



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

## **Informe 2009 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España**

Noviembre de 2009

### **Datos básicos**

#### **Producción y empleo en la agricultura y la ganadería**

En 2008 se registró un incremento en el valor de la producción agrícola y un aumento también, aunque en menor cuantía, de la producción ganadera. Las cantidades obtenidas fueron inferiores, pero los precios de los productos agrícolas y ganaderos se incrementaron, conforme a los datos que facilita el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM).

Concretamente, para el ejercicio 2008, el valor de la producción de la rama agraria (PRA) española ascendió a 41.743,9 millones de euros (corrientes), al tiempo que las subvenciones netas a los productos (subvenciones de explotación) supusieron 5.991,9 millones de euros. Con respecto a la campaña precedente, la PRA supuso una caída en valor del 2,5%. Si a la PRA se le deduce el valor de los "inputs" o consumos intermedios, que en 2008 supusieron 19.943,2 millones de euros, se obtiene un valor añadido bruto a precios básicos (VAB), que asciende a 21.800,8 millones de euros.

Los principales consumos intermedios realizados en 2008 corresponden a las compras que realizan los agricultores de medios de producción fungibles destacando, entre otros, semillas y plantones, energía eléctrica, combustibles, carburantes, lubricantes, fertilizantes, fitosanitarios, zosanitarios, piensos, gastos de mantenimiento de la



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

maquinaria y los aperos, así como la conservación de los edificios utilizados en las explotaciones agrarias.

En España, durante 2008, las amortizaciones de la maquinaria y las instalaciones agrarias se estimaron por el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino en 4.316,6 millones de euros y, por tanto, el VANpb asciende a 18.484 millones de euros.

Las explotaciones agrarias también percibieron durante el año 2008 otras subvenciones no asociadas a productos concretos como, por ejemplo, las relativas al Desarrollo Rural (jóvenes agricultores, formación, jubilación anticipada, zonas desfavorecidas, medidas agroambientales, desarrollo de zonas rurales, etc.).

Si al VANpb se le añade el valor de estas subvenciones y se le restan otros impuestos (por importe de 194,1 millones de euros en el año 2008) se obtiene un valor añadido neto al coste de los factores, también denominado renta agraria (RA), de 23.282 millones de euros (a precios corrientes) para el ejercicio 2008.

En España, la estimación del INE para 2008 del PIBpm es de 1.095.163 millones de euros. Por tanto, para este año, el sector agrario español representa el 2,6% del PIB. A este respecto, conviene apuntar que año tras año se va produciendo una disminución de la participación de la agricultura en la economía nacional mayoritariamente focalizada hacia los servicios y la industria.

Esta minoración se acentúa tanto en los años agrícolamente buenos, como ha sido 2008, como en los años desfavorables. Asimismo también influye el desacoplamiento de las subvenciones agrarias.

En cuanto al mercado de trabajo, según se refleja en la Encuesta de Población Activa (EPA) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) correspondiente a los cuatro trimestres de 2008, el promedio de población activa del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) ha sido de 951.225 personas. De ellas tenían ocupación 818.900 y estaban en paro 132.325.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

## Comercio exterior agroalimentario

Como viene siendo habitual, el comercio exterior del sector agroalimentario tuvo en el año 2008 un balance positivo. Durante el último ejercicio, la importación de alimentos se incrementó pero las exportaciones lo hicieron en mayor cuantía.

El entorno intracomunitario es la base de la comercialización agroalimentaria española. Aproximadamente el 80% de las compras y las ventas de alimentos y bebidas se realiza en el seno de la Unión Europea (UE-27). A pesar de lo anterior, conviene destacar que el abastecimiento de algunos productos específicos se realiza plenamente en terceros países conforme a las directrices de la Organización Mundial de Comercio (soja, mandioca, café, té, cacao, frutas tropicales...). La progresiva ampliación de países al mercado común europeo ha incrementado las posibilidades de exportación de los productores españoles aunque, complementariamente, se cuenta con otros mercados tradicionales para los productos agroalimentarios nacionales entre los que figuran Japón, China, Corea del Sur y varios estados árabes, sudamericanos y africanos.

De acuerdo con la información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MYTIC), en 2008 el valor de las exportaciones de alimentos ascendió a 26.787,4 millones de euros, con un crecimiento del 7,8% respecto al año precedente. Por su parte, el valor de las importaciones ascendió a 25.976,6 millones de euros, un 6,9% más que en 2007, con lo que el saldo de la balanza comercial agroalimentaria se elevó a 810,8 millones de euros.

Del valor de las exportaciones totales, 10.625,5 millones de euros procedieron de las ventas de frutas y legumbres, que experimentaron un crecimiento del 3,1% respecto al valor del año precedente. Hay que tener en cuenta que este sector es el que lleva el peso de la exportación agroalimentaria española y en la última década ha experimentado un notable crecimiento. Las frutas y hortalizas españolas tienen tradicionalmente una gran aceptación en la UE, debido a las ventajas climatológicas que otorga la situación en el continente europeo y a las facilidades de comunicación (las ventas a países comunitarios suponen más de un 90% del total en muchos productos). Al mismo tiempo, y por detrás del pescado, las frutas y hortalizas fueron en 2008 el



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

segundo capítulo en importancia económica dentro de las importaciones agroalimentarias españolas alcanzando un valor de 3.297,9 millones de euros aunque experimentando un descenso en comparación con el año anterior.

Durante el año 2008, la exportación de carne alcanzó un valor de 3.266,5 millones de euros, un 20,4% más que en el año precedente (subida más importante en el mercado agroalimentario). El principal capítulo dentro de las exportaciones de carne sigue siendo el porcino mientras que, por su parte, el valor de las exportaciones de leche registró un descenso y se situó en 951,5 millones de euros. El 90% de las exportaciones españolas de carne de porcino se dirige a la UE-27, aproximadamente el 80% en valor de las ventas exteriores de carnes de aves tiene por destino el mercado comunitario y los excedentes españoles de huevos frescos y ovoproductos también se destinan en un 92% a otros países de la UE aunque estas ventas son sumamente variables.

En el ejercicio 2008, la importación de carne experimentó un descenso en valor del 12,8% respecto al año pasado (el valor de las compras ascendió a 1.614,9 millones de euros). En estas importaciones prima el comercio intracomunitario; por ejemplo, los animales vivos de la especie vacuna provienen habitualmente de otros miembros de la UE aunque en la carne de vacuno destaca la procedencia de países latinoamericanos. Entre las aves sobresalen las entradas de carne de pavo procedentes de Francia y Reino Unido.

El sector de la pesca no tuvo un balance positivo durante el ejercicio 2008. El valor de las exportaciones descendió ligeramente y se situó en 2.337,6 millones de euros. Desde la perspectiva de las importaciones agroalimentarias, el pescado se configuró como la principal partida: España importó productos pesqueros por un valor de 4.814 millones de euros, lo que supuso una caída significativa con relación al año precedente. En los productos alimenticios de origen pesquero (pescados, crustáceos, cefalópodos, acuicultura...) existen relevantes partidas que se obtienen fuera de las aguas territoriales comunitarias y que deben proceder por acuerdos necesariamente de terceros países. De forma concreta, en este capítulo destaca que más del 80% de las compras de salmones se vincula a los países bálticos de la UE (Dinamarca, Finlandia y



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

Suecia) y el resto a terceros países como Noruega y Canadá. Por su parte, España compra la mayor parte de los túnidos, la merluza, el bacalao y los crustáceos en países africanos, asiáticos y sudamericanos.

Con respecto al vino, aproximadamente dos terceras partes de las exportaciones españolas tienen por destino la UE; destacan como compradores Reino Unido, Alemania, Francia, Holanda, Bélgica, Suecia y Portugal aunque también hay que destacar a Estados Unidos (importa en torno al 11% del total). El aceite de oliva es otro producto que tiene cada vez más aceptación en el mercado internacional; el 66% de las exportaciones españolas de aceite de oliva se destina a la UE, con Italia como principal país comprador. También hay otros grupos de productos en los que el mercado comunitario es de vital importancia como, por ejemplo, las conservas de túnidos, los artículos de confitería o las conservas de tomate.

En el capítulo de otras importaciones, destaca la elevada cotización de los cereales durante 2008, que hizo que el valor de las compras nacionales ascendiera a 2.720 millones de euros, de los que un 35% aproximadamente correspondió a la demanda en países comunitarios. También se importaron partidas de azúcar, café y cacao por importe de 1.964 millones de euros (principalmente en países europeos que actúan como intermediarios comerciales de terceros países). Entre las bebidas alcohólicas destaca la entrada al mercado español de whisky procedente de la UE, de ron de los países caribeños y de vodka rusa y polaca. Asimismo, España es un país importador de cerveza, que en general procede de países de la Unión Europea.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

## Industria alimentaria

La industria alimentaria española se presenta como uno de los sectores económicos más sólidos, incluso con capacidad para crecer durante este último año, a pesar del escenario de recesión generalizada. La industria de alimentos y bebidas ha tenido un comportamiento más favorable que el conjunto de la economía y que el sector industrial español.

Las ventas netas de productos de la industria alimentaria ascendieron a 83.204 millones de euros durante 2008, lo que supone el 16,4% del total de ventas netas del sector industrial español y el 7,6% del PIB español, conforme a la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). En 2008, se registró un incremento en valor del 1,4% respecto al año anterior. Descontando la inflación, es decir en euros constantes, la producción del sector se incrementó un 1,3% frente al 0,1% experimentado en 2007.

Los subsectores de industrias cárnicas (19,9%), elaboración de bebidas alcohólicas (12,4%) e industrias lácteas (10,5%) contribuyeron en un 42,8% a la producción total del sector de alimentación y bebidas, ascendiendo su producción conjunta a 35.179 millones de euros. Respecto al año anterior, han ganado peso relativo en el total de la producción sectorial la elaboración de alimentación animal, la fabricación de grasas y aceites, los productos de molinería, los productos alimenticios diversos, las aguas minerales y las bebidas analcohólicas. Por el contrario, han minorado su participación en la producción alimentaria los subsectores de la industria láctea, las bebidas alcohólicas, el pan, galletas y productos de panadería y pastelería, el azúcar, cacao y chocolate, la industria cárnica y la preparación y conservación de frutas y hortalizas.

La industria alimentaria española contaba en 2008 con 31.106 empresas. Si se examina el comportamiento por subsectores, aceites contó con la evolución más positiva en la creación de nuevas empresas (28) mientras que el descenso más acusado se ciñe a las empresas de fabricación de otros alimentos (322). Atendiendo a la dimensión empresarial, en la industria alimentaria únicamente el 3,7% de las empresas mantienen



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

más de 50 trabajadores, mientras que el 79,6% no tiene asalariados o cuenta con menos de 10 (notable dualidad y atomización empresarial).

El número medio de personas ocupadas en la industria alimentaria durante 2008 ascendió a 502.150 (incremento de casi el 3% respecto a 2007). El 17% del empleo industrial se concentraba en el sector alimentario y de bebidas y, además, suponía el 2,5% del empleo total de España. El número medio de personas desempleadas en la industria de alimentación y bebidas se incrementó en un 21,0% en tasa interanual hasta situarse en 39.000; la tasa de paro para el año 2008 en este sector se sitúa en un 7,2%. La industria de la alimentación y bebidas contaba en 2008 con 398.000 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone el 18,1% de los afiliados del sector industrial y el 2,1% del total de la economía española.

El comercio exterior de alimentos y bebidas se aproxima al equilibrio durante el último ejercicio. Las importaciones en bienes producidos por la industria de la alimentación y bebidas ascendieron en 2008 a 16.514 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,9% respecto al año anterior. Por su parte, las exportaciones se elevaron a 16.412 millones de euros y experimentaron un aumento del 9,6%. En consecuencia, el déficit comercial del sector alimentación y bebidas se situó en 102 millones de euros durante el 2008, lo que supone una reducción del 88,8% respecto al año anterior. La tasa de cobertura del sector (porcentaje de exportaciones sobre importaciones) registró durante el último ejercicio un ascenso notable respecto al año anterior, hasta situarse en el 99,4%.

Los esfuerzos de I+D+i de la industria alimentaria están siendo significativos durante los últimos años. En relación con este aspecto, en el año 2008, se registró un notable incremento en la inversión extranjera, hasta situarse en 882 millones de euros, lo que supone el 2,9% del total recibido por la economía española. Respecto a la inversión bruta realizada por empresas españolas de alimentos y bebidas en el extranjero, durante el último año se registra un incremento del 6,2% hasta situarse en 1.358 millones de euros.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

### **Consumo alimentario (hogar y extradoméstico)**

Conforme a la información aportada por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), a través de los *Paneles de Consumo Alimentario*, el gasto total en alimentación y bebidas ascendió en 2008 a 90.303 millones de euros. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 66.189 millones de euros –un 73,3%–, los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 21.442 millones de euros –un 23,7%– mientras que el consumo institucional de alimentos y bebidas fue de 2.672 millones de euros –un 3% sobre el gasto total–.

Durante el año 2008 se ha producido un incremento del gasto alimentario del 4,6% con respecto al año anterior que ha sido especialmente significativo tanto en hogares (5,1%) como en el consumo extradoméstico (3,5%).

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 20,8% sobre el gasto total, las patatas, frutas y hortalizas frescas un 14,1%, los pescados un 12,7% y el gasto en pan alcanza el 6,3%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,4% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (3,4%), el aceite de oliva (2,3%) o los platos preparados (3%).

### **Gasto y consumo per cápita en hogares**

Durante el año 2008, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.472,4 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 122,7 euros (casi 5 euros por encima del gasto medio mensual del año 2007).

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 336,2 euros en los 50,6 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en pescado asciende a 198,5 euros y supone un consumo de 27,8 kilos por persona.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante el 2008, en términos medios, cada individuo consumió 94,3 kilos de frutas frescas, 57,1 kilos de hortalizas frescas y 13,3 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 133,4 euros, 92,8 euros y 27,5 euros, respectivamente.

El gasto y el consumo en leche y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 78,1 litros de leche y un gasto de 65,2 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 114,4 euros y un consumo de 31,6 kilos.

En términos medios, durante el 2008, cada español consumió 40,9 kilos de pan, 12,7 kilos de bollería y pastelería y 10,8 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 101,4 euros, 58,5 euros y 44,4 euros, respectivamente.

El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. Durante el 2008, cada español consumió 9,7 litros de aceite de oliva y gastó 25,8 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 8,7 litros y supuso un gasto de 17,8 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 17,9 euros y se corresponde con los 139 huevos consumidos, en términos medios, por cada español.

La evolución del mercado alimentario español está muy condicionada por los cambios demográficos que se vienen experimentando durante los últimos años: el número de hogares crece mucho más rápido que la población, cada vez hay más hogares con adultos mayores de 50 años, las personas que viven solas van incrementando su representatividad o se advierten más hogares sin niños. Ante todas estas circunstancias, el consumo alimentario aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado



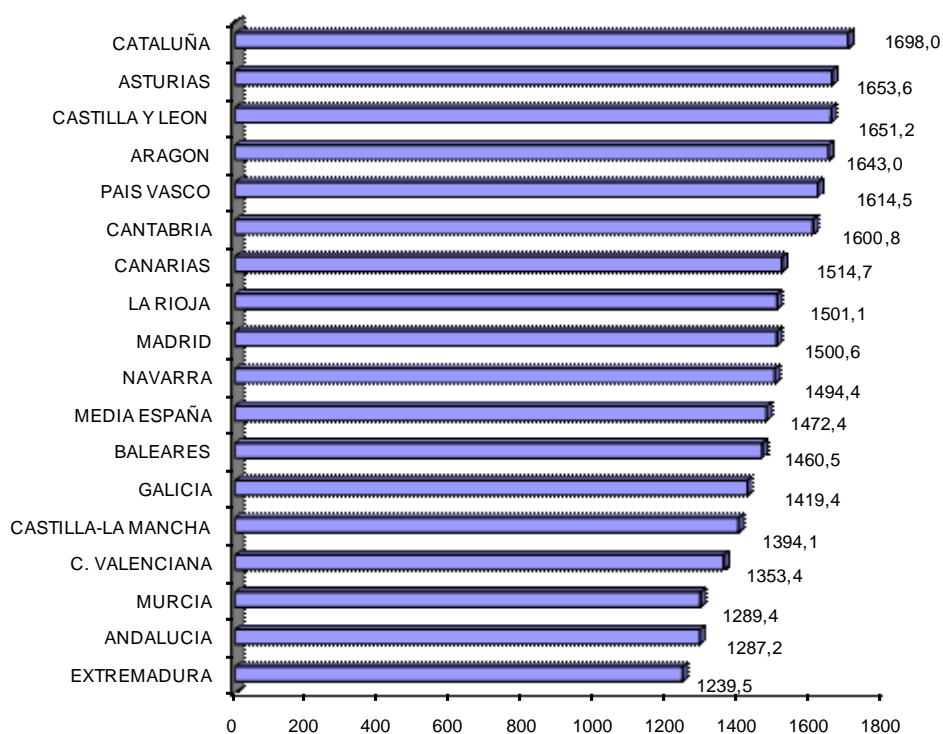
## DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas.

El gasto en alimentos y bebidas también ha sido dispar por comunidades autónomas durante el año 2008. Así pues, la media de 1.472,4 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Cataluña (1.698 euros), Asturias (1.553,6 euros) y Castilla y León (1.651,2 euros) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.239,5 euros), Andalucía (1.287,2 euros) y Murcia (1.289,4 euros).

### Gasto per cápita en alimentos y bebidas por comunidades autónomas (euros) (hogares)



Fuente: MARM (2009).



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

Al mismo tiempo, el consumo per cápita de los principales grupos de alimentación también ofrece diferencias notables entre las distintas comunidades autónomas:

- En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (65,9 kilos) y el menor en Murcia (41,5 kilos).
- Para el pescado, en Cantabria se consumen 37,9 kilos mientras que en Baleares se llega a 18,8 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Asturias (13,9 litros) y Castilla-La Mancha (6,3 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (76,2 kilos) mientras que Extremadura tiene los registros más reducidos (38,9 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Castilla y León (123,3 kilos) mientras que el menor está en Murcia (79,1 kilos).
- Extremadura y Castilla-La Mancha son las comunidades que menos vino cprd consumen (2,1 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (10 litros).



**DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN**

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
 Teléfono: 913 500 609  
 prensa@mercasa.es  
 www.mercasa.es

**Consumo per cápita de alimentos y bebidas por Comunidades Autónomas (hogares)**

	<b>CARNE (kilos)</b>	<b>PESCA (kilos)</b>	<b>ACEITE DE OLIVA (litros)</b>	<b>HORTALIZAS FRESCAS (kilos)</b>	<b>FRUTAS FRESCAS (kilos)</b>	<b>VINO CPRD (litros)</b>
<b>CATALUÑA</b>	55,3	27,6	9,1	73,9	106,6	5,8
<b>ARAGON</b>	62,3	31,3	11,1	76,2	107,3	3,2
<b>BALEARES</b>	47,4	18,8	9,7	50,8	81,5	10,0
<b>C. VALENCIANA</b>	48,2	23,3	6,7	59,7	80,3	4,1
<b>MURCIA</b>	41,5	21,2	8,2	58,2	79,1	3,6
<b>ANDALUCIA</b>	42,2	26,1	9,8	50,0	79,4	3,5
<b>MADRID</b>	52,0	29,5	9,3	59,7	103,5	4,5
<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>	58,4	29,7	6,3	50,4	91,6	2,1
<b>EXTREMADURA</b>	44,4	24,5	9,5	38,9	81,4	2,1
<b>CASTILLA Y LEON</b>	65,9	35,8	12,6	62,0	123,3	3,9
<b>GALICIA</b>	52,6	31,6	11,1	45,9	93,0	4,2
<b>ASTURIAS</b>	53,9	36,4	13,9	46,1	107,0	6,2
<b>CANTABRIA</b>	53,5	37,9	12,8	54,3	104,5	3,8
<b>PAIS VASCO</b>	49,4	30,6	11,6	53,1	101,9	5,4
<b>LA RIOJA</b>	55,8	28,2	10,1	44,4	104,1	2,5
<b>NAVARRA</b>	54,4	27,6	9,4	47,7	95,2	4,8
<b>CANARIAS</b>	41,6	19,7	12,3	54,1	87,4	5,2
<b>MEDIA ESPAÑA</b>	<b>50,6</b>	<b>27,8</b>	<b>9,7</b>	<b>57,1</b>	<b>94,3</b>	<b>4,4</b>

Fuente: MARM (2009).



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

## Gasto y consumo alimentario fuera del hogar

Durante los últimos años se viene observando un consumo significativo de alimentos y bebidas para tomarlos fuera del hogar. La demanda extradoméstica de productos de alimentación se puede dividir, por un lado, en *restauración comercial* para hacer referencia a los alimentos y bebidas que se toman en establecimientos de hostelería y restauración (bares, cafeterías, restaurantes, hoteles, ...) y, por otro, en *restauración colectiva y social* vinculándose al consumo en comedores de empresa, colegios, hospitales, cuarteles militares, prisiones o residencias.

La heterogeneidad del consumo extradoméstico supone que los volúmenes de gasto en alimentación y bebida sean dispares. En términos relativos, destacan los cafés y bares (37,9%) y los restaurantes independientes (26,3%) mientras que la participación de establecimientos de restauración organizada (8,7%), hoteles (11,1%) y locales de consumo nocturno (4,9%) es bastante más reducida. La restauración colectiva y social acapara el 11,1% del gasto total en alimentación y bebidas fuera del hogar.

La estructura de consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar difiere en las dos esferas apuntadas:

- Los establecimientos de restauración comercial consumen mayoritariamente alimentación (47%) pero también son importantes las bebidas alcohólicas (24,6%) y las bebidas sin alcohol (28,5%).
- En la restauración colectiva y social la demanda principal se ciñe a productos de alimentación (82,9%) y, por tanto, bebidas alcohólicas (1,6%) y bebidas sin alcohol (15,5%) tienen una repercusión más reducida.

Conviene resaltar que en la estructura de gasto alimentario de los establecimientos de restauración comercial resultan especialmente significativos productos como la carne (16%), la cerveza (14%), las bebidas alcohólicas de alta graduación (9%), los pescados y mariscos (10%), los refrescos (9%) o los vinos (7%). En la estructura de gasto de los establecimientos de restauración colectiva y social predominan la carne (21%), el



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

pescado (13%), los derivados lácteos (8%), el pan (8%) y las hortalizas frescas y congeladas (7%).

Los canales de abastecimiento de los establecimientos de restauración comercial y de los establecimientos de restauración colectiva y colectiva han sido variados durante el año 2008. Con carácter general, los distribuidores mayoristas consiguen las cuotas de abastecimiento más elevadas –en casi todos los casos rondan el 60-68%-. Los fabricantes también tienen una presencia generalizada –destacan especialmente como vía de abastecimiento de los establecimientos de restauración organizada (73,7%)-. Por último, el resto de alternativas son minoritarias y, por tanto, autoservicios mayoristas, libreservicio y establecimientos tradicionales cuentan con cuotas residuales.

A modo de resumen, con la información que ofrece el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, pueden destacarse las siguientes conclusiones de la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas durante el año 2008:

- Las visitas a establecimientos de hostelería y restauración las realizan, de media, grupos de 2-3 personas, con un gasto medio por comensal de 4,25 euros y, por tanto, un ticket total medio por visita de 12,45 euros.
- La mayoría de las visitas (63,9%) se producen entre semana. Sin embargo, el desembolso realizado los fines de semana es muy superior. Así pues, el fin de semana, contado desde la cena del viernes a la cena del domingo, supone casi la mitad del gasto en alimentación fuera del hogar, con tickets por comensal y por visita sensiblemente superiores a los del resto de días de la semana (5,45 euros por persona frente a 3,6 euros).
- En cuanto al objeto de visita, la comida es el momento preferido con un 28% del total de visitas y, además, acapara el 46,7% del gasto total; le siguen en importancia la cena y, a mayor distancia, la merienda.
- El gasto extradoméstico está vinculado con la actividad diaria: los ciudadanos entre 18 y 44 años acuden a establecimientos de restauración a diario porque trabajan lejos de casa.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

- Los establecimientos independientes aglutinan el 85% de las visitas y del gasto aunque el ticket medio por comensal es ligeramente inferior al realizado en establecimientos pertenecientes a cadenas (4,22 euros frente a 4,42 euros).
- En cuanto a los establecimientos visitados, destacan por número de visitas las cafeterías y los bares/tabernas, seguidos de los restaurantes de menú. Ahora bien, en referencia al porcentaje de gasto y los tickets medios, los restaurantes a la carta, los restaurantes de menú y los bares/tabernas son los más representativos.
- Analizando el consumo por categoría de productos, se observa que las bebidas calientes están presentes en el 29,8% de las visitas a establecimientos de restauración y, además, suponen casi el 15% del gasto extradoméstico total. En cuanto a los productos demandados, el café está presente en más del 26% de las visitas y supone el 12% del gasto.

#### **Comparación internacional de los hábitos en la alimentación fuera del hogar**

- España está entre los países europeos donde resulta más habitual comer fuera de casa -sólo es superada por Grecia y Portugal-. La mayoría de los españoles comen en restaurantes varias veces al mes. El 28% acude 2 ó 3 veces al mes, el 19% lo hace 1 ó 2 veces por semana. Sin embargo, el 21% declara ir menos de una vez al mes y un 5% dice que no va nunca.
- El 44% de los consumidores de todo el mundo declaran comer fuera de su casa de 1 a 3 veces por semana y el 38% lo hace 1 vez al mes. Los consumidores de Asia-Pacífico comen fuera más frecuentemente que los de otras regiones (por ejemplo, en Hong Kong un 31% acude a restaurantes a diario).
- Entre los españoles, la comida más habitual fuera de casa es el almuerzo (51% de los entrevistados), seguido de la cena (43%), mientras que sólo el 6% desayuna fuera.



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

- A nivel internacional, la cena se configura como la comida fuera del hogar más frecuente -cerca del 60% de los consumidores mundiales dicen que es la más habitual cuando van a un restaurante- seguida por el almuerzo -36%-. A modo de excepción, se puede citar que en Latinoamérica un 73% de los entrevistados acuden a principalmente a almorzar.
- A la hora de elegir un restaurante, los españoles deciden principalmente por el tipo de cocina ofertado (37% de los encuestados); la segunda razón más destacada es el precio (26% frente al 21% de media europea). El resto de elementos quedan lejos de estos porcentajes: el 8% señala que esté cerca o bien comunicado; el 7% que tenga buenas condiciones higiénicas; el 4% que tenga un buen servicio; y, un 3% sigue recomendaciones de sus amistades. En comparación con la media, los españoles tienen más presente el precio y el buen servicio mientras que resulta menos relevante otras cuestiones como que se ofrezca comida saludable, las preferencias de la familia, la decoración o la imagen de marca.
- El día de la semana preferido por los españoles para comer en un restaurante es el sábado (45%) seguido del viernes (18%). Un 26% prefiere salir de lunes y jueves y un 11% los domingos. A nivel internacional, en el conjunto del estudio, el día de la semana preferido por los consumidores para ir a restaurantes es el sábado (37%)
- El 42% de los españoles acude a restaurantes con familiares o amigos (esta opción es la mayoritaria en prácticamente todo el mundo). En España es más habitual salir a comer fuera de casa en pareja (41%) que en otros países (media del 27%). Un 6% de los consumidores españoles se decanta por comer solo (básicamente por motivos laborales).
- En España se demanda mayoritariamente cocina española (55%). Por otra parte, un 11% de los consumidores elige la cocina italiana, un 5% opta por comida china y un 4% por restaurantes japoneses. Internacionalmente, los consumidores también prefieren comer en restaurantes especializados en la cocina local típica



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

(es la primera opción en todos los países). La cocina italiana es la más seguida fuera de su país (un 23% de los entrevistados la prefiere).

- Los países que más prefieren la cocina española a la hora de ir a un restaurante son Venezuela (23% de los entrevistados), Argentina (19%), Israel (11%) y China (10%).

Fuente: Elaboración propia con datos del *Estudio Nielsen Online Consumer Confidence and Opinión*, 2009.

### **Comercialización de alimentos y bebidas**

Durante el año 2008 se advierte la significativa participación de las actividades minoristas de alimentación en el conjunto de la estructura distributiva. Sobre el total de licencias concedidas, un 34,9% se asocia al comercio de alimentos y bebidas mientras que, al mismo tiempo, cuando se analiza la superficie de venta, la participación alcanza el 18,9%. Durante los últimos años se viene observando cómo disminuyen el porcentaje sobre el total de licencias y la participación sobre el total de superficie de venta. Durante el ejercicio 2008 se ha quebrado esta tendencia y, en consecuencia, las actividades de alimentación cuentan con una mayor representatividad tanto en porcentaje de licencias como en participación de superficie de venta que la conseguida en 2007.

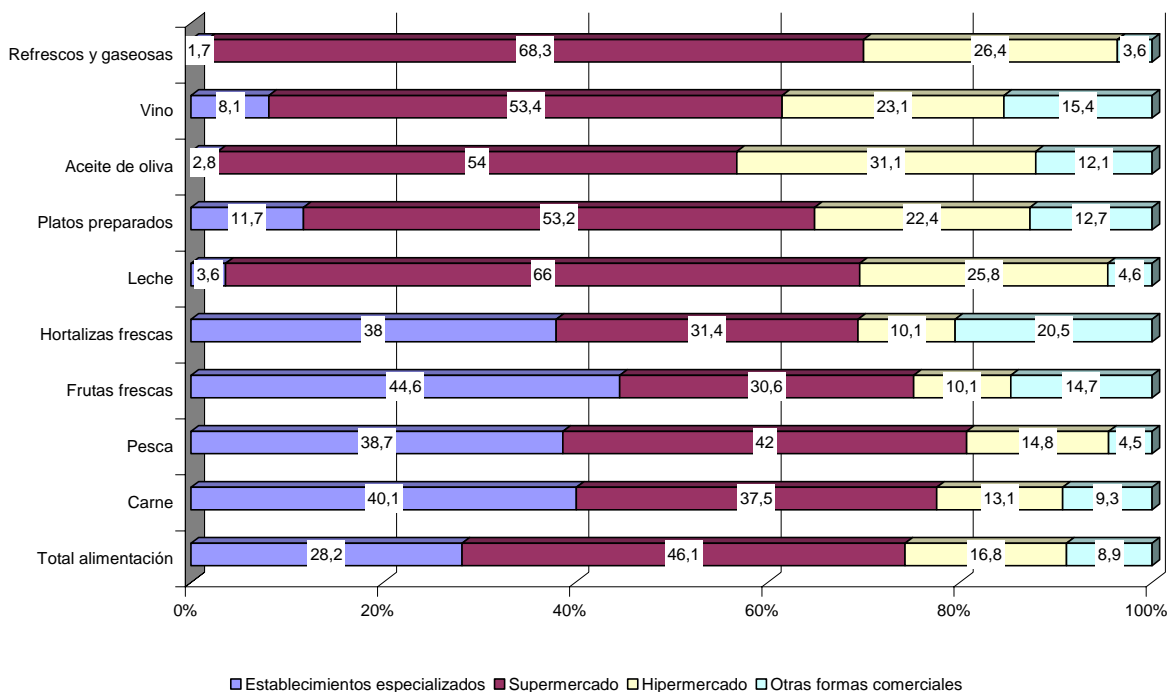
Atendiendo al conjunto de la población, se estima que existen en España 7,7 actividades comerciales y 459,8 m<sup>2</sup> dedicados al comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de Navarra (633,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Comunidad Valenciana (603,4 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) o Cataluña (543,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes).

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (46,1% de cuota de mercado en 2008) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (28% de cuota) que junto al

resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota cercana al 17%.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos por el comprador español (alcanza, por ejemplo, una cuota del 40,1% en la comercialización de carne o del 44,6% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 66% de las ventas de leche o el 54% de las ventas de aceite de oliva).

**Cuotas de mercado en la distribución de alimentos y bebidas**



Elaboración propia con datos del MARM (2009).

Fuente



#### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

En términos medios, los hogares españoles realizan 16 visitas al mes a los establecimientos de alimentación, el ticket medio por visita ronda los 18 euros que se corresponde con la adquisición de cerca de 10 artículos de alimentación. La tendencia durante los últimos cinco años muestra, de media, un claro descenso en el número de visitas (por ejemplo, en 2003 se hacían 19 visitas al mes) y, por tanto, un aumento en el gasto en cada una de ellas (el ticket medio en 2003 era de poco más de 14 euros y se adquirirían 8 artículos de promedio).

Durante el último año, los consumidores han mostrado una clara preferencia por hacer sus compras de alimentación y bebidas durante los viernes y los sábados. El ticket medio más elevado y el mayor número de productos adquiridos se produce en sábado mientras que el martes es el día de la semana con menor demanda de alimentos y bebidas.

Entre los factores determinantes en la elección de los establecimientos para realizar las compras de alimentación están la calidad de los productos, la proximidad y cercanía, las buenas ofertas y la atención al cliente.

En cuanto a la alimentación envasada, durante el año 2008, las primeras marcas de fabricantes continúan representando la principal opción para los consumidores (41,5%). Las marcas del distribuidor alcanzan un 34,4% y siguen ganando peso en la cesta de la compra de alimentación envasada (en 2003 suponían el 25,4%). El resto de marcas tienen una cuota del 24,1%.

La participación de las marcas en alimentación envasada difiere por formatos comerciales. En el año 2008, las primeras marcas del fabricante tienen una mayor presencia en los hipermercados mientras que las marcas del distribuidor destacan en los establecimientos de descuento.

La tipología de hogar también influye en la elección de marcas en la alimentación envasada. En el año 2008, los hogares que demandaron en mayor medida primeras marcas de alimentación fueron las parejas jóvenes sin hijos mientras que la menor participación de estos productos se asocia a las parejas adultas sin hijos. En cuanto a las marcas del distribuidor en alimentación envasada, los hogares formados por parejas



**DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN**

Pº de La Habana, 180 – 28036 Madrid  
Teléfono: 913 500 609  
prensa@mercasa.es  
www.mercasa.es

con hijos de edad mediana recurren en mayor grado a estos productos mientras que los hogares con personas retiradas los adquieren minoritariamente.