, así como hogares monoparentales. Adultos independientes o retirados quienes menor compra realizan. Por su parte, sin embargo, son los jóvenes independientes quienes tienen el consumo per cápita más alto de este producto con una ingesta de 11,14 kilos, también los adultos independientes mantienen un consumo superior a la media.

Las CCAA con una compra intensiva son las Islas Canarias, Extremadura, Castilla-La Mancha y La Comunidad de Madrid.

3.17.2 HARINAS Y SÉMOLAS

Dentro de la categoría de harinas y sémolas se incluyen los siguientes tipos:

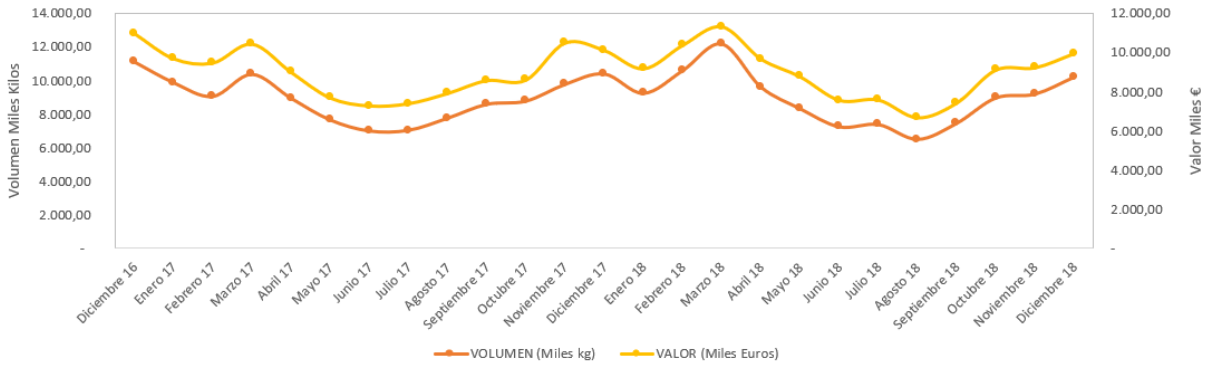
- **Resultados totales**

La compra de harinas y sémolas se incrementa en los hogares españoles a cierre de año 2018 un 1,6%% en 2018. Su precio medio, se sitúa en 1,00 €/kg, su variación con respecto a los doce meses anteriores es de 1,4 puntos porcentuales. Estos dos hechos provocan que el valor del mercado apenas tenga una variación del 0,2% y permanezca estable.

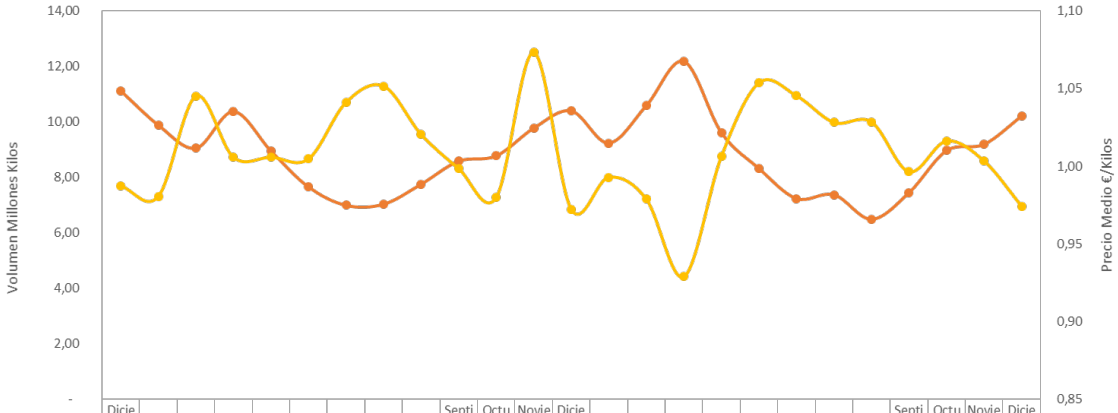
Los hogares dedican a la compra de estos productos alimenticios el 0,16% de su gasto en alimentación y bebidas para el hogar, lo que implica un gasto medio por persona y año de 2,33€. El consumo per cápita aumenta en un 1,2% respecto al año pasado, siendo a cierre de 2018, de 2,33 kg/persona/año.

	Consumo doméstico de Harinas Y Semolas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	106.838,57	1,6%
VALOR (Miles €)	106.798,45	0,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	2,33	1,2%
GASTO x CAPITA (€)	2,33	-0,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,37	1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,16	-1,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,00	-1,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

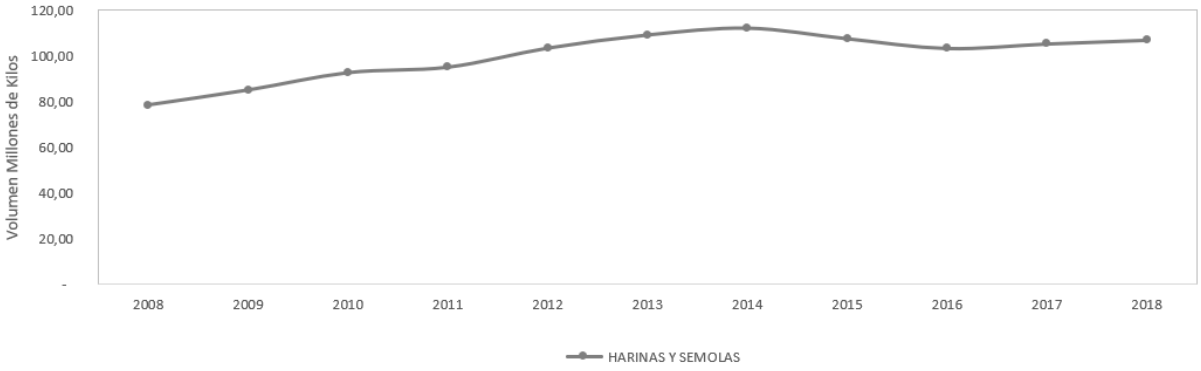


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



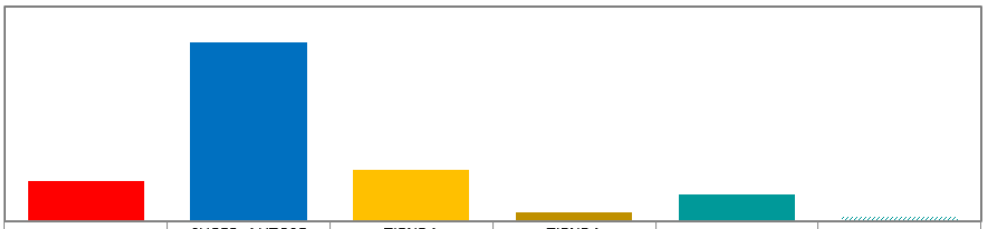
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	11,1	9,88	9,05	10,3	8,95	7,65	6,99	7,03	7,75	8,58	8,77	9,77	10,3	9,24	10,5	12,1	9,61	8,32	7,24	7,37	6,49	7,45	8,96	9,19	10,2
PRECIO MEDIO (kg)	0,99	0,98	1,05	1,01	1,01	1,00	1,04	1,05	1,02	1,00	0,98	1,07	0,97	0,99	0,98	0,93	1,01	1,05	1,05	1,03	1,03	1,00	1,02	1,00	0,97

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



- **Canales**

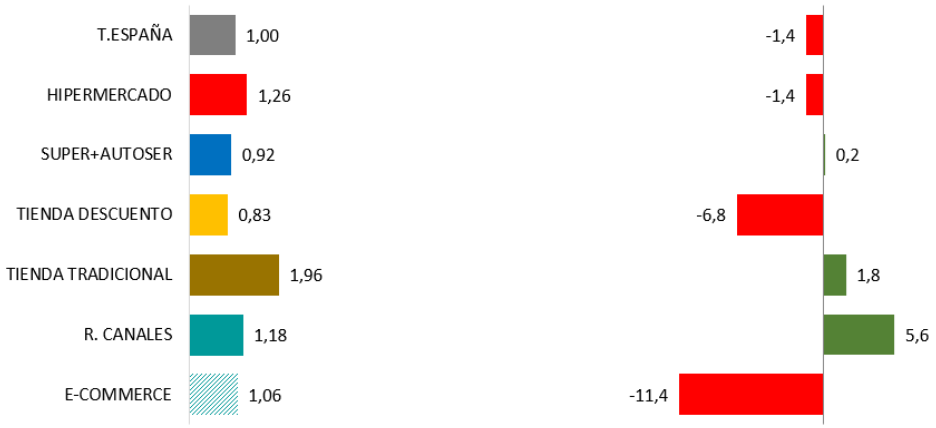
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	13,3	58,4	16,9	2,7	8,7	1,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	3,8	7,1	-2,2	-15,1	-18,2	34,1

El 88,6% de los kilos de harinas y sémolas para consumo doméstico se adquieren en el canal dinámico. Si bien es el super quien cuenta con dos tercios del volumen de la categoría (58,4%) con una tendencia al alza del 7,1% si tenemos en cuenta el dato del año 2017.

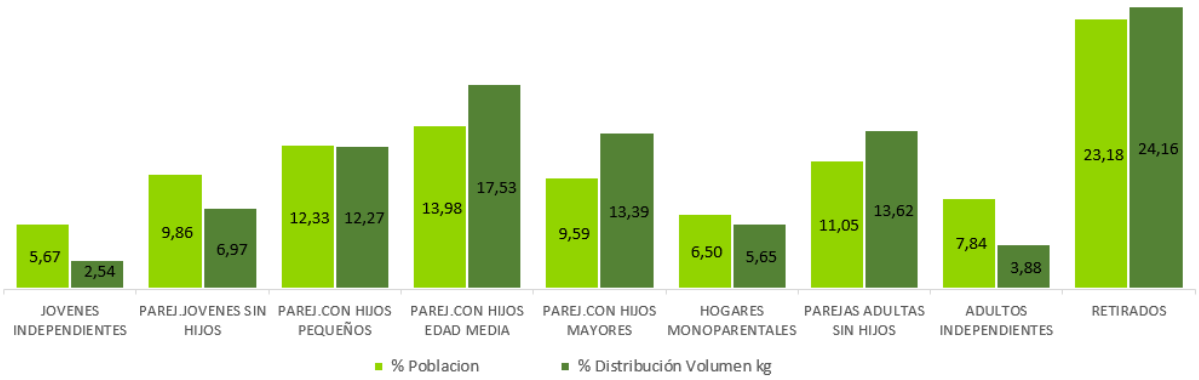
Precio medio (€/kg) Y % evolución por canales (2018 vs 2017)



Se reduce el precio un 1,4% en comparación con el año 2017, actualmente se cifra en 1,00 €/kilo. Todos los canales excepto tienda tradicional y resto canales hacen esfuerzo en precio. La tienda descuento, se desmarca como el canal con el precio más competitivo 0,83€/kilo, mientras que la tienda tradicional se sitúa al lado contrario.

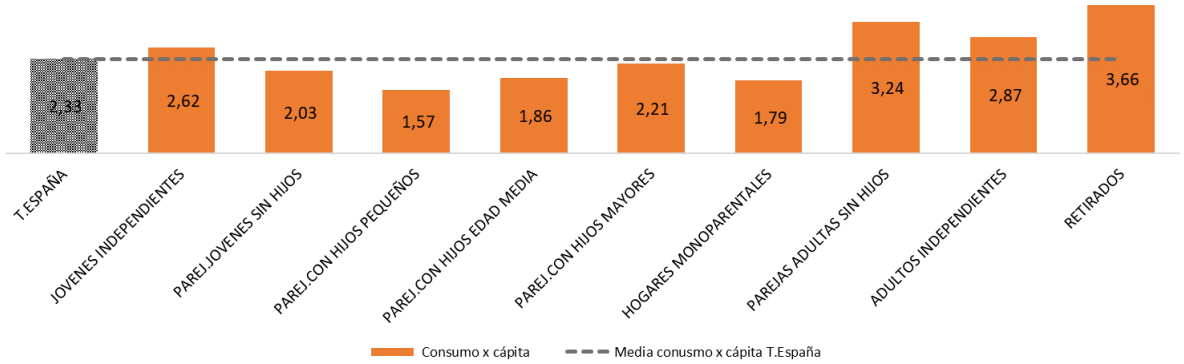
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



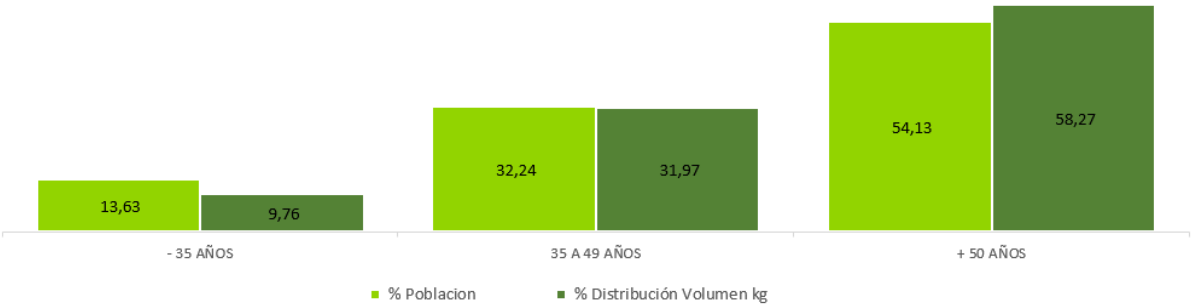
Parejas con hijos mayores, así como con ellos en edad media, al igual que parejas adultas sin hijos o retirados se perfilan como intensivos de la categoría.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



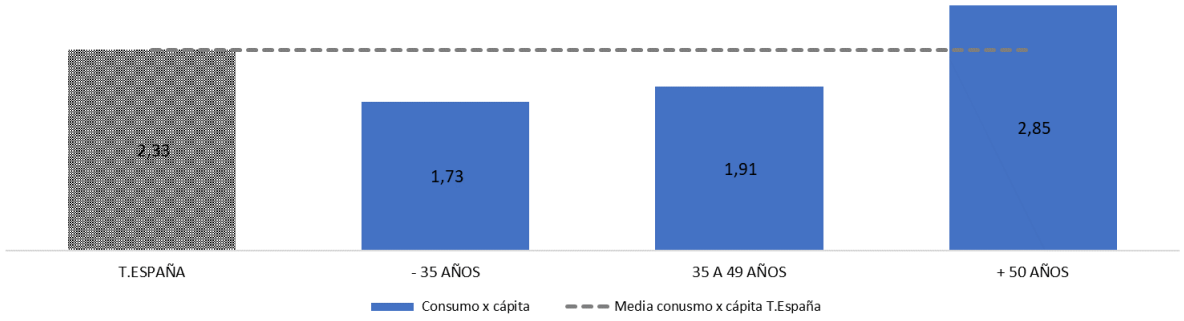
Retirados, quienes tienen el consumo per cápita más alto de la categoría de harinas y sémolas con una ingesta un 56,9% la media nacional (2,33 kg/persona/año).

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



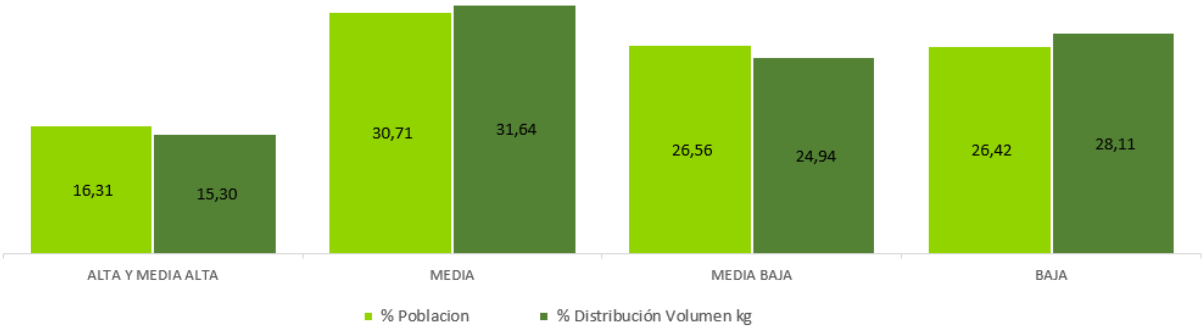
El perfil intensivo en compra de harinas y sémolas son adultos de más de 50 año.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



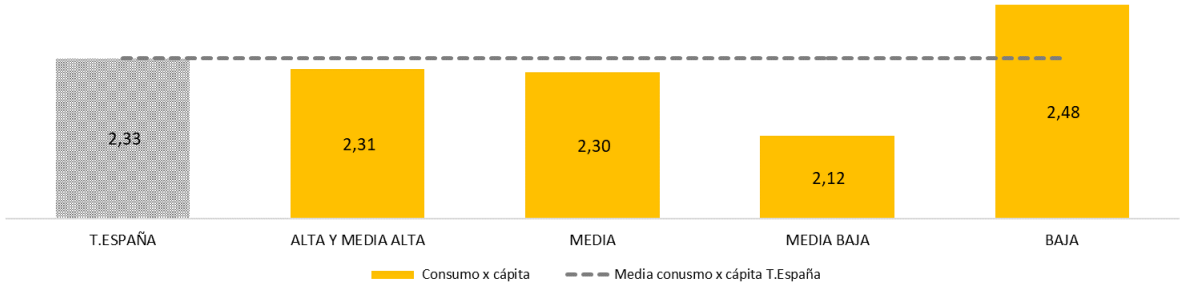
Son los mayores de 50 años, quienes tienen el consumo per cápita más alto de harinas y sémolas, con un consumo que supera en 0,52 kilos de más, la media de España.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



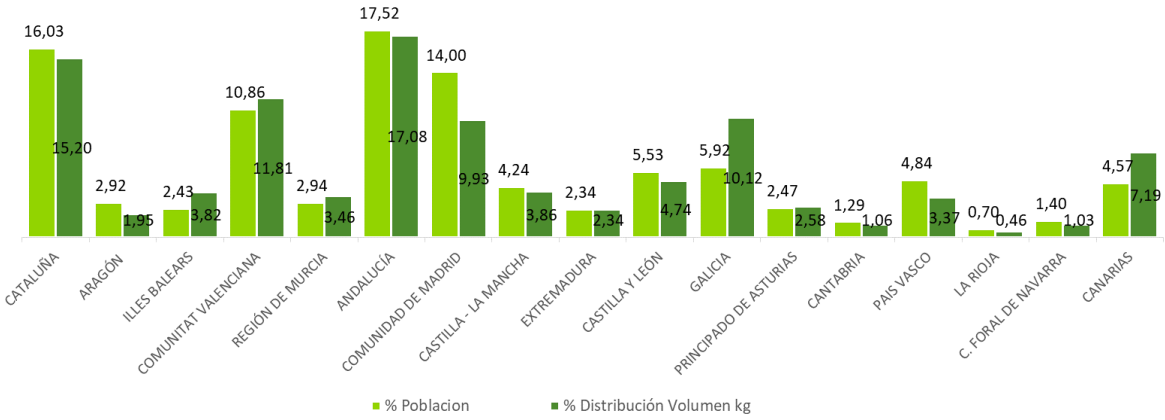
El perfil intensivo en la compra de este producto alimenticio es de clase media. Su compra representa el 31,64% de los kilos cuando su peso poblacional es del 30,71%.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



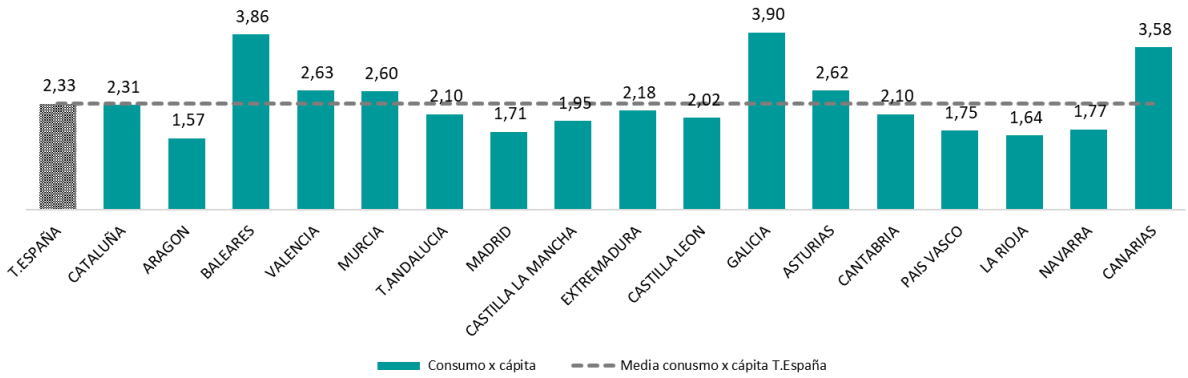
La clase baja es quien tiene el consumo per cápita más alta de la categoría, por encima de la media, con una ingesta de 2,48 kilos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Galicia, así como las Illes Balears y Canarias son las CCAA más intensivas en la compra de harinas y sémolas, pues adquieren más volumen de compra que lo que representan en población.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Aragón es la comunidad autónoma que menor consumo per cápita realiza de harinas y sémolas, su ingesta es inferior a la media (0,76 kilos menos por persona y año de promedio). Por el contrario, es en Galicia donde el consumo por persona y periodo de estudio es más alto, supera la media en un 67,3%.

3.18 PASTAS

- **Resultados totales**

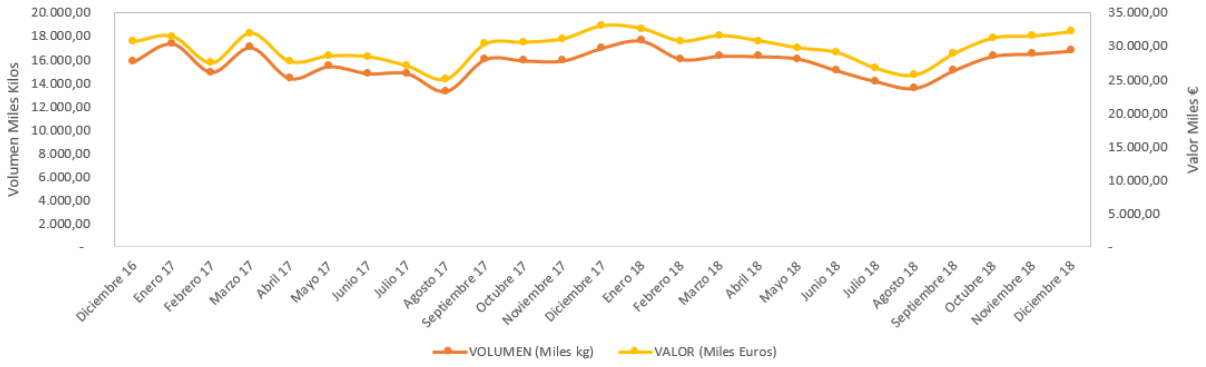
Los hogares españoles durante el año 2018 incrementaron la compra de pasta. Crece un 1,5% en volumen y un 2,3% en valor debido al impacto del ligero aumento de precio medio (0,8%), que cierra en 1,90€/kg.

Los hogares destinan el 0,52% de su presupuesto para alimentación y bebidas en el hogar a la compra de esta categoría, lo que implica un gasto por persona y año de 7,85€, con una variación en positivo del 1,9%.

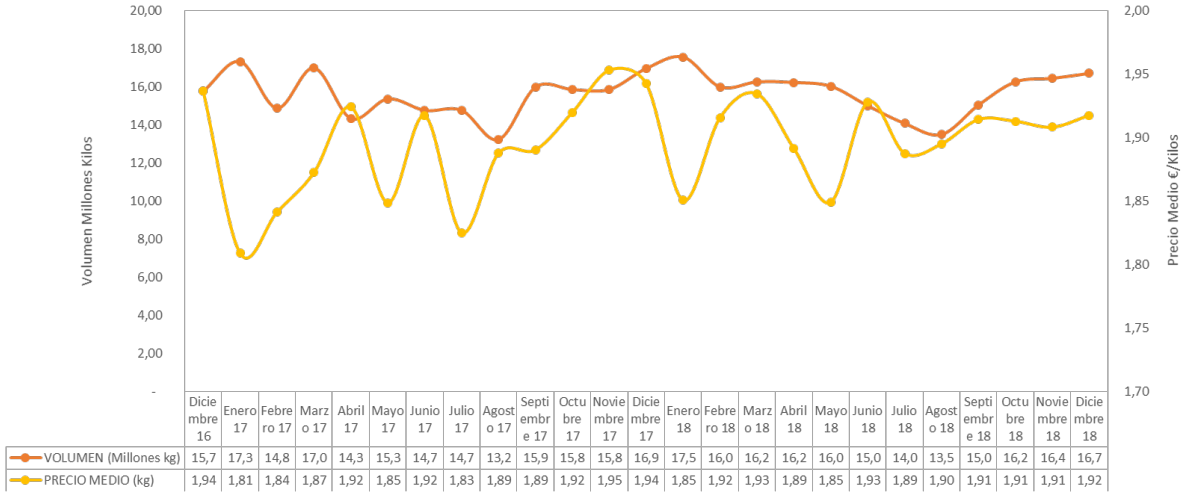
De media, cada individuo español, tiene un consumo per cápita de 4,13 kg por persona y año de pasta, esta cifra también aumenta con respecto a la registrada durante el año 2017, en una proporción de un 1,1%.

	Consumo doméstico de Total Pastas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	189.130,32	1,5%
VALOR (Miles €)	359.378,57	2,3%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	4,13	1,1%
GASTO x CAPITA (€)	7,85	1,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,66	1,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,52	0,7%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	1,90	0,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

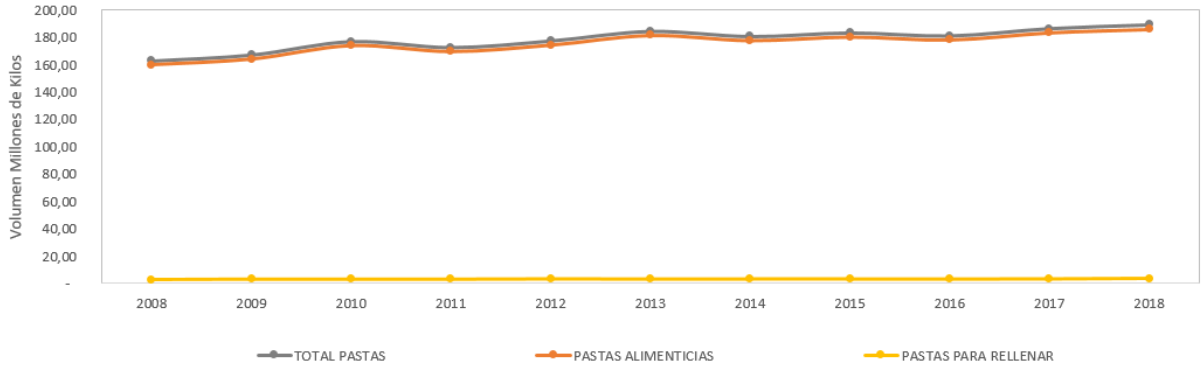


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



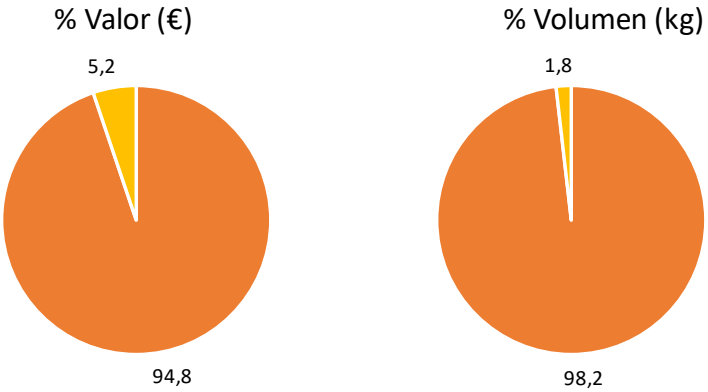
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	15,7	17,3	14,8	17,0	14,3	15,3	14,7	14,7	13,2	15,9	15,8	15,8	16,9	17,5	16,0	16,2	16,2	16,0	15,0	14,0	13,5	15,0	16,2	16,4	16,7
PRECIO MEDIO (kg)	1,94	1,81	1,84	1,87	1,92	1,85	1,92	1,83	1,89	1,89	1,92	1,95	1,94	1,85	1,92	1,93	1,89	1,85	1,93	1,89	1,90	1,91	1,91	1,91	1,92

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Desde el 2016, ha aumentado un 4,5% el consumo de pasta; este incremento ha sido especialmente propiciado por las pastas alimenticias, ya que la compra de pastas para rellenar es mucho menor.

- **Importancia de los tipos de pastas**



% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL PASTAS	2,3%	1,5%
PASTAS ALIMENTICIAS	1,8%	1,3%
PASTAS PARA RELLENAR	11,6%	11,3%

Las pastas alimenticias son el principal producto del mercado en cuestión, representando el 98,2% del volumen total de la categoría, siendo su proporción en valor del 94,8%. Su evolución en este periodo ha sido positiva, creciendo un 1,3% en volumen y un 1,8% en valor.

El incremento del valor y volumen es más significativo en el caso de las pastas para rellenar (+11,6% y +11,3% respectivamente). Sin embargo, su peso sobre el total es muy reducido: 1,8% en el caso del volumen, y 5,2% en el del valor.

- **Consumo per cápita de los tipos de pastas**

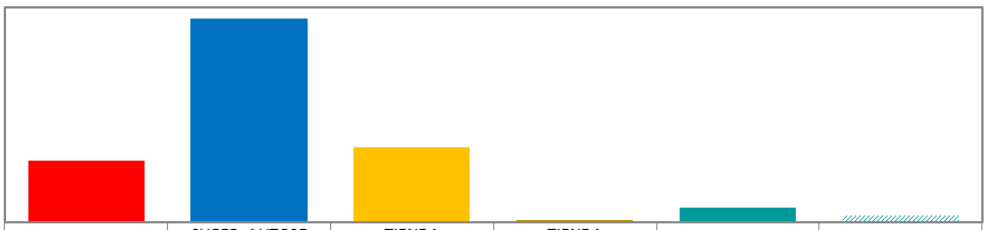
	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
TOTAL PASTAS	**4,09**	**4,13**
PASTAS ALIMENTICIAS	4,02	4,06
PASTAS PARA RELLENAR	0,07	0,07

A cierre de año 2018, cada individuo español consumió de media 4,13 kilos de pastas, una cantidad un 1,1% superior a la cantidad ingerida durante el año 2017.

En términos de proporción: las pastas alimenticias son las que más se consumen, con una cantidad por persona y año de 4,06 kilos que resulta un 1,0% superior al año pasado. Los 0,07 kilos restantes se corresponden con el consumo per cápita de las pastas para rellenar, que crece un 10,9% con respecto al año anterior.

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	17,3	57,0	20,9	0,7	4,1	1,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	3,7	0,7	3,6	-25,2	-1,4	12,8

Los supermercados y autoservicios representan el 57,0% del volumen total de compras del mercado, creciendo además un 0,7% respecto a 2017.

La tienda de descuento y el hipermercado cuentan con cuotas más pequeñas (20,9% y 17,3% respectivamente), pero son los canales con mayor progresión junto con el e-commerce, que crece un 12,8% (aunque su cuota sigue siendo reducida y minoritaria en este producto alimenticio: 1,8%).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

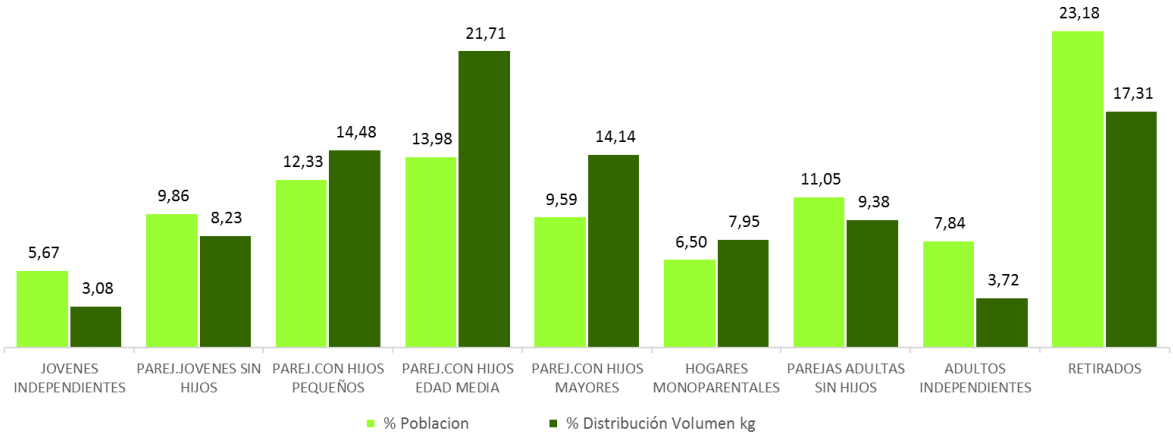


El precio medio pagado por kilo de pastas a total España durante el año 2018 fue de 1,90 €/kg, de manera que con respecto al año 2017, el precio aumenta un 0,8%.

No obstante, este encarecimiento no es evidente en todas las plataformas de distribución; la tienda de descuento, por ejemplo, que cuenta con el precio medio más bajo del mercado (1,64 €/kg), lo redujo 1,8 puntos porcentuales. En la tienda tradicional, sin embargo, el precio medio se incrementa un 10,6% hasta situarse en los 3,43€/kg, resultando un 80,6% más caro que el precio a nivel total España.

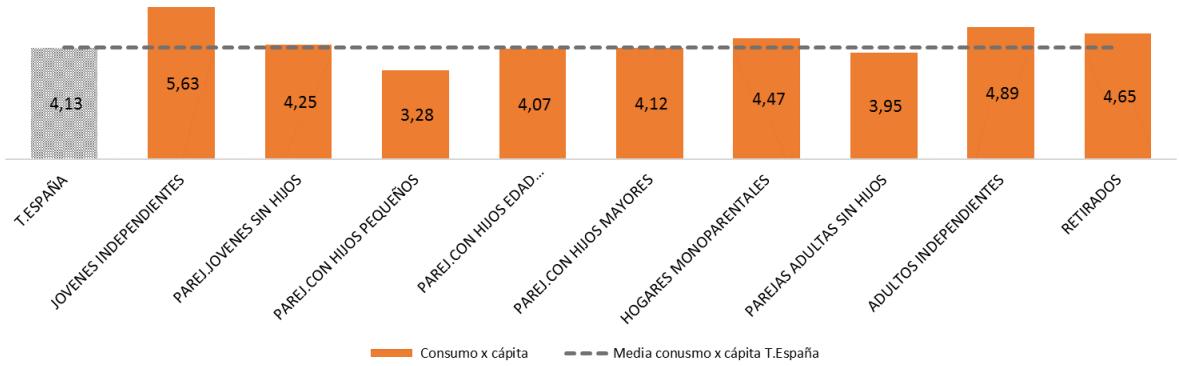
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por perfil sociodemográfico (2018)



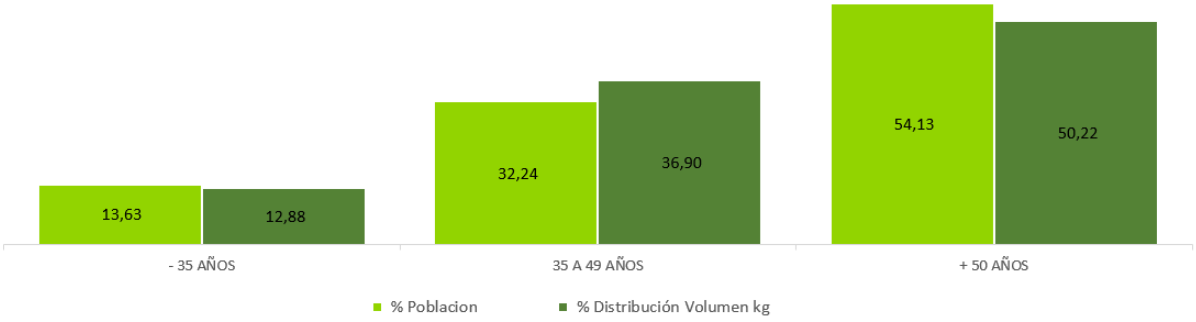
Hogares con niños, especialmente con ellos mayores y medianos, son los consumidores intensivos de la categoría de pastas a cierre de año 2018. Por el contrario, adultos y jóvenes independientes.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



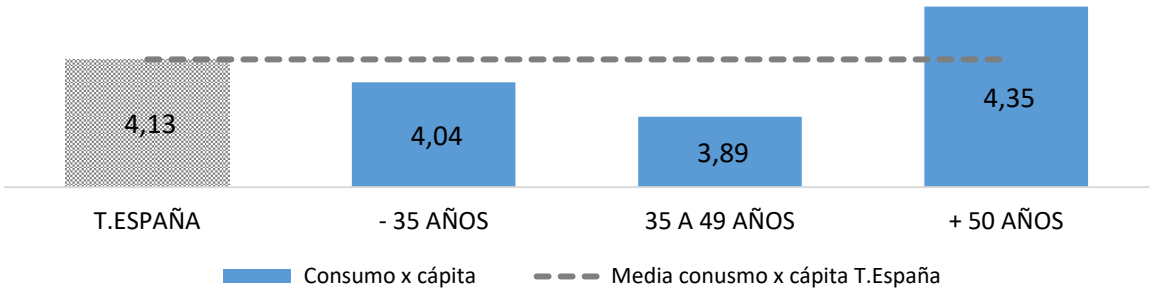
Son los jóvenes independientes quienes realizan a cierre de año 2018 el mayor consumo per cápita de pastas con una ingesta de 5,63 kilos por persona y año. Esta cifra supera la media en 1,50 kilos de más por persona y periodo de estudio. Son, sin embargo, las parejas con hijos pequeños, quienes tienen un consumo per cápita inferior a la media nacional, exactamente 0,86 kilos menos por persona que la media.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



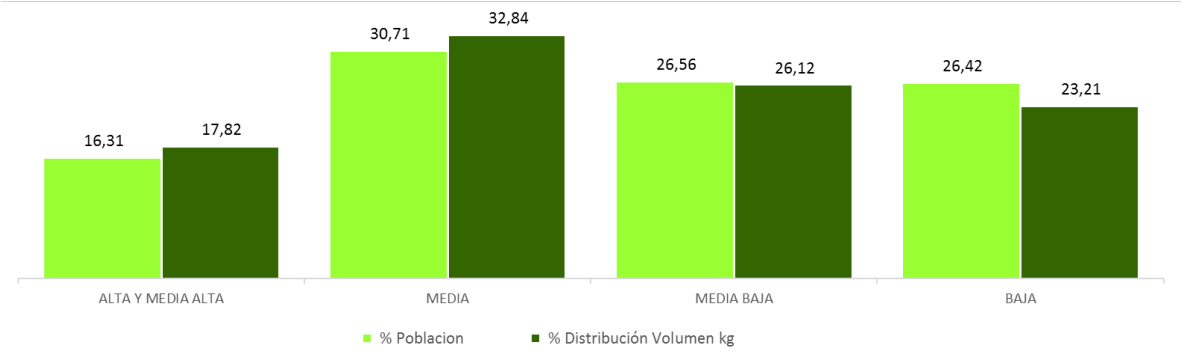
Hogares cuyo responsable de las compras es de edad mediana, es decir con una edad comprendida entre los 35 y 49 años, es el intensivo de la categoría de pastas.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



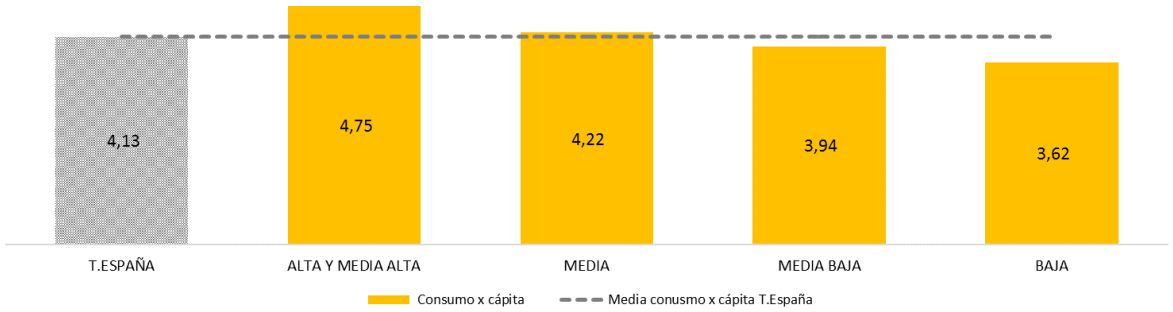
Son los mayores de 50 quienes consumen una cantidad de pasta superior a la media (4,13 kg/persona/año). Exactamente su consumo es de 4,35 kilos, es decir un 5% más que la media.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



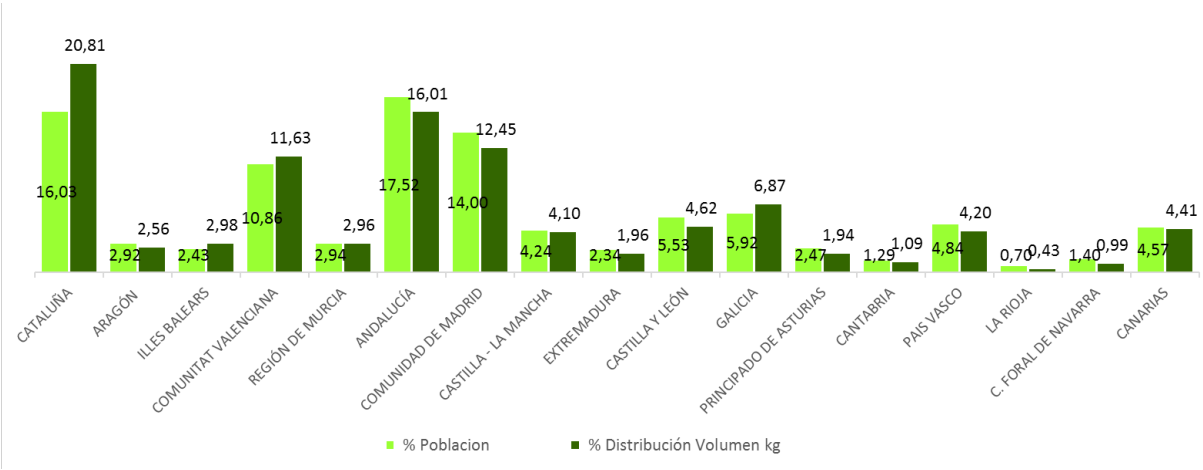
El perfil consumidor de pastas por tipología de hogar se corresponde con un hogar de clase socioeconómica de clase media y alta y media alta.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



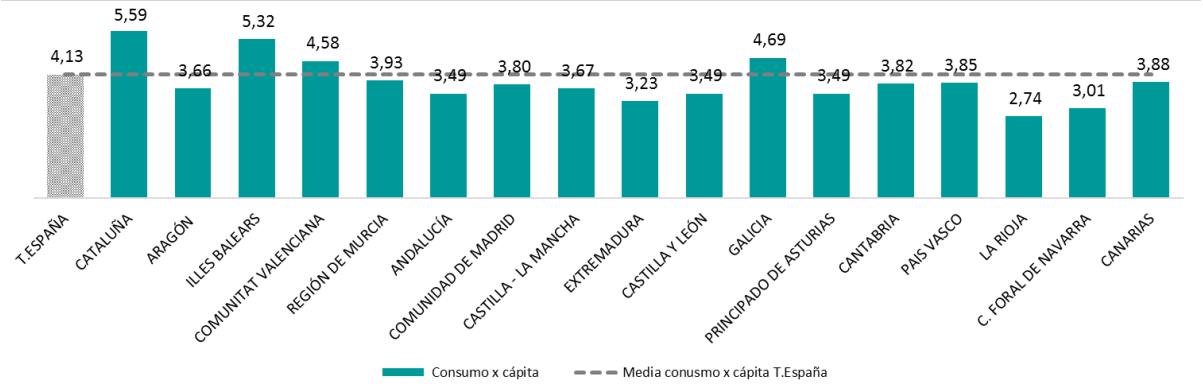
El consumo per cápita de pasta se sitúa a cierre de año 2018 en 4,13 kilos por persona y año, superan esta cifra aquellos que se clasifican en tipología de hogar por clase socioeconómica alta y media alta, así como de clase media.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Cataluña, Illes Balears y Galicia, entre otras, son las comunidades autónomas españolas con un perfil intensivo en la compra de este producto de alimentación, pues adquieren más volumen de lo que cabría esperar según peso poblacional les corresponde. En la otra parte, encontramos comunidades como por ejemplo, La Rioja o la Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Cataluña es la comunidad autónoma donde se consume más pasta por habitante. Su consumo medio aproximado por persona y año es de 5,59 kilos, una cifra que supera la media (4,13

kg/persona/año). Otras ciudades que destacan por su alta ingesta per cápita de la categoría de estudio son: Illes Balears, Comunitat Valenciana, así como Galicia.

Por su parte, la comunidad autónoma donde el consumo per cápita es menor es La Rioja, con un consumo un 34% inferior a la media (2,74 kilos por persona y año).

3.19 PATATAS

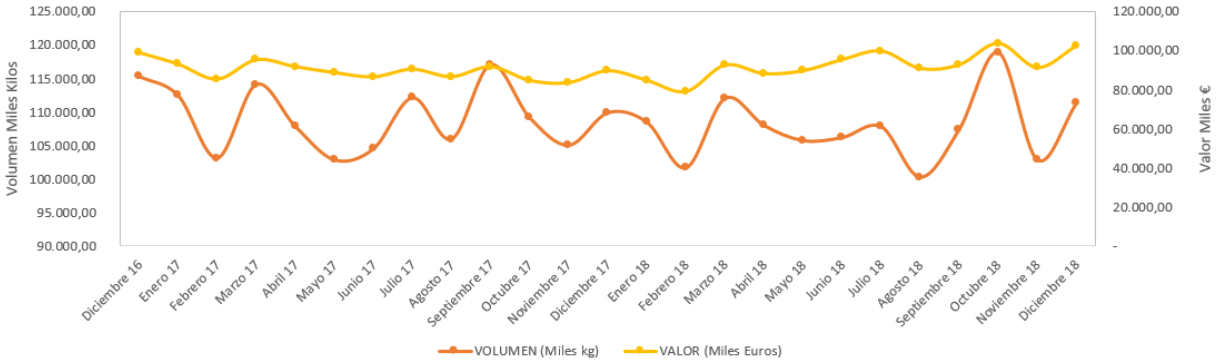
- **Resultados totales**

El consumo doméstico de patatas se reduce un 1,0% en relación a los doce meses anteriores. Sin embargo, el aumento de precio del 5,1% provoca un crecimiento del valor del mercado del 4,0%. El precio pasó de los 0,82€/kg a los actuales 0,86€/kg.

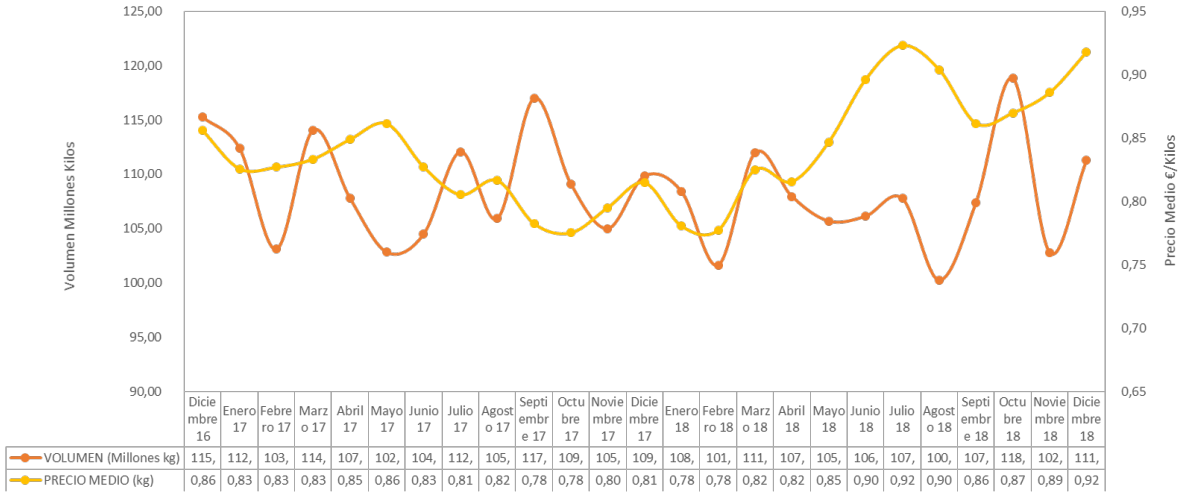
Del presupuesto de los hogares para alimentación y bebidas en el hogar, se dedica el 1,62% a la compra de patatas, alcanzando un gasto per cápita de 24,20€ por persona y año (+3,6% de evolución), y un consumo per cápita de 28,18 kg por persona y año, con una caída del 1,4% respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de Total Patatas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	1.290.155,87	-1,0%
VALOR (Miles €)	1.107.839,48	4,0%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	28,18	-1,4%
GASTO x CAPITA (€)	24,20	3,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	4,48	-0,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,62	2,4%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	0,86	5,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

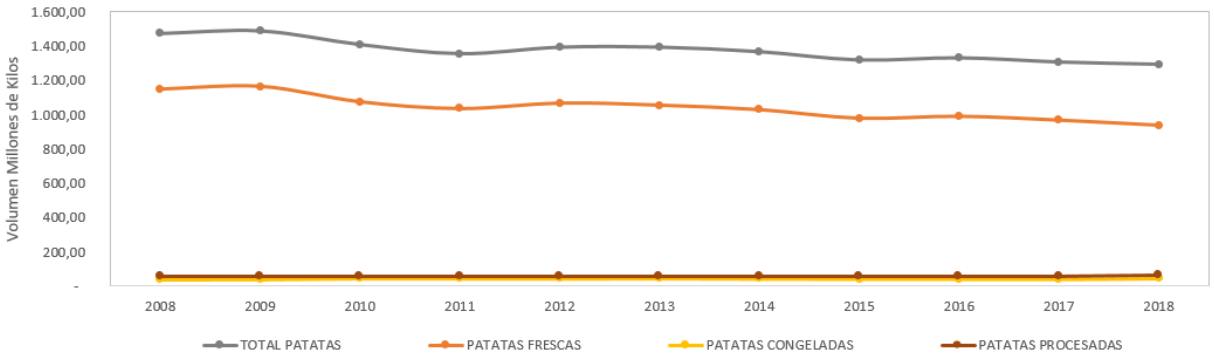


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)

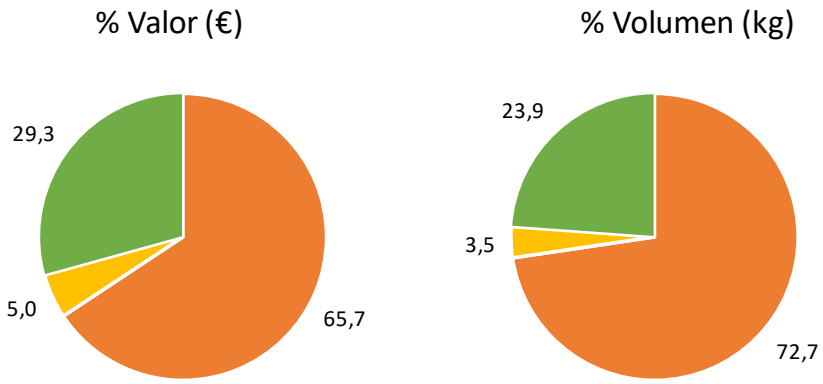


	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	115,	112,	103,	114,	107,	102,	104,	112,	105,	117,	109,	105,	109,	108,	101,	111,	107,	105,	106,	107,	100,	107,	118,	102,	111,
PRECIO MEDIO (kg)	0,86	0,83	0,83	0,83	0,85	0,86	0,83	0,81	0,82	0,78	0,78	0,80	0,81	0,78	0,78	0,82	0,82	0,85	0,90	0,92	0,90	0,86	0,87	0,89	0,92

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



- **Importancia por tipos de patatas**



% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL PATATAS	4,0%	-1,0%
PATATAS FRESCAS	3,0%	-3,1%
PATATAS CONGELADAS	11,0%	10,0%
PATATAS PROCESADAS	4,9%	4,0%

6

En términos de volumen, las patatas frescas son el producto con mayor peso dentro del total patatas, asumiendo casi tres cuartos de los kilos (72,7%) a pesar de ser el único tipo de patata cuyo volumen retrocede en 2018 (-3,1%). En valor también son la variedad de patatas con mayor cuota, aunque es algo menor que la del volumen, representando un 65,7% de la facturación total.

En importancia le siguen las patatas procesadas que acumulan un 23,9% del volumen, en valor representa el 29,3% de la facturación, experimentando además crecimientos el 4,0% y el 4,9% respectivamente en este periodo. Por último, se encuentran las patatas congeladas, que son las que tiene una evolución más positiva en 2018 (+10,0% en volumen y +11,0% en valor). Su cuota, sin embargo, es poco representativa en comparación a las otras dos variedades: 3,5% en volumen y 5,0% en valor.

[6] En el gráfico de volumen, se ha aplicado un factor de conversión a las patatas procesadas ya que en su procesamiento pierden volumen.

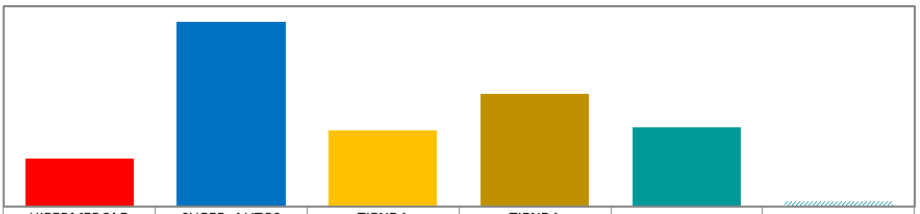
- ## Consumo per cápita de los tipos de patatas

	Consumo per cápita (kg)	
	2017	**2018**
TOTAL PATATAS	**28,58**	**28,18**
PATATAS FRESCAS	21,20	20,48
PATATAS CONGELADAS	0,90	0,98
PATATAS PROCESADAS	1,30	1,34

El consumo per cápita de patatas es de 28,18 kg por persona y año, una cantidad un 1,4% menor que lo consumido durante el año 2017 (el equivalente a 0,40 kilogramos menos por persona y año). De entre los diferentes tipos de patatas analizadas en el epígrafe, las patatas frescas son las más consumidas, con una ingesta media de 20,48 kilos y una variación respecto al año 2017 de 3,4 puntos porcentuales menos. Le siguen las patatas procesadas con una ingesta media de 1,34 kilos por persona y año, con un incremento del 3,6% respecto al mismo periodo del año anterior. Por último, se sitúan las patatas congeladas con un consumo per cápita de 0,98 kilos y una variación positiva del consumo del 9,6%.

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
DISTRIBUCION VOLUMEN X CRITERIO kg	9,6	36,9	15,2	22,4	15,8	1,0
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-3,2	-0,5	3,6	-1,7	-4,1	15,8

El e-commerce y las tiendas de descuento son los únicos canales en expansión dentro del mercado. Supermercados y autoservicios son sin embargo el canal con mayor cuota en volumen (36,9%), seguidos de las tiendas tradicionales (22,4%) aun habiendo sufrido unas reducciones del 0,5% y el 1,7% respectivamente.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

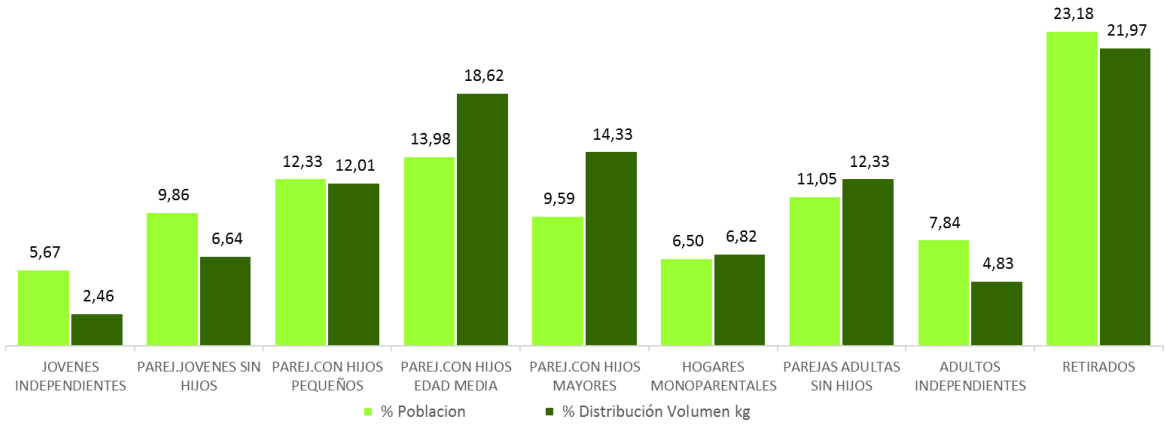


El precio medio de las patatas cierra en 2018 en 0,86 €/kg, con una variación positiva del 5,1%. Este incremento del precio medio se aprecia en todos los canales, siendo el más significativo el del super, que crece un 7,9% hasta situarse en los 0,95€/kilo. El precio medio más alto sin embargo es el del hipermercado (0,96€/kg), donde también aumentó un 4,2%.

Mientras, la tienda tradicional (0,75€/kilo) y la tienda de descuento (0,76€/kilo) son los canales más asequibles en precio, situándose respectivamente 0,11 €/kg y 0,10€/kg por debajo del precio medio nacional.

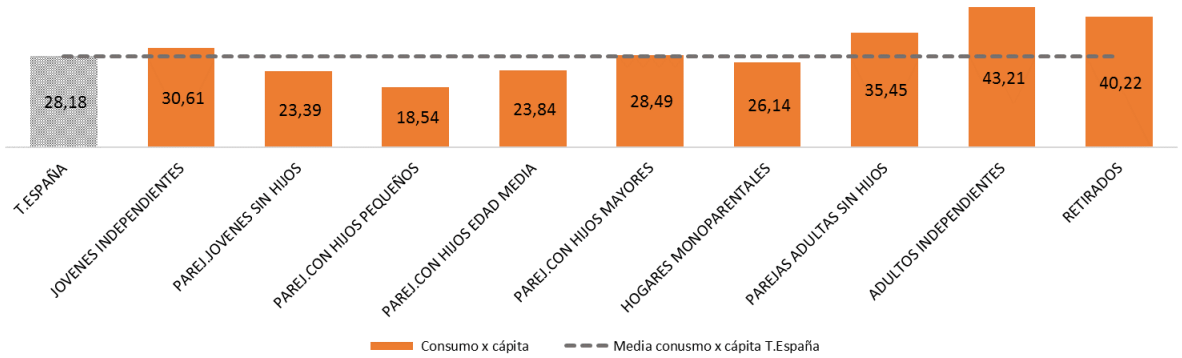
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



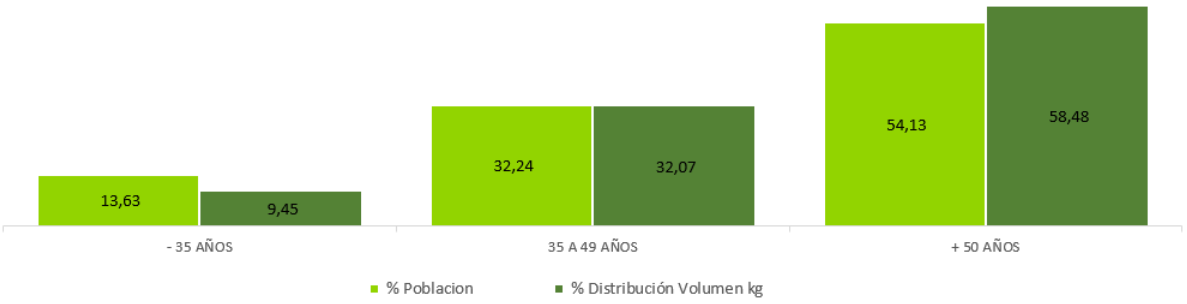
El perfil consumidor de patatas se corresponde con hogares formados por hijos de edad media y mayores, hogares monoparentales, y hogares formados por parejas adultas sin hijos.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



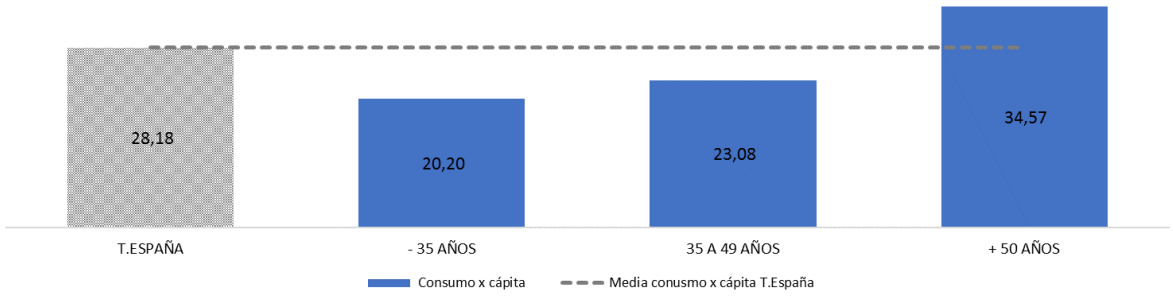
El consumo per cápita de patatas se sitúa en los 28,18 kilos por persona y año. Los adultos independientes son quienes realizan el mayor consumo per cápita de patatas, con una ingesta media aproximada de 43,21 kilos por persona de media. Es un consumo que supera la media en una proporción de un 53%, siendo superior en 15,03 kilos por persona y año de más. Son las parejas con hijos pequeños quienes, por el contrario, realizan la menor ingesta por persona y año. Su consumo en 2018 fue de 18,54 kilos por persona.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



El perfil intensivo consumidor de patatas se corresponde con un hogar adulto, cuyo responsable de las compras tiene una edad superior a los 50 años. Adquieren el 58,48% del volumen de patatas, siendo su peso poblacional del 54,13%.

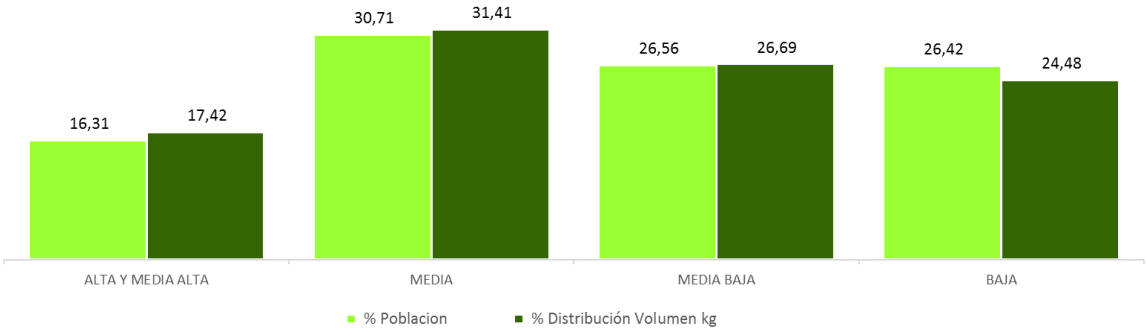
Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



Los menores de 35 años consumieron a cierre de año 2018 por persona 20,20 kilos de patatas por persona. Esta cifra es inferior al consumo medio por persona, que se sitúa en los 28,18 kilos.

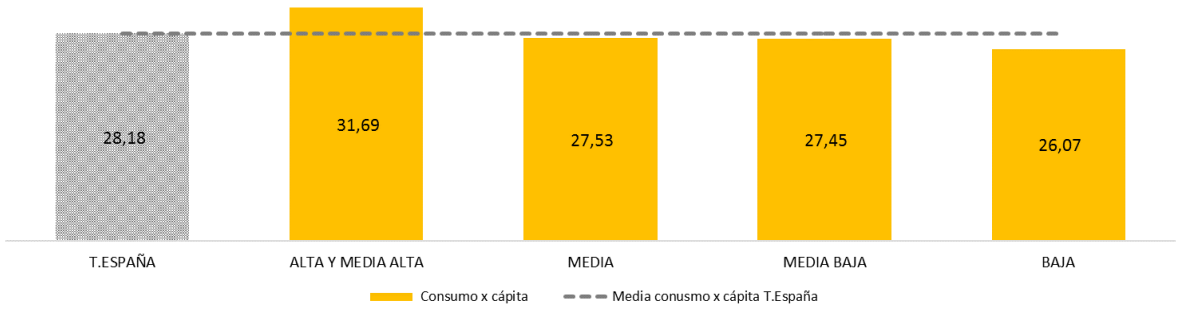
Son por el contrario los mayores de 50 años, quienes superan en un 23% esta cantidad, siendo aproximadamente su consumo per cápita a cierre de año 2018 de 34,57 kilos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



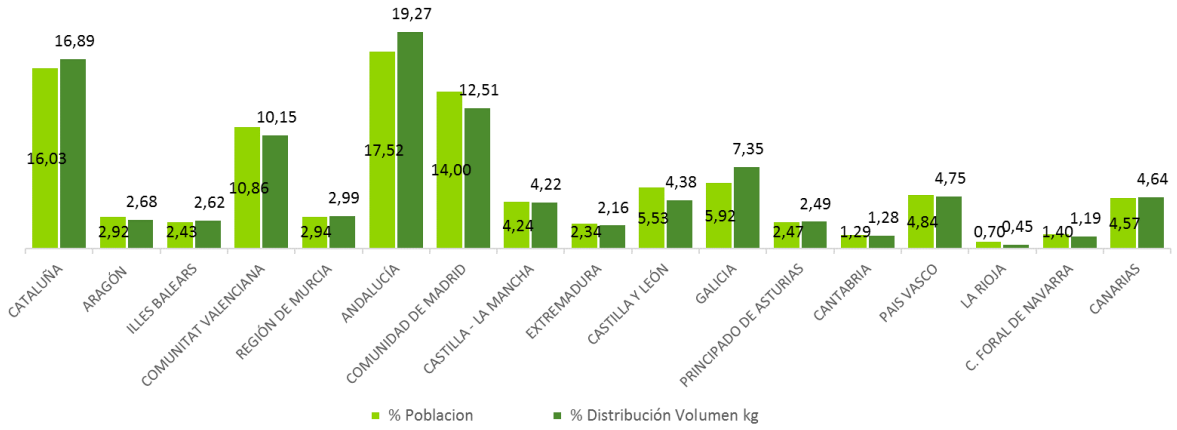
Tal como puede apreciarse en el gráfico de arriba, los hogares de clase alta y media alta, tienen un consumo algo más intensivo de esta categoría, puesto que adquieren el 17,42% de los kilos de patatas, siendo su peso poblacional del 16,31%. Si bien, no hay ningún grupo que sobresalga de forma destacada.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



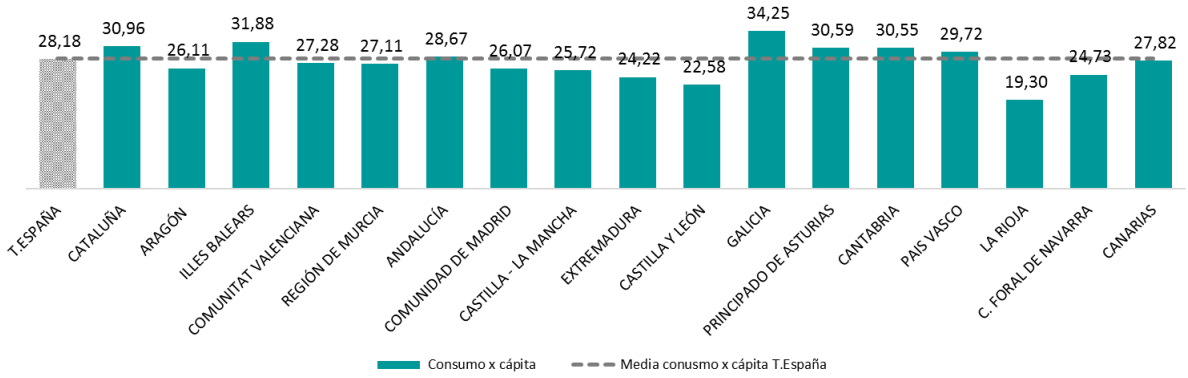
Son los individuos segmentados en la clase socioeconómica alta y media alta, quienes destacan por tener un consumo per cápita superior a la media durante el año 2018. En concreto su consumo a cierre de año 2018 fue de 31,69 kilos por persona y año, una cantidad que supera en 3,51 kilos de más la cantidad media.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Galicia, Andalucía e Illes Balears, entre otras son las CCAA con un perfil intensivo en la compra de patatas. Por el contrario, se sitúan La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Galicia, es la comunidad autónoma donde el consumo per cápita es más alto a cierre de año 2018. Se cifra en una cantidad de 34,25 kilos por persona y año, una cantidad que supera la media (28,18 kg/persona/año) en 6,06 kilos de más por persona y periodo de estudio. En el lado contrario, encontraremos la comunidad de La Rioja, donde el consumo es inferior a la media, en concreto un 32% menor a la media nacional.

3.19.1 PATATAS FRESCAS

- **Resultados totales**

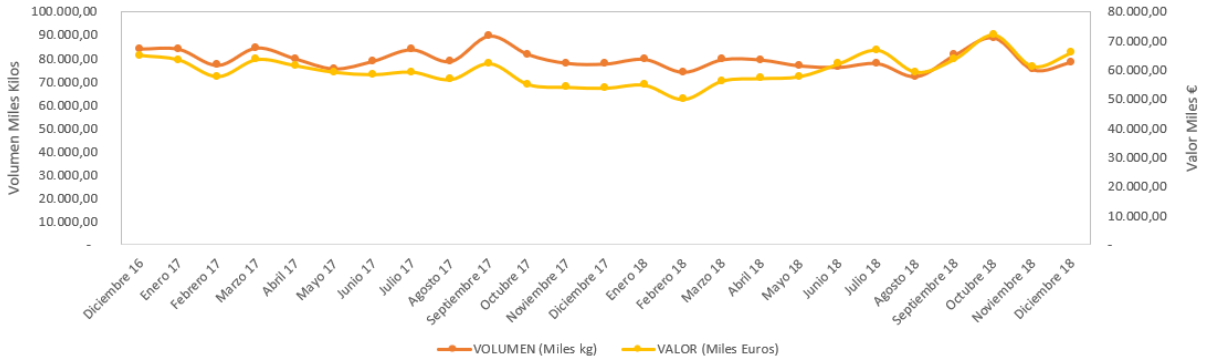
Disminuye la compra con respecto al año anterior en un 3,1% de patatas frescas. Sin embargo, en valor, la tendencia es contraria y estos tubérculos crecen, con un incremento en facturación que alcanza el 3,0%, debido al efecto que tiene el aumento del precio medio, pues a cierre de año creció un 6,3% su precio de venta al público situándose en los 0,77 €/kilo.

Los hogares destinan el 1,06% del presupuesto asignado a la compra de alimentación y bebidas, en estos productos. Esto implica un gasto per cápita de 15,83 €, una cantidad que aumenta en una proporción de 2,7 puntos porcentuales con respecto a la invertida en el periodo previo de estudio.

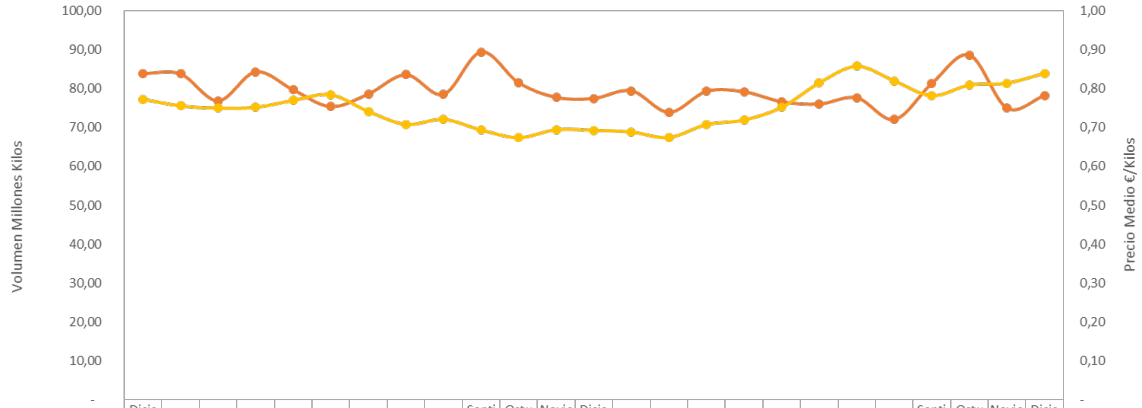
Cada individuo ingirió de media durante el año 2018 la cantidad de 20,48 kilos, habiendo variado también con respecto al mismo periodo del año anterior en un 3,4% en negativo.

	Consumo doméstico de Patatas Frescas en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	937.388,29	-3,1%
VALOR (Miles €)	724.813,09	3,0%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	20,48	-3,4%
GASTO x CAPITA (€)	15,83	2,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	3,25	-2,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,06	1,5%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	0,77	6,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



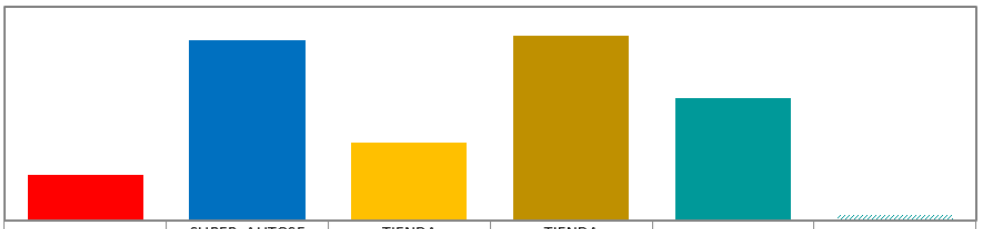
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	83,8	83,7	76,8	84,3	79,6	75,3	78,6	83,5	78,5	89,4	81,5	77,7	77,4	79,4	73,9	79,3	79,1	76,6	76,0	77,6	72,0	81,3	88,6	75,0	78,2
PRECIO MEDIO (kg)	0,77	0,76	0,75	0,75	0,77	0,78	0,74	0,71	0,72	0,69	0,67	0,69	0,69	0,69	0,67	0,71	0,72	0,75	0,81	0,86	0,82	0,78	0,81	0,81	0,84

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	7,5	29,6	12,7	30,2	20,0	0,9
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-2,5	-5,5	0,9	-1,7	-4,0	20,9

3 de cada 10 kilos de patatas frescas se compraron a cierre de año 2018 dentro de las tiendas tradicionales, si bien pierde participación con respecto al año anterior (-1,7%). El supermercado y autoservicio también tiene una cuota significativa para estos productos frescos (29,6%), si bien retrocede con respecto al año anterior en un 5,5%.

El resto canales, es responsable de 1 de cada 5 kilos que se compraron durante el año 2018 para consumo doméstico, por su parte también pierde volumen (-4,0%).

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de patatas frescas se situó en los 0,77 €/kilo a cierre de 2018 con una variación de precio de 6,3% respecto al año 2017. El incremento de precio para estos productos fue consensuado por todos los canales. Es el supermercado quien tuvo el mayor incremento de precio (+11,3%) siendo además este canal quien tiene el precio medio más alto de la categoría situándose en 0,84 €/kilo. Del lado contrario se posicionan la tienda descuento con un precio medio por debajo de la media del mercado.

- **Demográficos**

Patatas frescas	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**20,48**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	16,70	22,08
MEDIA	30,71	30,78	19,60
MEDIA BAJA	26,56	26,54	19,83
BAJA	26,42	25,97	20,09
- 35 AÑOS	13,63	8,25	12,81
35 A 49 AÑOS	32,24	29,18	15,26
+ 50 AÑOS	54,13	62,57	26,87
CATALUÑA	16,03	16,14	21,50
ARAGON	2,92	2,92	20,69
BALEARES	2,43	2,58	22,85
VALENCIA	10,86	9,64	18,81
MURCIA	2,94	2,98	19,64
T.ANDALUCIA	17,52	18,24	19,71
MADRID	14,00	12,12	18,35
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,10	18,17
EXTREMADURA	2,34	2,12	17,30
CASTILLA LEON	5,53	4,70	17,60
GALICIA	5,92	8,51	28,80
ASTURIAS	2,47	2,73	24,37
CANTABRIA	1,29	1,41	24,53
PAIS VASCO	4,84	4,92	22,38
LA RIOJA	0,70	0,50	15,56
NAVARRA	1,40	1,25	18,94
CANARIAS	4,57	5,14	22,41
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,90	17,23
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,81	14,87
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,24	12,60
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	17,23	16,03
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,67	21,20
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,49	18,08
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,41	28,00
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,95	32,21
RETIRADOS	23,18	24,30	32,33

Se corresponde con un perfil intensivo de la categoría aquellos hogares formados por parejas con hijos mayores y medianos, así como parejas adultas sin hijos, cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años, y es generalmente de clase media y alta media alta.

El consumo per cápita promedio es de 20,48 kilos por persona y año, son los retirados quienes mayor consumo per cápita tienen de patatas frescas, con una ingesta media aproximada de 32,33 kilos por persona y año. Superan la media también, las parejas con hijos mayores, las parejas adultas sin hijos, así como los adultos independientes.

En relación con las comunidades autónomas intensivas en la compra de patatas frescas, hay que destacar Galicia, Canarias y el Principado de Asturias. Por el contrario, quienes menor consumo realizan son, La Rioja, La Comunidad de Madrid y la Comunitat Valenciana.

La comunidad autónoma que tiene el consumo per cápita más alto de España es Galicia, con una ingesta media aproximada de 28,80 kilos por persona y año. Por el contario se perfila La Rioja, con un consumo de 15,56 kg/persona/año, siendo esta cifra inferior al consumo medio.

3.20 PESCADOS, MARISCOS Y CONSERVAS

La categoría de pescados incluye las siguientes subcategorías: pescados frescos, pescados congelados, mariscos / moluscos / crustáceos, y por último las conservas de pescados y moluscos.

- **Resultados totales**

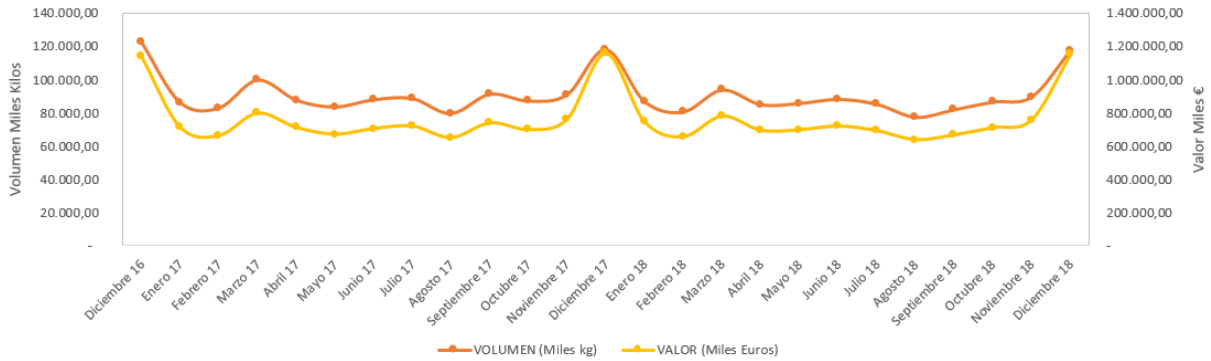
El consumo doméstico de total pesca durante el año 2018 cae un 2,4%, propiciado principalmente por la contracción en la compra de pescados, concretamente frescos, así como mariscos, moluscos y crustáceos frescos, como veremos más adelante. En valor, la categoría retrocede un 0,9%. En este caso, la caída es más contenida que la del volumen como consecuencia directa de un incremento del precio medio en un 1,5%, que cierra en el año 2018 en 8,42€/kg.

Los hogares destinan a la compra de pescados el 12,97% del presupuesto medio asignado a la compra de alimentación y bebidas para el hogar. Disminuye un 2,4% en el año 2018. El gasto per cápita en consecuencia también se ve reducido en este periodo un 1,3%, siendo de 194,19€ por persona.

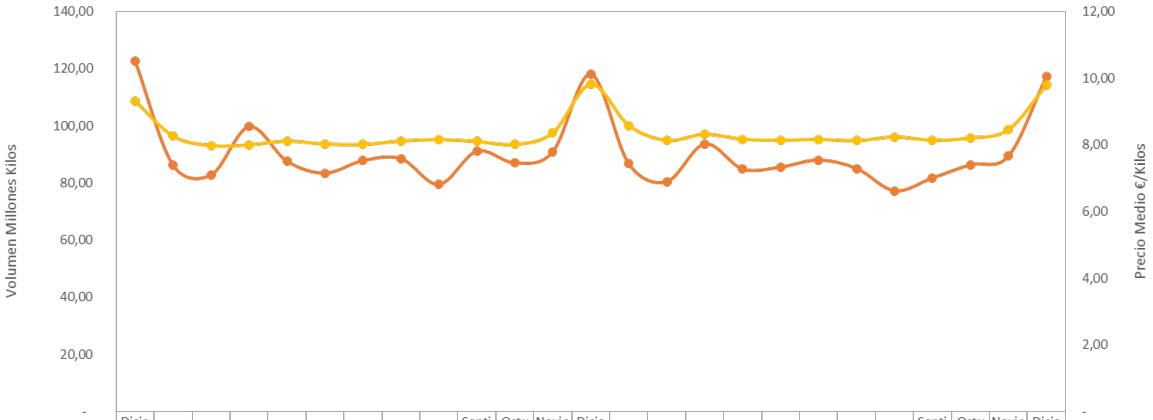
El consumo per cápita se sitúa en 23,07 kilos por persona y año, una cantidad un 2,8% menor en relación con el año 2017.

	Consumo doméstico de Total Pesca en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles Kg)	1.056.294,33	-2,4%
VALOR (Miles €)	8.889.911,43	-0,9%
CONSUMO x CAPITA (Kg)	23,07	-2,8%
GASTO x CAPITA (€)	194,19	-1,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	3,66	-2,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	12,97	-2,4%
PRECIO MEDIO (€/Kg)	8,42	1,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

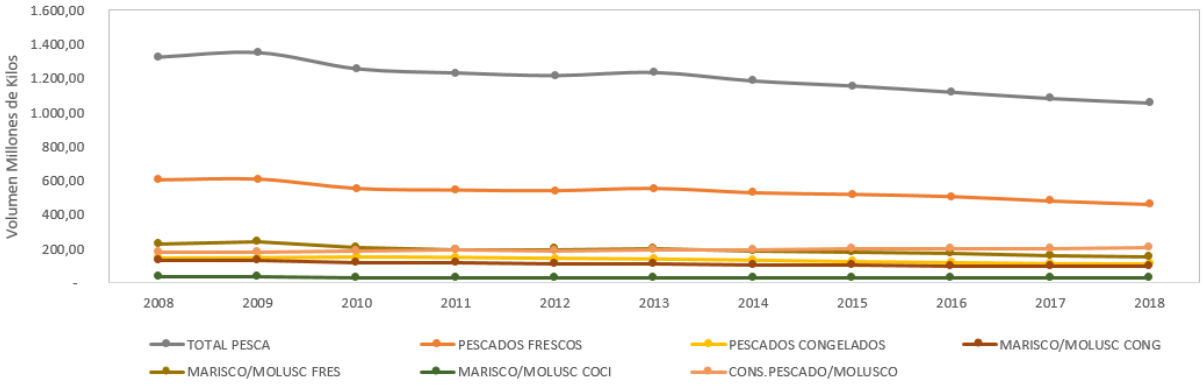


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



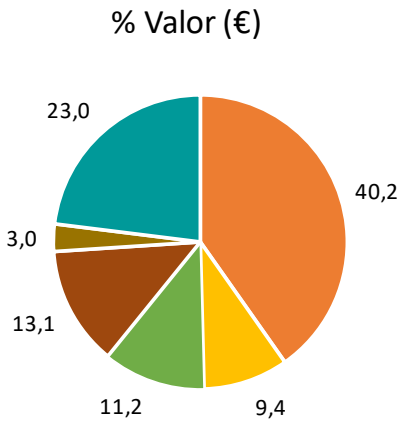
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	122,	86,1	82,7	99,6	87,5	83,4	87,8	88,4	79,4	91,0	87,0	90,8	118,	86,6	80,4	93,6	84,8	85,5	88,0	85,0	77,2	81,7	86,3	89,4	117,
PRECIO MEDIO (kg)	9,31	8,26	7,98	8,00	8,11	8,02	8,01	8,12	8,16	8,10	8,01	8,36	9,81	8,58	8,13	8,32	8,17	8,14	8,16	8,12	8,23	8,14	8,20	8,45	9,79

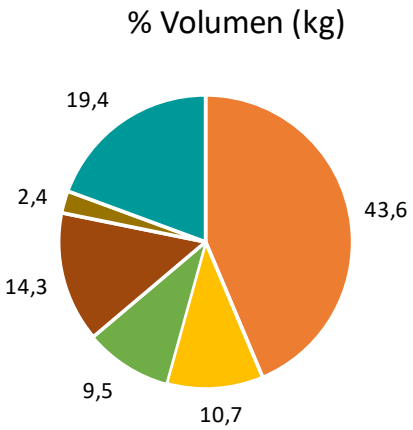
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



En los últimos 9 años, el consumo doméstico de pescado se ha reducido progresivamente, de manera que en comparación con el 2010 ha caído un 15,8%. El motivo es que, salvo el consumo de conservas, los demás ven reducida su compra de forma gradual en el largo plazo, especialmente en el caso de pescados frescos y mariscos.

- **Importancia de los tipos de pescados**





% Evolucion 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL PESCA	-0,9%	-2,4%
PESCADOS FRESCOS	-4,0%	-4,1%
PESCADOS CONGELADOS	0,0%	-1,2%
MARISCO/MOLUSC CONG	1,8%	1,2%
MARISCO/MOLUSC FRES	-3,3%	-5,6%
MARISCO/MOLUSC COCI	-2,1%	-1,2%
CONS.PESCADO/MOLUSCO	4,8%	1,6%

Dentro del total pesca, el producto más consumido es el pescado fresco, que cuenta con una cuota en volumen del 43,6%, siendo su proporción en valor del 40,2%. Si bien se trata de las cuotas más grandes dentro de la categoría, ambas han sufrido una reducción, del 4,1% en el caso del volumen y del 4,0% en valor, siendo esta la mayor caída en valor dentro de la categoría.

El siguiente producto con mayor presencia en los hogares españoles a lo largo del 2018 son las conservas de pescado y molusco. Su participación en volumen es del 19,4%, que ha variado un +1,6% con respecto al año anterior. Su proporción en valor es mayor, pues actualmente tiene una cuota del 23,0% que experimenta el mayor incremento en valor dentro de la categoría y varía con respecto al periodo previo de estudio, un +4,8.

Después de las conservas, mariscos y moluscos frescos son los terceros por orden de importancia. Su cuota en volumen ha sufrido una fuerte reducción del -5,6% quedándose en los 14,3 puntos porcentuales. En valor su porcentaje sobre el total es menor: 13,1%, habiendo caído un 3,3% en comparación con 2017.

Pescados congelados son los siguientes con una cuota del 10,7% sobre el total de los kilos, aunque en valor, su cuota es del 9,4%, que resulta menor que la de maricos y moluscos congelados (11,2%).

Finalmente están los mariscos y moluscos congelados con el 9,5% de los kilos, y mariscos y moluscos cocidos con el 2,4% restante.

- ## Consumo per cápita de los tipos de pescados

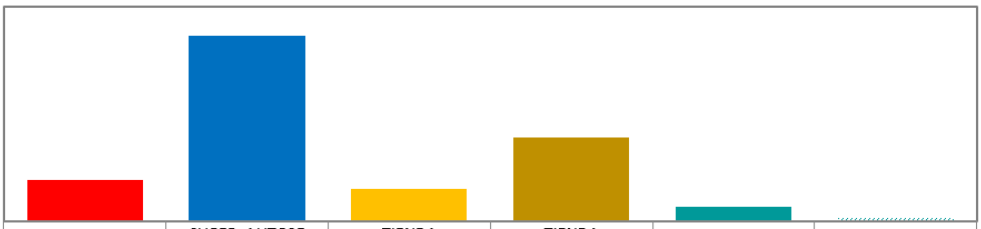
	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
TOTAL PESCA	**23,73**	**23,07**
PESCADOS FRESCOS	10,54	10,07
PESCADOS CONGELADOS	2,50	2,46
MARISCO/MOLUSC CONG	2,18	2,20
MARISCO/MOLUSC FRES	3,52	3,31
MARISCO/MOLUSC COCI	0,57	0,56
CONS.PESCADO/MOLUSCO	4,42	4,47

El consumo per cápita de los alimentos que engloba el total pesca se sitúa en los 23,07 kilos/persona/año en 2018, una cantidad un 2,8% menor respecto a 2017. De entre los diferentes productos, el más consumido son los pescados frescos, con una ingesta media de 10,07 kilos (-4,5% en comparación con 2017). Le siguen las conservas de pescado y molusco, cuyo consumo per cápita aumenta un 1,2% y es de 4,47 kilos. Luego, con una variación del consumo -6,0% (la mayor de todas), se sitúan los mariscos/moluscos frescos, cuya ingesta media es de 3,31 kilos.

Finalmente, se encuentran los pescados congelados con un consumo per cápita de 2,46 kilos, seguido de los mariscos/moluscos congelados y cocidos, cuya ingesta media es de 2,20 kilos y 0,56 kilos respectivamente.

- ## Canales

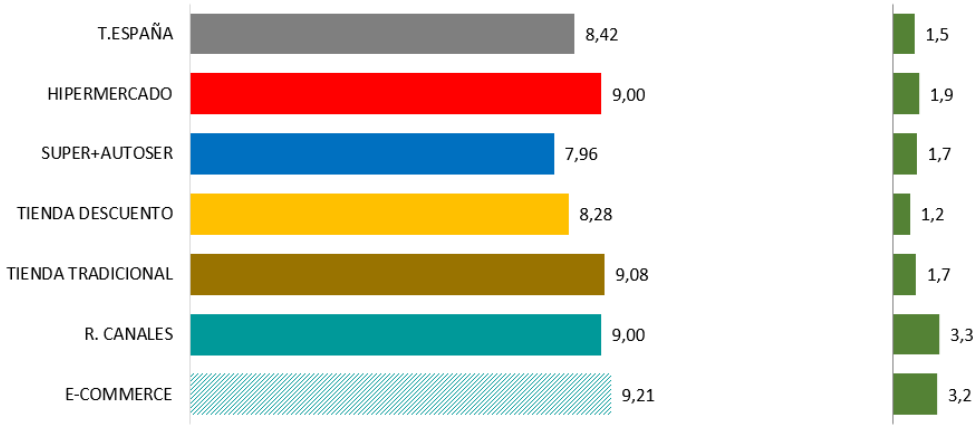
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	11,6	51,9	8,9	23,5	4,1	0,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-2,2	0,2	0,0	-8,3	-4,0	11,0

En 2018, el canal con mayor proporción de compras dentro del total pesca es el supermercado y autoservicio con el 51,9% de las mismas y una variación positiva del 0,2% respecto al año anterior. Se reduce sin embargo el volumen de compra de la tienda tradicional (-8,3%) y del hipermercado (-2,2%), que representan el 23,5% y el 11,6% del volumen de compra respectivamente. Contrariamente, la tienda de descuento se mantiene completamente estable, y el e-commerce consigue aumentar su relevancia dentro de la categoría en 11 puntos porcentuales, si bien su peso con respecto al total es muy pequeño y apenas alcanza el 0,8%

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

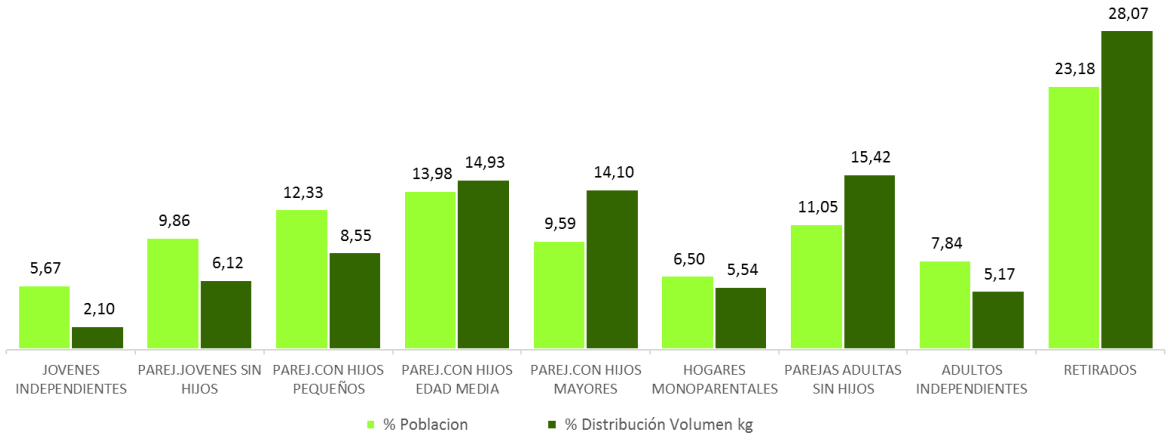


El año 2018 cierra con una importante variación en el precio medio del total pesca, aumentando de media un 1,5%, hasta los 8,42€/kilo. Este incremento es visible en todos los canales de compra, aunque son el "resto canales" y el e-commerce donde se producen los mayores incrementos (+3,3% y +3,2% respectivamente). Es precisamente el e-commerce el canal con el precio medio más alto (9,21€/kilo) seguido de la tienda tradicional (9,08€/kilo). Hipermercado y "resto canales" cierran también con precio medio por encima de la media nacional (9,00€/kilo).

El supermercado se posiciona por tanto como el canal con el precio más económico: 7,96€/kilo, el equivalente a pagar 0,45€ menos por kilo.

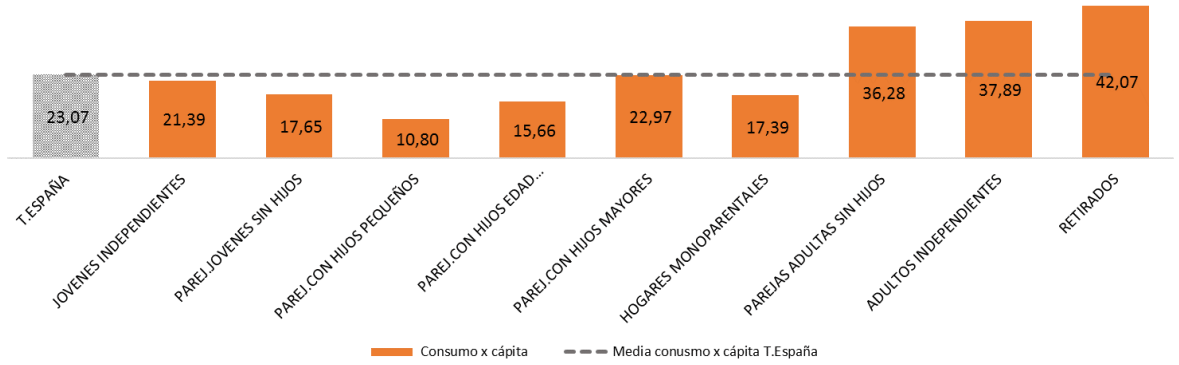
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



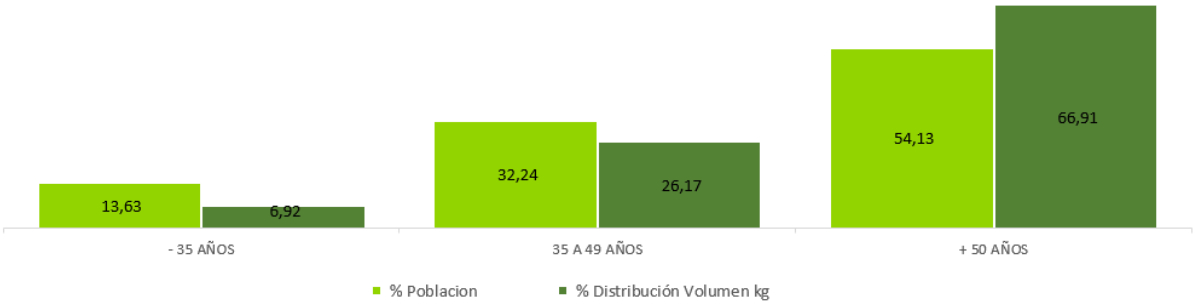
El perfil del consumidor de esta categoría se corresponde con hogares formados por retirados y parejas adultas sin hijos, así como parejas con hijos mayores y medianos, pues adquieren más volumen de compra del que cabría esperar según su peso poblacional.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



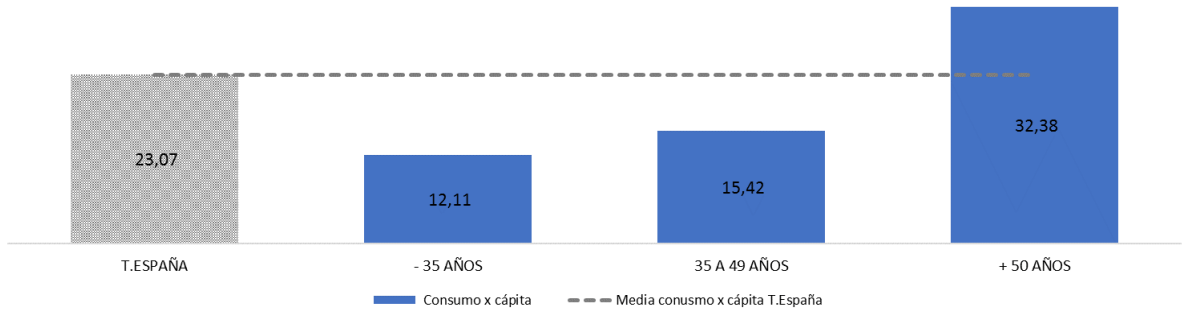
Son los retirados quienes mayor consumo per cápita realizan de los productos de pesca, pues su consumo supera la media nacional en una cantidad de 19 kilos por persona y año. También superan la media, los adultos independientes y las parejas adultas sin hijos. Son, sin embargo, las parejas con hijos pequeños quienes realizan el menor consumo de productos de pesca a cierre de año 2018, siendo la ingesta un 53% inferior a la media.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



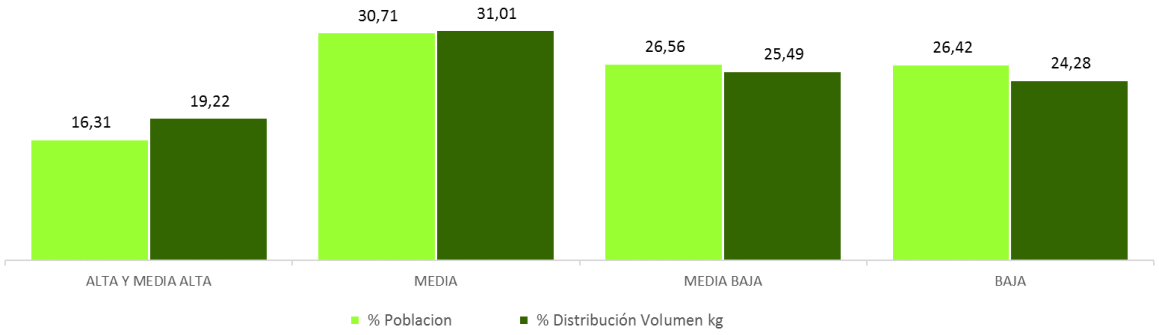
El perfil consumidor intensivo de productos de total pesca, se corresponde con un hogar cuyo responsable de las compras es adulto, con una edad que supera los 50 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



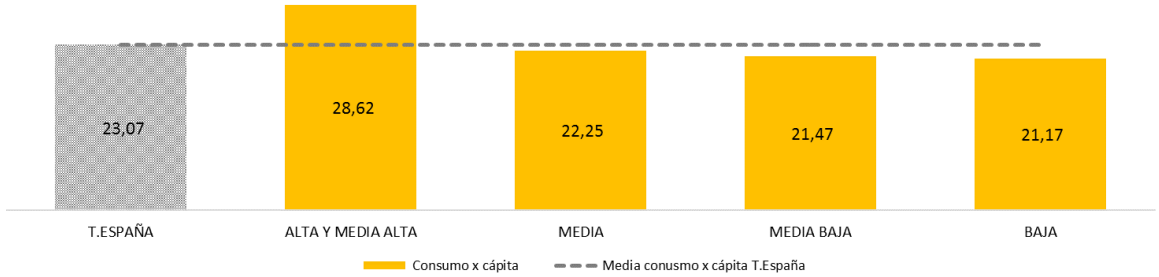
Los mayores de 50 se definen como los grandes consumidores de productos de pesca, especialmente los mayores de 65 años, su consumo per cápita supera la media (23,07 kg/persona/año). Por el contrario, son los menores de 35 quienes menor consumo de estos productos realizaron durante el año 2018.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



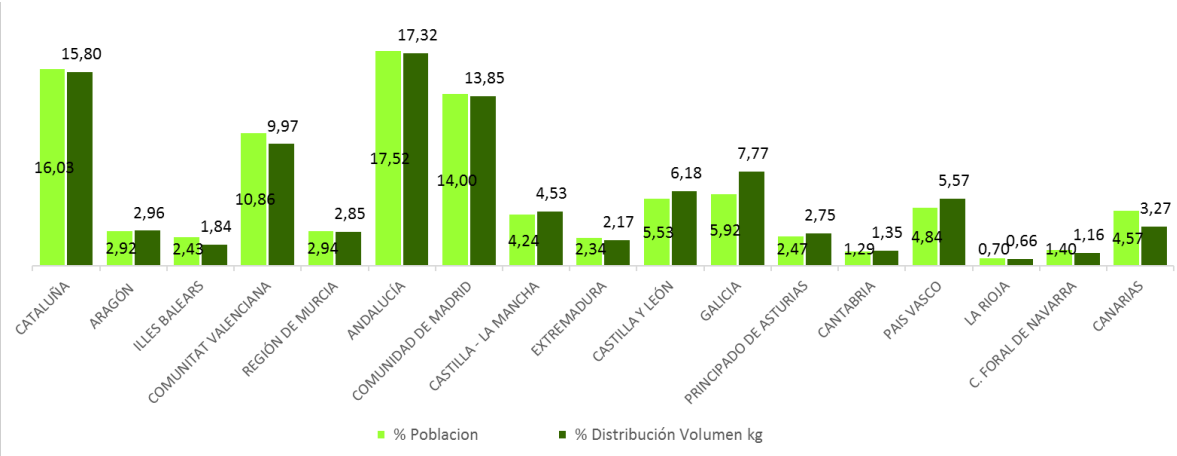
El perfil intensivo consumidor de productos de pesca se corresponde con un hogar de clase socioeconómica alta y media alta así como de clase media.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



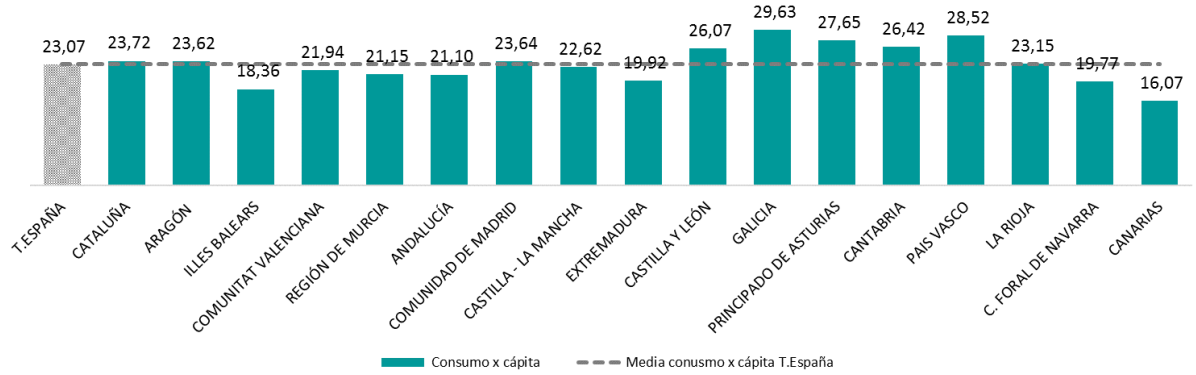
Superan el consumo per cápita de 2018 de productos de pesca, los hogares con un perfil socioeconómico de clase alta y media alta, su consumo fue de 28,62 kg/persona/año, es decir de media consumen 5,55 kilos más por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Galicia, País Vasco, Castilla y León, y el Principado de Asturias se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo en la compra de productos de pesca. Por el contrario, encontramos CCAA como Canarias o Illes Balears que tienen un peso en volumen inferior al que les corresponde por población.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



La comunidad autónoma con el consumo per cápita más bajo de productos de pesca son las Islas Canarias. De media consumen 16,07 kilos por persona y año, una cifra que se sitúa por debajo de la media nacional, también en este sentido y lejos de esta media, se sitúan las Islas Illes Balears.

Por el contrario, Galicia se sitúa como la CCAA con el consumo per cápita más alto de España. De media consumen un 28% más, esto se traduce en unos 6,56 kilos adicionales por persona y año.

3.20.1 PESCADO FRESCO

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos: merluza/pescadilla fresca, sardina/boquerón, atún y bonito, trucha fresca, lenguado fresco, bacalao fresco, caballa fresca, salmón fresco, lubina, dorada, rodaballo, rape, y otros pescados frescos.

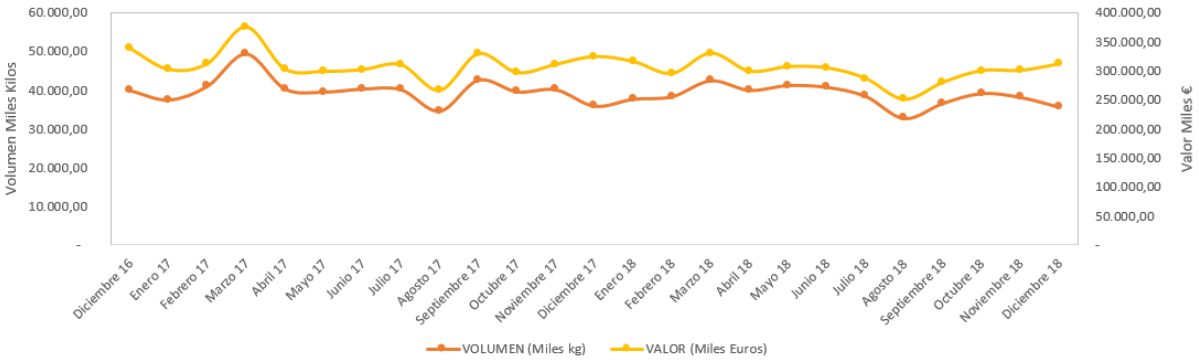
- **Resultados totales**

El consumo doméstico de pescado fresco se reduce un 4,1% durante el año 2018. El valor se contrae en una proporción muy similar (-4,0%), pues el precio medio cierra en 7,76€/kg, manteniéndose en términos positivos, pero sin llegar a crecer de forma significativa (+0,2%).

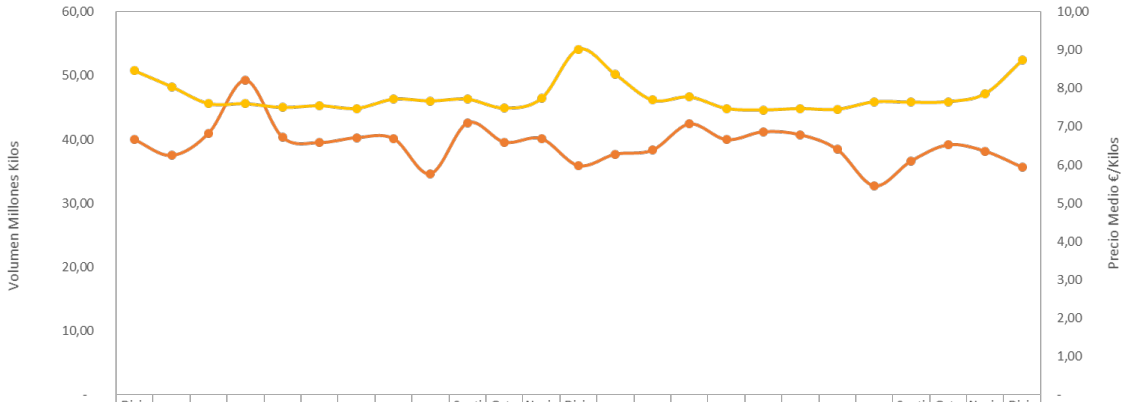
Desciende también su consumo per cápita en comparación con 2017 un 4,5%, situándose en los 10,07 kilos por persona y año. Igualmente, el gasto medio por individuo decrece (-4,3%), de manera que ahora pasa a ser de 78,14€/persona/año.

	Consumo doméstico de Pescados Frescos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	461.048,27	-4,1%
VALOR (Miles €)	3.577.115,13	-4,0%
CONSUMO x CÁPITA (kg)	10,07	-4,5%
GASTO x CÁPITA (€)	78,14	-4,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	1,60	-3,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	5,22	-5,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,76	0,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



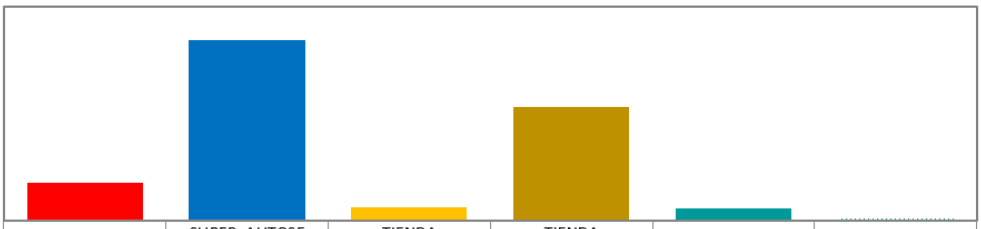
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	39,9	37,5	40,9	49,2	40,3	39,5	40,2	40,1	34,6	42,5	39,5	40,1	35,9	37,6	38,3	42,4	39,9	41,2	40,7	38,4	32,7	36,6	39,1	38,1	35,6
PRECIO MEDIO (kg)	8,46	8,04	7,60	7,60	7,50	7,55	7,48	7,72	7,67	7,72	7,48	7,74	9,02	8,36	7,69	7,78	7,48	7,44	7,47	7,45	7,65	7,64	7,65	7,86	8,73

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

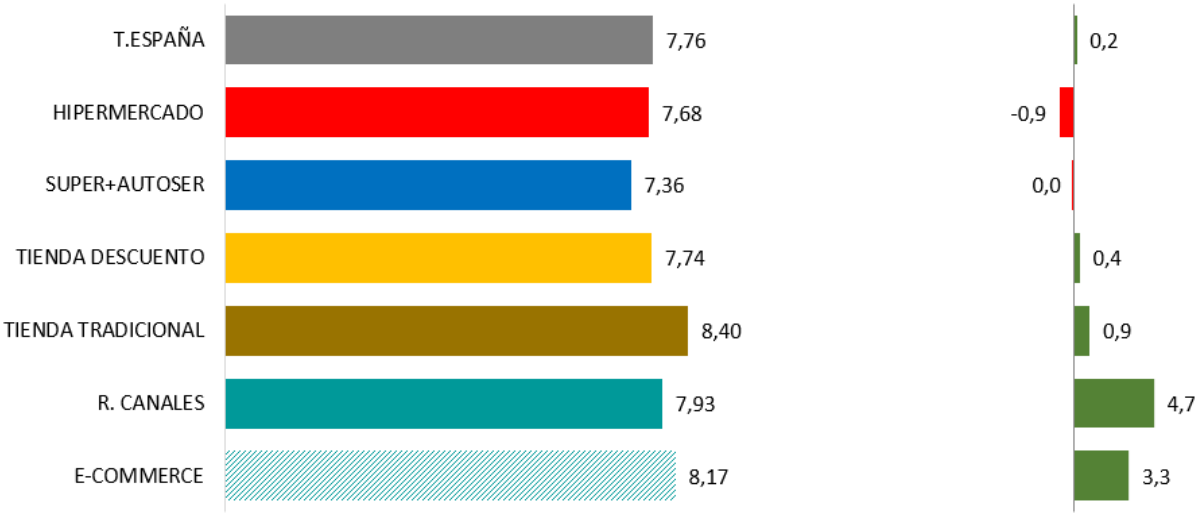


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	10,5	50,7	3,6	31,9	3,3	0,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-2,9	-0,6	-3,1	-9,3	-7,2	10,8

El 64,8% del volumen de pescado fresco se distribuye en el canal dinámico (hipermercado, supermercado y autoservicio, tienda descuento). De entre ellos, el supermercado y autoservicio es el canal más importante con una participación del 50,7% sobre el volumen total de la categoría.

La cuota de la tienda tradicional (31,9%) es mucho mayor que las de la tienda de descuento y el hipermercado (3,6% y 10,5% respectivamente), aunque ha sufrido una reducción del -9,3%.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio del pescado fresco cierra en 7,76€/kg, con una variación positiva del 0,2%. El hipermercado es el único canal que reduce su precio medio (-0,9%), de manera que se sitúa por debajo de la media nacional pero no es el más bajo de todos. Es el supermercado el que cuenta con el precio medio más asequible: 7,36€/kg, lo que supone pagar un 5,1% menos por kilo que en la media del mercado. Por el contrario, el precio medio más alto se encuentra en la tienda tradicional (8,50€/kg), que además se incrementa un 0,9%.

- **Demográficos**

Pescados frescos	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**10,07**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,78	12,86
MEDIA	30,71	30,05	9,41
MEDIA BAJA	26,56	24,94	9,17
BAJA	26,42	25,22	9,60
- 35 AÑOS	13,63	5,50	4,20
35 A 49 AÑOS	32,24	23,85	6,13
+ 50 AÑOS	54,13	70,66	14,93
CATALUÑA	16,03	14,76	9,67
ARAGÓN	2,92	2,67	9,32
ILLES BALEARS	2,43	1,67	7,25
COMUNITAT VALENCIANA	10,86	8,89	8,54
REGIÓN DE MURCIA	2,94	2,53	8,19
ANDALUCÍA	17,52	16,06	8,54
COMUNIDAD DE MADRID	14,00	14,96	11,14
CASTILLA - LA MANCHA	4,24	4,52	9,84
EXTREMADURA	2,34	1,98	7,93
CASTILLA Y LEÓN	5,53	6,87	12,65
GALICIA	5,92	9,08	15,12
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,47	3,03	13,29
CANTABRIA	1,29	1,66	14,23
PAIS VASCO	4,84	6,85	15,31
LA RIOJA	0,70	0,74	11,35
C. FORAL DE NAVARRA	1,40	1,26	9,32
CANARIAS	4,57	2,48	5,32
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,68	7,50
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,29	6,66
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,87	4,34
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,90	6,36
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,78	9,79
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,12	7,02
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,92	16,36
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,14	16,44
RETIRADOS	23,18	31,29	20,47

El perfil de hogar consumidor de pescado fresco en España a cierre de año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos mayores, así como parejas adultas sin hijos y retirados. El volumen de compra decreció en todas las tipologías de hogar excepto en aquellos formados por adultos independientes, donde crece un 2,7%.

Por otra parte, las CCAA con mayor consumo de pescado fresco son Galicia, País Vasco, Castilla y León o Comunidad de Madrid entre otras. La Rioja y Murcia son las CCAA que más incrementan su volumen de este tipo de pescado con respecto al año anterior. De lado contrario se sitúa Cantabria, que pierde un 19,0% del volumen con respecto a la cifra registrada durante el año 2017, y Comunidad Foral de Navarra, con una caída del 17,3%.

3.20.1.1 BACALAO

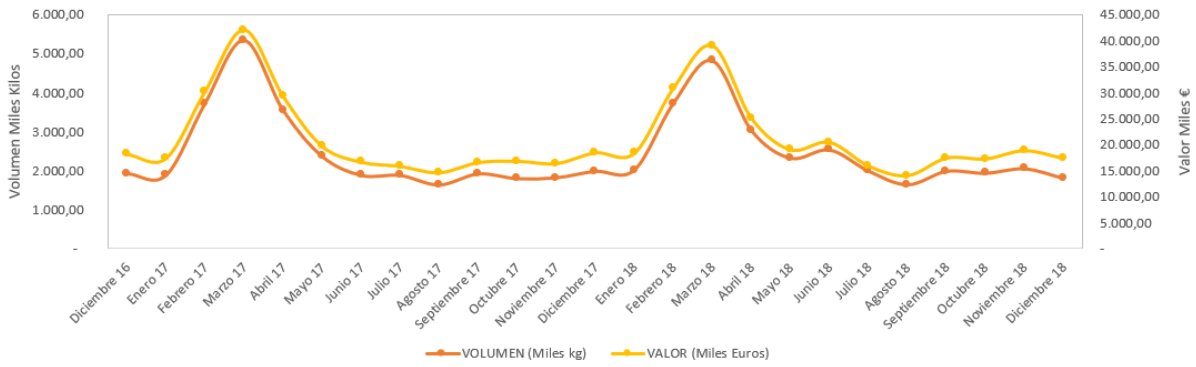
- **Resultados totales**

El consumo doméstico de bacalao fresco aumenta un 0,2% durante el año 2018. El valor se contrae en una proporción reducida (-1,0%), pues el precio medio cierra en 8,50€/kg, reduciéndose un -0,3%.

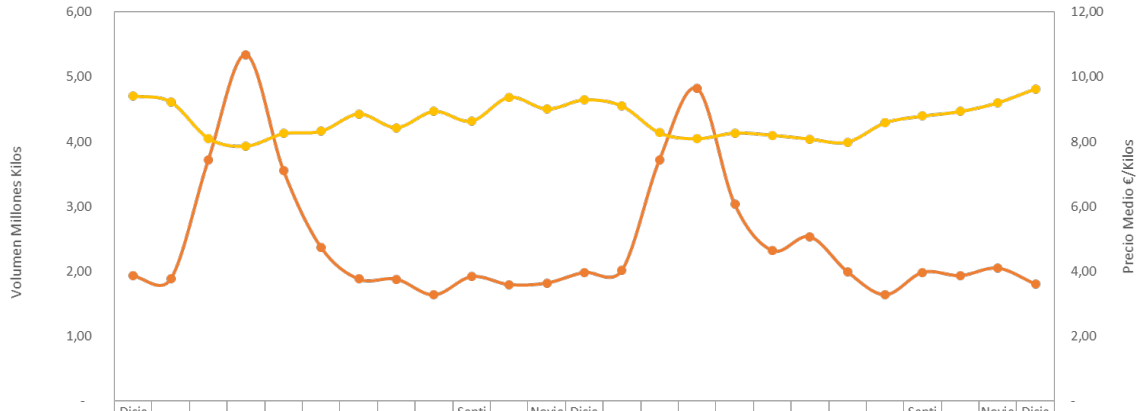
Desciende también su gasto per cápita en comparación con 2017 un 0,5%, situándose en los 5,54 € por persona y año. Igualmente, el consumo medio por individuo decrece (-0,1%), de manera que ahora pasa a ser de 0,65 kilos/persona/año.

	2018	
	Consumo doméstico de Bacalao Fresco	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	29.847,90	0,2%
VALOR (Miles €)	253.567,48	-0,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,65	0,2%
GASTO x CAPITA (€)	5,54	-0,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,10	0,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,37	-1,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,50	-0,3%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



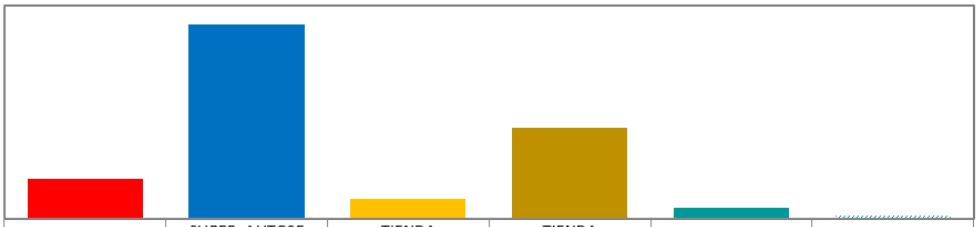
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	1,93	1,88	3,72	5,34	3,55	2,37	1,88	1,88	1,64	1,92	1,80	1,82	1,98	2,02	3,72	4,82	3,03	2,32	2,53	1,99	1,64	1,99	1,93	2,05	1,80
PRECIO MEDIO (kg)	9,41	9,22	8,10	7,86	8,25	8,32	8,85	8,43	8,93	8,63	9,37	9,01	9,29	9,10	8,27	8,09	8,26	8,20	8,08	7,99	8,58	8,79	8,93	9,20	9,63

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

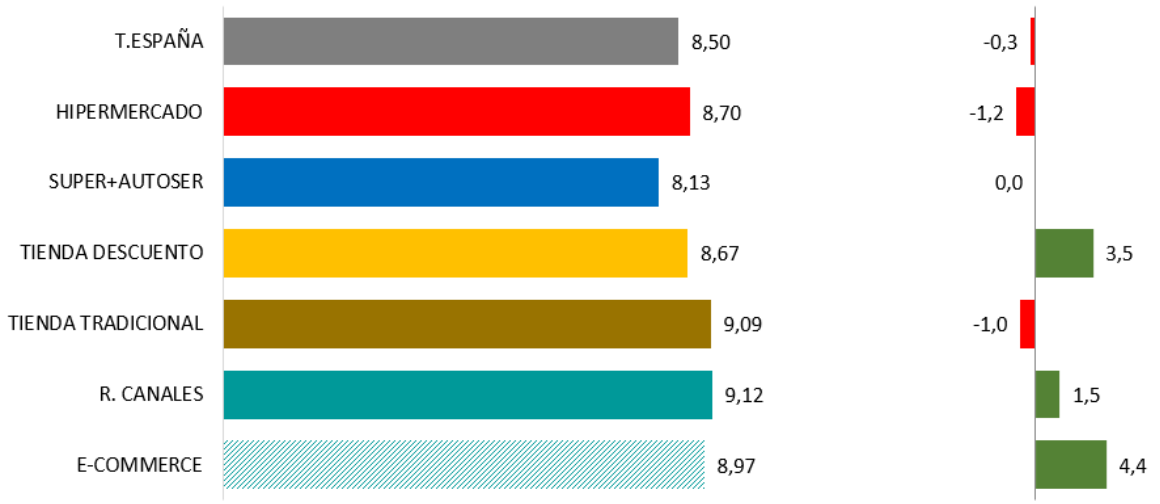


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	11,1	54,9	5,4	25,6	2,9	0,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	14,3	2,7	-10,1	-4,4	-22,8	42,9

El 71,5% del volumen del bacalao fresco se distribuye en el canal dinámico (hipermercado, supermercado y autoservicio, tienda descuento). De entre ellos, el supermercado y autoservicio es el canal más importante con una participación del 54,9% sobre el volumen total de la categoría.

La cuota de la tienda tradicional (25,6%) es mucho mayor que las de la tienda de descuento y el hipermercado (5,4% y 11,1% respectivamente), aunque ha sufrido una reducción del -4,4%.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio del bacalao fresco cierra en 8,50€/kg, con una variación negativa del 0,3%. La tienda descuento es la plataforma que aumenta significativamente su precio un 3,5% llegando a los 8,67€/kilo. Es el supermercado el que cuenta con el precio medio más asequible: 8,13€/kg.

- **Demográficos**

Bacalao fresco	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**0,65**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,56	0,82
MEDIA	30,71	29,55	0,60
MEDIA BAJA	26,56	26,34	0,66
BAJA	26,42	24,56	0,61
- 35 AÑOS	13,63	5,14	0,25
35 A 49 AÑOS	32,24	24,05	0,40
+ 50 AÑOS	54,13	70,81	0,97
CATALUÑA	16,03	12,20	0,53
ARAGON	2,92	2,87	0,65
BALEARES	2,43	2,38	0,69
VALENCIA	10,86	10,41	0,66
MURCIA	2,94	2,74	0,57
T.ANDALUCIA	17,52	13,39	0,46
MADRID	14,00	13,69	0,66
CASTILLA LA MANCHA	4,24	5,16	0,73
EXTREMADURA	2,34	2,10	0,53
CASTILLA LEON	5,53	7,20	0,88
GALICIA	5,92	9,05	0,98
ASTURIAS	2,47	2,63	0,73
CANTABRIA	1,29	2,20	1,18
PAIS VASCO	4,84	9,87	1,42
LA RIOJA	0,70	1,58	1,49
NAVARRA	1,40	1,78	0,90
CANARIAS	4,57	0,75	0,10
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,09	0,60
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,71	0,46
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	6,97	0,25
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	14,92	0,44
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	13,25	0,62
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,50	0,49
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,05	1,07
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,11	1,05
RETIRADOS	23,18	30,40	1,30

El perfil de hogar consumidor de bacalao fresco en España a cierre de año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos medianos y mayores, así como parejas adultas sin hijos y retirados.

Por otra parte, las CCAA con mayor consumo de bacalao fresco son Galicia, País Vasco, Castilla y León.

3.20.1.2 MERLUZA

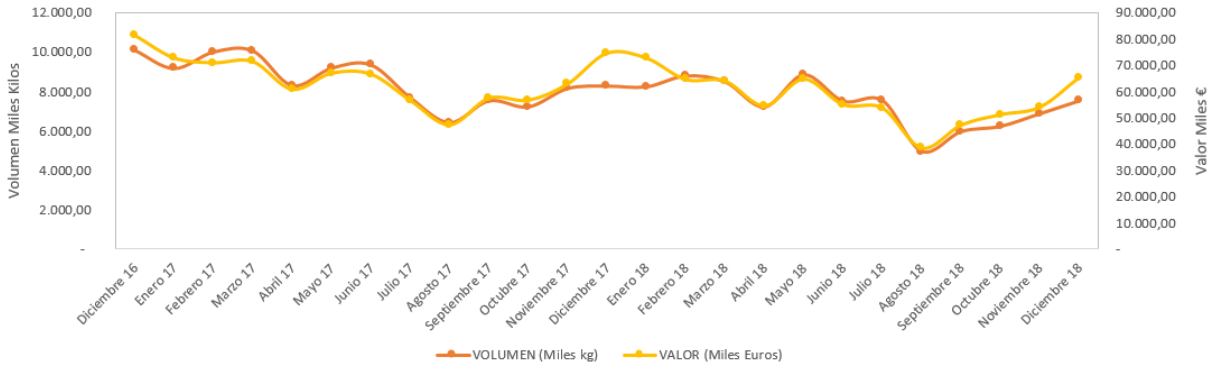
- **Resultados totales**

La compra doméstica de merluza fresca se redujo un 13,1% en el 2018. El precio medio sin embargo subió un +3,1% cerrando en los 7,77€/kilo, lo que hizo que el valor cayera en menor medida que el volumen (-10,4%).

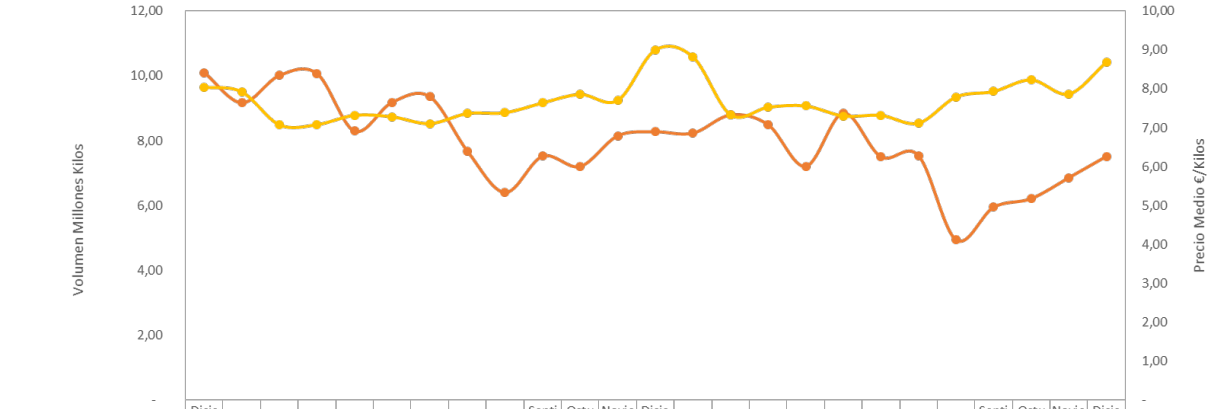
Los hogares destinaron el 1,0% del presupuesto para alimentación y bebidas a la compra de merluza fresca, lo que implica un gasto per cápita de 14,96€, un 10,7% menor a lo invertido durante el año anterior. Respecto al consumo per cápita de este pescado fue de 1,92 kilos, un consumo cantidad muy inferior al del 2017 (-13,4%).

	2018	
	Consumo doméstico de Merluza Fresca	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	88.091,33	-13,1%
VALOR (Miles €)	684.666,50	-10,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,92	-13,4%
GASTO x CAPITA (€)	14,96	-10,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,31	-12,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,00	-11,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,77	3,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



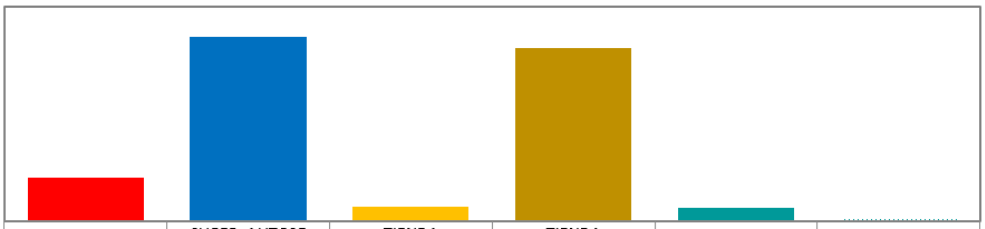
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	10,1	9,17	10,0	10,0	8,29	9,18	9,36	7,68	6,40	7,52	7,21	8,15	8,27	8,23	8,79	8,49	7,21	8,85	7,50	7,54	4,94	5,95	6,21	6,86	7,52
PRECIO MEDIO (kg)	8,04	7,92	7,07	7,08	7,32	7,28	7,11	7,36	7,39	7,64	7,86	7,70	9,00	8,82	7,33	7,53	7,56	7,30	7,32	7,12	7,79	7,93	8,23	7,87	8,68

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

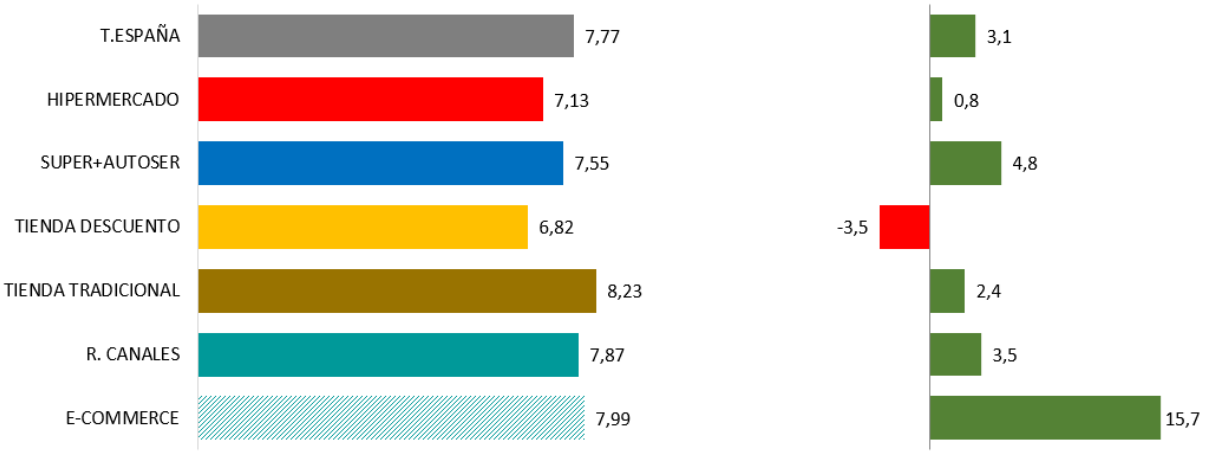


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	10,1	43,1	3,2	40,5	3,0	0,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-17,4	-10,9	-21,9	-13,5	-12,1	-10,5

En este 2018, todos los canales experimentan una evolución negativa en sus cuotas. El supermercado y la tienda tradicional, donde se adquieren el 83,6% los kilos de merluza fresca, reducen su cuota un -10,9% y un -13,5% respectivamente.

La tienda de descuento es la que experimenta un retroceso en volumen mayor (-21,9%) si bien su peso dentro de la categoría no es muy significativo (3,2%).

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio crece un +3,1% respecto a 2017 y cierra en los 7,77€/kilo. Este incremento se produce de forma generalizada en todos los canales excepto en la tienda de descuento, donde cae un -3,5% y que cuenta además con el precio más bajo de la categoría. Hipermercado y supermercado también cierran con precios medios por debajo del de la media a nivel nacional.

Contrariamente, el aumento más marcado se observa en el e-commerce, que cierra con precio medio de 7,99€/kilo. No obstante, no es este el canal con el precio menos competitivo, sino la tienda tradicional (8,23€/kg) pese a haber encarecido su precio por debajo del encarecimiento en términos generales de la categoría (+2,4%).

- **Demográficos**

Merluza fresca	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,92**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,78	2,33
MEDIA	30,71	27,73	1,66
MEDIA BAJA	26,56	23,57	1,65
BAJA	26,42	29,93	2,18
- 35 AÑOS	13,63	4,92	0,72
35 A 49 AÑOS	32,24	20,47	1,01
+ 50 AÑOS	54,13	74,61	3,01
CATALUÑA	16,03	16,30	2,04
ARAGON	2,92	2,81	1,87
BALEARES	2,43	1,40	1,17
VALENCIA	10,86	7,12	1,31
MURCIA	2,94	2,22	1,37
T.ANDALUCIA	17,52	14,29	1,45
MADRID	14,00	17,46	2,48
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,82	2,01
EXTREMADURA	2,34	1,85	1,42
CASTILLA LEON	5,53	6,95	2,45
GALICIA	5,92	9,04	2,88
ASTURIAS	2,47	2,77	2,33
CANTABRIA	1,29	1,61	2,63
PAIS VASCO	4,84	8,57	3,66
LA RIOJA	0,70	0,53	1,57
NAVARRA	1,40	1,49	2,12
CANARIAS	4,57	0,77	0,31
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,42	1,21
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	4,77	1,15
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,03	0,74
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	12,18	1,06
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	12,82	1,74
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,28	1,12
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,78	3,10
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,54	2,78
RETIRADOS	23,18	37,18	4,65

El perfil consumidor de merluza fresca se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, y retirados. En términos de evolución en volumen, todas las tipologías de hogar presentan una evolución negativa, siendo la más significativa de todas la de los jóvenes independientes, cuyo consumo se reduce un 35,6%.

Las comunidades autónomas con un perfil consumidor de merluza fresca son principalmente Comunidad de Madrid, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia y País Vasco. Murcia y La Rioja son las únicas comunidades donde se incrementa el volumen de compra con respecto al año 2017 (+3,0% y +5,0% respectivamente). En el extremo opuesto destacan los descensos en el volumen Canarias, Comunidad Foral de Navarra y Cantabria por encima del 30%.

3.20.1.3 SALMÓN

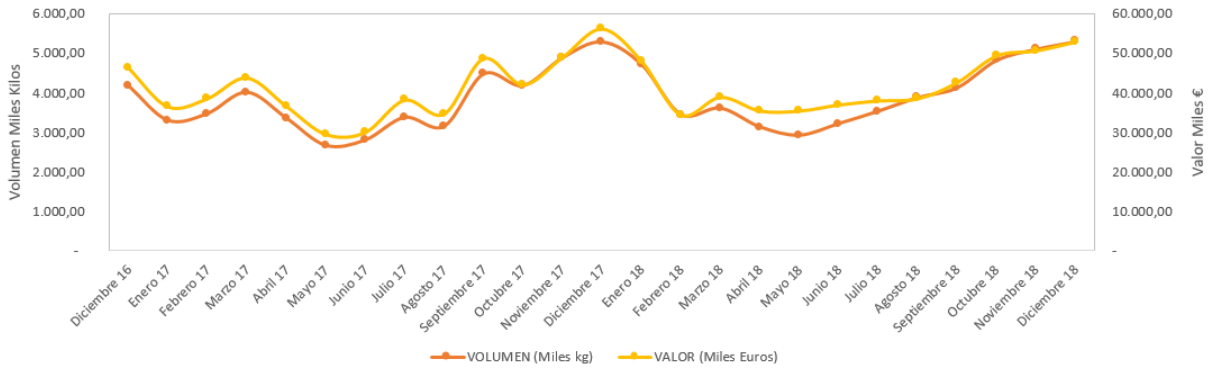
- **Resultados totales**

Durante el año 2018, aumenta un +6,3% el consumo de salmón fresco. La facturación se incrementa, pero en una proporción menor (+3,6%) debido a la contracción del precio medio en 2,6 puntos porcentuales cerrando en 10,49€/kg.

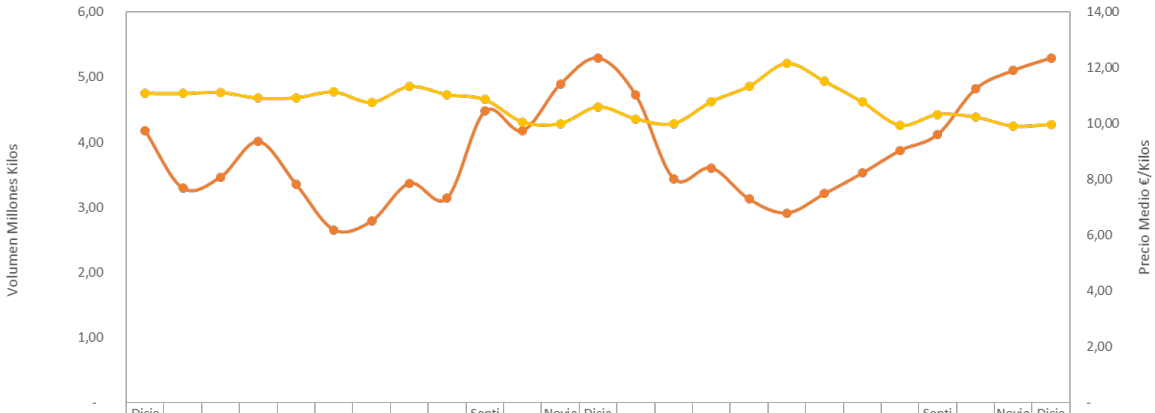
Su consumo per cápita crece un +5,9% en comparación con 2017, situándose en los 1,04 kilos por persona y año. Respecto al gasto por individuo y año, cerró en los 10,94€, mientras que el año pasado era de 10,60€ (+3,2%).

	2018	
	Consumo doméstico de Salmon Fresco	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	47.746,93	6,3%
VALOR (Miles €)	500.772,65	3,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,04	5,9%
GASTO x CAPITA (€)	10,94	3,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,17	6,5%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,73	2,0%
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,49	-2,6%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



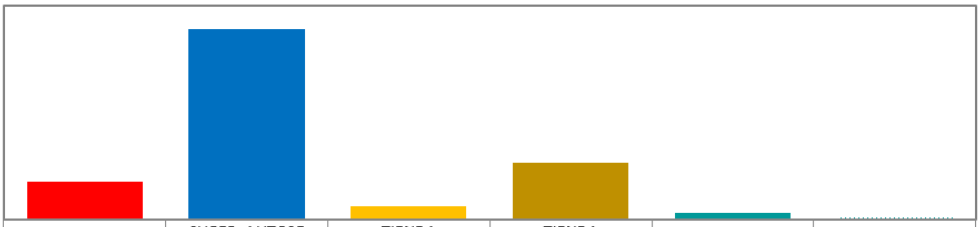
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	4,18	3,29	3,47	4,01	3,35	2,65	2,79	3,37	3,14	4,48	4,18	4,89	5,29	4,72	3,44	3,60	3,13	2,91	3,21	3,52	3,87	4,12	4,82	5,10	5,29
PRECIO MEDIO (kg)	11,08	11,08	11,11	10,91	10,92	11,13	10,76	11,33	11,04	10,86	10,06	10,00	10,60	10,17	10,00	10,79	11,34	12,16	11,51	10,77	9,94	10,33	10,23	9,91	9,97

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

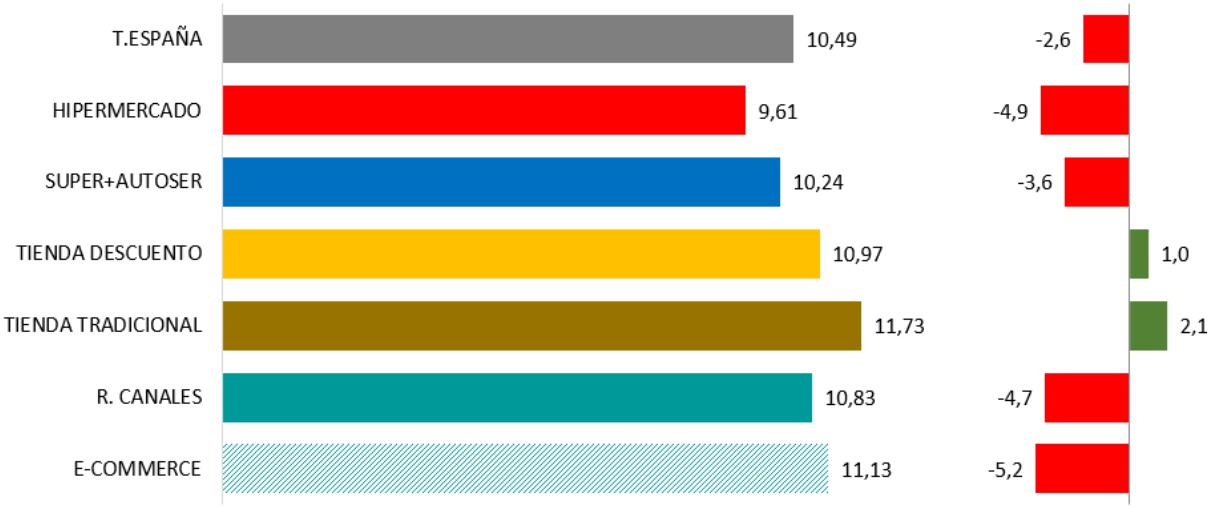


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	12,3	62,3	4,4	18,7	2,2	0,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	14,9	6,7	7,5	-1,7	25,2	105,0

Tres quintas partes de los kilos de salmón fresco se adquieren en el hipermercado, que experimenta una evolución positiva del +6,7%. Se produce también un incremento en compra en el resto de los distribuidores del canal dinámico: +14,9% en el caso del hipermercado, y +7,5% en el de la tienda de descuento. La tienda tradicional cuenta sin embargo con una cuota de compra superior a la de estos (18,7%) aunque es la única que se reduce en este periodo (-1,7%).

Respecto al e-commerce y otros canales, sus cuotas presentan significativos aumentos en comparación con el año anterior, pero siguen teniendo muy poco peso dentro de la categoría.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El salmón fresco ve reducido su precio medio 2,6 puntos porcentuales en este año, cerrando en los 10,49€/kg. La tienda de descuento y la tienda tradicional son los únicos canales en los que ha producido un incremento del precio medio (+1,0% y +2,1% respectivamente). Ambos cerraron con un precio por encima de la media a nivel total España, siendo el de la tienda tradicional el más alto de todos: 11,73€/kilo, el equivalente a pagar 1,25€ más por kilo. Contrariamente, el pecio medio del hipermercado, que se ha reducido un 4,9%, es el más económico de todos, exactamente un 8,4% más económico.

- **Demográficos**

Salmón fresco	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,04**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	21,97	1,48
MEDIA	30,71	34,39	1,12
MEDIA BAJA	26,56	25,01	0,95
BAJA	26,42	18,63	0,73
- 35 AÑOS	13,63	7,13	0,56
35 A 49 AÑOS	32,24	29,18	0,78
+ 50 AÑOS	54,13	63,69	1,39
CATALUÑA	16,03	16,74	1,14
ARAGON	2,92	3,35	1,21
BALEARES	2,43	2,61	1,18
VALENCIA	10,86	12,12	1,20
MURCIA	2,94	3,03	1,02
T.ANDALUCIA	17,52	13,72	0,76
MADRID	14,00	15,30	1,18
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,68	1,06
EXTREMADURA	2,34	2,20	0,91
CASTILLA LEON	5,53	6,41	1,22
GALICIA	5,92	6,15	1,06
ASTURIAS	2,47	2,81	1,28
CANTABRIA	1,29	1,13	1,00
PAIS VASCO	4,84	5,33	1,23
LA RIOJA	0,70	1,02	1,63
NAVARRA	1,40	1,12	0,86
CANARIAS	4,57	2,28	0,51
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	2,11	0,97
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,61	0,86
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	9,30	0,53
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	16,87	0,80
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,61	1,08
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,87	0,69
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	15,30	1,63
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,76	1,91
RETIRADOS	23,18	24,58	1,67

El perfil consumidor de merluza fresca en el 2018 se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media, así como mayores. También hogares más pequeños compuestos por parejas adultas sin hijos y retirados. En cuanto a la evolución del volumen de compra, destaca la evolución positiva en adultos independientes (+17,9%) y de parejas con hijos mayores (+16,0%). Los retirados son de hecho los únicos cuyo consumo decrece con respecto al 2017 (-1,3%).

Comunidad de Madrid, Valencia, Castilla y León y Cataluña se perfilan como comunidades autónomas con un perfil intensivo de salmón. También es el caso de País Vasco, Castilla-La Mancha y Aragón. Se incrementa la compra de este tipo de pescado fresco especialmente en Canarias, La Rioja y Murcia, mientras que la tendencia es decreciente para comunidades como Cantabria, Illes Balears y Principado de Asturias.

3.20.1.4 RESTO PESCADOS FRESCOS

- **Resultados totales**

	2018	
	Consumo doméstico de Boquerones Frescos	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	44.447,61	5,9%
VALOR (Miles €)	205.685,17	-1,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,97	5,9%
GASTO x CAPITA (€)	4,49	-1,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,15	6,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,30	-2,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	4,63	-6,6%

	2018	
	Consumo doméstico de Sardinas Frescas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	20.257,00	-13,3%
VALOR (Miles €)	95.004,10	-9,3%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,44	-13,3%
GASTO x CAPITA (€)	2,08	-9,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,07	-13,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,14	-10,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	4,69	4,5%

	2018	
	Consumo doméstico de Atun Y Bonito	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	21.512,37	-12,5%
VALOR (Miles €)	208.531,71	-12,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,47	-12,6%
GASTO x CAPITA (€)	4,57	-12,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,07	-12,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,30	-13,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	9,69	0,4%

	2018	
	Consumo doméstico de Trucha Fresca	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	11.723,09	-11,8%
VALOR (Miles €)	76.860,98	-9,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,26	-11,9%
GASTO x CAPITA (€)	1,68	-9,1%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,04	-11,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,11	-10,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	6,56	3,1%

	2018	
	Consumo doméstico de Lenguado Fresco	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	27.194,71	-2,4%
VALOR (Miles €)	262.857,89	-4,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,59	-2,8%
GASTO x CAPITA (€)	5,74	-4,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,09	-2,2%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,38	-5,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	9,67	-1,8%

	2018	
	Consumo doméstico de Caballa Fresca	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	15.254,81	6,8%
VALOR (Miles €)	61.821,85	6,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,33	6,8%
GASTO x CAPITA (€)	1,35	6,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,05	7,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,09	5,0%
PRECIO MEDIO (€/kg)	4,05	-0,2%

	2018	
	Consumo doméstico de Lubina	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	24.375,88	13,2%
VALOR (Miles €)	209.093,13	10,3%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,53	13,1%
GASTO x CAPITA (€)	4,57	9,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,08	13,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,31	8,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,58	-2,5%

	2018	
	Consumo doméstico de Dorada	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	27.126,01	5,1%
VALOR (Miles €)	213.705,15	3,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,59	5,0%
GASTO x CAPITA (€)	4,67	3,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,09	5,3%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,31	2,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,88	-1,1%

	2018	
	Consumo doméstico de Rodaballo	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	4.371,32	1,8%
VALOR (Miles €)	47.314,86	6,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,10	1,7%
GASTO x CAPITA (€)	1,03	5,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	2,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,07	4,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,82	4,3%

	2018	
	Consumo doméstico de Rape	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	14.928,20	-10,6%
VALOR (Miles €)	164.389,42	-12,3%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,33	-10,7%
GASTO x CAPITA (€)	3,60	-12,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,05	-10,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,24	-13,7%
PRECIO MEDIO (€/kg)	11,01	-1,9%

3.20.2 MARISCOS

Esta categoría engloba almejas, berberechos, mejillones, calamares, pulpo, gamba/langostino, y otros mariscos/moluscos/crustáceos.

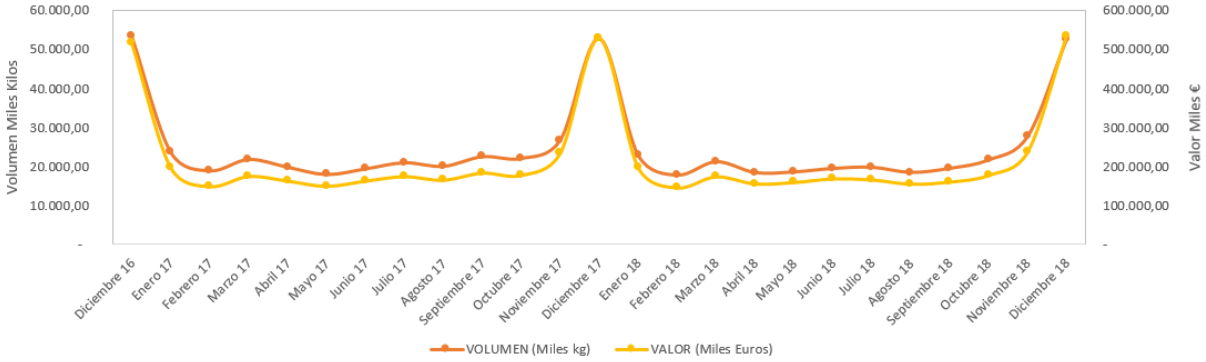
- **Resultados totales**

Durante el año 2018, también decrece de forma significativa el consumo de mariscos (-2,8%). En términos de facturación, la caída es menor (-1,1%) debido al impacto del precio medio, que sube un 1,8% situándose en los 8,75€/kilo.

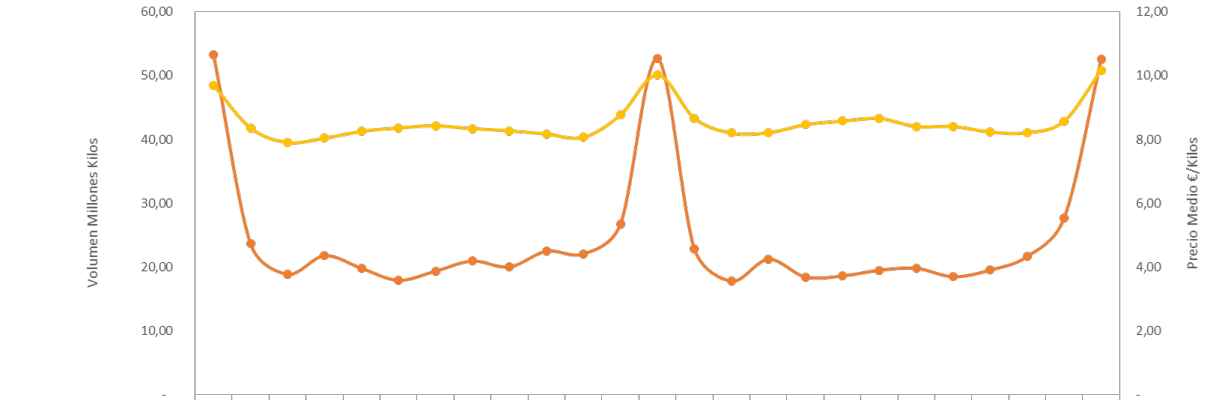
Tanto el gasto per cápita como el consumo per cápita se reducen (-1,5% y-3,2% respectivamente), de manera que en 2018 la cantidad media ingerida por persona y año queda en 6,07 kilogramos, y el gasto medio en 53,17€/persona/año.

	2018	
	Consumo doméstico de Marisco/Molusco/Crus	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	278.061,49	-2,8%
VALOR (Miles €)	2.433.884,22	-1,1%
CONSUMO x CAPITA (kg)	6,07	-3,2%
GASTO x CAPITA (€)	53,17	-1,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,96	-2,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	3,55	-2,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,75	1,8%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



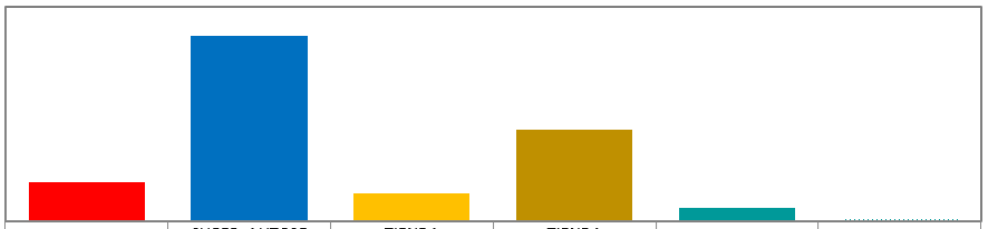
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	53,2	23,6	18,8	21,7	19,7	17,9	19,3	20,9	20,0	22,4	22,0	26,7	52,6	22,8	17,7	21,2	18,4	18,6	19,5	19,7	18,4	19,5	21,6	27,7	52,5
PRECIO MEDIO (kg)	9,69	8,36	7,90	8,04	8,25	8,36	8,42	8,34	8,27	8,17	8,06	8,77	10,0	8,66	8,20	8,21	8,46	8,58	8,65	8,40	8,40	8,23	8,21	8,57	10,1

- ## Canales

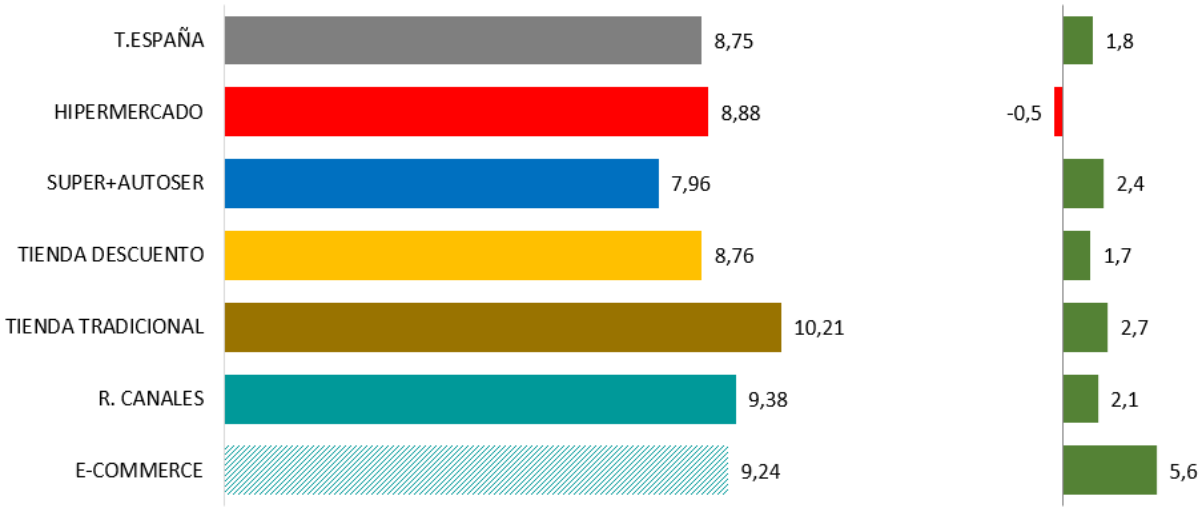
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	10,8	52,1	7,7	25,7	3,7	0,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-4,6	-0,4	-1,6	-7,1	-2,5	-9,8

El canal principal para la adquisición de mariscos por parte de los hogares es el supermercado, con el 52,1% de los kilos, y la tienda tradicional, con otro 25,7%. Ambos tienen sin embargo evoluciones negativas siendo la de la tienda tradicional (-7,1%) más significativa que la del supermercado (-0,4%). Todos los canales de hecho ven reducido su volumen de compra, siendo las caídas del -4,6% y del -1,6% en el resto de canales de distribución del canal dinámico (hipermercado y tienda de descuento).

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



En 2018, el precio medio de los mariscos, moluscos y crustáceos fue de 8,75€/kg, con un incremento del +1,8% con relación a 2017. Este aumento del precio medio es visible en todos los canales excepto en el hipermercado, donde varía un -0,5%. Es el supermercado el canal con el precio medio más bajo de la categoría (7,96€/kilo), mientras que la tienda tradicional maneja el precio más elevado, un 16,7% superior al precio nacional.

- **Demográficos**

Mariscos	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**6,07**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,73	7,73
MEDIA	30,71	31,14	5,88
MEDIA BAJA	26,56	25,51	5,66
BAJA	26,42	23,62	5,42
- 35 AÑOS	13,63	5,71	2,63
35 A 49 AÑOS	32,24	23,73	3,68
+ 50 AÑOS	54,13	70,55	8,99
CATALUÑA	16,03	18,18	7,19
ARAGON	2,92	3,11	6,54
BALEARES	2,43	1,90	4,98
VALENCIA	10,86	10,65	6,17
MURCIA	2,94	2,79	5,45
T.ANDALUCIA	17,52	17,53	5,62
MADRID	14,00	12,85	5,77
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,31	5,67
EXTREMADURA	2,34	1,65	3,98
CASTILLA LEON	5,53	6,12	6,79
GALICIA	5,92	8,31	8,34
ASTURIAS	2,47	2,81	7,43
CANTABRIA	1,29	1,02	5,28
PAIS VASCO	4,84	4,59	6,18
LA RIOJA	0,70	0,63	5,88
NAVARRA	1,40	1,04	4,67
CANARIAS	4,57	2,52	3,26
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,52	4,09
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,69	4,32
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,00	2,33
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,96	3,85
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,45	6,20
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,62	4,65
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,93	10,49
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,97	9,59
RETIRADOS	23,18	29,85	11,78

En 2018, el perfil por ciclo de vida de mariscos, moluscos y crustáceos es exactamente igual que el de pescado fresco: parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y retirados. En este caso el volumen de compra incrementó tanto para los adultos independientes (+5,9%) como las parejas adultas sin hijos (+1,0%). En el caso de los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, y las parejas con hijos en edad media, se produjo un descenso en la compra entorno a los 7 puntos porcentuales.

Las comunidades autónomas con un perfil consumidor de mariscos son Galicia, Cataluña, Castilla y León y Principado de Asturias entre otras. Comunidad Foral de Navarra y Cantabria son las comunidades que experimentan las caídas de volumen de compra más fuertes con respecto al año 2017 (-29,1% y -22,3% respectivamente). En el extremo opuesto destacan los incrementos en el volumen de Comunidad de Madrid, Andalucía, y La Rioja sin bien ninguno de estos se sitúan por encima del 4,0%.

3.20.2.1 CALAMARES Y PULPO

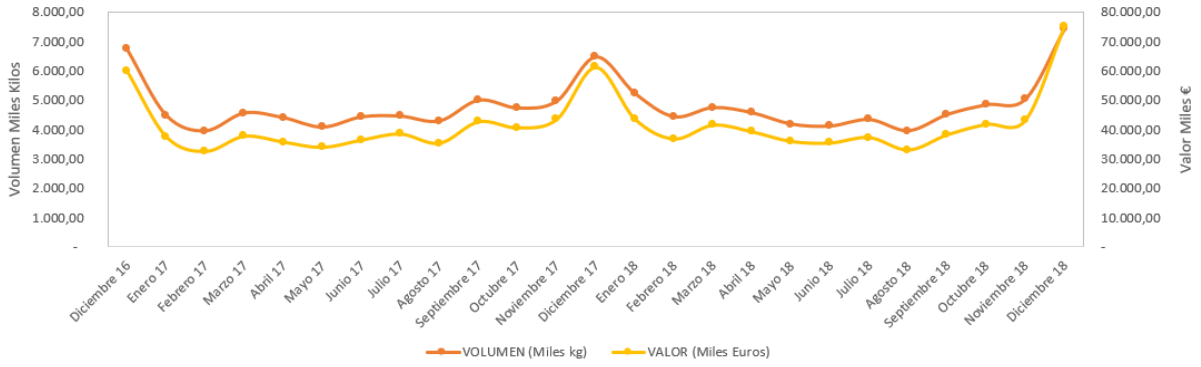
- **Resultados totales**

Durante el año 2018, aumenta un +2,8% el consumo de calamares y pulpo fresco. La facturación se incrementa, pero en una proporción mayor (+5,4%) debido al aumento del precio medio en 2,5 puntos porcentuales cerrando en 8,73€/kg.

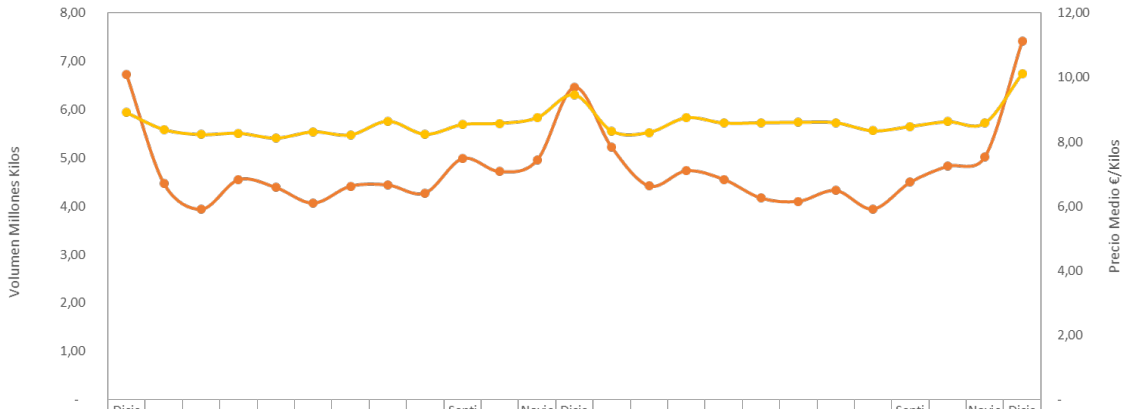
Su consumo per cápita crece un +2,4% en comparación con 2017, situándose en los 1,25 kilos por persona y año. Respecto al gasto por individuo y año, cerró en los 10,92€.

	2018	
	Consumo doméstico de Calamares y Pulpo	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	57.236,56	2,8%
VALOR (Miles €)	499.742,88	5,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,25	2,8%
GASTO x CAPITA (€)	10,92	5,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,20	3,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,73	3,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,73	2,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



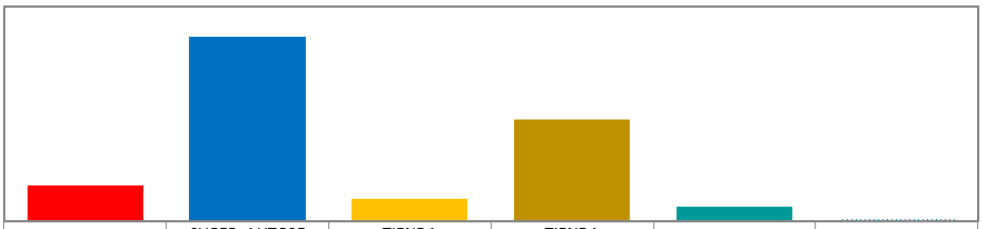
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	6,72	4,47	3,94	4,55	4,39	4,07	4,41	4,44	4,28	4,99	4,72	4,95	6,46	5,22	4,42	4,73	4,56	4,17	4,10	4,33	3,94	4,50	4,83	5,02	7,42
PRECIO MEDIO (kg)	8,91	8,38	8,22	8,27	8,12	8,31	8,21	8,64	8,23	8,54	8,57	8,75	9,46	8,33	8,29	8,75	8,58	8,59	8,60	8,59	8,34	8,48	8,62	8,58	10,12

- **Canales**

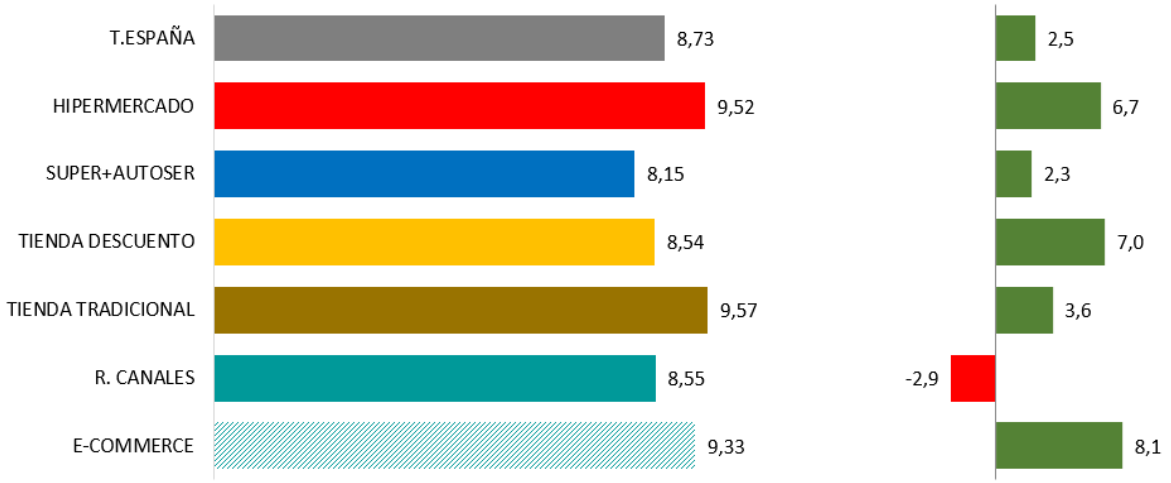
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	10,0	51,6	6,0	28,4	3,9	0,6
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-7,4	13,2	7,7	-8,5	-5,7	-11,2

El canal principal para la adquisición de calamares y pulpo por parte de los hogares es el supermercado, con el 51,6% de los kilos, y la tienda tradicional, con otro 28,4%, con unas evoluciones contrarias siendo positiva (+13,2%) para los supermercados y autoservicios y para la tienda tradicional es negativa (-8,5%).

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



En 2018, el precio medio de los calamares y pulpo fue de 8,73€/kg, con un incremento del +2,5% con relación a 2017. Este aumento del precio medio es visible en todos los canales, siendo la tienda descuento la que mayor incremento de precio sufre (+7,0%) situándose en 8,54€/kilo.

- **Demográficos**

Calamares y pulpo	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,25**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	20,19	1,63
MEDIA	30,71	30,24	1,18
MEDIA BAJA	26,56	25,66	1,23
BAJA	26,42	23,91	1,14
- 35 AÑOS	13,63	5,52	0,52
35 A 49 AÑOS	32,24	24,82	0,79
+ 50 AÑOS	54,13	69,66	1,84
CATALUÑA	16,03	17,36	1,44
ARAGON	2,92	3,13	1,36
BALEARES	2,43	1,90	1,06
VALENCIA	10,86	10,19	1,23
MURCIA	2,94	3,39	1,36
T.ANDALUCIA	17,52	16,69	1,10
MADRID	14,00	12,55	1,15
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,70	1,01
EXTREMADURA	2,34	1,52	0,74
CASTILLA LEON	5,53	5,06	1,18
GALICIA	5,92	10,20	2,11
ASTURIAS	2,47	2,24	1,18
CANTABRIA	1,29	0,88	0,91
PAIS VASCO	4,84	5,30	1,46
LA RIOJA	0,70	0,85	1,54
NAVARRA	1,40	1,35	1,31
CANARIAS	4,57	3,69	0,97
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,20	0,66
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	5,50	0,85
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,51	0,51
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	15,36	0,87
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	15,02	1,35
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,57	0,95
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,50	2,12
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,53	2,18
RETIRADOS	23,18	27,81	2,28

En 2018, el perfil por ciclo de vida de calamares y pulpo es el correspondiente a parejas adultas con hijos en edad media y más mayores, como las parejas sin hijos y los retirados con un consumo superior a su media poblacional.

Las comunidades autónomas con un perfil consumidor de calamares y pulpo son Galicia y Cataluña. El Principado de Asturias y la Comunidad Foral de Navarra sufren descensos en su consumo con respecto a 2017.

3.20.2.2 GAMBAS Y LANGOSTINOS

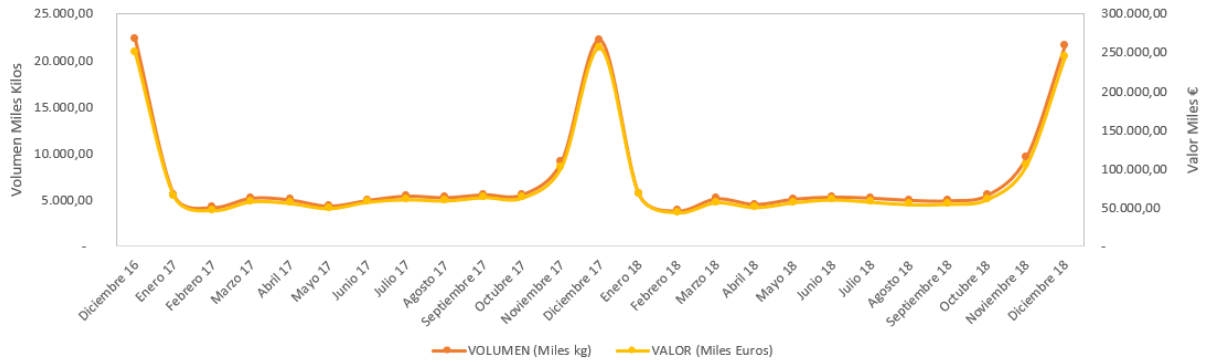
- **Resultados totales**

Durante el año 2018, desciende el consumo de gambas y langostinos un -1,2%. La facturación también cae, pero en una proporción mayor (-2,6%).

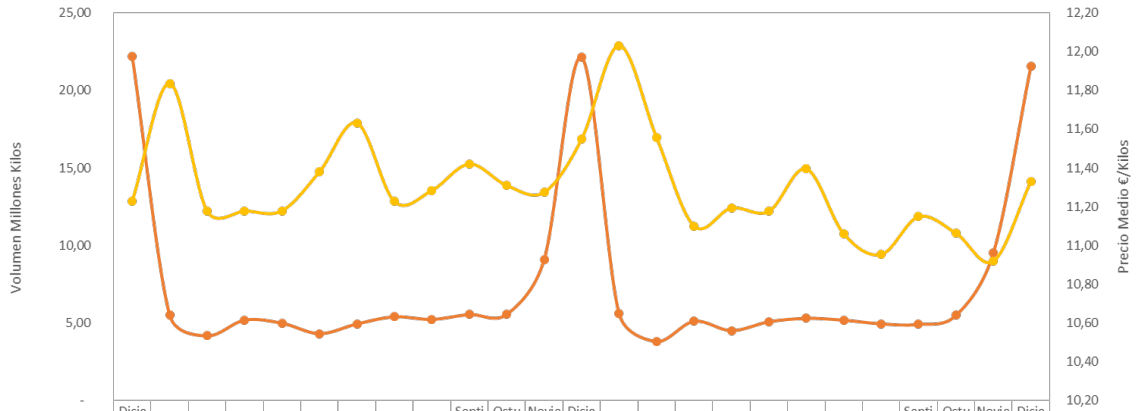
Su consumo per cápita decrece un -1,6% en comparación con 2017, situándose en los 1,77 kilos por persona y año. Respecto al gasto por individuo y año, cerró en los 19,88€.

	2018	
	Consumo doméstico de Gambas y Langostinos	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	80.958,23	-1,2%
VALOR (Miles €)	910.285,70	-2,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,77	-1,3%
GASTO x CAPITA (€)	19,88	-3,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,28	-1,0%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,33	-4,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	11,24	-1,4%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



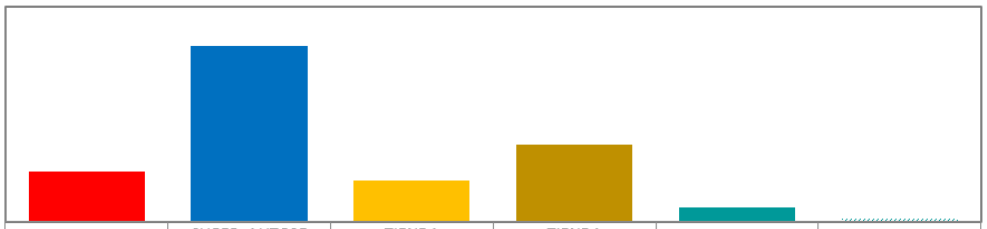
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	22,1	5,49	4,16	5,18	4,98	4,31	4,93	5,39	5,22	5,54	5,55	9,08	22,1	5,59	3,80	5,10	4,50	5,07	5,29	5,18	4,94	4,90	5,49	9,54	21,5
PRECIO MEDIO (kg)	11,2	11,8	11,1	11,1	11,1	11,3	11,6	11,2	11,2	11,4	11,3	11,2	11,5	12,0	11,5	11,1	11,1	11,1	11,4	11,0	10,9	11,1	11,0	10,9	11,3

- **Canales**

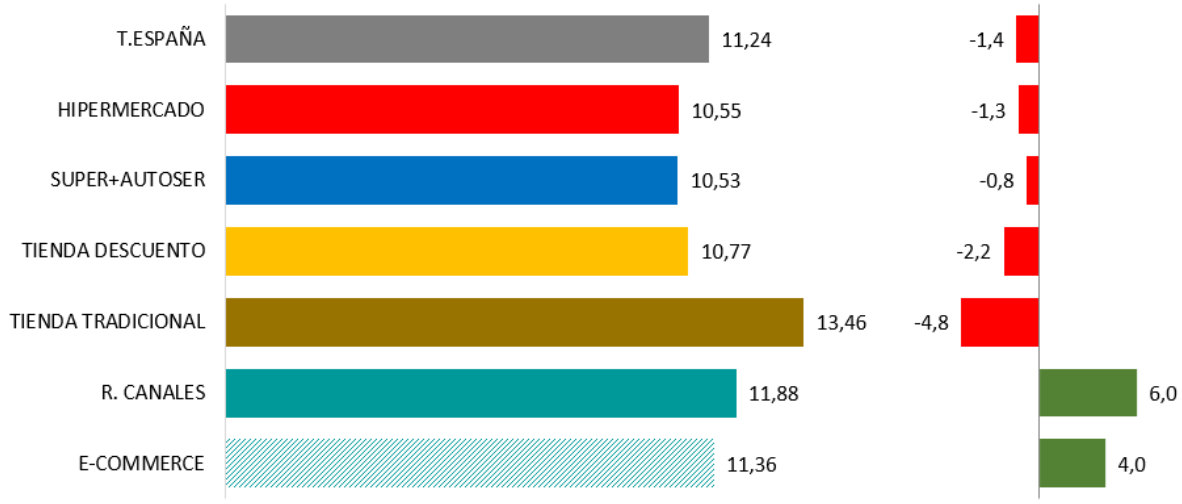
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	13,9	49,1	11,5	21,6	3,9	0,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	-3,5	-3,9	-0,8	5,0	8,4	-3,0

El canal principal para la adquisición de gambas y langostinos por parte de los hogares es el supermercado, con el 49,1% de los kilos, y la tienda tradicional, con otro 21,6%, con unas evoluciones contrarias siendo positiva (+5,0%) para la tienda tradicional y negativa (-3,9%) para los supermercados y autoservicios.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para las gambas y langostinos en 2018 se sitúa en 11,24€/Kilo, siendo un 1,4% inferior que en el año 2017. Si tenemos en cuenta este precio, la tienda tradicional es la que se sitúa por encima llegando a los 13,46€/kilo, aunque sufre un gran descenso (-4,8%) con respecto al año 2017. Todos los canales sufren un descenso en su precio con respecto a 2017.

- **Demográficos**

Gambas y Langostinos	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,77**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,66	2,25
MEDIA	30,71	31,78	1,76
MEDIA BAJA	26,56	24,73	1,68
BAJA	26,42	23,83	1,60
- 35 AÑOS	13,63	6,25	0,84
35 A 49 AÑOS	32,24	23,83	1,08
+ 50 AÑOS	54,13	69,92	2,61
CATALUÑA	16,03	16,28	1,91
ARAGON	2,92	2,88	1,77
BALEARES	2,43	1,94	1,52
VALENCIA	10,86	9,31	1,59
MURCIA	2,94	2,70	1,53
T.ANDALUCIA	17,52	20,55	1,92
MADRID	14,00	13,64	1,77
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,72	1,82
EXTREMADURA	2,34	1,89	1,30
CASTILLA LEON	5,53	6,38	2,11
GALICIA	5,92	7,01	2,05
ASTURIAS	2,47	2,50	1,86
CANTABRIA	1,29	1,07	1,55
PAIS VASCO	4,84	4,31	1,69
LA RIOJA	0,70	0,50	1,27
NAVARRA	1,40	1,19	1,63
CANARIAS	4,57	3,13	1,16
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,57	1,23
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,06	1,33
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	7,45	0,72
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,41	1,08
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,38	1,82
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,96	1,44
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	17,02	3,09
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,98	2,78
RETIRADOS	23,18	29,17	3,38

El perfil de hogar que consume gambas y langostinos es el correspondiente a los hogares monoparentales, las parejas adultas sin hijos y los adultos independientes.

Las CCAA más intensivas en el consumo de gambas y langostinos son Andalucía y Galicia, mientras que las menos consumidoras son País Vasco y Comunidad Foral de Navarra.

3.20.2.3 MEJILLONES

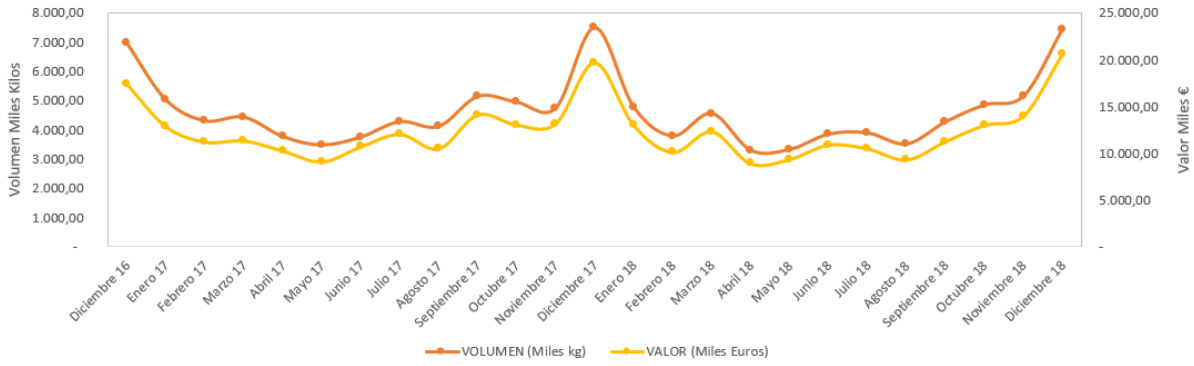
- **Resultados totales**

Durante el año 2018, desciende el consumo de mejillones un -4,9%. La facturación también cae, pero en una proporción menor (-3,2%).

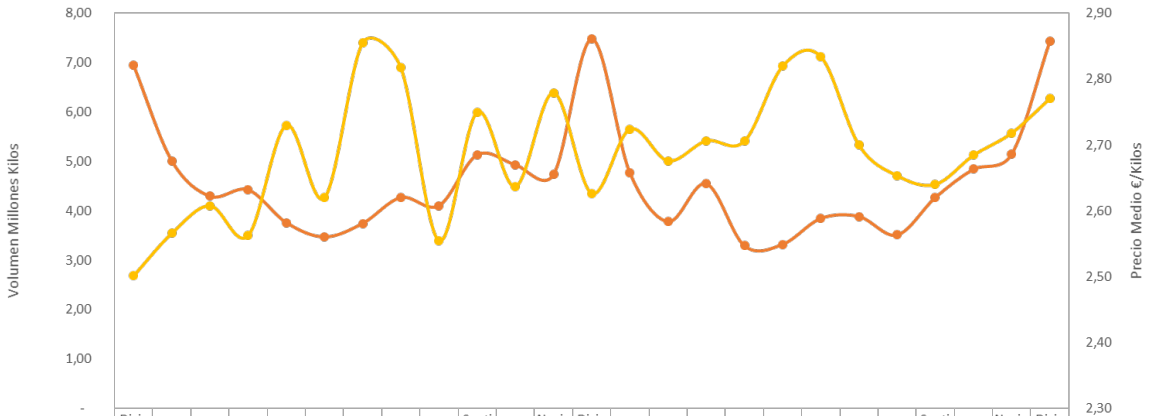
Su consumo per cápita decrece un -5,3% en comparación con 2017, situándose en los 1,15 kilos por persona y año. Respecto al gasto por individuo y año, cerró en los 3,13€.

	2018	
	Consumo doméstico de Mejillones	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	52.609,07	-4,9%
VALOR (Miles €)	143.135,71	-3,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,15	-5,0%
GASTO x CAPITA (€)	3,14	-3,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,18	-4,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,21	-4,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,72	1,9%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



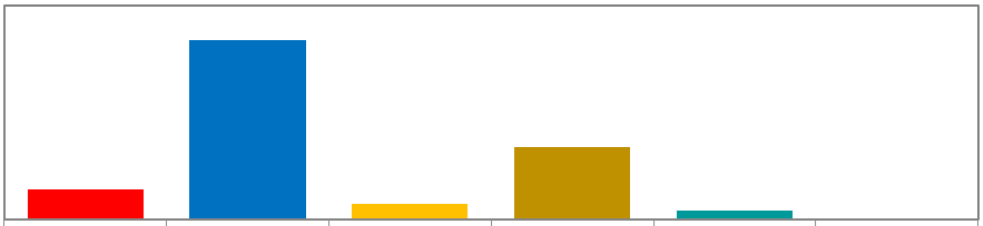
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	6,94	5,01	4,29	4,42	3,76	3,47	3,74	4,27	4,10	5,13	4,93	4,73	7,47	4,76	3,78	4,55	3,29	3,32	3,84	3,88	3,51	4,27	4,84	5,14	7,43
PRECIO MEDIO (kg)	2,50	2,57	2,61	2,56	2,73	2,62	2,85	2,82	2,55	2,75	2,64	2,78	2,63	2,72	2,68	2,71	2,71	2,82	2,83	2,70	2,65	2,64	2,68	2,72	2,77

- **Canales**

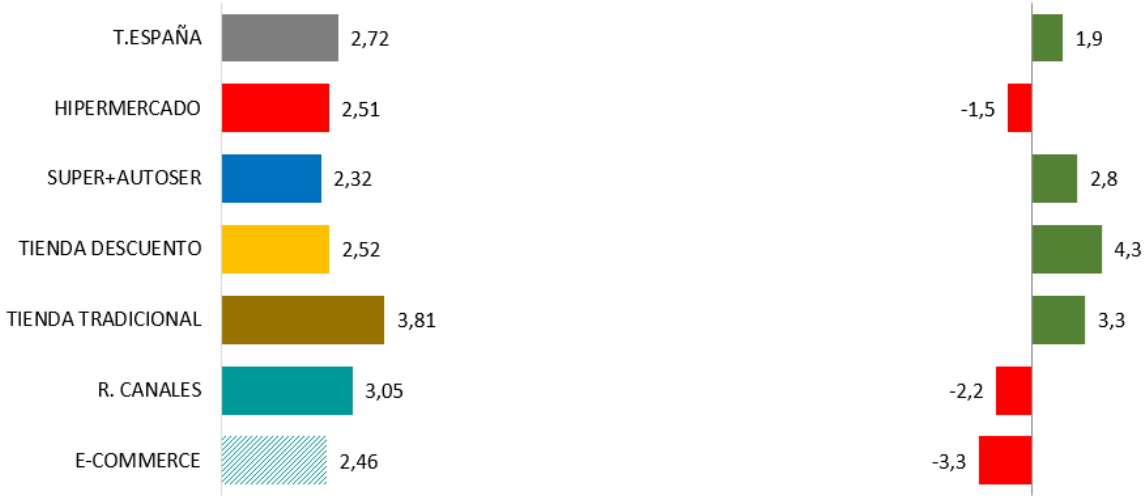
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	9,7	58,8	5,1	23,6	2,7	0,4
% EVOLUCION VOLUMEN kg	8,1	-5,0	-2,5	-10,1	-1,7	-19,6

El canal principal para la adquisición de mejillones por parte de los hogares es el supermercado, con el 58,8% de los kilos, y la tienda tradicional, con otro 23,6%, teniendo un descenso del -5,0% y del -10,1% respectivamente con respecto al año 2017.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio para mejillones en 2018 se sitúa en 2,72€/Kilo, siendo un 1,9% superior al año 2017. La tienda descuento es la plataforma que aumenta significativamente su precio (+4,3%) llegando a situarse en 2,52€/kilo. El Supermercado es el más económico, 2,32 €/kilo, aunque sufre un aumento del 2,8% con respecto a 2017.

- **Demográficos**

Mejillones	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**1,15**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	19,45	1,45
MEDIA	30,71	30,90	1,11
MEDIA BAJA	26,56	26,00	1,15
BAJA	26,42	23,65	1,03
- 35 AÑOS	13,63	5,51	0,48
35 A 49 AÑOS	32,24	22,20	0,65
+ 50 AÑOS	54,13	72,29	1,75
CATALUÑA	16,03	20,18	1,53
ARAGON	2,92	3,04	1,22
BALEARES	2,43	1,70	0,87
VALENCIA	10,86	13,68	1,52
MURCIA	2,94	3,15	1,16
T.ANDALUCIA	17,52	14,51	0,88
MADRID	14,00	11,14	0,94
CASTILLA LA MANCHA	4,24	3,37	0,85
EXTREMADURA	2,34	1,02	0,45
CASTILLA LEON	5,53	7,68	1,65
GALICIA	5,92	7,90	1,50
ASTURIAS	2,47	3,41	1,66
CANTABRIA	1,29	1,21	1,15
PAIS VASCO	4,84	5,41	1,38
LA RIOJA	0,70	0,78	1,30
NAVARRA	1,40	0,82	0,73
CANARIAS	4,57	0,98	0,24
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	1,34	0,68
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	6,10	0,87
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	5,92	0,37
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	13,34	0,70
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,35	1,18
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	4,76	0,75
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	16,83	1,98
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,58	1,67
RETIRADOS	23,18	32,79	2,47

Las CCAA con peor evolución con respecto al año 2017 son Cantabria y la Comunidad Foral de Navarra, con un descenso en su consumo en torno al 40%. Mientras que las que mejor evolucionan son la Rioja y Castilla y León con evoluciones cercanas al 10%.

3.20.2.4 RESTO MARISCOS

- **Resultados totales**

	2018	
	Consumo doméstico de Almejas,Berberecho	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	22.145,10	-12,2%
VALOR (Miles €)	195.109,41	-10,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,48	-12,6%
GASTO x CAPITA (€)	4,26	-10,7%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,08	-12,1%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,28	-11,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,81	2,1%

3.20.3 CONSERVAS

La categoría conservas de pescados/moluscos incluye los siguientes tipos: sardina, atún, chicharro/caballa, mejillón, berberecho, almeja, calamar, pulpo, anchoa, salmón ahumado, trucha ahumada, otros ahumados, y otras conservas de pescados/moluscos.

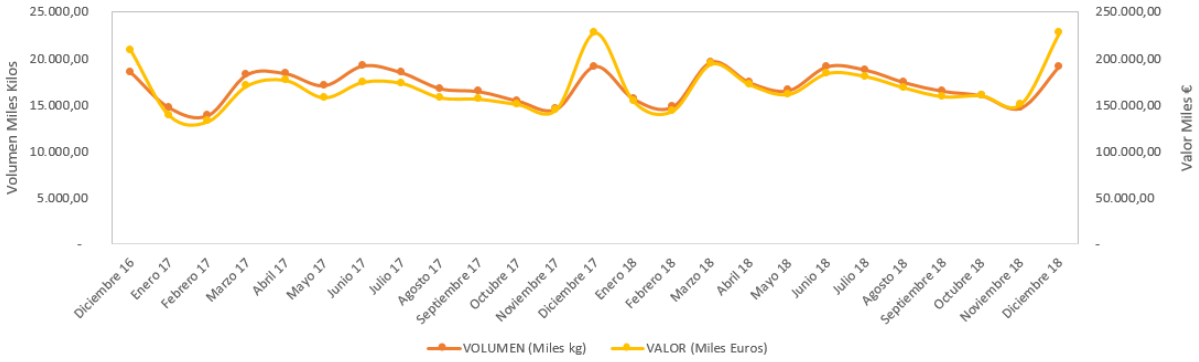
- **Resultados totales**

A diferencia de los pescados y los mariscos, la compra de conservas se incrementa un 1,6%. El valor crece en mayor proporción (+4,8%) apoyado en un aumento de precio de un 3,1%, cerrando en un precio medio de 10,01€/kg.

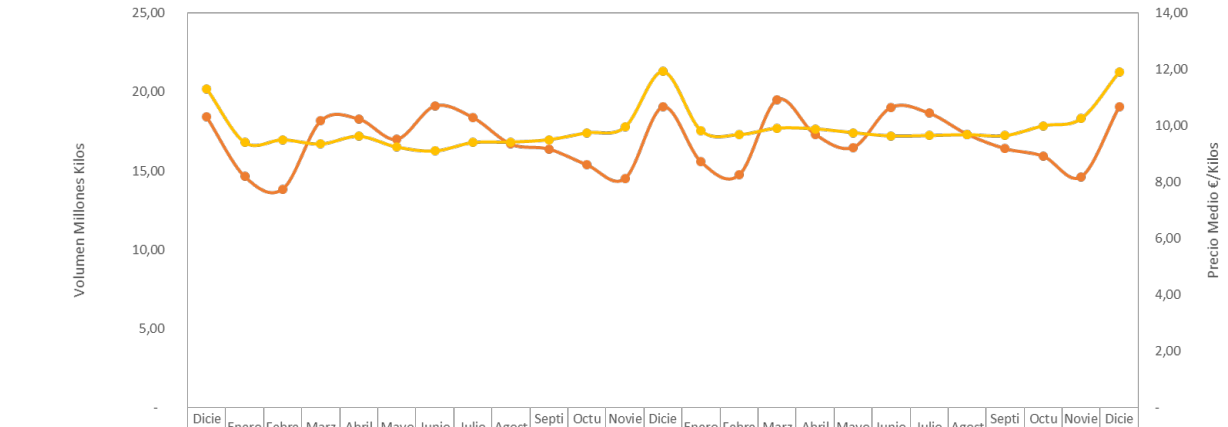
El consumo per cápita es de 4,47 kg por persona y año, aumentando un 1,2%. El gasto per cápita crece de forma significativa un 4,4%, siendo la cantidad invertida por persona y año de 44,73€, el equivalente a 1,88€ más en comparación con el año anterior.

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas de Pescado/Molusco	% Variación 2018 vs. 2019
VOLUMEN (Miles kg)	204.658,01	1,6%
VALOR (Miles €)	2.047.609,88	4,8%
CONSUMO x CAPITA (kg)	4,47	1,2%
GASTO x CAPITA (€)	44,73	4,4%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,71	1,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	2,99	3,2%
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,01	3,1%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



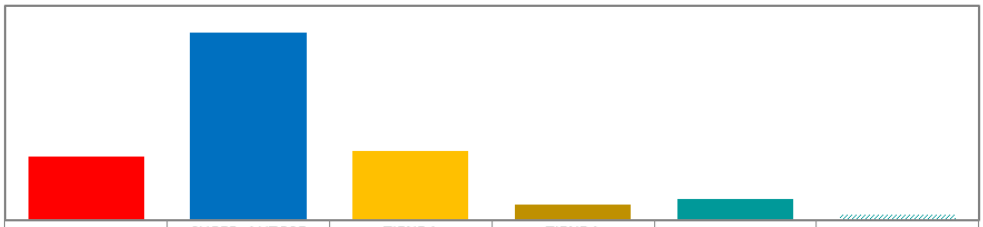
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	18,4	14,6	13,8	18,1	18,2	17,0	19,1	18,3	16,6	16,3	15,3	14,5	19,0	15,5	14,7	19,5	17,3	16,4	19,0	18,6	17,3	16,4	15,9	14,6	19,0
PRECIO MEDIO (kg)	11,3	9,41	9,50	9,35	9,63	9,25	9,11	9,40	9,42	9,51	9,75	9,95	11,9	9,83	9,69	9,92	9,89	9,76	9,64	9,66	9,69	9,65	10,0	10,2	11,9

- **Canales**

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

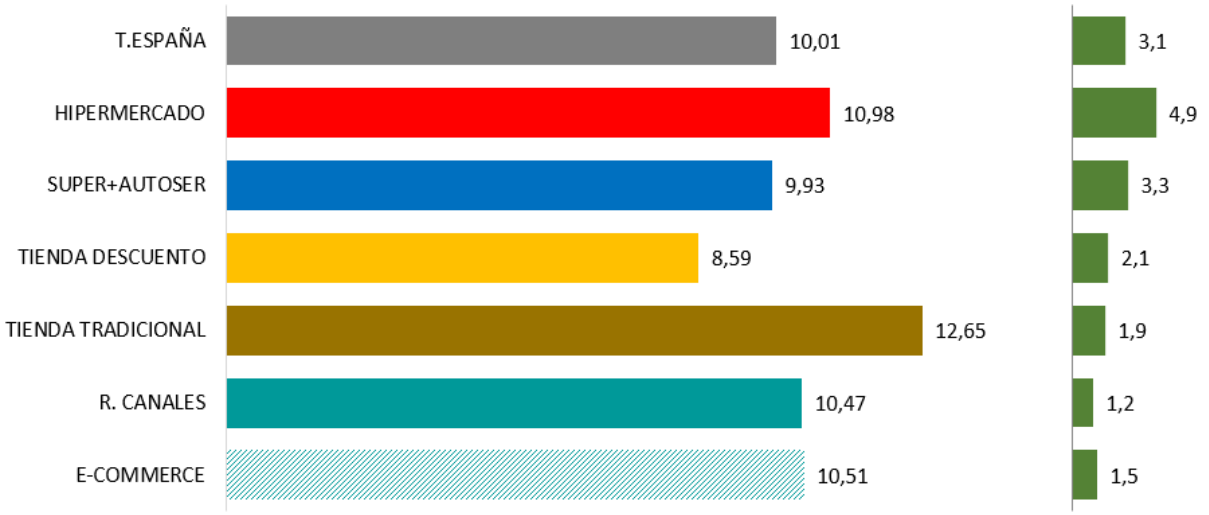


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	17,7	52,6	19,5	4,4	5,8	1,5
% EVOLUCION VOLUMEN kg	1,0	2,4	0,7	-5,1	5,1	24,8

El canal favorito para la adquisición de conservas es el supermercado y autoservicio con el 52,6% de los kilos, y continúa en aumento (+2,7%). La tienda de descuento y el hipermercado representan conjuntamente un 37,2% del mercado, y también evolucionan de forma positiva, pero con unos incrementos más contenidos (+0,7% y +1,0% respectivamente).

La tienda tradicional se convierte por tanto en el único canal que pierde relevancia dentro de la categoría con una evolución negativa de -5,3%.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



El precio medio de las conservas cerró en los 10,01€/kg, con un incremento del +3,1% respecto a 2017. Se produce un aumento generalizado en el precio medio de todos los canales de compra, siendo el mayor de todos en el hipermercado (+4,9%). Es la tienda tradicional sin embargo el canal con el de precio menos competitivo (12,65€/kilo), que está un 26,5% por encima de la media y muestra un incremento de +1,9% con relación al año anterior.

- **Demográficos**

Conservas	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**4,47**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	18,60	5,37
MEDIA	30,71	32,09	4,46
MEDIA BAJA	26,56	25,96	4,24
BAJA	26,42	23,35	3,94
- 35 AÑOS	13,63	10,33	3,50
35 A 49 AÑOS	32,24	31,93	3,65
+ 50 AÑOS	54,13	57,73	5,41
CATALUÑA	16,03	15,73	4,57
ARAGON	2,92	3,25	5,03
BALEARES	2,43	2,05	3,97
VALENCIA	10,86	10,40	4,43
MURCIA	2,94	3,71	5,33
T.ANDALUCIA	17,52	18,48	4,36
MADRID	14,00	13,54	4,47
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,52	4,37
EXTREMADURA	2,34	2,57	4,57
CASTILLA LEON	5,53	4,96	4,05
GALICIA	5,92	5,45	4,03
ASTURIAS	2,47	2,41	4,69
CANTABRIA	1,29	1,26	4,78
PAIS VASCO	4,84	5,05	5,01
LA RIOJA	0,70	0,61	4,19
NAVARRA	1,40	1,11	3,67
CANARIAS	4,57	4,92	4,69
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,62	7,16
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,15	4,55
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	10,34	2,53
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	17,12	3,48
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,03	4,43
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	5,97	3,63
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	13,29	6,06
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	5,73	8,13
RETIRADOS	23,18	21,76	6,32

El perfil de hogar consumidor de conservas en España a cierre de año 2018 se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos medianos y mayores, así como parejas adultas sin hijos. El volumen de compra decreció en hogares formados por parejas jóvenes sin hijos (-6,3%), parejas con hijos pequeños (-2,2%) y retirados (-1,8%), si bien el incremento en compra es trasversal para el resto de las tipologías de hogar destacando la del +15,6% de los adultos independientes.

Por su parte las CCAA con mayor consumo de conservas son Andalucía, Murcia, Aragón, y País Vasco. Cantabria y LA Rioja incrementan su volumen de compra a doble dígito respecto al año anterior. De lado contrario se sitúa Comunidad Foral de Navarra, que pierde un 9,1% del volumen con respecto a la cifra registrada durante el año 2017, y Castilla y León, con una caída del -4,2%.

3.20.3.1 ATÚN

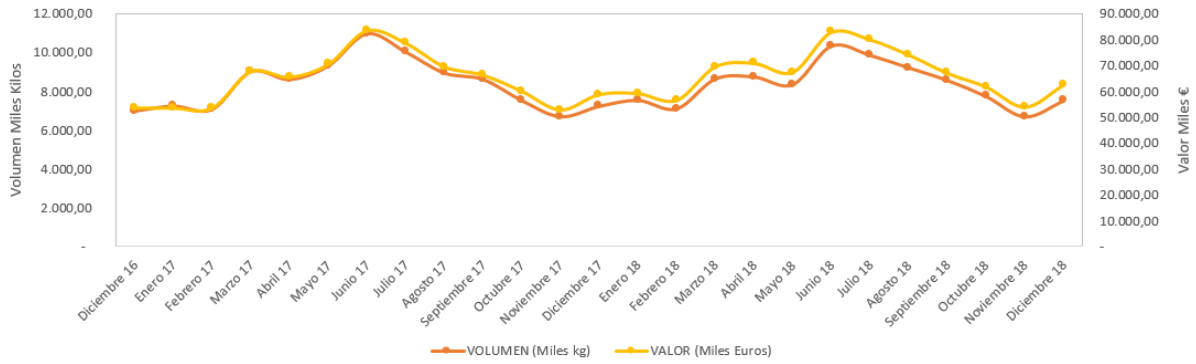
- **Resultados totales**

El consumo de Atún sufre un descenso del 1,0% mientras que su valor aumenta un 3,2% con respecto al año 2017. El aumento en su facturación viene provocado por el aumento del 4,2% del precio medio, llegando este a situarse en 8,03€/kilo.

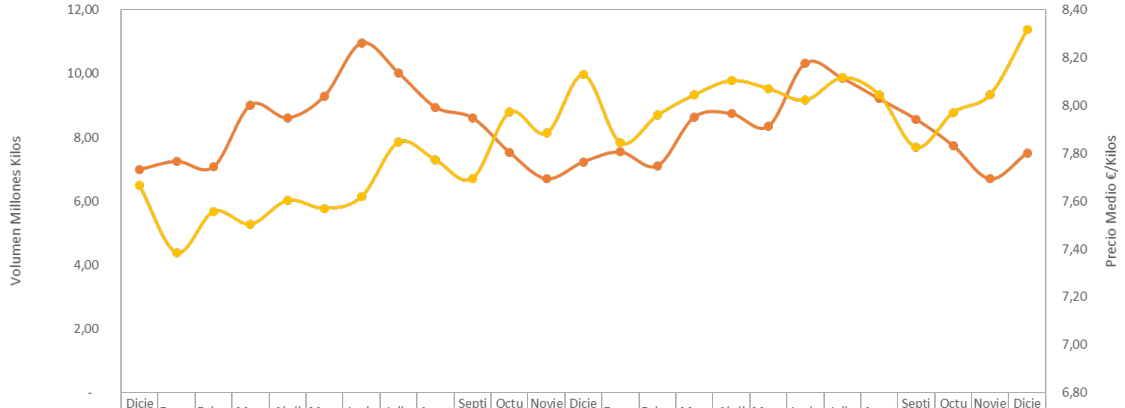
El consumo per cápita es de 2,19 kg por persona y año, descendiendo un -1,4%. El gasto per cápita crece un 2,8%, siendo la cantidad invertida por persona y año de 17,60€.

	2018	
	Consumo doméstico de Atún	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	100.290,96	-1,0%
VALOR (Miles €)	805.508,13	3,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	2,20	-1,0%
GASTO x CAPITA (€)	17,65	3,2%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,35	-0,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	1,18	1,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,03	4,2%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)



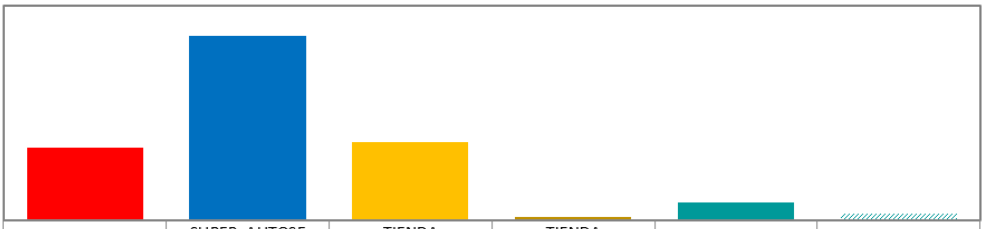
Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	6,99	7,25	7,08	9,02	8,61	9,30	10,9	10,0	8,94	8,62	7,54	6,71	7,24	7,54	7,11	8,64	8,75	8,35	10,3	9,85	9,21	8,56	7,74	6,70	7,51
PRECIO MEDIO (kg)	7,66	7,39	7,56	7,50	7,60	7,57	7,62	7,85	7,77	7,69	7,97	7,88	8,13	7,84	7,96	8,04	8,10	8,07	8,02	8,12	8,04	7,82	7,97	8,05	8,32

- **Canales**

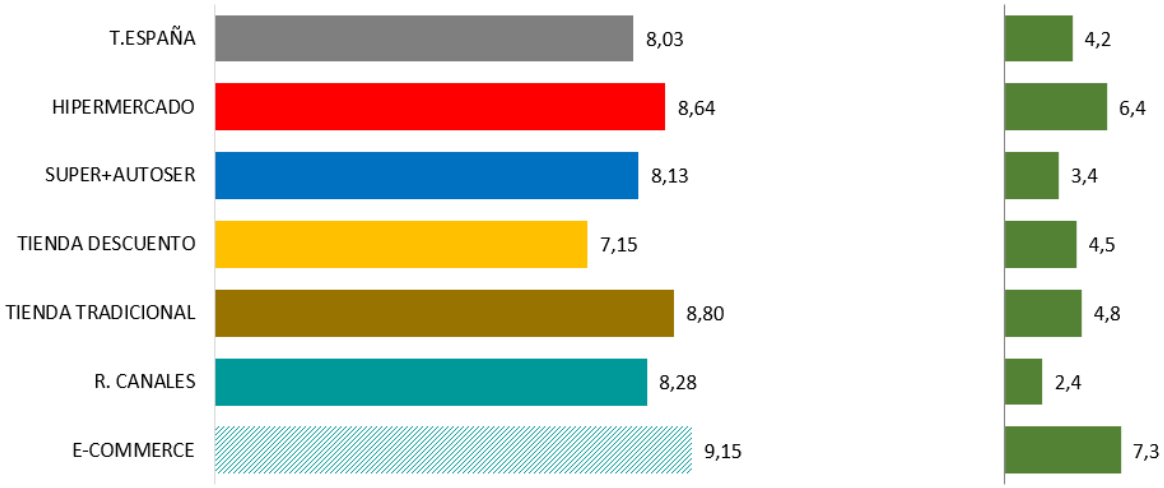
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)



	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	20,3	51,7	21,9	1,0	5,0	1,9
% EVOLUCION VOLUMEN kg	0,8	-2,6	-0,8	2,0	8,4	38,3

El canal favorito para la adquisición de atún es el supermercado y autoservicio con el 51,7% de los kilos, con un descenso del -2,6%. La tienda de descuento y el hipermercado representan conjuntamente un 42,2% del mercado.

Precio medio (€/kg) por canales (2018 vs 2017)



La tienda tradicional es la plataforma más cara llegando a tener un precio de 8,80€/kilo, y aumentándolo un 4,8% con respecto a 2017. Todas las plataformas aumentan su precio con respecto a 2017, siendo, además de la tienda tradicional, el hipermercado y la tienda descuento quienes lo realizan por encima de Total España.

- **Demográficos**

Atún	% Población	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	**100,00**	**100,00**	**2,20**
ALTA Y MEDIA ALTA	16,31	17,64	2,50
MEDIA	30,71	32,30	2,21
MEDIA BAJA	26,56	26,69	2,24
BAJA	26,42	23,37	1,95
- 35 AÑOS	13,63	11,96	1,99
35 A 49 AÑOS	32,24	33,71	1,88
+ 50 AÑOS	54,13	54,33	2,51
CATALUÑA	16,03	15,45	2,24
ARAGON	2,92	2,95	2,25
BALEARES	2,43	2,16	2,10
VALENCIA	10,86	10,34	2,19
MURCIA	2,94	3,90	2,75
T.ANDALUCIA	17,52	19,92	2,30
MADRID	14,00	12,06	1,94
CASTILLA LA MANCHA	4,24	4,11	1,97
EXTREMADURA	2,34	2,62	2,23
CASTILLA LEON	5,53	4,48	1,84
GALICIA	5,92	5,65	2,04
ASTURIAS	2,47	2,69	2,49
CANTABRIA	1,29	1,21	2,18
PAIS VASCO	4,84	4,30	2,08
LA RIOJA	0,70	0,48	1,52
NAVARRA	1,40	1,05	1,78
CANARIAS	4,57	6,63	3,04
JOVENES INDEPENDIENTES	5,67	3,93	3,81
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	9,86	8,54	2,33
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	12,33	11,58	1,38
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	13,98	18,45	1,84
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,59	14,85	2,33
HOGARES MONOPARENTALES	6,50	6,48	1,94
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,05	12,04	2,71
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,84	4,89	3,39
RETIRADOS	23,18	19,24	2,76

Los hogares independientes, tanto jóvenes como mayores, son los que aumentan su consumo con respecto al año 2017, siendo sus evoluciones del 11,4% y del 8,9% respectivamente. Las Parejas jóvenes sin hijos son las que peor evolución tienen, descendiendo su consumo un 11,9% con respecto a 2017.

Las CCAA que consumen más que en 2017 son Comunidad de Madrid, Región de Murcia e Illes Balears. Aunque sus consumos no son superiores a su reparto poblacional. La Comunitat de Valencia y la Rioja son las que reducen su consumo en torno al 6% con respecto a 2017.

3.20.3.2 RESTO CONSERVAS

- **Resultados totales**

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Sardinas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	11.518,41	0,5%
VALOR (Miles €)	90.217,29	0,5%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,25	0,4%
GASTO x CAPITA (€)	1,98	0,5%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,04	0,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,13	-1,0%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,83	0,0%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Chicharro/Caballa	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	6.856,57	1,2%
VALOR (Miles €)	58.226,05	5,4%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,15	1,1%
GASTO x CAPITA (€)	1,28	5,3%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	1,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,08	3,8%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,49	4,2%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Mejillones	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	13.578,88	1,5%
VALOR (Miles €)	114.468,61	0,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,30	1,4%
GASTO x CAPITA (€)	2,51	0,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,05	1,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,17	-0,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	8,43	-0,6%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Berberechos	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	4.721,08	5,5%
VALOR (Miles €)	81.750,18	4,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,10	5,4%
GASTO x CAPITA (€)	1,79	3,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	5,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,12	2,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	17,32	-1,4%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Almejas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	1.054,59	-7,1%
VALOR (Miles €)	12.826,18	-8,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,02	-7,2%
GASTO x CAPITA (€)	0,28	-8,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,00	-6,9%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,02	-10,3%
PRECIO MEDIO (€/kg)	12,16	-1,9%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Calamares	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	4.409,39	-13,5%
VALOR (Miles €)	34.322,53	-1,9%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,10	-13,5%
GASTO x CAPITA (€)	0,75	-1,9%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	-13,3%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,05	-3,4%
PRECIO MEDIO (€/kg)	7,78	13,4%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Pulpo	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	465,52	-12,9%
VALOR (Miles €)	4.687,83	-8,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,01	-12,9%
GASTO x CAPITA (€)	0,10	-8,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,00	-12,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,01	-10,0%
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,07	5,0%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Anchoas	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	4.294,61	-1,8%
VALOR (Miles €)	85.820,37	1,7%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,09	-1,9%
GASTO x CAPITA (€)	1,88	1,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	-1,6%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,13	0,1%
PRECIO MEDIO (€/kg)	19,98	3,6%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Salmón Ahumado	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	7.023,46	12,5%
VALOR (Miles €)	174.786,69	13,6%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,15	12,4%
GASTO x CAPITA (€)	3,83	13,6%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	12,7%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,26	11,9%
PRECIO MEDIO (€/kg)	24,89	1,1%

	2018	
	Consumo doméstico de Conservas De Trucha Ahumada	% Variación 2018 vs. 2017
VOLUMEN (Miles kg)	210,07	-5,6%
VALOR (Miles €)	4.162,92	-3,0%
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,00	-5,6%
GASTO x CAPITA (€)	0,09	-3,0%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,00	-5,4%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,01	-4,5%
PRECIO MEDIO (€/kg)	19,82	2,8%

3.21 PLATOS PREPARADOS

La categoría platos preparados incluye las siguientes subcategorías: platos preparados en conserva, platos preparados congelados, sopas y cremas, pizza, resto de platos preparados de pasta, tortillas refrigeradas y otros platos preparados.

- **Resultados totales**

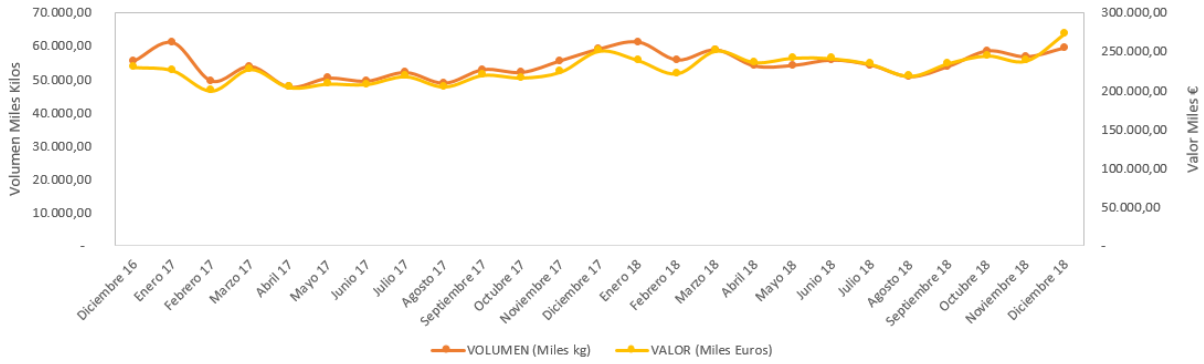
En 2018, continúa la tendencia de crecimiento en el consumo de platos preparados. Estos aumentan su presencia en el hogar en un 6,5% y su precio medio crece un 3,5% cerrando en 4,27 €/kg. De igual modo, crece esta categoría en términos de valor de forma muy significativa (+10,2%).

El consumo per cápita es de 14,67 kg/persona/año y el gasto per cápita de 62,69 €/persona/año. En ambos casos se ha producido un incremento: +6,1% en el caso del consumo y +9,8% en el del gasto.

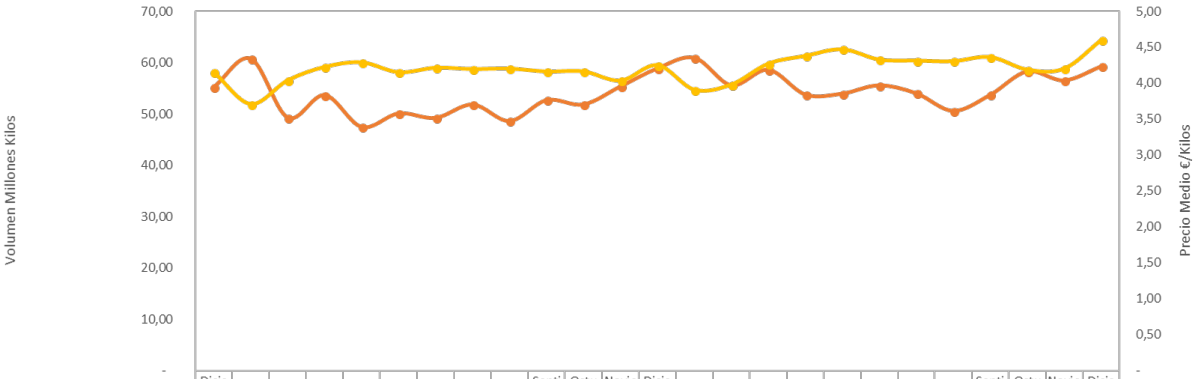
La categoría supone un 4,19% del gasto total en alimentación y bebidas para el hogar.

	Consumo doméstico de Platos Preparados en 2018	% Variación 2018 vs 2017
VOLUMEN (Miles kg)	671.423,16	6,5%
VALOR (Miles €)	2.870.018,35	10,2%
CONSUMO x CAPITA (kg)	14,67	6,1%
GASTO x CAPITA (€)	62,69	9,8%
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	2,33	6,8%
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	4,19	8,6%
PRECIO MEDIO (€/kg)	4,27	3,5%

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles kg)

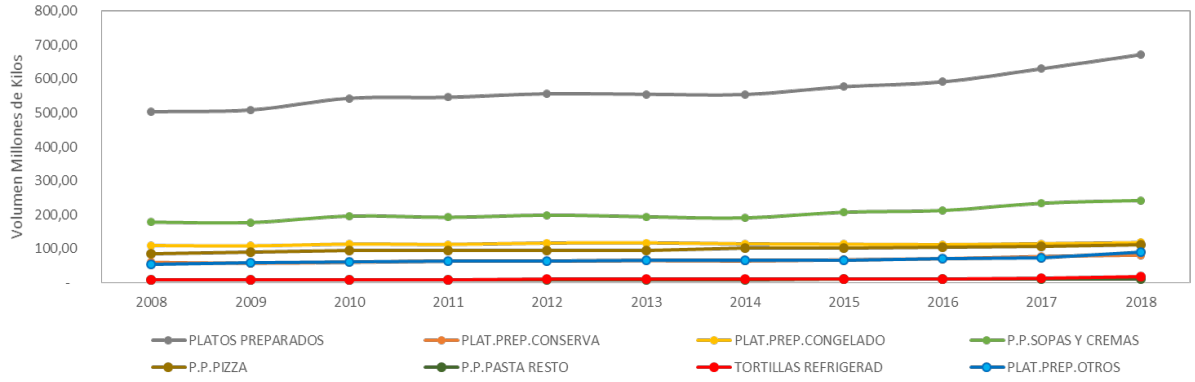


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg)



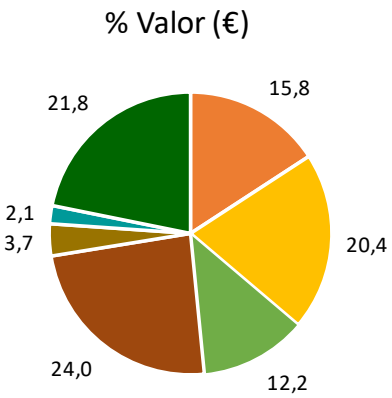
	Diciembre 16	Enero 17	Febrero 17	Marzo 17	Abril 17	Mayo 17	Junio 17	Julio 17	Agosto 17	Septiembre 17	Octubre 17	Noviembre 17	Diciembre 17	Enero 18	Febrero 18	Marzo 18	Abril 18	Mayo 18	Junio 18	Julio 18	Agosto 18	Septiembre 18	Octubre 18	Noviembre 18	Diciembre 18
VOLUMEN (Millones kg)	55,3	60,8	49,3	53,7	47,4	50,1	49,2	51,8	48,6	52,7	51,8	55,4	58,9	61,0	55,6	58,6	53,8	54,0	55,6	54,0	50,6	53,7	58,3	56,5	59,3
PRECIO MEDIO kg	4,15	3,71	4,04	4,23	4,29	4,15	4,22	4,20	4,20	4,16	4,16	4,04	4,25	3,91	3,98	4,27	4,38	4,47	4,33	4,32	4,31	4,37	4,19	4,20	4,60

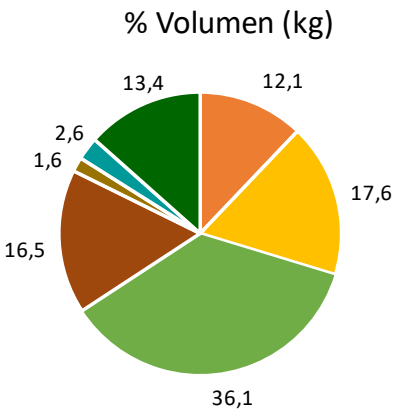
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Desde el año 2014 se evidencia un aumento en la compra de platos preparados para consumo doméstico. En términos de evolución en volumen, desde 2014, el aumento es más notorio en el caso de los platos preparados en conserva (+26,9%) que en el de los platos preparados congelados (+3,2%).

- **Importancia de los tipos de platos preparados**





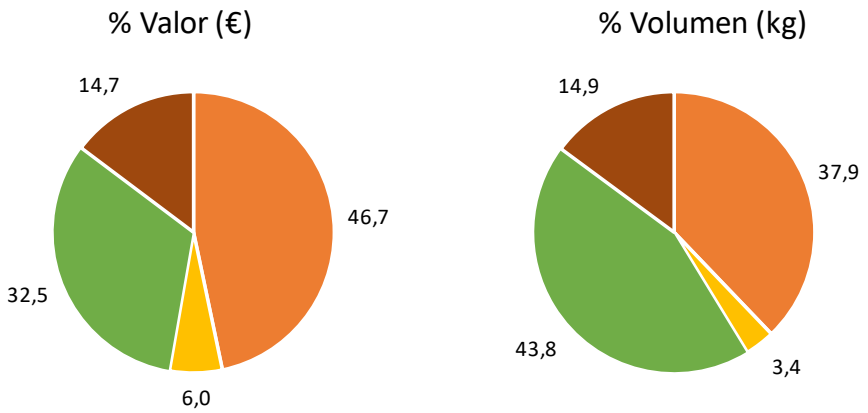
% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
PLATOS PREPARADOS	10,2%	6,5%
PLATOS PREPARADOS EN CONSERVA	8,6%	5,3%
PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	3,3%	2,8%
SOPAS Y CREMAS	5,1%	3,4%
PIZZA	5,6%	4,0%
PASTA RESTO	-2,3%	3,3%
TORTILLAS REFRIGERADAS	31,2%	24,2%
OTROS	30,5%	24,6%

Sopas y cremas son los platos preparados que tienen una mayor proporción en volumen dentro de los hogares españoles a cierre de año 2018 con un 36,1% de los kilos. En valor, sin embargo, su cuota es mucho menor: 12,2%. Su variación tanto en volumen como en valor es positiva con incrementos del 3,4% y 5,1% respectivamente.

Los platos preparados congelados son el siguiente tipo de platos preparados con mayor participación sobre el volumen total (17,6%) siendo el porcentaje aún mayor en el caso del valor, donde tiene un peso del 20,4%. Su consumo se ha incrementado con respecto al año 2017: en volumen ha crecido un 2,8%, mientras que en valor lo ha hecho un 3,3%.

En cuanto a los platos preparados de pizza, si bien son los terceros en cuanto a su cuota en volumen (16,5%), son los que cuentan con un peso mayor en valor, donde representan un 24,0%. En este caso también se ha producido una evolución favorable del volumen (+4,0%) y el valor (+5,6%).

Los platos preparados en conserva, también se sitúan en términos positivos durante el año 2018, con crecimientos por encima del 5% tanto en volumen como en valor (8,6%). Su cuota no es nada despreciable, si bien ocupa una cuarta posición en volumen, con una participación sobre el total con el 12,1% de los kilos. Mientras que en valor representa el 15,8% de la facturación total.

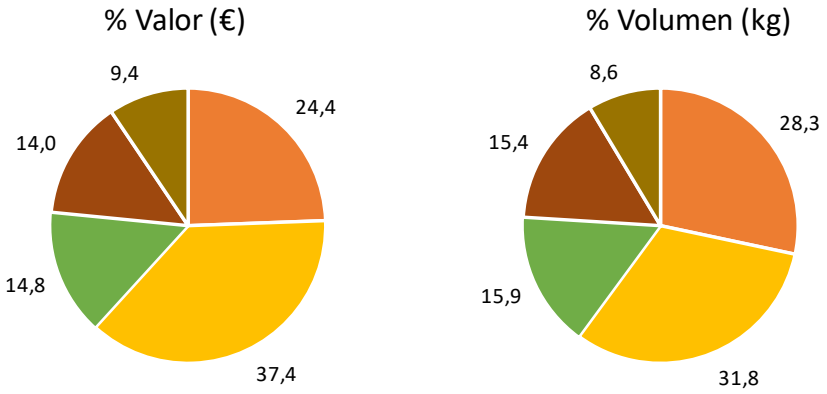


% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
PLAT.PREP.CONSERVA	8,6%	5,3%
P.P.CONSERVA CARNE	7,8%	4,8%
P.P.CONSERV PESCADO	18,0%	6,0%
P.P.CONSERV VEGETAL	4,7%	3,0%
P.P.CONSERVA PASTA	16,9%	13,7%

Tal como comentábamos anteriormente, los platos preparados en conserva, representan el 12,1% del volumen y el 15,8% de la facturación total de los platos preparados. Como vemos su evolución por parte de los hogares españoles a cierre de año 2018 es favorable y crece en las dos variables analizadas.

Dentro de los platos preparados en conserva, la mayor cuota es para las conservas vegetales con el 43,8% del volumen, si bien su proporción en valor es algo menor, representan el 32,5% de la facturación. A cierre de 2018, se incrementó la compra para estos productos, creciendo también el valor (+3,0% y +4,7% respectivamente). El 37,9% de los kilos de los platos preparados en conserva se corresponden con el tipo de carne, siendo su cuota en valor más alta alcanzando casi 1 de cada 2 € de la categoría platos preparados en conserva. Su evolución con respecto al año 2017 es favorable.

Los platos preparados de pasta aumentan su presencia en los hogares de forma muy destacada (+13,7%) en volumen, con similar efecto en valor (+16,9%). Si bien actualmente su participación sobre el mercado total es del 14,9% en volumen.



% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
PLAT.PREP.CONGELADO	3,3%	2,8%
P.P.CONGELADO CARNE	8,3%	8,7%
P.P.CONGEL.PESCADO	5,1%	3,0%
P.P.CONGEL.VEGETAL	1,4%	1,3%
P.P.CONGELADO PASTA	0,4%	1,2%
OTROS P.P.CONGELADO	-7,3%	-8,7%

Si se observan los platos congelados son los de la variedad de pescado los que tienen una mayor concentración tanto en términos de volumen como valor en (31,8% y 37,4% respectivamente) ganan presencia en el hogar durante el año 2018. Le siguen los platos de carne con cuotas entorno al 25% en ambos casos, tanto en volumen como en valor, también tienen un destacado incremento tanto en compra como en facturación (por encima del 8% para ambos casos).

Los platos preparados vegetales que ocupaban el primer lugar en la parte en conserva, pasan a un tercer puesto en la modalidad congelada, con una proporción en volumen sobre el total del 15,9% y en valor del 14,8%, su variación con respecto al año 2017 es favorable, si bien es cierto, es más contenida que su segmento.

- ## Consumo per cápita de los tipos de platos preparados

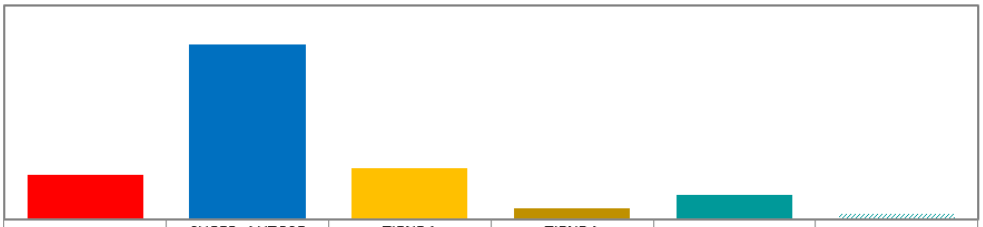
	Consumo per cápita (kg)	
	AÑO 2017	**AÑO 2018**
PLATOS PREPARADOS	**13,82**	**14,67**
PLATOS PREPARADOS EN CONSERVA	1,69	1,78
PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	2,52	2,58
SOPAS Y CREMAS	5,13	5,29
PIZZA	2,34	2,42
PASTA	0,23	0,24
TORTILLAS REFRIGERADAS	0,31	0,38
OTROS	1,59	1,97

El consumo per cápita durante el año 2018 fue de 14,67 kilogramos, una cantidad que varía con respecto a la cantidad ingerida en el año 2017 en +6,1%. De entre las diferentes variedades y tipos de platos preparados, son las sopas y cremas las que tienen un mayor consumo per cápita (5,29 kg/persona/año) con una evolución positiva del 3,0%.

Los platos preparados congelados son los siguientes con mayor consumo per cápita, que se sitúa en 2,58 kg y varia +2,4%. La ingesta media de las pizzas es de 2,42 kg por persona y año, lo que implica un aumento del 3,6%. En el resto de las variedades o de los diferentes tipos de alimentos pertenecientes a la categoría de platos preparados, el consumo per cápita se sitúa por debajo de los 2 kilos por persona y periodo de estudio. Sin embargo, es importante destacar que todas las evoluciones fueron positivas en comparación con lo ingerido en el año 2017, es decir se consume cada vez más este tipo de productos por persona y año.

- ## Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2018 vs 2017)

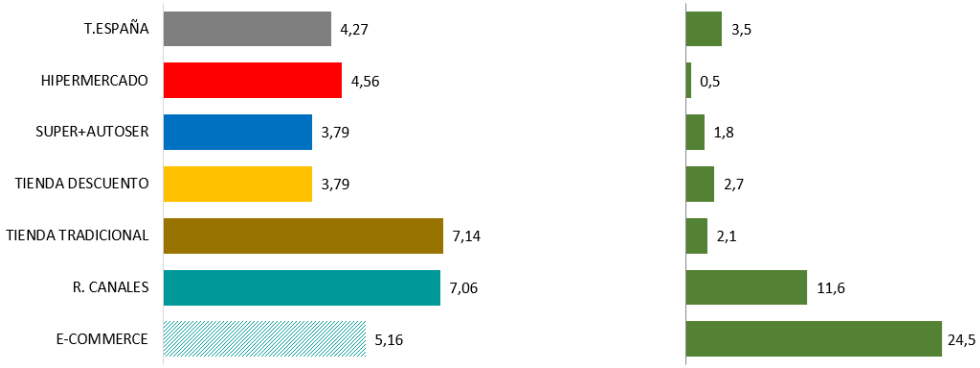


	HIPERMERCADO	SUPER+AUTOSER	TIENDA DESCUENTO	TIENDA TRADICIONAL	R. CANALES	E-COMMERCE
% VOLUMEN X CANAL	14,6	57,2	16,9	3,5	7,8	1,8
% EVOLUCION VOLUMEN kg	4,2	6,6	2,2	5,8	22,3	20,3

La evolución en volumen es positiva para todos los canales, siendo especialmente notoria en el grupo del “resto de canales”, con un crecimiento del 22,3%, incluyendo el e-commerce que crece un 20,3%. En todo caso, este grupo sólo representa alrededor del 7,8% de volumen de ventas de la categoría.

El canal dinámico (hipermercado, supermercado y autoservicio y tiendas de descuento) sigue siendo el canal principal para la compra de platos preparados con un peso del 88,7% en su conjunto. Destacan los supermercados como el canal donde se compran casi dos tercios de los platos preparados, alcanzando una cuota de volumen del 57,2% que además crece un 6,6% en comparación con 2017.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2018 vs 2017)

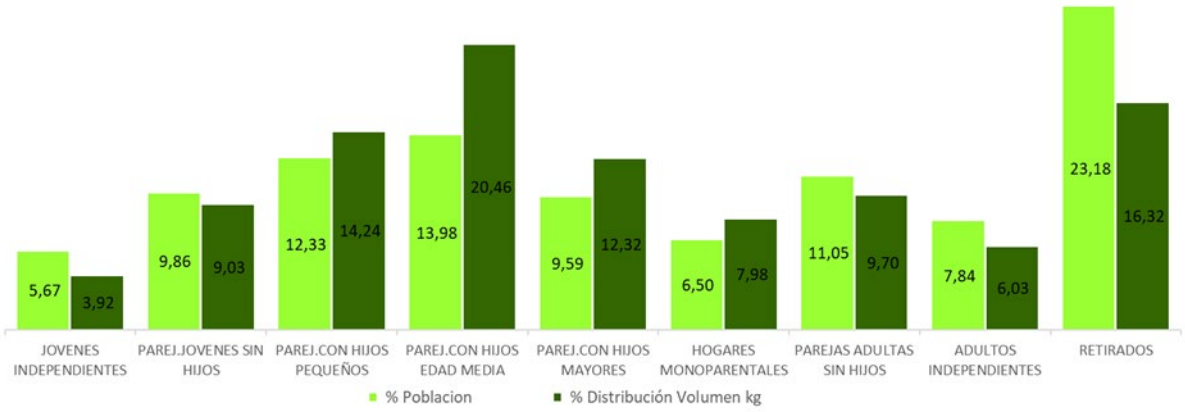


En 2018 se produce un incremento generalizado en el precio de los platos preparados, siendo el e-commerce y el resto canales donde se han producido los mayores aumentos (+24,5% y +11,6% respectivamente).

No obstante, el precio más caro lo encontramos en la tienda tradicional: 7,14€/kilo, un 67,0% por encima del precio medio del mercado. Contrariamente, supermercados y tienda de descuento se posicionan como el canal más asequible para comprar la categoría, con un precio de 3,79€/kg, siendo los únicos canales que se sitúan por debajo de la media nacional, con una diferencia de 0,49€/kg.

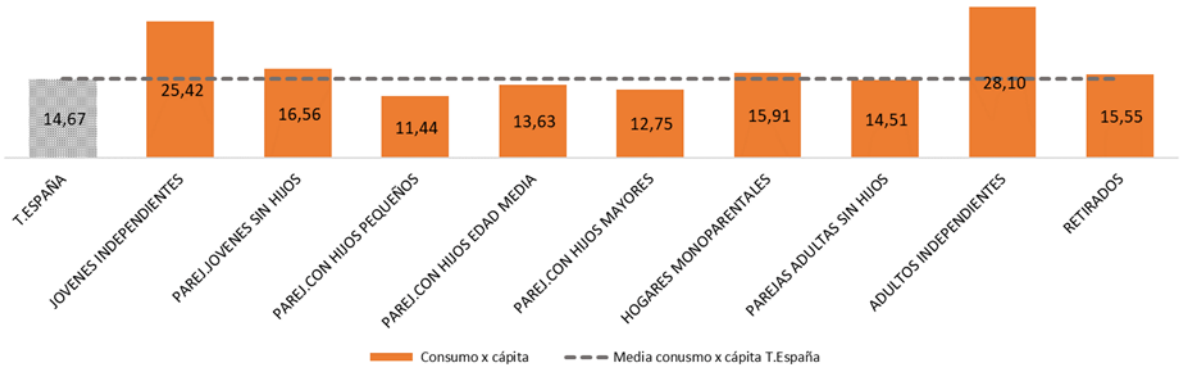
- ## Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2018)



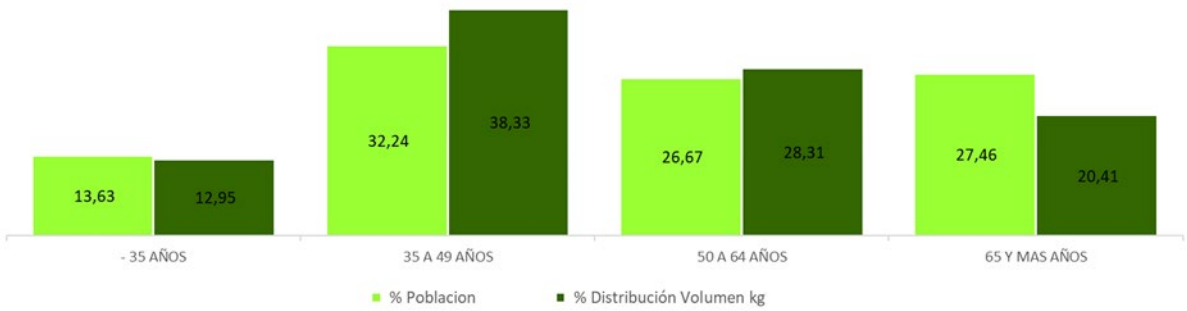
El perfil de hogar consumidor de platos preparados se corresponde con hogares formados por parejas con hijos medianos y mayores, al igual que parejas con hijos pequeños y hogares monoparentales. Quienes no se perfilan como hogares intensivos de la categoría son hogares formados por jóvenes independientes y retirados.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2018)



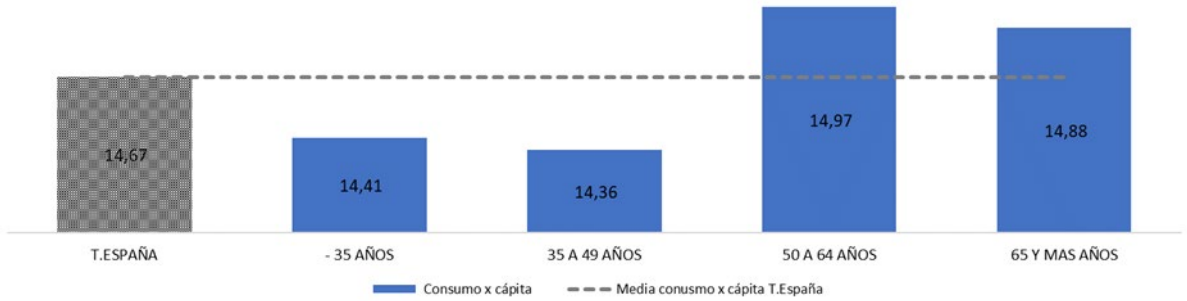
El consumo per cápita de la categoría de estudio en el año 2018 fue de 14,67 kg, los hogares formados por jóvenes y adultos independientes tienen un consumo per cápita superior a la media. Por el contrario, hogares formados por parejas con hijos pequeños, quienes menor consumo realizan de estos productos alimentarios, situándose por debajo de la media en una proporción de un 22% menos.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2018)



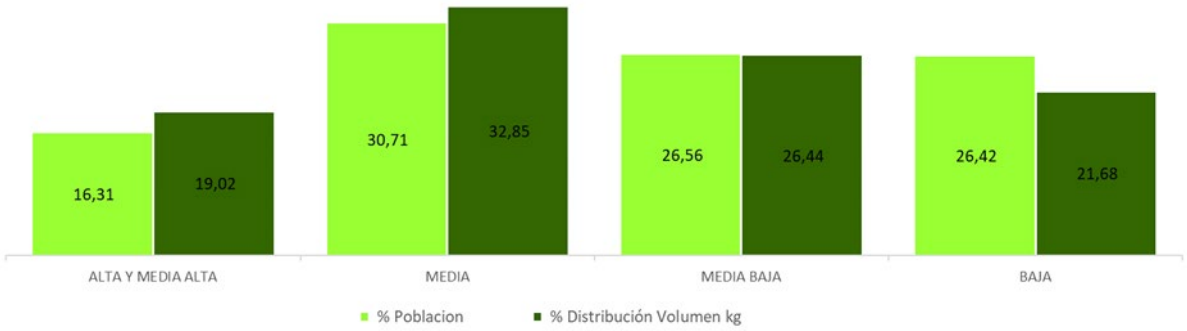
El perfil de hogar consumidor intensivo en la compra de platos preparados se corresponde con adultos jóvenes, con edades comprendidas entre los 35 y los 49 años, al igual que con adultos entre los 50 y los 64 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2018)



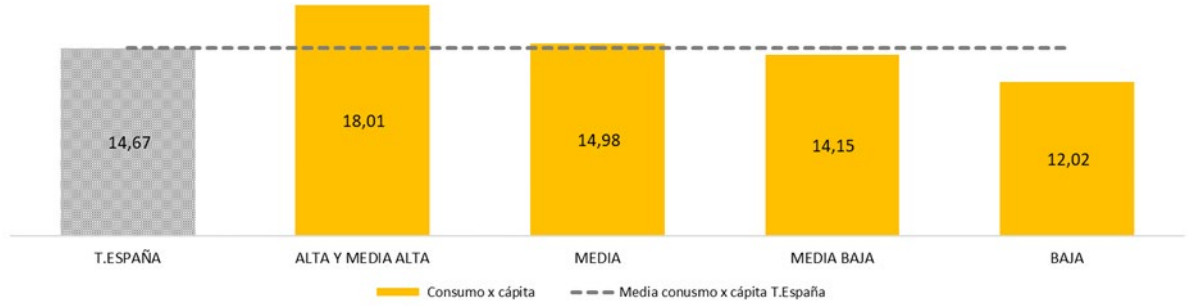
Los mayores de 50 años, fueron quienes durante el año 2018 realizaron el mayor consumo per cápita de platos preparados. Es especialmente superior en el caso de los mayores más jóvenes (50-64 años) su consumo se cerró en los 14,97 kilogramos por persona y año, siendo superior a la media nacional. Fueron aquellos situados en la franja de edad entre los 35-49 años quienes menor consumo de la categoría hicieron.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



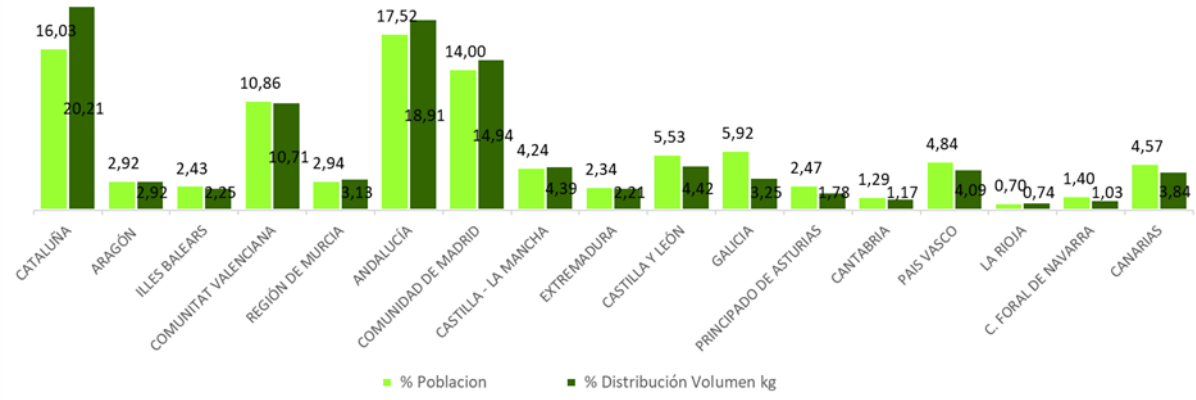
Hogares de clase socioeconómica alta y media alta, perfil intensivo en la compra de platos preparados.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



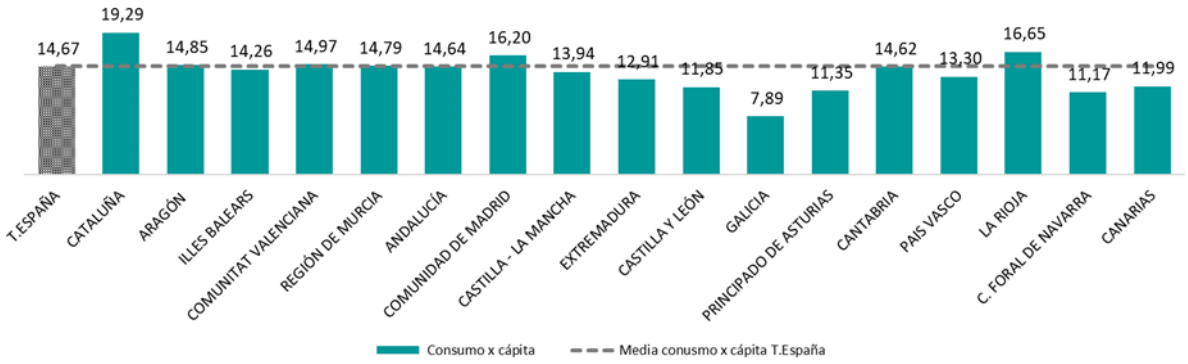
El consumo per cápita superior a la media (14,67 kg/persona/año) por clase socioeconómica se corresponde con la clase alta y media alta siendo su consumo a cierre de año 2018 de 18,01 kilos por persona y año, un 23% superior a la media.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2018)



Cataluña, Andalucía, así como la Región de Murcia y la Comunidad de Madrid se perfilan como comunidades intensivas en la compra de platos preparados durante el año 2018. Galicia y el Principado de Asturias, sin embargo, se sitúan en el lado opuesto.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2018)



Cataluña es la CCAA española que tiene el consumo per cápita más alto de toda España. Es un 32% más alto que la media, lo que equivale a una ingesta por persona y año de 4,62 kilos más de platos preparados. Galicia, se sitúa en el lado contrario, siendo un 46% inferior al dato promedio nacional.

4

EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

4 EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

4.1 CONSUMO TOTAL DE ALIMENTOS FUERA DE LOS HOGARES

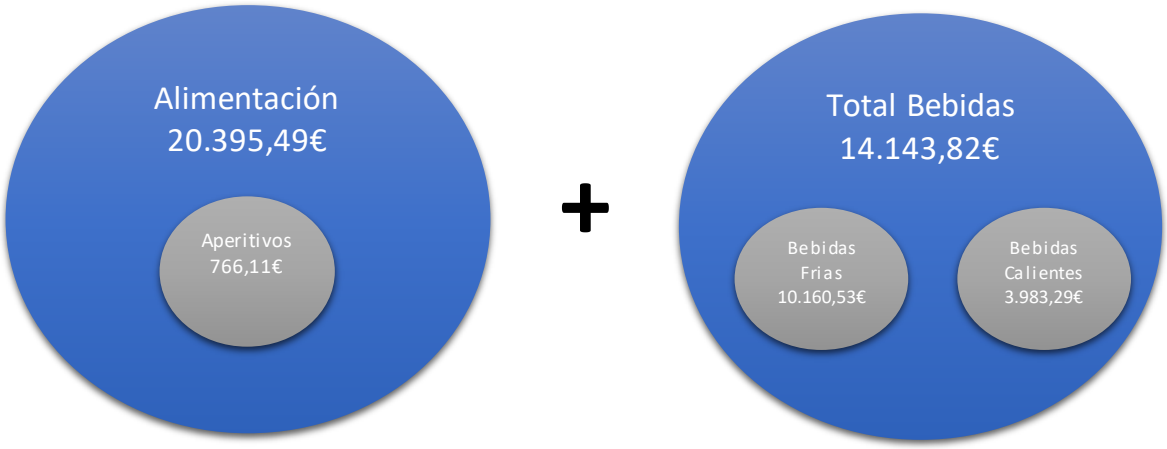
Los datos de este apartado buscan dar una perspectiva global del Panel de consumo extradoméstico al medir la demanda alimentos, bebidas y aperitivos[7].

- **Resultados totales de la alimentación**

El presente estudio permite cuantificar la demanda total de alimentos en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final, residente en España peninsular e Illes Balears, sin incluir el consumo realizado por el turismo. Por tanto, conviene tener en cuenta al revisar los datos que el turismo puede influir significativamente en los datos de consumo extradoméstico.

Gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar (2018)

34.539 Millones de €



El gasto en Alimentación que se produce fuera del hogar en el año 2018 alcanza los 34.539,32 millones de euros, los cuales son un 3,7% superior al producido en el año 2017.

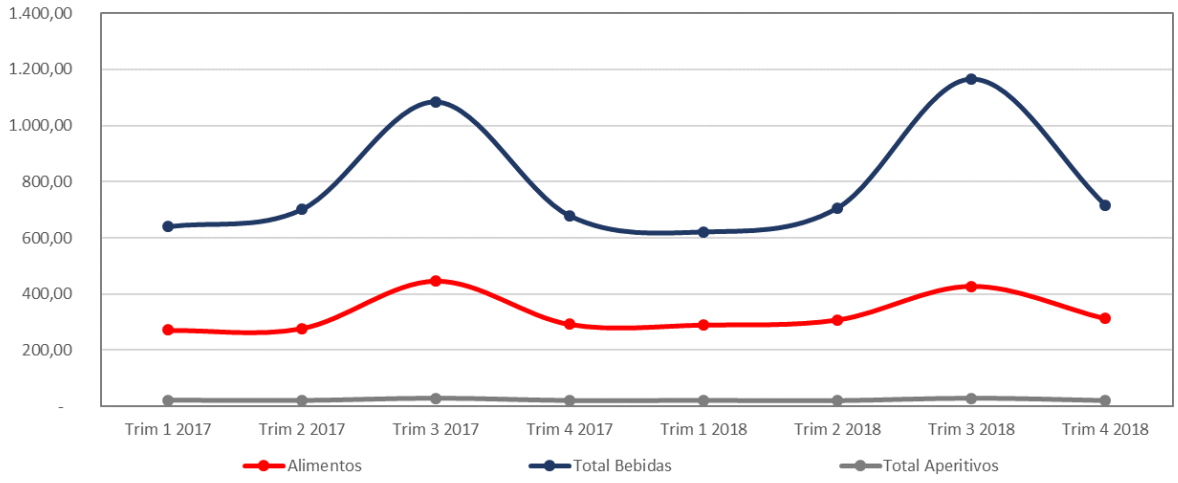
Estos millones se traducen en 16.432 millones de consumiciones, que igualmente aumentan un 1,9% con respecto al año 2017.

El gasto realizado por persona supera los 1.000€ anuales siendo un 3,7% superior al año anterior. El volumen consumido por persona alcanza los 138 kilos/litros por año, y que al igual que el valor aumenta un 3,5% con respecto a 2017.

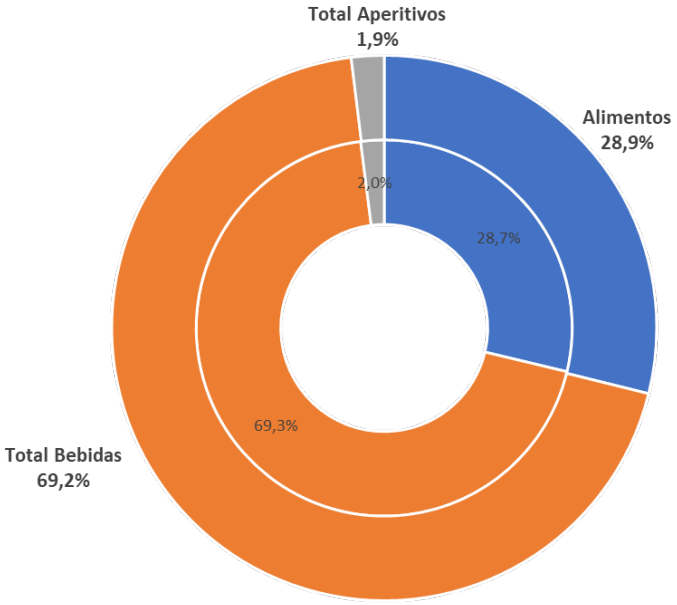
[7] Los datos de 2018 respecto a 2017 están calculados con muestra trimestral de 8.500 panelistas. Para comparar los datos de 2018 con los del año 2017, ha sido necesario recalcular los datos de 2017 con el mismo tamaño de la muestra trimestral que en 2018 (es decir, con 8.500 panelistas en lugar de 4.500). Con los datos de 2017 recalculados, se constata la tendencia creciente.

	Consumo extradoméstico de alimentación en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	16.432,19	1,9%
Volumen (Millones de kilos/litros)	4.637,41	3,5%
Valor (Millones de euros)	34.539,32	3,7%
% Penetración (población 15-75 años)	99,57	0,5%
Frecuencia (actos de consumo)	103,94	*
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	491,72	1,4%
Consumo por acto (consumiciones)	4,73	56,1%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	138,18	3,5%
Gasto per cápita (euros por individuo)	1.029,15	3,7%
Precio medio (€/kg o €/l)	7,45	*

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de alimentación**



Las bebidas son el producto más consumido fuera del hogar con un 69,2%, mientras que los alimentos constituyen el 28,9%.

- **Consumo per cápita de los tipos de alimentación**

La alimentación fuera del hogar supone un consumo per cápita de 138,2 kilos/litros por persona, siendo en 2018 un 3,5% superior al año 2017.

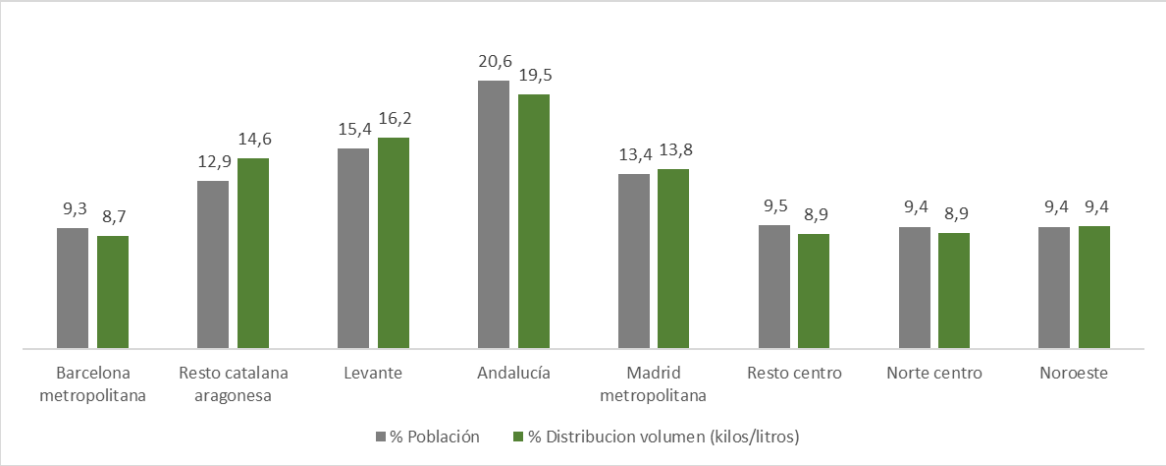
Los alimentos crecen un 4,0% en relación 2017, lo que supone un consumo de 39,9 kilos/litros por persona en 2018.

Las bebidas aumentan un 3,4% con respecto a 2017, alcanzando los 95,6 litros consumidos.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
Total Alimentacion	**133,6**	**138,2**
Alimentos	38,4	39,9
Total Bebidas	92,5	95,6
Total Aperitivos	2,7	2,7

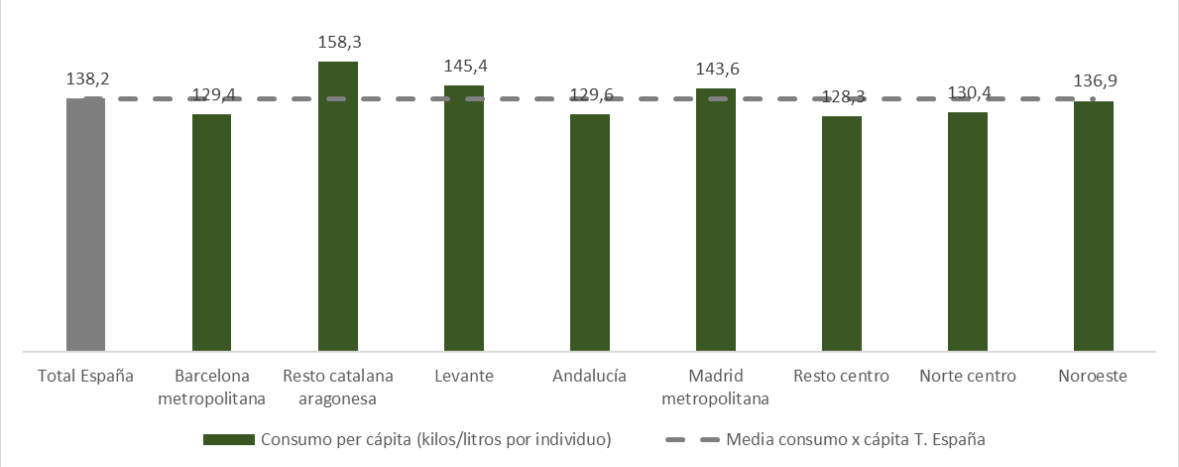
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por regiones (2018)



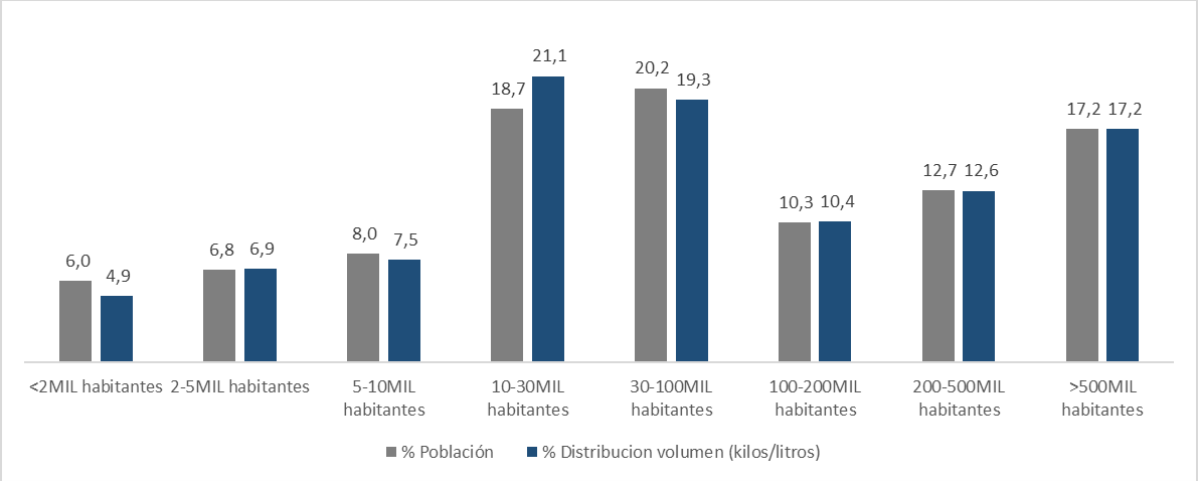
Resto catalana aragonesa, Levante y Madrid Metropolitana tienen un consumo en volumen superior a su peso relativo como población.

Consumo per cápita por regiones (2018)



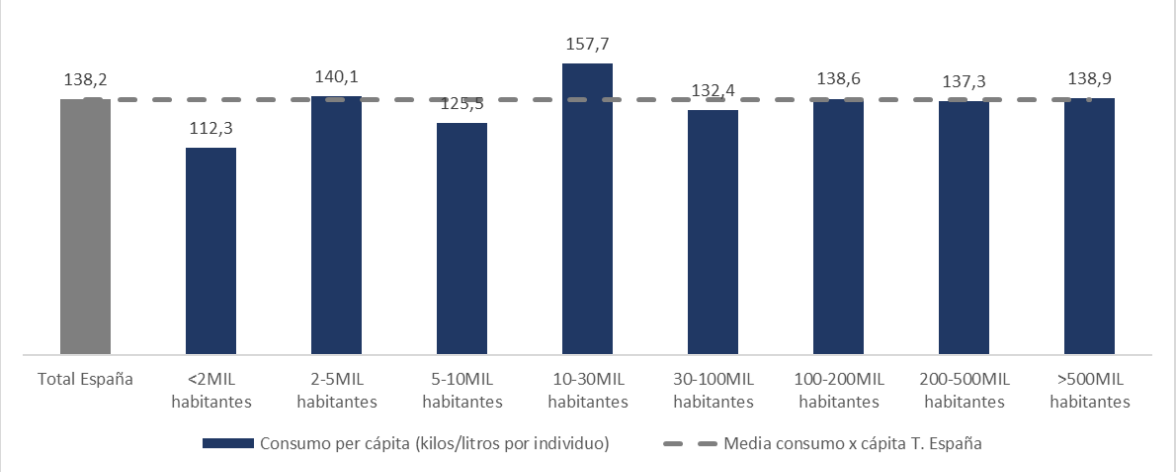
Al igual que en la distribución del volumen, el consumo per cápita en Resto catalana aragonesa, Levante y Comunidad de Madrid es superior a la media nacional (138,2 Kilos/litros por persona y año).

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2018)



Las poblaciones de 10 a 30 mil habitantes son las que tienen una compra superior a su población en un 12%.

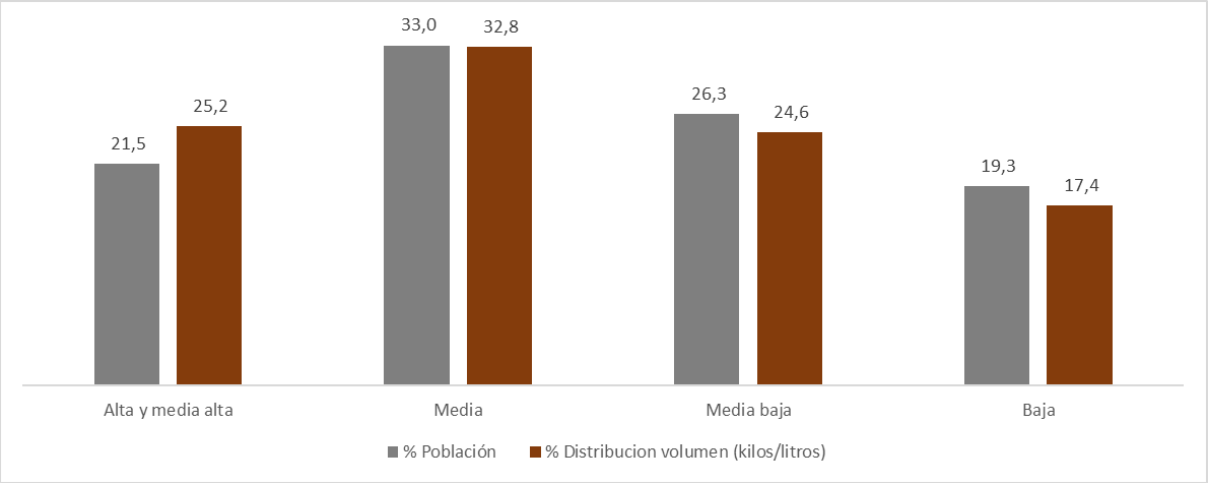
Consumo per cápita por hábitat (2018)



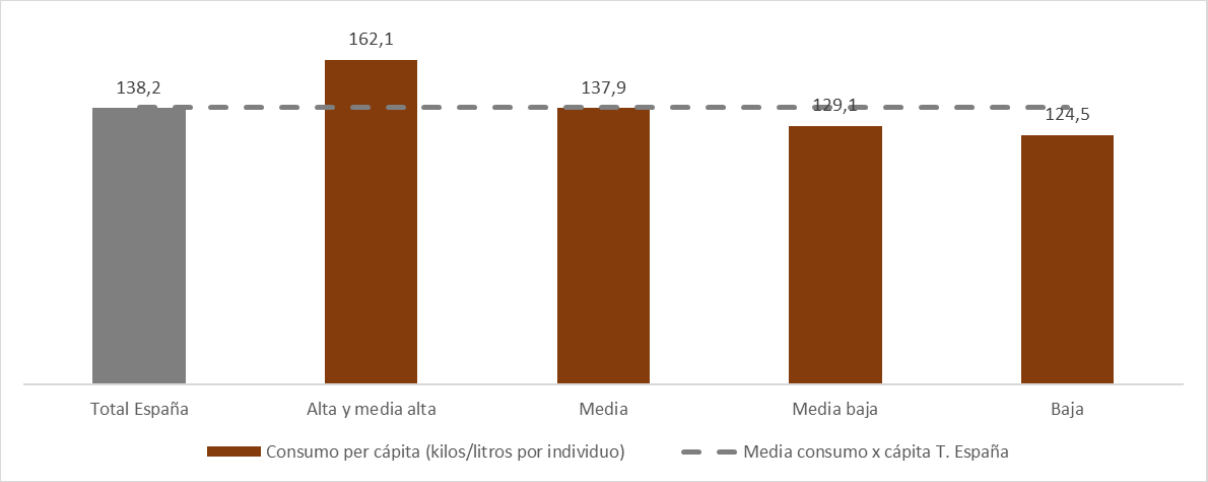
Las poblaciones de 10 a 30 mil habitantes son las que tienen un consumo per cápita más alto con 157,7 kilos/litros por persona, siendo la media de 138,2.

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)

La clase social alta y media alta es la única que tiene un volumen de consumo superior a su peso relativo como población, siendo este un 17% mayor.

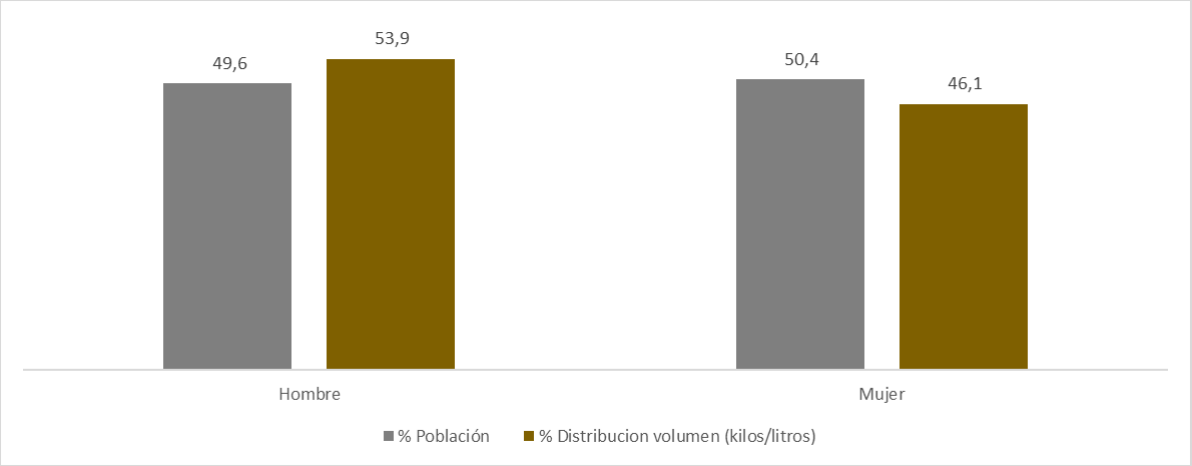


Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



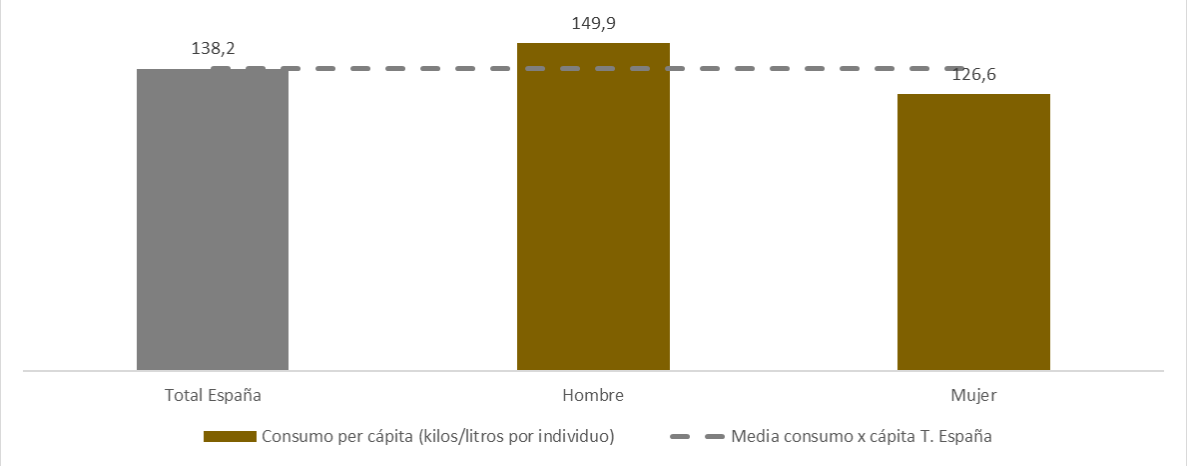
La clase social alta y media alta tiene un consumo per cápita de 162,1 kilos/litros por persona y año, siendo aproximadamente 25 kilos superior a la media nacional (138,2 kilos/litros)

% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2018)



Los hombres son los que copan la mayor parte del volumen.

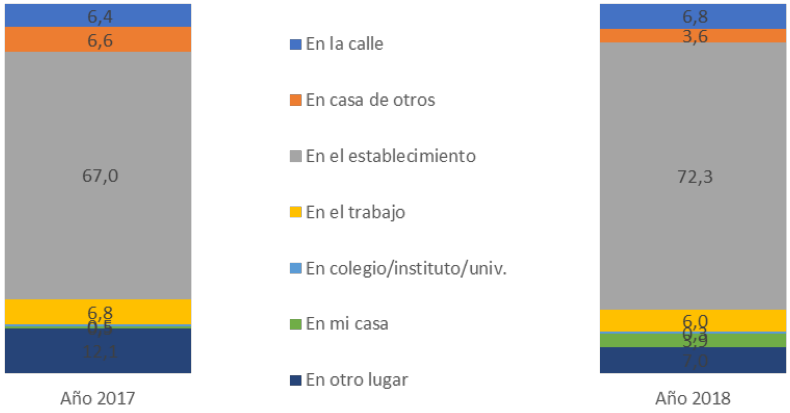
Consumo per cápita por sexo del comprador (2018)



Los hombres tienen un consumo per cápita superior a la media nacional, siendo de 149+,9 kilos/litros y 138,2 kilos/litros respectivamente.

- **Momentos de consumo**

En los siguientes gráficos se aprecia como el consumir en el establecimiento y el momento de consumo de la comida son los que mayor peso presentan.





4.1.1 TOTAL ALIMENTOS

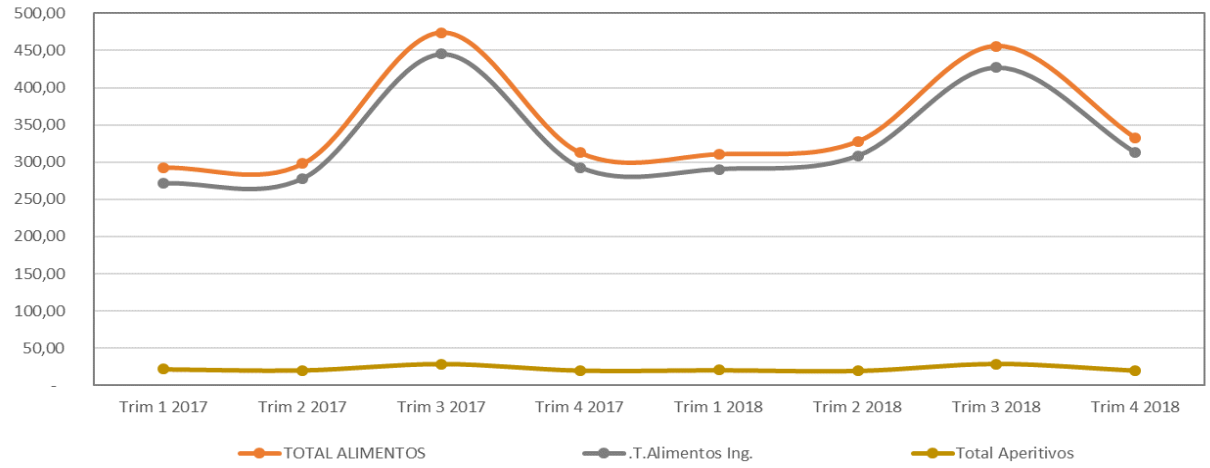
Incluimos dentro de total alimentos las categorías de: Aperitivos y Alimentos que esta a su vez incluye las carnes, los pescados y mariscos, derivados lácteos, frutas, verduras y hortalizas, aceite para aliño, pan, pastas, legumbres, arroz, batidos, bollería, galletas, helados y resto productos.

- **Resultados totales del total alimentos**

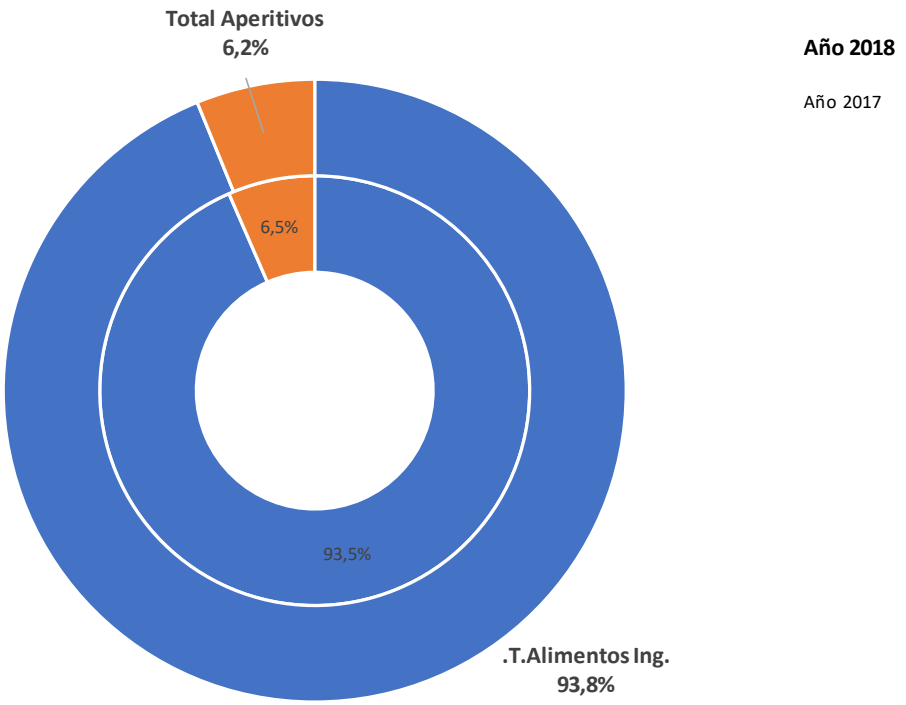
El gasto en alimentos fuera del hogar en el año 2018 supera en un 3,7% el gasto realizado en el año 2017, llegando a alcanzar los 20.395,49 millones de euros. Este gasto supone a cada un individuo un importe de 607,71€/año, lo que se traduce en un consumo de 42,51 kilos/persona/año.

	Consumo extradoméstico de total alimentos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	6.645,76	-1,1%
Volumen (Millones de kilos/litros)	1.426,83	3,6%
Valor (Millones de euros)	20.395,49	3,7%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	199,60	-1,7%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	42,51	3,5%
Gasto per cápita (euros por individuo)	607,71	3,7%
Precio medio (€/kg o €/l)	14,29	0,1%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de alimentos**



Los aperitivos suponen un 6,2% del volumen consumido en alimentos.

- **Consumo per cápita de los tipos de alimentos**

El consumo per cápita de total alimentos, es de 42,5 kilos/persona/año.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
TOTAL ALIMENTOS	**41,1**	**42,5**
.T.Alimentos Ing.	38,4	39,9
Total Aperitivos	2,7	2,6

4.1.1.1 ALIMENTOS

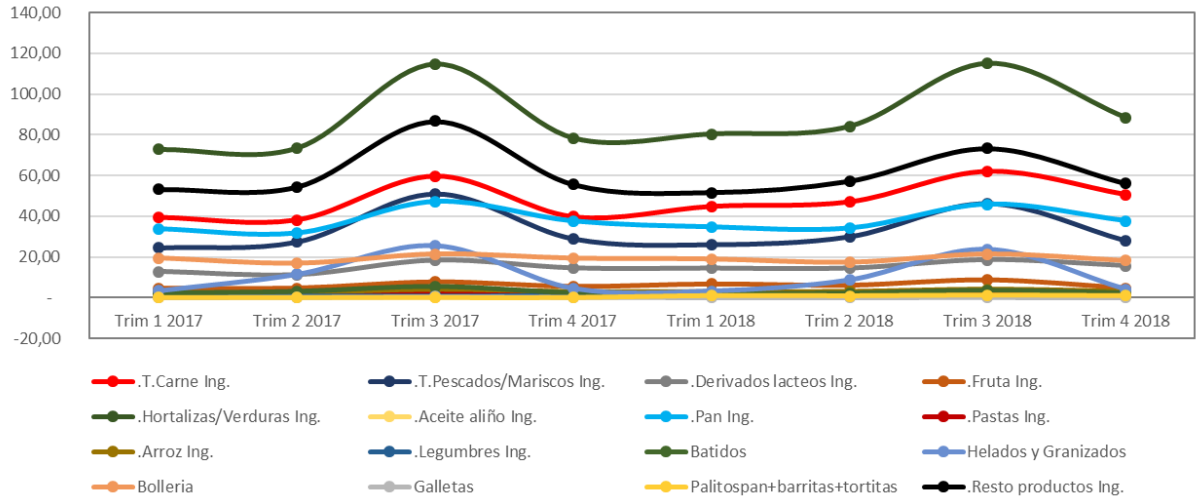
Incluimos dentro de alimentos las categorías de: carnes, pescados y mariscos, derivados lácteos, frutas, verduras y hortalizas, aceite para aliño, pan, pastas, legumbres, arroz, batidos, bollería, galletas, helados y resto productos.

- **Resultados totales de alimentos**

El gasto en alimentos en el año 2018 tiene un es un 3,8% superior al año 2017. El volumen llega a alcanzar los 1.338,96 millones de kilos/litros, un 4,0% más que en 2017, lo que supone que en consumo per cápita aumentamos un 4,0% con respecto a 2017 llegado a estar cerca de los 40kilos/persona/año.

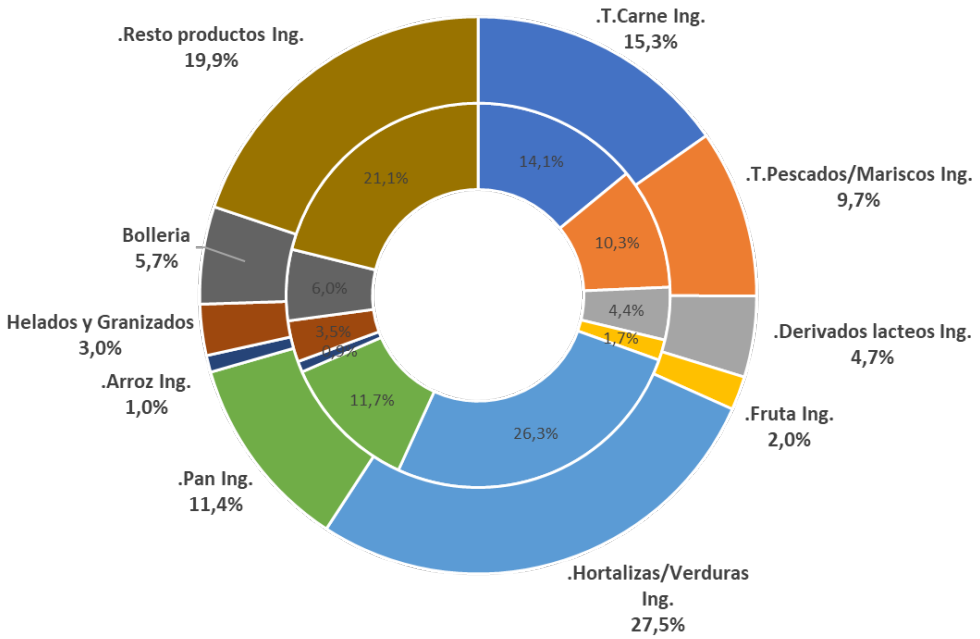
	Consumo extradoméstico de alimentos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	5.621,80	-0,6%
Volumen (Millones de kilos/litros)	1.338,96	4,0%
Valor (Millones de euros)	19.629,38	3,8%
% Penetración (población 15-75 años)	96,68	-1,3%
Frecuencia (actos de consumo)	46,54	-16,1%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	173,26	0,6%
Consumo por acto (consumiciones)	3,72	19,9%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	39,90	4,0%
Gasto per cápita (euros por individuo)	584,89	3,8%
Precio medio (€/kg o €/l)	14,66	-4,7%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de alimentos**

De los tipos de alimentos los que mayor concentración de consumo tienen son las hortalizas y verduras con un 27,5%, seguidas de la carne con un 15,3%, el pan con un 11,4%, los pescados y mariscos con un 9,7%.



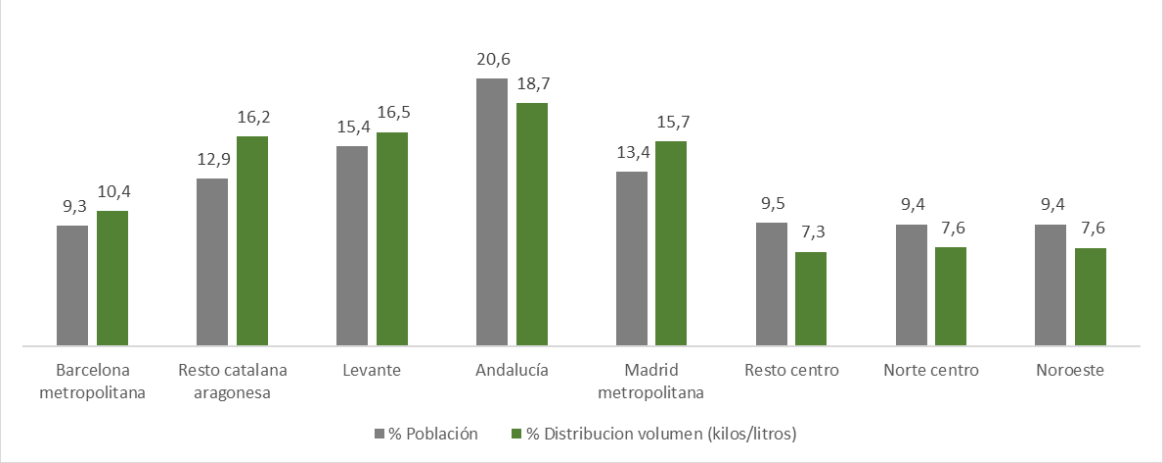
- **Consumo per cápita de los tipos de alimentos**

Los alimentos tienen un consumo per cápita de 39,9 kilos/persona/año. La categoría más consumida es hortalizas y verduras con 11,0 kilos/persona/año, seguidas de la carne y el pescado/marisco con 6,1 y 3,9 kilos/persona/año respectivamente.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
.T.Alimentos Ing.	**38,4**	**39,9**
.T.Carne Ing.	5,4	6,1
.T.Pescados/Mariscos Ing.	3,9	3,9
.Derivados lacteos Ing.	1,7	1,9
.Fruta Ing.	0,7	0,8
.Hortalizas/Verduras Ing.	10,1	11,0
.Aceite aliño Ing.	0,0	0,1
.Pan Ing.	4,5	4,5
.Pastas Ing.	0,2	0,2
.Arroz Ing.	0,4	0,4
.Legumbres Ing.	0,1	0,1
Batidos	0,4	0,3
Helados y Granizados	1,3	1,2
Bolleria	2,3	2,3
Galletas	0,0	0,0
Palitospan+barritas+tortitas	-	0,1
.Resto productos Ing.	7,4	7,1

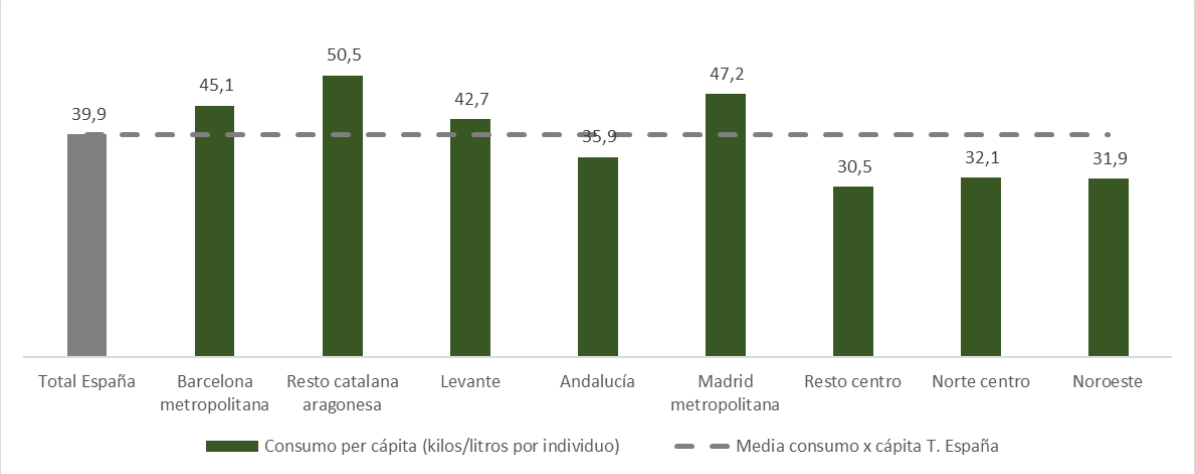
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por regiones (2018)



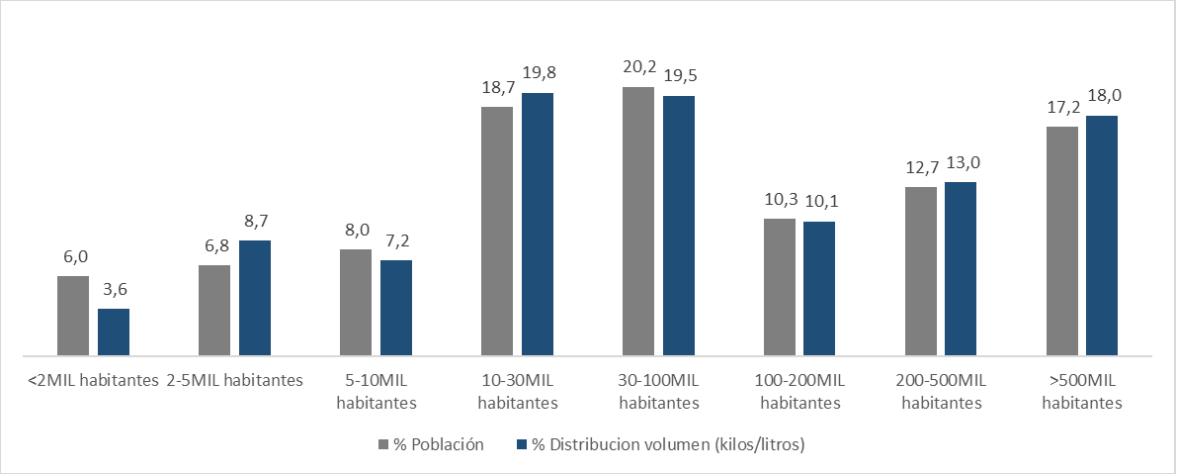
A nivel regional Andalucía es la zona con mayor peso en el consumo de bebidas con 18,7 kilos/persona/año, aunque por debajo de su peso relativo en población. Madrid Metropolitana, Levante y Resto catalana aragonesa son las que muestran mayor consumo en relación a su población.

Consumo per cápita por regiones (2018)



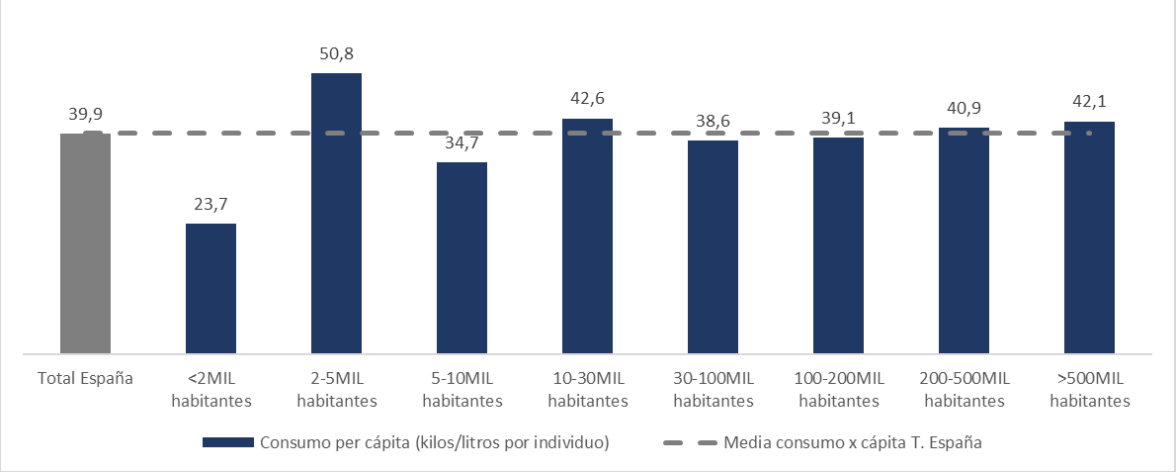
Resto catalana aragonesa cuenta con el mayor consumo per cápita con un 50,5 kilos/persona/año seguida de Madrid metropolitana y Barcelona metropolitana 47,2 y 45,1 kilos/persona/año respectivamente; todos por encima de la media en España, la cual se sitúa en 39,9 kilos/persona/año.

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2018)



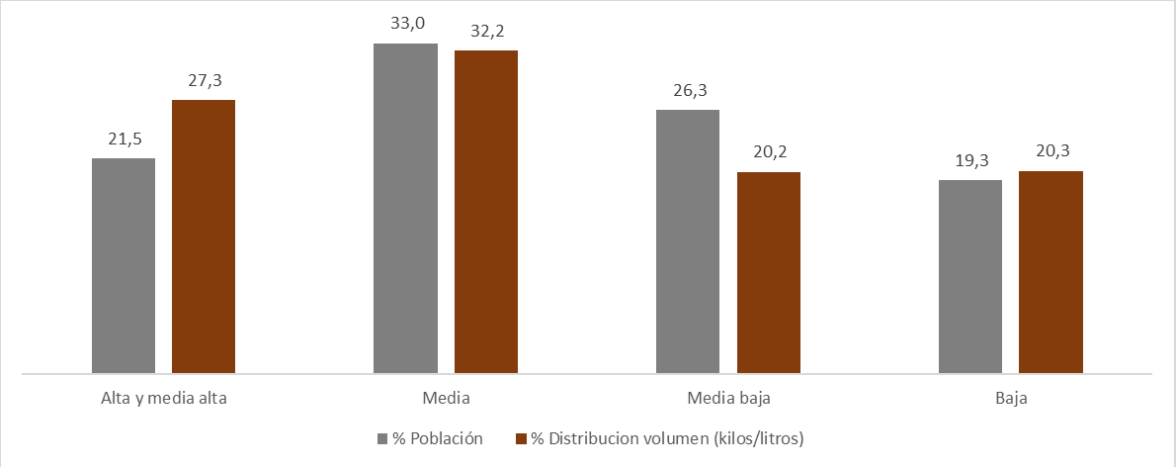
A nivel poblacional, son las poblaciones que tienen entre 10 y 30 mil habitantes las que mayor consumo realizan, aunque la mayor diferencia entre volumen consumido y población relativa se da en las de 2 a 5 mil habitantes.

Consumo per cápita por hábitat (2018)



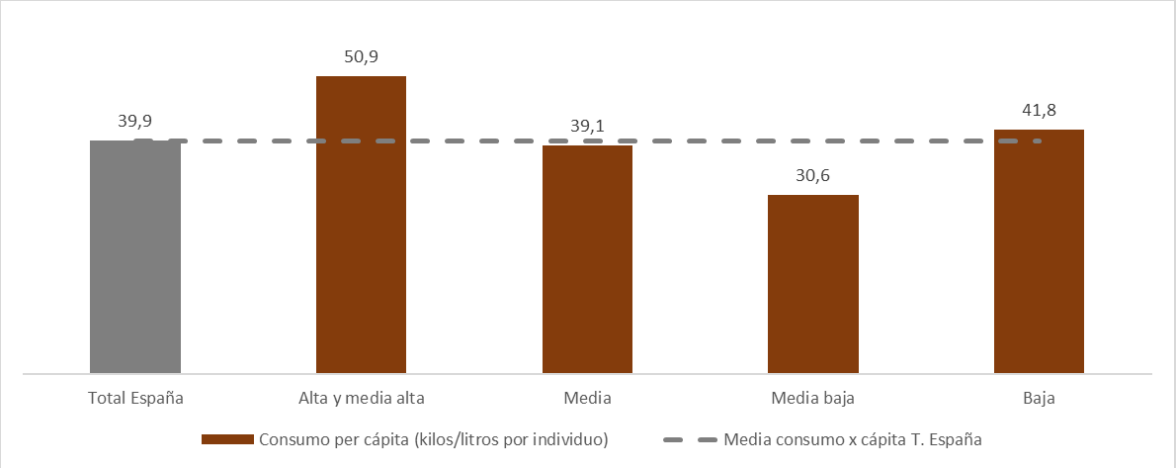
Son las poblaciones que tienen entre 2 y 5 mil habitantes las que tienen un consumo per cápita muy superior a la media nacional (50,8 kilos/persona/año frente a 39,9 kilos/persona/año), seguidas de las poblaciones que tienen entre 10 y 30 mil habitantes, así como más de 500 mil (42,6 y 42,1 kilos/persona/año, respectivamente).

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



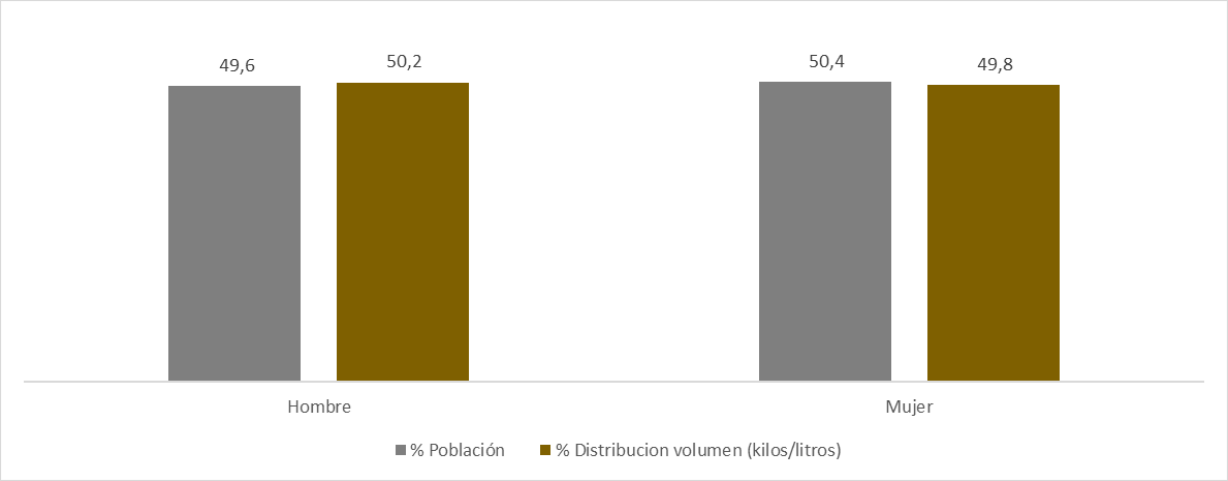
Las clases media y media baja realizan un consumo inferior a su peso poblacional, siendo la clase media baja la que menor consumo realiza el 20,2%, mientras que es la clase media realiza un 32,2%.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)



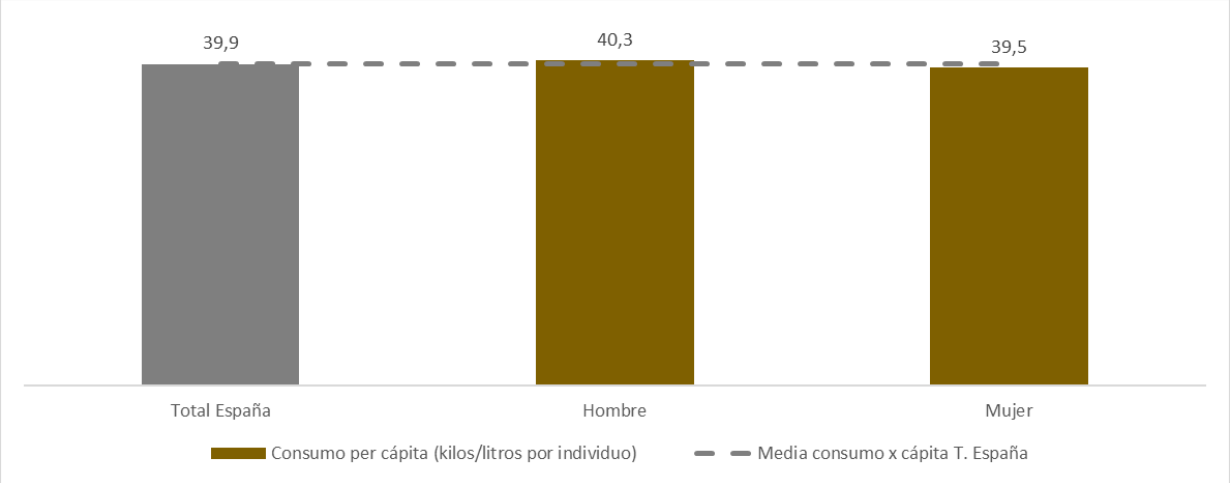
La clase social alta y media alta con unos 50,9 kilos/persona/año es la clase socioeconómica que mayor diferencia tiene con la media nacional (39,9kilos/persona/año) en consumo per cápita.

% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2018)



No existen grandes diferencias por el sexo del comprador.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2018)



- **Momentos de consumo**

En la siguiente tabla se muestra el reparto de los kilos por momento de consumo.

	% Distribucion volumen (Kilos/litros)
	Año 2018
En la calle	4,9
En casa de otros	3,5
En el establecimiento	75,0
En el trabajo	2,8
En colegio/instituto/univ.	0,3
En mi casa	9,8
En otro lugar	3,6
Desayuno	11,1
Aperitivo/Antes de comer	4,1
Comida	46,7
Tarde/Merienda	7,0
Antes de cenar	1,8
Cena	26,8
Despues de la cena	0,8
Durante el dia	1,8

4.1.1.2 APERITIVOS

En esta categoría se incluyen los siguientes productos o tipos de aperitivos: patatas fritas y otros aperitivos salados, golosinas, caramelos, chicles, chocolatinas, bombones, chocolates y frutos secos.

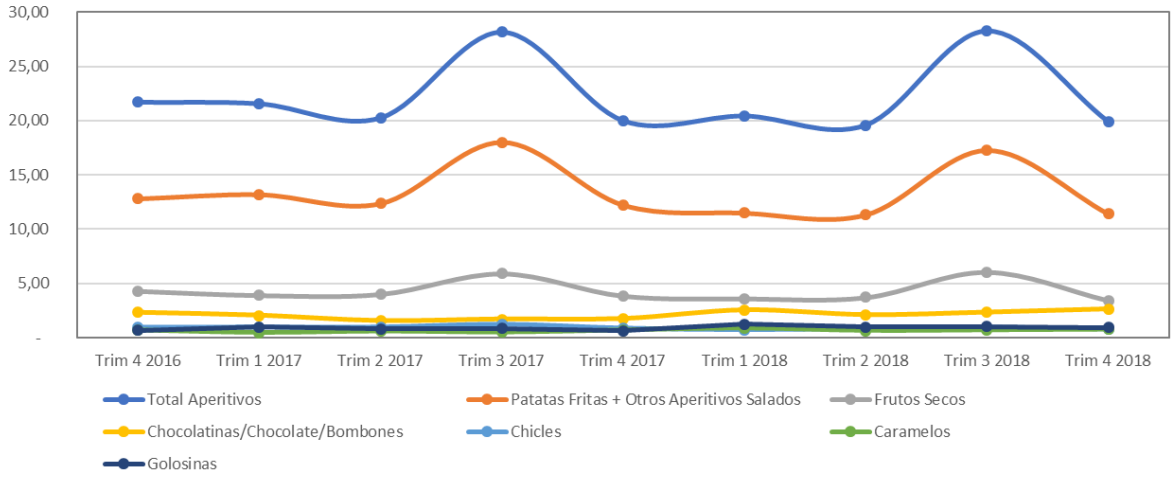
- **Resultados totales de aperitivos**

El gasto que se realizó durante el año 2018 en la categoría de aperitivos fuera del hogar fue de 766,11 millones de €, que se distribuyen entre 87,87 millones de kilos. Esto supone de 1.023,96 millones de consumiciones a lo largo de todo el año.

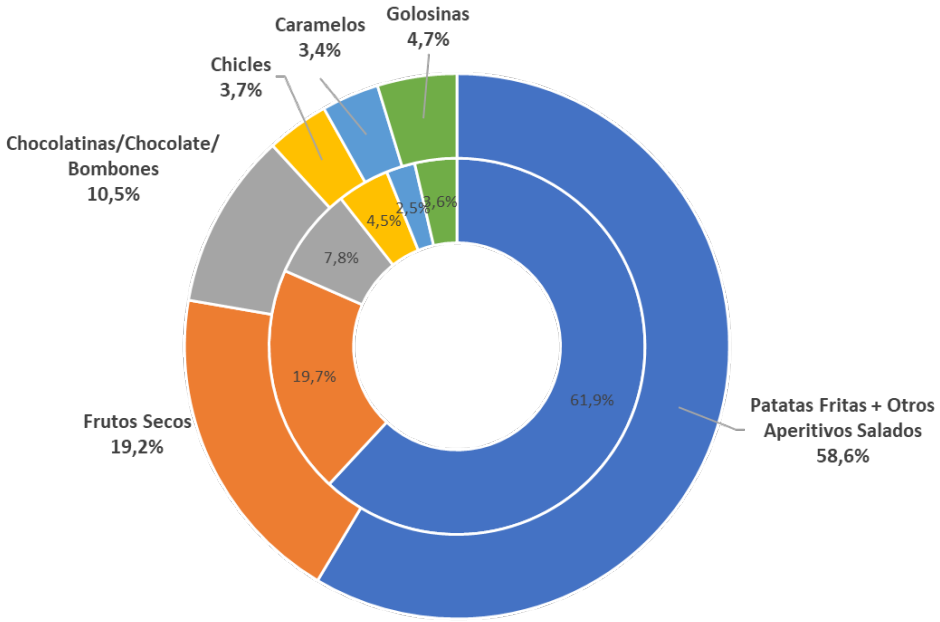
El consumo per cápita medio aproximado es de 2,62 kg por persona y año, lo que se traduce en un gasto anual de 22,83€ por persona. El precio medio de esta categoría durante el año 2018 fue de 8,72 €/kg.

	Consumo extradoméstico de aperitivos en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	1.023,96	-3,8%
Volumen (Millones de kilos/litros)	87,87	-2,4%
Valor (Millones de euros)	766,11	0,7%
% Penetración (población 15-75 años)	75,48	-2,6%
Frecuencia (actos de consumo)	18,23	-7,9%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	40,42	-1,3%
Consumo por acto (consumiciones)	2,22	7,2%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	2,62	-2,4%
Gasto per cápita (euros por individuo)	22,83	0,7%
Precio medio (€/kg o €/l)	8,72	3,2%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de aperitivos**



La proporción del volumen de aperitivos fuera del hogar durante 2018 quedó distribuida de la siguiente manera: patatas fritas y otros aperitivos salados es el producto más relevante dentro de la categoría con una cuota de 58,6% de los kilos. Le sigue la categoría de frutos secos con el 19,2% del volumen y las chocolatinas, chocolate y bombones ocupan la tercera posición con el 10,5 % de los aperitivos consumidos. Finalmente, categorías con una menor relevancia como golosinas, chicles y caramelos se reparten el resto del mercado con el 4,7%, 3,7% y 3,4% respectivamente.

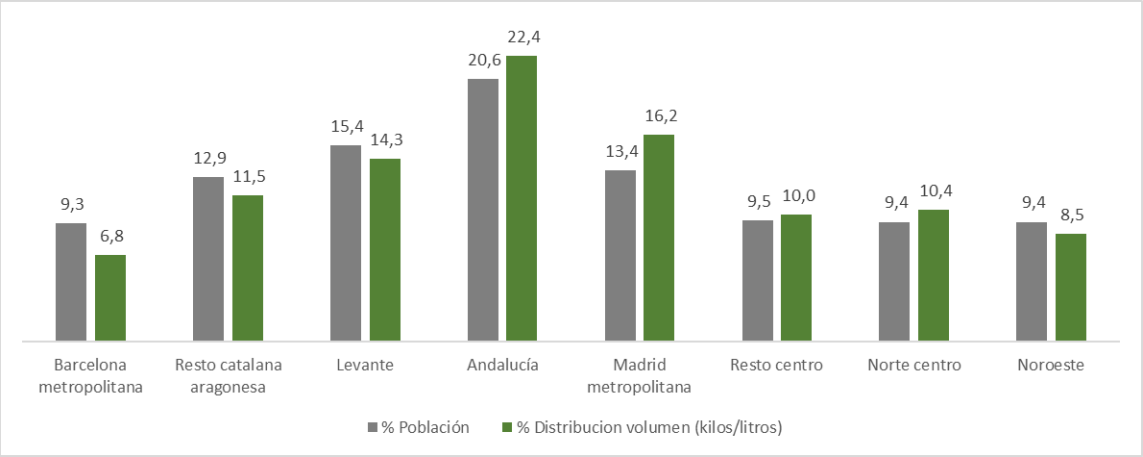
Consumo per cápita de los tipos de aperitivos

El consumo per cápita se situó en 2,6 kilos/persona/año en 2018, una cantidad ligeramente inferior al año 2017. De entre las diferentes variedades de aperitivos los más consumidos son las patatas fritas y otros aperitivos salados con una ingesta de 1,5 kilos/persona/año seguido de los frutos secos con 0,5 kilos/persona/año.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
Total Aperitivos	**2,7**	**2,6**
Patatas Fritas + Otros Aperitivos Salados	1,7	1,5
Frutos Secos	0,5	0,5
Chocolatinas/Chocolate/Bombones	0,2	0,3
Chicles	0,1	0,1
Caramelos	0,1	0,1
Golosinas	0,1	0,1

- **Demográficos**

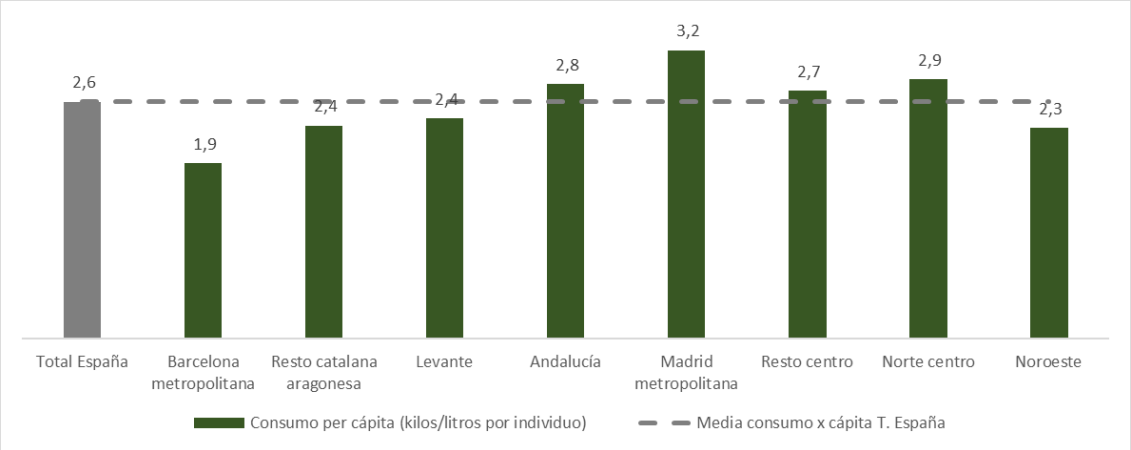
% Población y % distribución del volumen por regiones (2018)



A nivel regional, Andalucía es la zona geográfica con mayor peso en el consumo de aperitivos fuera del hogar, representando el 22,4% de las consumiciones totales a pesar de tener un peso poblacional de un 20,6%. La zona metropolitana de Madrid ocupa el segundo lugar de las regiones de mayor consumo, con un 16,2% del total de las consumiciones de la categoría, cabe señalar que Madrid Metropolitana es la que mayor diferencia porcentual muestra entre su población y distribución del volumen, siendo esta de 2.8%.

Por otro lado, el área Metropolitana de Barcelona es la región de España con menor proporción de ingestas de aperitivos en relación a su peso poblacional.

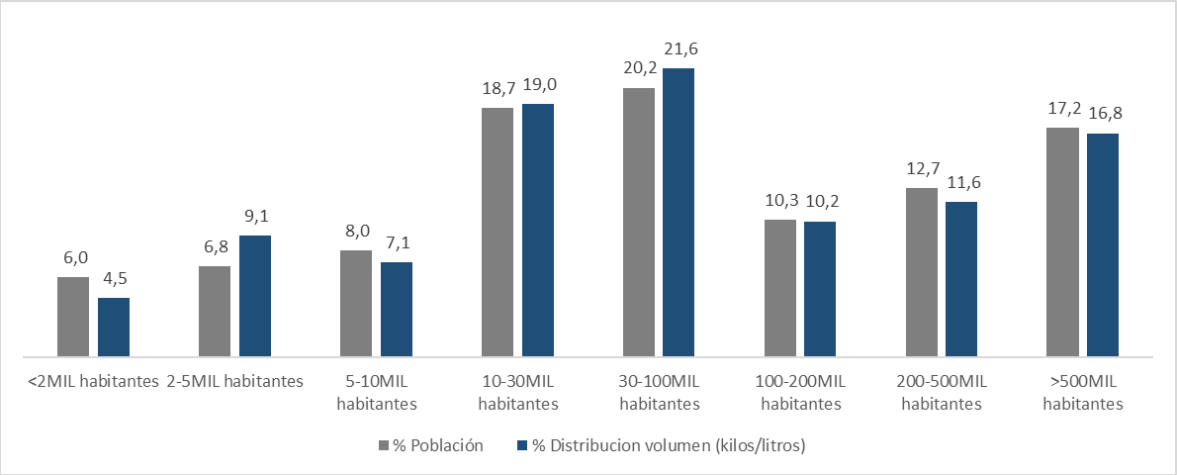
Consumo per cápita por regiones (2018)



Madrid Metropolitana es el área donde se produce el mayor consumo per cápita con 3,2 kilos/persona/año seguidos de Norte centro y Andalucía con 2,9 y 2,8 kilos/persona/año respectivamente.

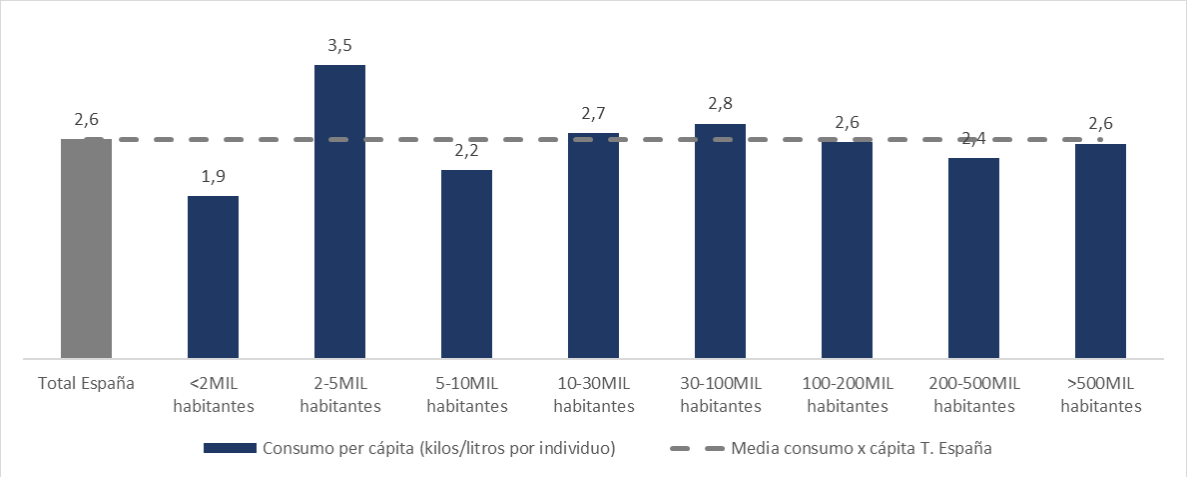
En el lado contrario, tenemos Barcelona Metropolitana con un consumo de 1,9 kilos/persona/año.

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2018)



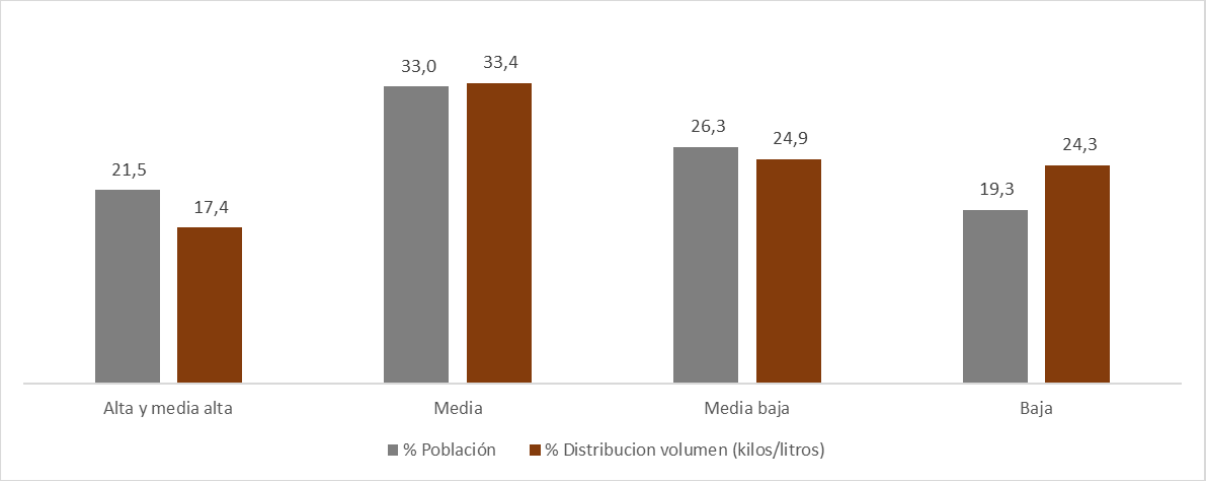
Las poblaciones entre 10 mil y 100 mil habitantes son las que tienen un consumo superior a su población y están seguidas de las poblaciones con más de 500 mil habitantes.

Consumo per cápita por hábitat (2018)



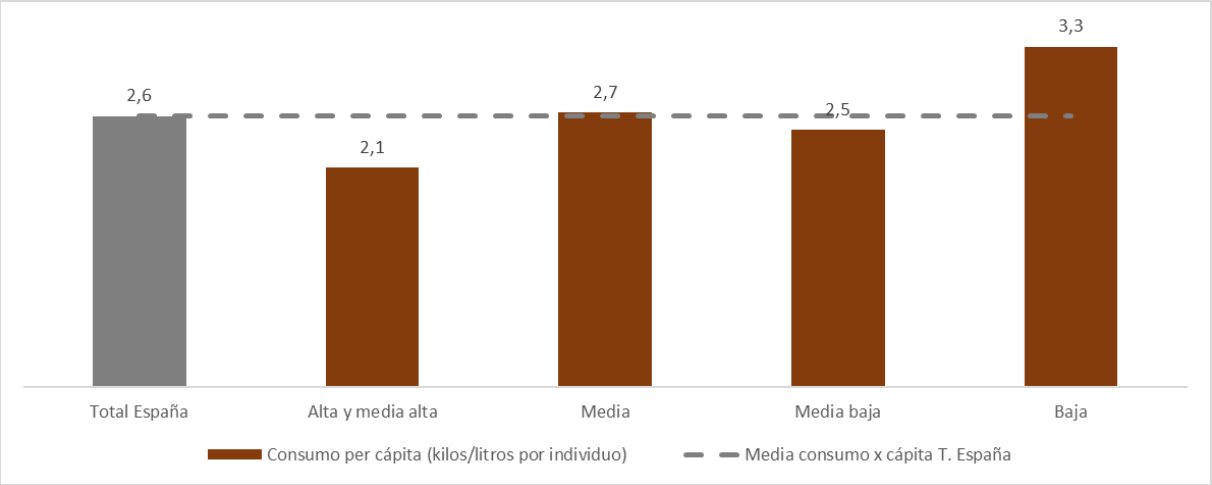
En consumo per cápita, destacamos las poblaciones de 2 a 5 mil habitantes, 30 a 100 mil y 10 a 30 mil habitantes con un consumo superior a la media (3,5 kilos/persona/año, 2,8 kilos/persona/año y 2,7 kilos/persona/año respectivamente)

% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)

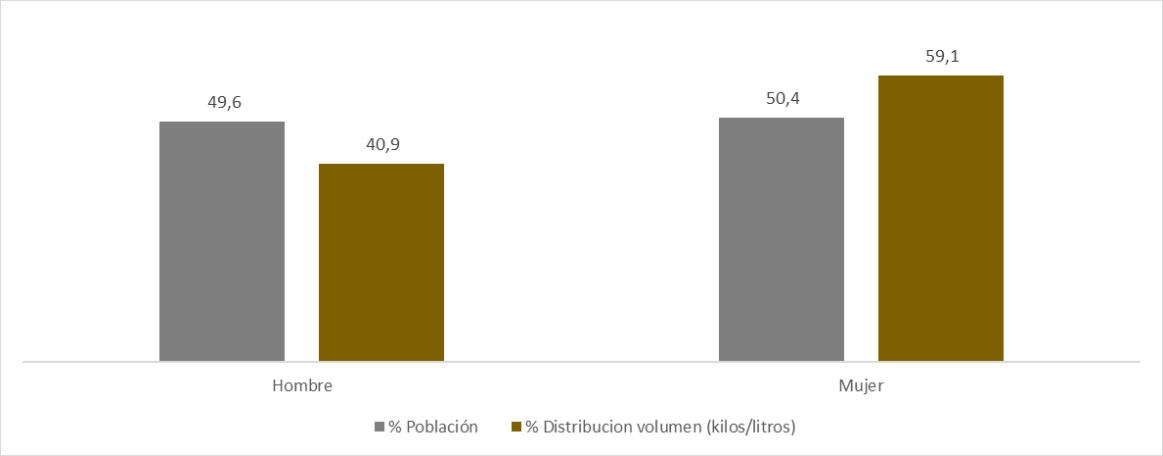


La clase social media es la que hace un mayor consumo de aperitivos (33,4 kilos/año), siendo similar a su reparto poblacional, pero es la clase social baja la que realiza un consumo superior a su peso poblacional (24,3 kilos/año).Por su parte, la clase social alta y media alta es la que menor consumo realiza con 17,4 kilos/persona/año.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)

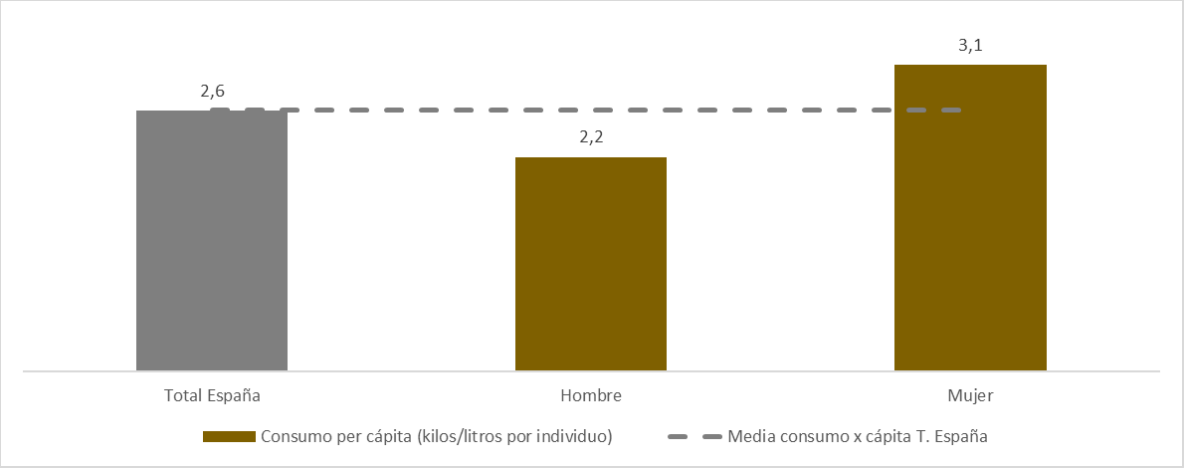


% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2018)



Las mujeres son las mayores compradoras de aperitivos en 2018 con un 59,1%. Los hombres realizan una compra inferior a su reparto poblacional.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2018)



Igual que ocurre en la compra el mayor consumo per cápita lo realizan las mujeres siendo superior a la media nacional (3,1 kilos/persona/año con respecto a 2,6 kilos/persona/año).

- **Momentos de consumo**

En la siguiente tabla se muestra el reparto de los kilos por momento de consumo.

	Año 2018
En la calle	**32,1**
En casa de otros	**13,8**
En el establecimiento	**16,7**
En el trabajo	**8,5**
En colegio/instituto/univ.	**1,3**
En mi casa	**4,0**
En otro lugar	**23,6**

Desayuno	**3,9**
Aperitivo/Antes de comer	**19,7**
Comida	**9,6**
Tarde/Merienda	**36,1**
Antes de cenar	**7,5**
Cena	**4,2**
Despues de la cena	**3,3**
Durante el dia	**15,8**

4.1.2 BEBIDAS

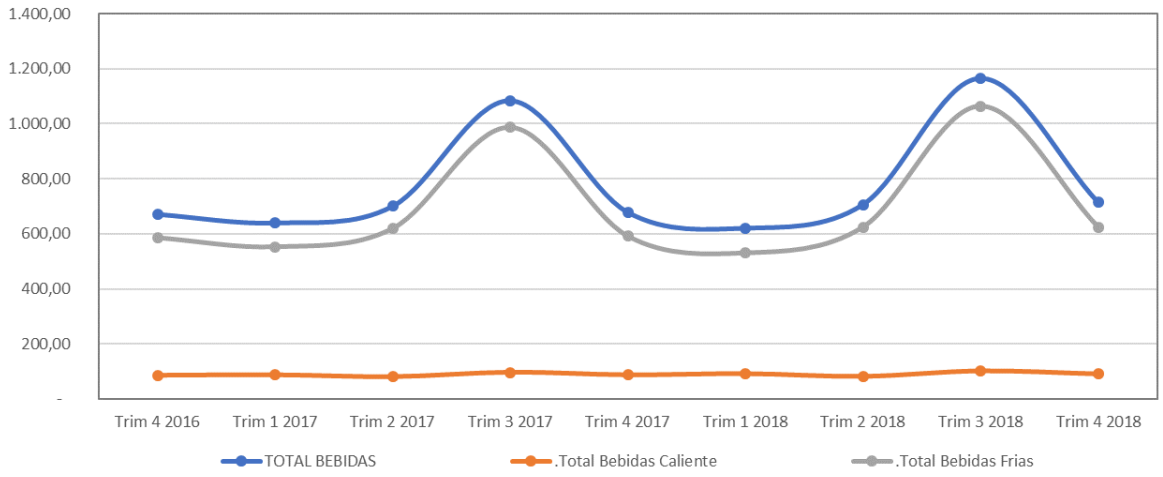
Esta categoría contiene bebidas frías como las bebidas refrescantes, cerveza, sidra, etc. así como bebidas calientes, que a su vez incluyen los cafés, las infusiones, etc.

- **Resultados totales de bebidas**

El gasto generado fuera del hogar en el año 2018 en bebidas es de 14.143,82€ un dato un 3,9% superior al año 2017. Los litros consumidos son 3.208,45 litros anuales, los cuales aumentan un 3,4% en relación a 2017. Los españoles nos gastamos de media 421,44 €/persona/año, consumiendo una media de 95,60 litros/persona/año.

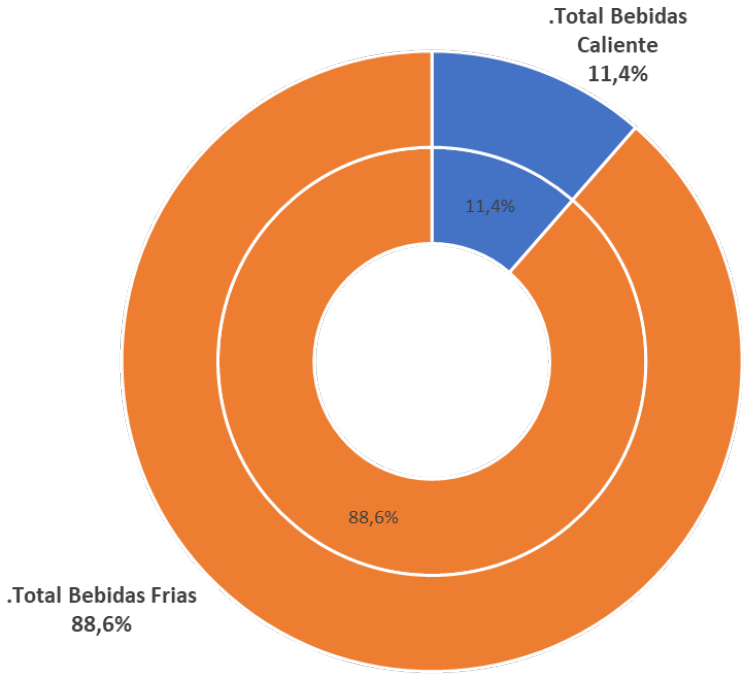
	Consumo extradoméstico de bebidas en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	9.786,43	4,6%
Volumen (Millones de kilos/litros)	3.208,45	3,4%
Valor (Millones de euros)	14.143,82	3,9%
% Penetración (población 15-75 años)	99,21	0,6%
Frecuencia (actos de consumo)	128,48	-7,5%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	293,93	3,9%
Consumo por acto (consumiciones)	2,29	12,3%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	95,60	3,4%
Gasto per cápita (euros por individuo)	421,44	3,8%
Precio medio (€/kg o €/l)	4,41	0,4%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



La compra de bebidas es impulsada por las bebidas frías, ya que su volumen de compra siempre es mayor que el de las calientes. Bien es cierto que la compra de bebidas frías tiene cierta estacionalidad ya que presenta picos en el tercer trimestre del año.

- **Importancia por tipo de bebida**



Las bebidas frías suponen un 88,6% del consumo total de bebidas, mientras que las bebidas calientes suponen el 11,4% restante.

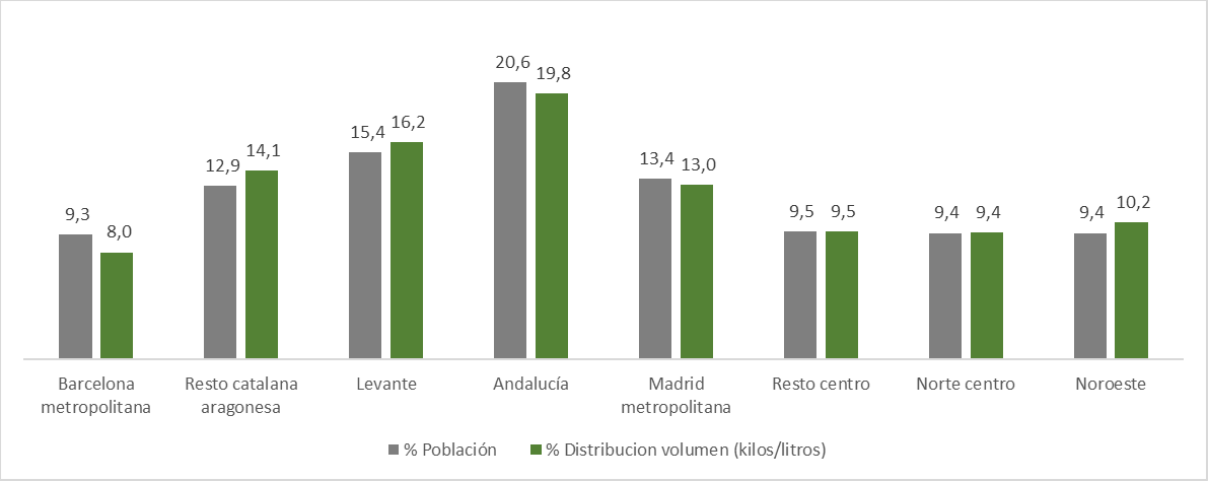
Consumo per cápita de los tipos de bebida

El consumo per cápita de las bebidas es de 95,6 litros/persona/año presentando un incremento de 3,1 litros con respecto a 2017. Este consumo se distribuye con son 84,7 litros/persona/año para la bebidas frías y 10,9 litros/persona/año para las calientes. Tanto las bebidas frías como calientes incrementan su consumo per cápita con respecto al año anterior.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
TOTAL BEBIDAS	**92,5**	**95,6**
.Total Bebidas Caliente	10,6	10,9
.Total Bebidas Frias	81,9	84,7

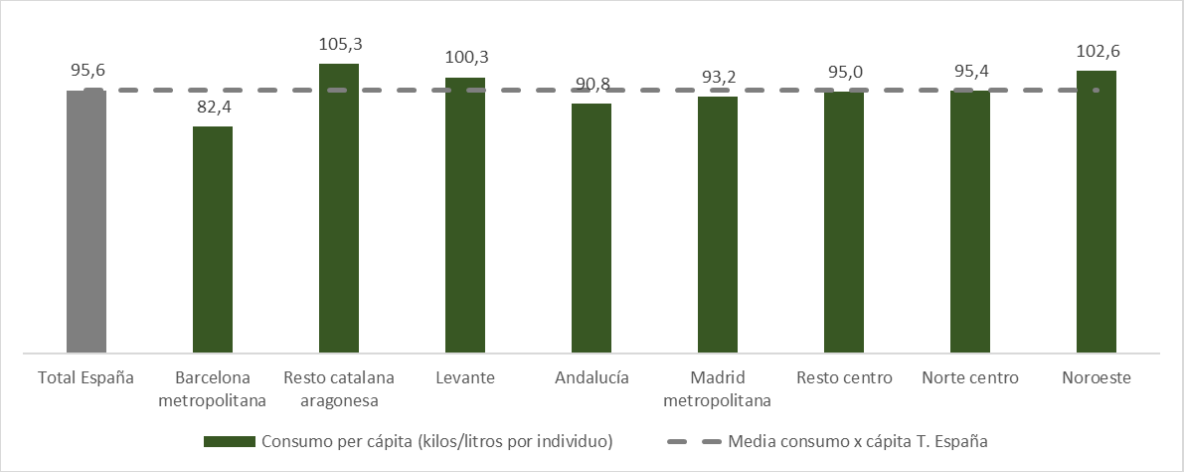
- **Demográficos**

% Población y % distribución del volumen por regiones (2018)



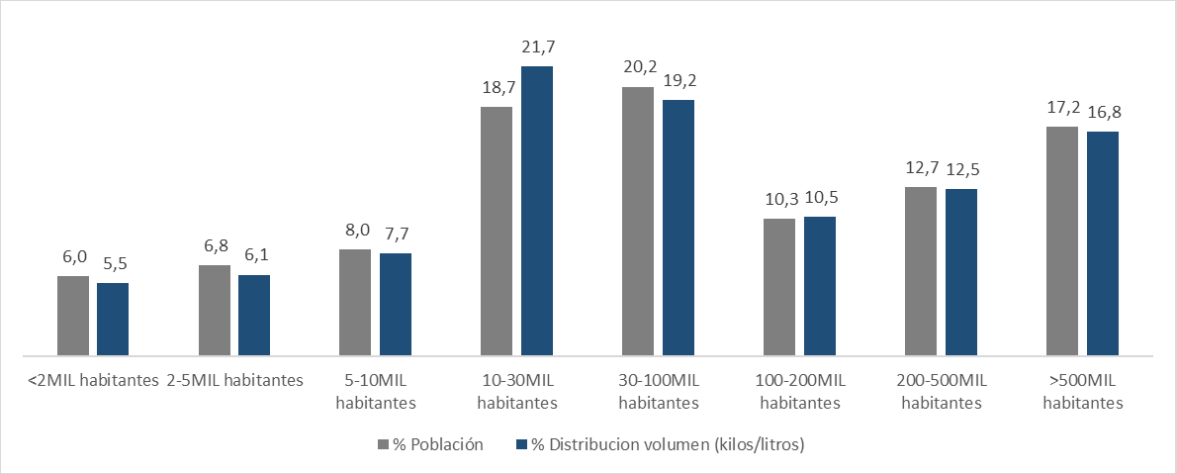
A nivel regional Andalucía es la zona con mayor peso en el consumo de bebidas con el 19,8 litros/persona/año aunque por debajo de su peso poblacional. Levante y Resto catalana aragonesa son las que muestran mayor consumición en relación a su población, siendo está ultima la que mayor diferencia porcentual muestra.

Consumo per cápita por regiones (2018)



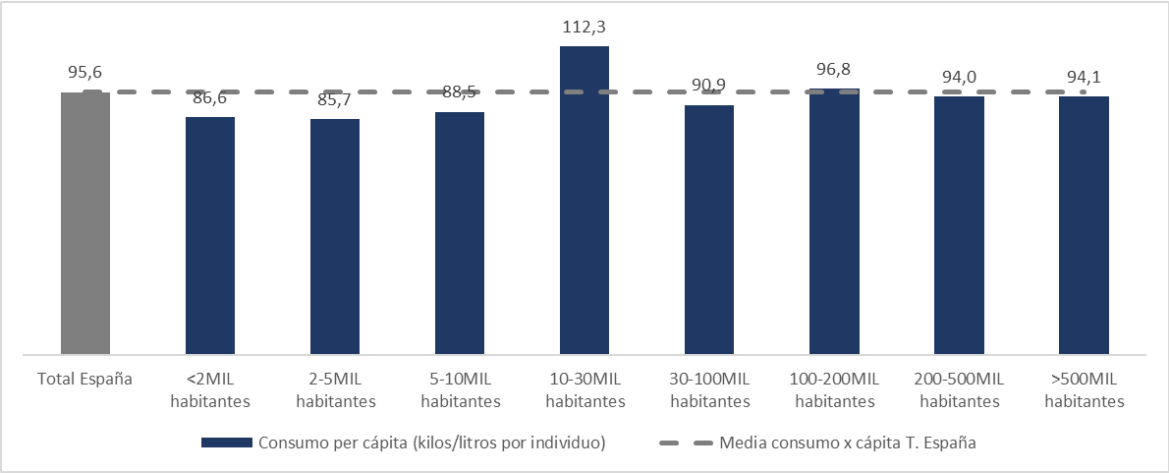
Resto catalana aragonesa es la categoría con el mayor consumo per cápita con 105,3 litros/persona/año, seguida por Noroeste y Levante con 102,6 y 100,3 litros/persona/año respectivamente, todas ellas por encima de la media nacional, la cual se sitúa en 95,6 litros/persona/año.

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2018)



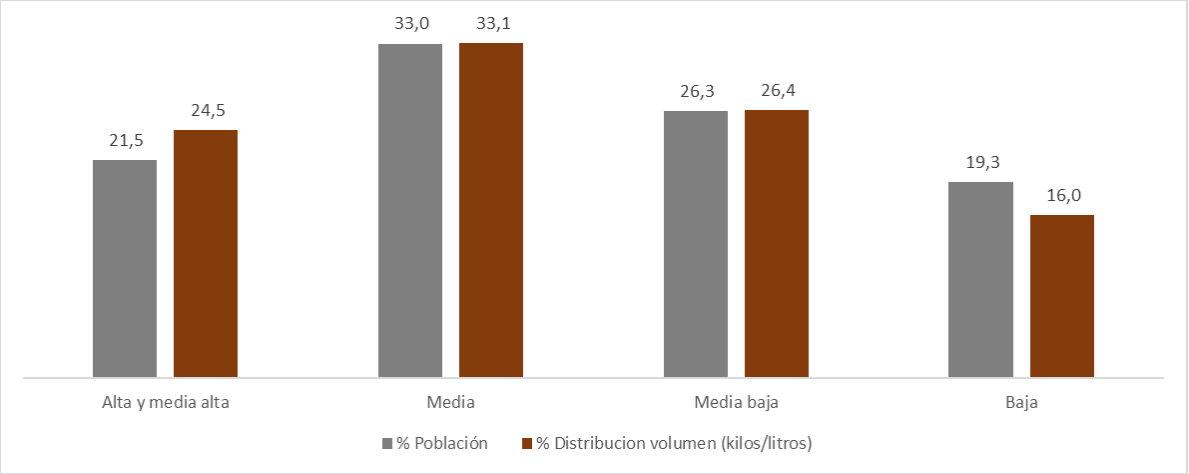
La población que se encuentra entre los 10-30 mil habitantes (21,7 kilos/litros) es la que cuenta con un mayor volumen de distribución, seguido de 30-100 mil habitantes (19,2 kilos/litros) aunque el volumen de esta última no supera su población relativa.

Consumo per cápita por hábitat (2018)



En relación al consumo per cápita, las poblaciones entre 10-30 mil habitantes (112,3 litros/persona/año) y las de 100-200 mil habitantes (96,8litros/persona/año) cuentan con un consumo superior a la media nacional situada en 95,6 litros/persona/año.

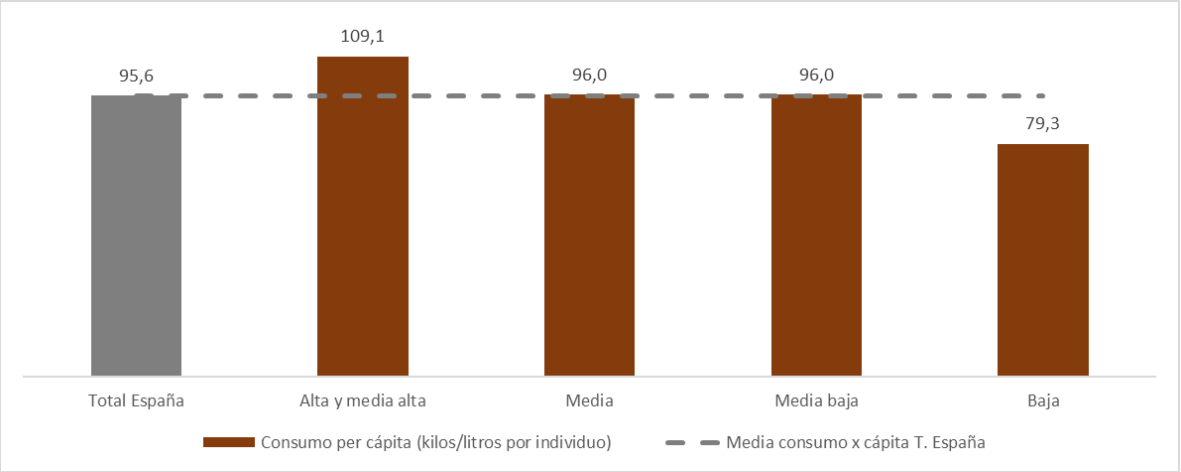
% Población y % distribución del volumen por clase socioeconómica (2018)



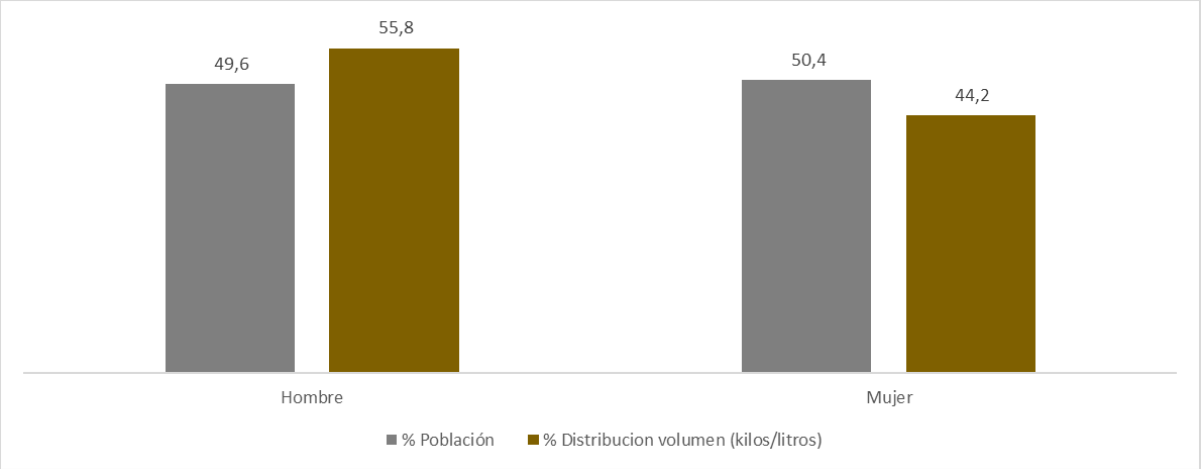
La clase social media es la que hace una mayor consumición de bebidas con 33,1 litros por persona al año siendo ligeramente superior a su población. La clase social alta y media alta es la que realiza un consumo superior a su peso poblacional 24,5 litros por persona.

La clase social baja es la que menor consumo realiza con 16,0 litros por persona, siendo también la única que presenta mayor población relativa respecto al consumo.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2018)

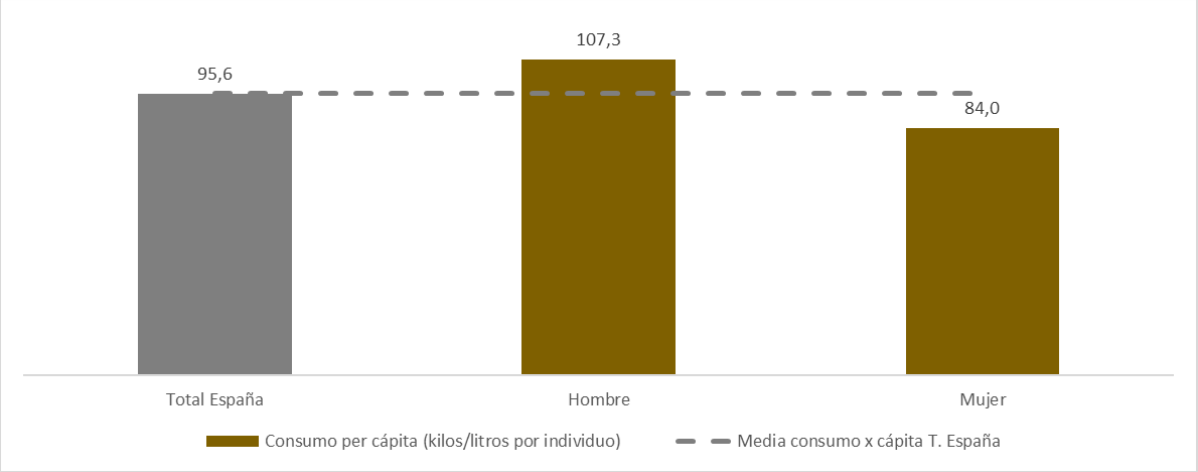


% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2018)



Los hombres son los mayores consumidores de bebidas en 2018 con un 55,8%. Las mujeres realizan un menor consumo.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2018)



El mayor consumo per cápita lo realizan los hombres siendo superior a la media nacional en 11,7 litros (107,3 litros/persona/año con respecto a 95,6 kilos/persona/año).

4.1.2.1 BEBIDAS CALIENTES

En esta categoría se incluyen los productos tipo café, infusión, leche y otras bebidas calientes.

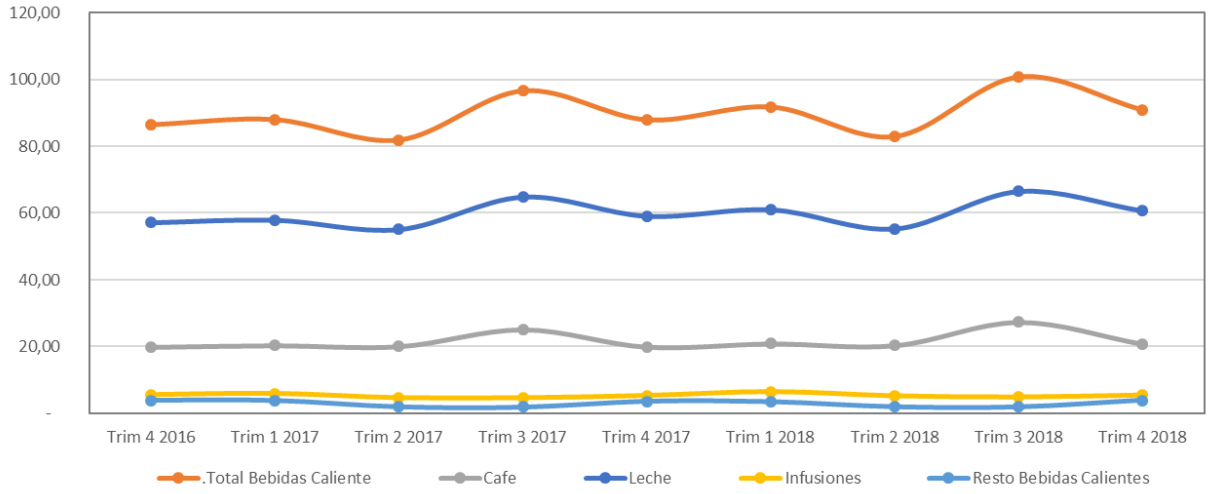
- **Resultados totales de bebidas calientes**

El consumo que se realizó durante el año 2018 en la categoría de bebidas calientes fuera del hogar fue de 366,10 millones de litros, que se traducen en 3.983,30 millones de Euros. Esto supone de 3.693,16 millones de consumiciones a lo largo de todo el año.

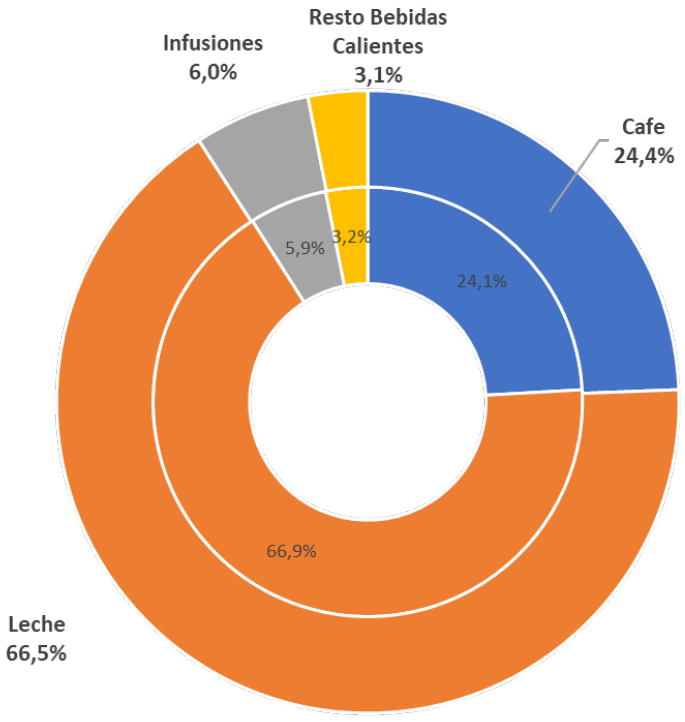
El consumo per cápita es de 10,91 litros por persona y año, siendo el gasto anual de 118,69€ por persona. El precio medio de esta categoría durante el año 2018 fue de 10,88 €/litro.

	Consumo extradoméstico de bebidas calientes en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	3.693,16	3,2%
Volumen (Millones de kilos/litros)	366,10	3,3%
Valor (Millones de euros)	3.983,30	5,2%
% Penetración (población 15-75 años)	90,04	2,3%
Frecuencia (actos de consumo)	75,34	1,3%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	122,21	0,8%
Consumo por acto (consumiciones)	1,62	-0,6%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	10,91	3,3%
Gasto per cápita (euros por individuo)	118,69	5,1%
Precio medio (€/kg o €/l)	10,88	1,8%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de bebida caliente**



La Leche y el café son los productos con mayor peso en el reparto del volumen de bebidas calientes, suponiendo un 66,5% y un 24,4% respectivamente.

- **Consumo per cápita de los tipos de bebidas calientes**

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
.Total Bebidas Caliente	**10,6**	**10,9**
Cafe	2,5	2,7
Leche	7,1	7,3
Infusiones	0,6	0,7
Resto Bebidas Calientes	0,3	0,3

El consumo per cápita de bebidas calientes es de 10,9 litros por persona, aumentando su consumo 0,3 puntos con respecto al año 2017. Este aumento se debe a que todos sus productos aumentan ligeramente: el café pasa a consumirse 2,7 litros cuando antes se consumían 2,5 litros, la leche 7,3 litros cuando se consumían 7,1 litros y las infusiones 0,7 litros cuando su consumo en 2017 era de 0,6 litros.

- **Demográficos**

	% Población	% Distribucion volumen (kilos/litros)	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)
Total España	**100,0**	**100,0**	**10,9**
Barcelona metropolitana	9,3	9,6	11,3
Resto catalana aragonesa	12,9	13,5	11,6
Levante	15,4	12,7	9,0
Andalucía	20,6	19,3	10,1
Madrid metropolitana	13,4	12,5	10,3
Resto centro	9,5	8,6	9,8
Norte centro	9,4	10,8	12,5
Noroeste	9,4	13,0	15,0
<2MIL habitantes	6,0	4,8	8,6
2-5MIL habitantes	6,8	5,2	8,2
5-10MIL habitantes	8,0	7,6	10,0
10-30MIL habitantes	18,7	20,9	12,3
30-100MIL habitantes	20,2	20,3	11,0
100-200MIL habitantes	10,3	11,1	11,7
200-500MIL habitantes	12,7	13,3	11,4
>500MIL habitantes	17,2	16,9	10,8
De 15 a 19 años	6,5	0,7	1,3
De 20 a 24 años	6,3	1,7	2,9
De 25 a 34 años	14,7	7,2	5,2
De 35 a 49 años	31,3	32,3	11,1
De 50 a 59 años	19,3	25,8	14,7
De 60 a 75 años	21,9	32,3	16,3
Alta y media alta	21,5	25,8	13,1
Media	33,0	34,6	11,4
Media baja	26,3	22,9	9,5
Baja	19,3	16,7	9,4
Hombre	49,6	59,2	13,0
Mujer	50,4	40,8	8,9

En el perfil sociodemográfico hay que destacar la clase social alta y media alta, los consumidores mayores de 50 años, las poblaciones que tienen entre 10 y 30 mil habitantes así como la región Noroeste. Todos ellos con un consumo superior al 10% con respecto a su población.

4.1.2.2 BEBIDAS FRÍAS

La categoría de bebidas frías incluye las bebidas refrescantes, bebidas derivadas de vino, sidra, cerveza, bebidas espirituosas, agua envasada, zumo/horchata/mosto.

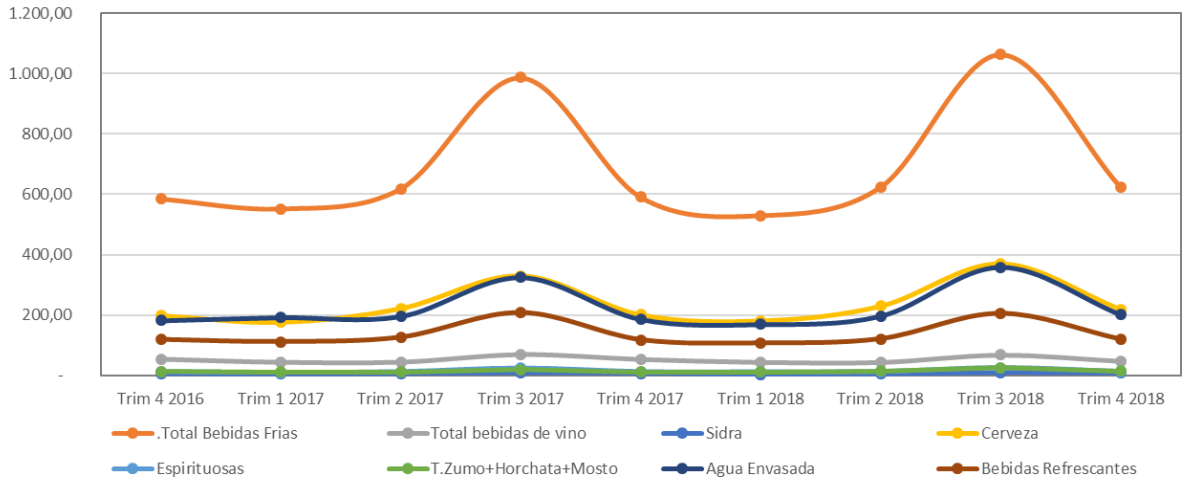
- **Resultados totales de bebidas frías**

Las consumiciones de bebidas frías en el año 2018 aumentaron un 5,5% llegando a superar los 6000 millones de consumiciones, lo que supone un gasto de 10.160,53 millones de euros que es un 3,3% superior al año 2017.

El consumo per cápita de las bebidas frías alcanza los 84,69 litros por persona y año en 2018 que aumenta un 3,4% con respecto al año 2017.

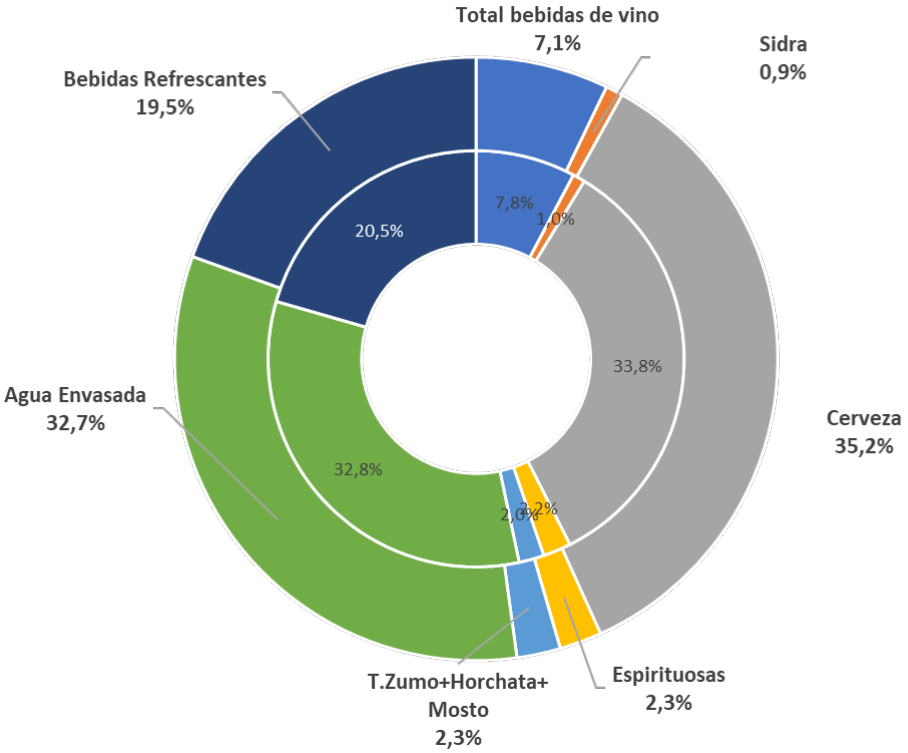
	Consumo extradoméstico de bebidas frias en 2018	% Variación 2018 vs. 2017
Volumen (Millones de consumiciones)	6.093,27	5,5%
Volumen (Millones de kilos/litros)	2.842,35	3,4%
Valor (Millones de euros)	10.160,53	3,3%
% Penetración (población 15-75 años)	98,46	0,7%
Frecuencia (actos de consumo)	72,91	-7,3%
Consumo medio (consumiciones por consumidor)	184,40	4,6%
Consumo por acto (consumiciones)	2,53	12,9%
Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	84,69	3,4%
Gasto per cápita (euros por individuo)	302,75	3,3%
Precio medio (€/kg o €/l)	3,57	-0,1%

Evolución trimestral de total compras (millones kg-l) por tipos



- **Importancia por tipos de bebidas frías**

La cerveza y el agua envasada acaparan más del 50% del reparto de los litros, siendo para cerveza un 35,2% y para Agua envasada del 32,7%. En tercer lugar están las bebidas refrescantes con un 19,5%, seguidas de las bebidas de vino con un 7,1%.



- **Consumo per cápita de los tipos de bebidas frías**

El consumo per cápita del total bebidas frías aumenta 3,4 litros con respecto al año 2017, llegando a alcanzar casi los 85 litros por persona y año.

La cerveza y el agua envasada son las más consumidas, superando ambas los 25 litros. Concretamente la cerveza alcanza los 29,8 litros y el agua envasada los 27,7 litros. Las bebidas refrescantes descienden ligeramente su consumo hasta llegar a los 16,5 litros.

	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)	
	Año 2017	Año 2018
.Total Bebidas Frias	**81,9**	**84,7**
Total bebidas de vino	6,4	6,0
Sidra	0,8	0,8
Cerveza	27,7	29,8
Espirituosas	1,8	1,9
T.Zumo+Horchata+Mosto	1,6	2,0
Agua Envasada	26,9	27,7
Bebidas Refrescantes	16,8	16,5

- **Demográficos**

BEBIDAS FRIAS	% Población	% Distribucion volumen (kilos/litros)	Consumo per cápita (kilos/litros por individuo)
Total España	**100,0**	**100,0**	**84,7**
Barcelona metropolitana	9,3	7,8	71,0
Resto catalana aragonesa	12,9	14,1	93,7
Levante	15,4	16,6	91,3
Andalucía	20,6	19,8	80,7
Madrid metropolitana	13,4	13,0	82,9
Resto centro	9,5	9,6	85,2
Norte centro	9,4	9,3	82,9
Noroeste	9,4	9,8	87,6
<2MIL habitantes	6,0	5,6	78,0
2-5MIL habitantes	6,8	6,3	77,5
5-10MIL habitantes	8,0	7,7	78,5
10-30MIL habitantes	18,7	21,8	100,0
30-100MIL habitantes	20,2	19,1	80,0
100-200MIL habitantes	10,3	10,4	85,1
200-500MIL habitantes	12,7	12,4	82,6
>500MIL habitantes	17,2	16,8	83,4
De 15 a 19 años	6,5	2,3	30,3
De 20 a 24 años	6,3	3,6	48,2
De 25 a 34 años	14,7	9,6	54,6
De 35 a 49 años	31,3	31,6	84,4
De 50 a 59 años	19,3	23,1	101,9
De 60 a 75 años	21,9	29,9	117,2
Alta y media alta	21,5	24,3	95,9
Media	33,0	32,9	84,6
Media baja	26,3	26,9	86,5
Baja	19,3	16,0	69,9
Hombre	49,6	55,4	94,3
Mujer	50,4	44,6	75,2

Son las regiones de Levante y Resto catalana aragonesa las más intensivas en consumo. Los mayores de 50 años consumen entorno a un 20% más que su peso poblacional.

5

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

5.1 PANEL DE USOS DE LOS ALIMENTOS

5.1.1 INTRODUCCIÓN

El panel de usos de los alimentos tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día, así como el destinatario final y el momento de consumo de los productos adquiridos para el consumo doméstico.

A través de esta información y como perspectiva complementaria a la compra de alimentación y bebidas que realizan los hogares españoles, a continuación, se analizan los principales hechos que explican la forma en la que utilizan dichos alimentos para consumo doméstico, así como su evolución respecto a años anteriores.

5.1.2 EL CONSUMO EN EL HOGAR A EXAMEN

A cierre de año 2018, la población se mantiene estable, siendo la variación de las ocasiones de consumo realizadas en el hogar también estable con respecto al año anterior (+0,1%).

Si tenemos en cuenta los siete momentos de consumo que analizamos dentro del hogar[8], a cierre de año 2018, las comidas principales muestran estabilidad en términos de evolución. Los momentos entre horas se recuperan y consiguen crecer. Sin embargo, el único momento que decrece es el cogido de casa para comer fuera, es decir todos aquellos productos que se cogen en el hogar con la intención de consumirlos fuera del mismo, ya sean procesados o sin procesar (entiéndase desde una pieza de fruta a un Brick de bebida o un sándwich, bocadillo o plato, para comer fuera de casa).

Tal como decíamos, este momento pierde importancia y evoluciona en negativo a cierre de 2018, con un descenso de ocasiones del 2,0%, su peso con respecto al total momentos es del 3,2%.



[8] Desayuno, media mañana, comida, merienda, cena, antes de ir a la cama, cogido de casa para comer fuera

Si profundizamos la casuística de este momento de consumo durante el año 2018, los datos indican que dentro de ese retroceso del 2,0% con respecto al año 2017, la caída es bastante más acusada cuando estos alimentos y bebidas se toman fuera del hogar en momentos relacionados con las comidas principales del día. Es decir, si se trata de un momento tartera ya sea para comidas o cenas fuera del hogar, este descenso de ocasiones casi llega a duplicarse siendo del 3,8%.

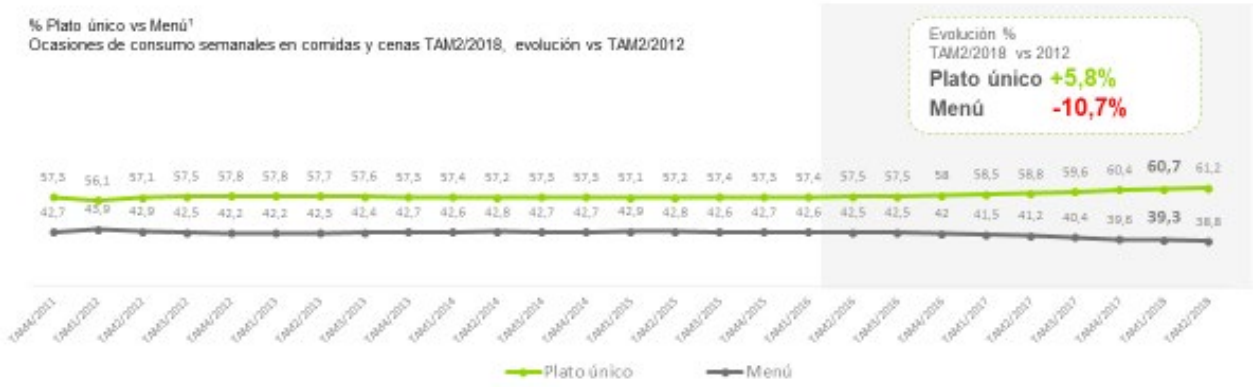
Además, podemos relacionar este dato con un contexto de crecimiento del consumo fuera del hogar para el total alimentación y bebidas del +1,9% en el mismo perímetro temporal, el año 2018. Este incremento es más notorio especialmente en momentos relacionados con las comidas y cenas, así como el momento aperitivo/antes de comer.

Podemos intuir, por tanto, que existe una correlación o un trasvase entre las ocasiones que se dejan de hacer en el momento cogido de casa para comer fuera hacia el consumo directamente fuera del hogar, especialmente en el caso de las comidas principales del día.



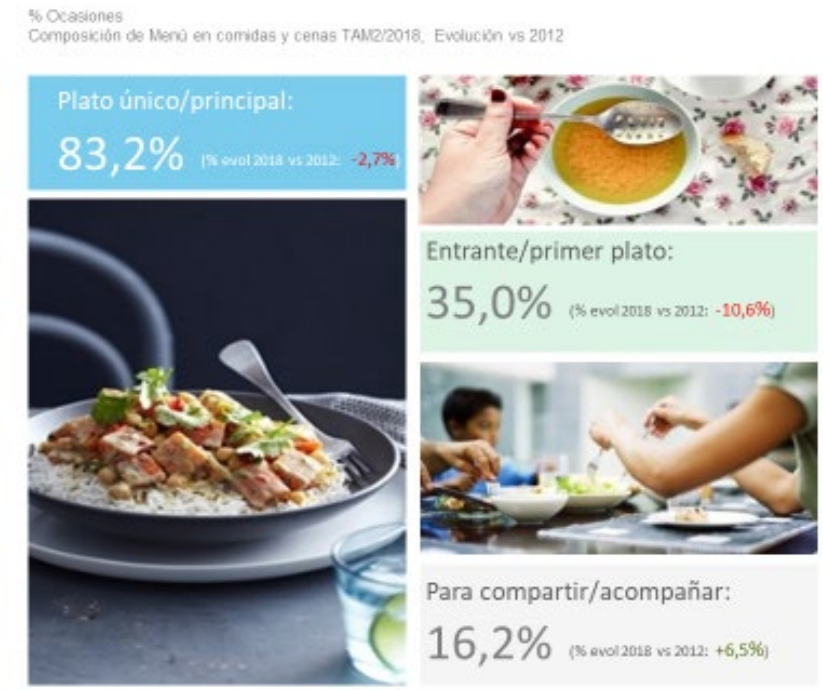
5.1.3 EL CAMBIO DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN EL HOGAR

Si tenemos en cuenta la composición del plato en el largo plazo para los principales momentos de consumo como son comidas y cenas, observamos que en actualmente el 61,2% de las ocasiones de consumo realizadas son plato único (se entiende plato único, un solo plato principal, si hay dos el segundo es postre). En tal solo dos años, el plato único ha crecido 3,7 puntos de cuota en detrimento del menú tradicional de primero, segundo y postre.



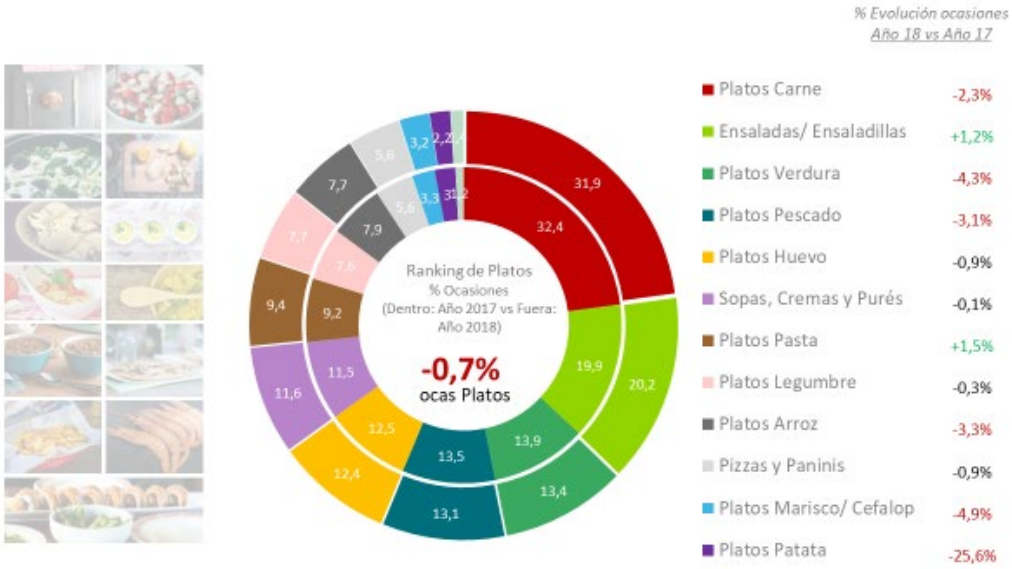
No es que únicamente haya variado el número de platos a la hora de comer o cenar tal como hemos visto anteriormente, si no que la composición y el rol que juegan los platos y por tanto la composición de los menús también lo ha hecho a lo largo de estos años.

El entrante o primer plato es quien acusa la caída en su consumo de forma más abrupta (-10,6%). También decrece algo el plato único o plato principal, si bien sigue siendo la opción mayoritaria para estos momentos. Por su parte crecen, ganando ocasiones de consumo, aquellos platos que son para compartir y acompañar (+6,5%).

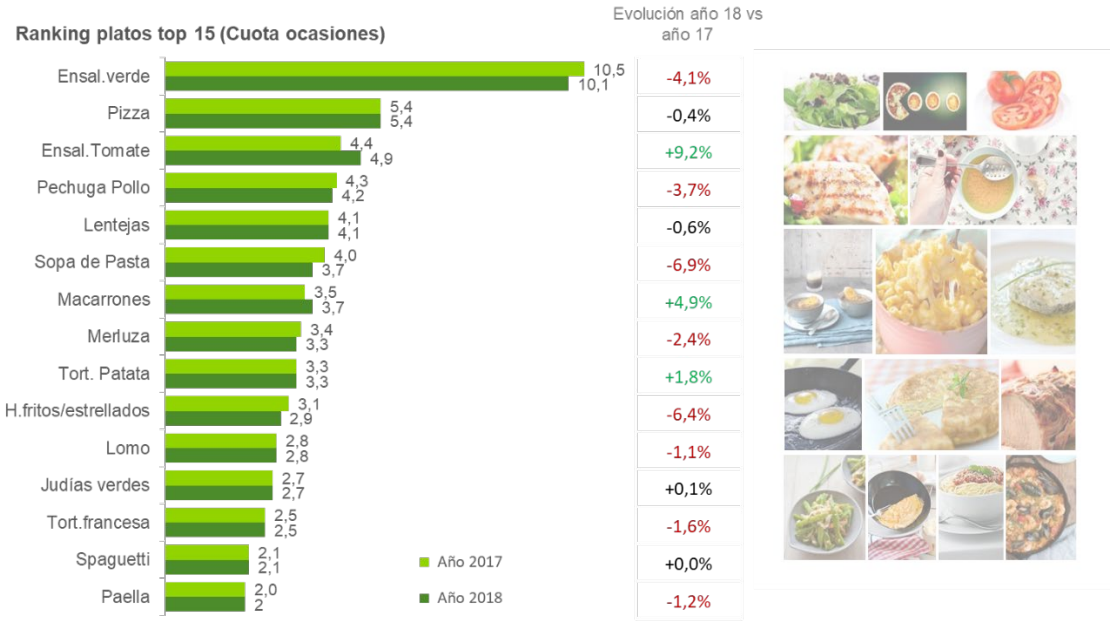


Las ocasiones de consumo para platos en comidas y cenas decrece un 0,7% a cierre de año 2018. Por tipo de alimentos sin embargo siguen estableciéndose las mismas categorías, mientras que lo que si se aprecia es un descenso de platos de carne, pescados, mariscos o cefalópodos, así como de platos de verduras. De forma significativa decrecen las ocasiones en las que hay platos de patatas en comidas y cenas.

Por el contrario, crecen aquellos como ensaladas/ensaladillas o los platos de pasta. El consumo se muestra estable para platos como sopas, cremas purés y platos de legumbres.



Si afinamos más por tipo de receta concreta, podemos ver a continuación el ranking de los quince platos que los españoles más hemos consumido durante el año 2018.



La dieta de los españoles sigue siendo sana y equilibrada, la ensalada verde es el plato más consumido, si bien pierde consumiciones en este año, le siguen pizzas, así como la ensalada de tomate, ganando esta última de forma significativa tanto cuota como ocasiones de consumo.

Del sector cárnico, es la pechuga de pollo quien aparece en cuarta posición, le sigue el lomo más abajo; del sector de la pesca encontramos la merluza. Categorías como legumbres y pastas también tienen una importante cuota dentro de la dieta de los españoles.

En cuanto a la forma de cocinar, siguen creciendo los modos de preparación más fáciles y saludables: plancha, hervido y guisado. Al igual que la opción sin cocinar / frío. Fritos y rebozados son preparaciones que decrecen, sin embargo, no son las que más lo hacen. Los métodos de preparación como horno o microondas son los que acusan mayor descenso en términos de variación (-0,3 puntos

porcentuales respectivamente). El descenso del consumo de platos de carne o pescado, que son platos que tienen una preparación más asociada al horno, puede ser el denominador común para este descenso en estas técnicas culinarias.



A la hora de elegir el plato que vamos a consumir, lo que impera por encima de todo es la conveniencia en el 29,4% de las ocasiones. Es decir, la búsqueda de alternativas que nos faciliten el día a día, es nuestro principal motivo de elección del consumo dentro de hogar.

Con el 22,7% de las ocasiones, impera el placer y en 1 de cada 5 veces elegimos el plato por sabor.



6

NOTAS METODOLÓ-GICAS

6 NOTAS METODOLÓGICAS

6.1 PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO EN HOGARES

El **panel de consumo alimentario en hogares (panel de compras),** estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación incluido en el Plan Estadístico Nacional y elaborado a partir de los datos facilitados por la empresa TAYLOR NELSON SOFRES S.A.U., tiene por objeto conocer la demanda directa de alimentos en los hogares españoles (consumo en hogares), mediante la recogida y el análisis de forma sistemática de la información de lo que compran los españoles para su consumo en el hogar, cuánto les cuesta y cuándo y dónde lo compran, investigando las diferencias de los hábitos de compra de los hogares según su diferente situación geográfica y los diversos factores que caracterizan a las familias españolas. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Todos los hogares de la Península, Illes Balears y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (18.054.437 en 2014, 18.304.544 en 2015, 18.326.032 en 2016, 18.396.384 en 2017 y 18.465.718 en 2018).

El universo utilizado para el cálculo de los años 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 del presente informe ha sido actualizado con el nuevo censo 2011 establecido por el INE.

Cuando se habla de hogar, se entiende como tal a la persona o conjunto de personas que ocupan en común una vivienda familiar o parte de ella y consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

Muestra[9]**:** 12.500 hogares que registran diariamente sus compras con un lector óptico. La elección de esta muestra es al azar con un método de dos etapas. En la primera se seleccionan los puntos de sondeo en función del tamaño de las poblaciones para cada una de las regiones (2.241 puntos de sondeo). En la segunda, se selecciona los colaboradores en cada uno de los puntos elegidos.

Los criterios de segmentación de los hogares sobre los que es posible realizar el análisis de comportamiento de compra son las zonas geográficas y comunidades autónomas, tamaño del hábitat, nivel socioeconómico del hogar, composición y tamaño del hogar, presencia de niños y edad de éstos, ciclos de vida del hogar. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

- Las **zonas geográficas y comunidades autónomas** consideradas son las siguientes: Canarias, Noreste, Levante, Andalucía, Centro-Sur, Castilla y León, Noroeste, Norte, las 17 comunidades autónomas.

- Los **tamaños del hábitat** considerados son los siguientes: menos de 2.000 habitantes, 2.000 a 10.000, 10.001 a 100.000, 100.001 a 500.000, más de 500.000 habitantes.

- Los **niveles socioeconómicos del hogar** considerados son los siguientes: alta y media alta, media, media baja, baja.

- La **composición y tamaños del hogar** considerados son los siguientes:

    - Edad del responsable de compra: menor de 35 años, de 35 a 49 años, de 50 a 64 años y de más de 65 años.

[9] A partir del mes de marzo de 2016.

  - Número de personas en el hogar: 1 persona, 2 personas, 3 personas, 4 personas, 5 y más personas.

- La **presencia de niños y edad de éstos** considerados son los siguientes: sin niños, con niños menores de 6 años, con niños de 6 a 15 años.

- Los **ciclos de vida del hogar** considerados son los siguientes:

  - Jóvenes independientes (tamaño familiar=1, edad responsable de compra <= 45 años),
  - parejas jóvenes sin hijos (tamaño familiar >= 2, edad responsable de compra <= 45 años, sin niños menores 30 años inclusive),
  - parejas con hijos pequeños (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor de menos de 5 años inclusive),
  - parejas con hijos de edad media (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor entre 6 y 17 años, ambos inclusive),
  - parejas con hijos mayores (con 1 pareja, tamaño familiar > 2, con niño menor entre 18 y 30 años ambos inclusive),
  - hogares monoparentales (sin pareja, tamaño familiar > 1, con niño menor de 30 años inclusive),
  - parejas adultas sin hijos (tamaño familiar > = 2, edad ama de casa >45 años y <=65 años, sin niños menores 30 años inclusive),
  - adultos independientes (tamaño familiar = 1, edad responsable de compra > 45 y <=65 años),
  - retirados (edad responsable de compra > 65 años, sin niños menores 30 años inclusive).

Para cada compra realizada, el hogar informa del establecimiento en el que ha adquirido el producto lo que permite conocer la importancia de los distintos tipos de establecimientos en la distribución final. Los **establecimientos** considerados son los siguientes:

- **Hipermercado,**
- **Supermercado / Autoservicio,**
- **Tienda descuento,**
- **T. Tradicional:** pescaderías, carnicerías / charcuterías, lecherías, herboristerías, tiendas de congelados, mercados y plazas, panaderías, bares / bodegas, farmacias, verdulerías / fruterías, tiendas de alimentación / comestibles y ultramarinos,
- **Otros canales:** economatos / cooperativas, venta a domicilio, mercadillos, autoconsumo, compras directas al productor, resto (incluye e-commerce).

6.2 PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DE HOGARES

El **panel de consumo alimentario fuera de los hogares,** estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación elaborado a partir de los datos facilitados por la empresa TAYLOR NELSON SOFRES S.A.U., tiene por objeto conocer la demanda total de alimentos y bebidas en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final residente en España peninsular e Illes Balears, identificando los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios de los españoles fuera de su hogar y conociendo la importancia de los distintos tipos de establecimientos donde el consumidor compra los productos para su consumo extradoméstico. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Los individuos residentes en España peninsular e Illes Balears de edades comprendidas entre 15-75 años (>18 años para la declaración de vino y derivados, cerveza, sidra y bebidas espirituosas). El estudio no recoge el consumo realizado por el turismo, permitiendo así cuantificar el consumo per cápita real de los residentes en España. Asimismo, no recoge el consumo realizado en las Islas Canarias ni en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Muestra[10]**:** 10.500 panelistas al año (8.500 individuos al trimestre) de entre 15 y 75 años. De ellos, 3.000 individuos declaran el consumo detallado de alimentos. La información se recoge mediante una aplicación de *smartphone,* con lectura de códigos EAN para aquellos productos que los tengan, y declaración manual guiada por categorías en el resto.

La recogida de información se realiza en el momento de consumo, para lo cual los formularios están diseñados para una rápida declaración.

Las posibilidades de respuesta están adaptadas a la realidad de las diferentes opciones de restauración al componerse de diferentes productos, así como de las recetas que hay disponibles, según elección del panelista.

La asignación del precio no se hace por tipo de receta o plato de forma independiente, si no por menú u opción elegida, es decir por el precio total pagado por ticket. De ahí que no se pueda asignar un valor por tipo de producto de forma concreta en el caso de algunas categorías de productos de consumo extradoméstico, sino que se obtiene un dato global de facturación del grupo. En el caso de productos que se adquieren por unidades, como pueden ser las bebidas o los aperitivos, sí es posible asignar un valor de adquisición.

Nota: Los datos de 2018 respecto a 2017 están calculados con muestra trimestral de 8.500 panelistas. Para comparar los datos de 2018 con los del año 2017, ha sido necesario recalcular los datos de 2017 con el mismo tamaño de la muestra trimestral que en 2018 (es decir, con 8.500 panelistas en lugar de 4.500). Con los datos de 2017 recalculados, se constata la tendencia creciente.

[10] A partir de 2016

6.3 PANEL DE USO DE LOS ALIMENTOS

El **panel de usos,** estudio del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puesto en marcha en 2016, tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Todos los hogares de la Península e Illes Balears. El universo utilizado para el cálculo de los años 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 del presente informe ha sido actualizado con el nuevo censo 2011 establecido por el INE.

Cuando se habla de hogar, se entiende como tal a la persona o conjunto de personas que ocupan en común una vivienda familiar o parte de ella y consumen alimentos y otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

Muestra: 4.000 hogares panelistas que pertenecen al panel de compras y que colaboran en la recogida del uso de los alimentos, informan semanalmente, a través de cuestionarios on-line repartidos en las 52 semanas del año, de todos los alimentos consumidos en casa o cogidos de casa para consumir fuera por todos los individuos del hogar, identificando el sexo y edad del consumidor final, el momento en el que consumió (desayuno, media mañana, comida, media tarde, cena, después de cenar, cogido para comer fuera), la forma de preparación (plancha, horno, hervido, frito, etc.), la receta (ejemplo: tortilla, macarrones con tomate, etc.), y el motivo de consumo (salud, placer, comodidad, etc.).

El cuestionario on line está diseñado para que con simples clicks el colaborador identifique el día, el momento de consumo, el plato y acceda a los ingredientes utilizando la despensa/nevera actualizada de acuerdo con las compras que ha realizado. Para llevar a cabo la búsqueda del producto puede seguir el listado o hacer uso del buscador.

Se incorporan controles de calidad en la declaración solicitando la confirmación de los productos y consumidores antes de cerrar el cuestionario.