



Informe del consumo de alimentación en España 2017



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

FRUTAS FRESCAS

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos: naranjas, mandarinas, limones, plátanos, manzanas, peras, melocotones, nectarinas, albaricoques, fresas/fresones, melones, sandías, ciruelas, cerezas, uvas, kiwis, aguacates, piñas, otras frutas frescas.

1. Resultados totales de la categoría

En 2017 se redujo el volumen de compra de frutas frescas para el hogar un 3,5%, la reducción en valor fue en menor medida (-0,9%), debido al aumento del precio medio del 2,7%, situándose en 1,46 €/kg.

Los hogares destinan a la compra de fruta fresca un 9,10% de su presupuesto para la compra de alimentación y bebidas para el hogar. El gasto medio por persona y año es de 134,64 € (-4,6% respecto a 2016), mientras que el consumo per cápita se sitúa en 92,45 kilos por persona y año, con una reducción importante de 7,1%.

Los hogares formados por retirados son responsables de un 30,4% del volumen de frutas frescas. Las parejas adultas sin hijos son responsables del 14,3% del volumen, le siguen parejas con hijos de edad media y parejas con hijos mayores, con una proporción del 13,5% y 12,5%, respectivamente.

Durante el año 2017, desciende el consumo per cápita en todas las tipologías de hogar, excepto en los formados por hogares monoparentales con un leve aumento del 1,3%, aun así estos hogares tienen un consumo per cápita por debajo de la media nacional situándose en 69,3 kilogramos/persona/año.

Castilla y León, País Vasco, Navarra y Galicia son las comunidades autónomas con un perfil más intensivo en el consumo de frutas. Por el contrario, La Rioja, Comunidad Valenciana y el archipiélago Balear destacan entre las que menos fruta consumen.

Informe del consumo de alimentación en España 2017

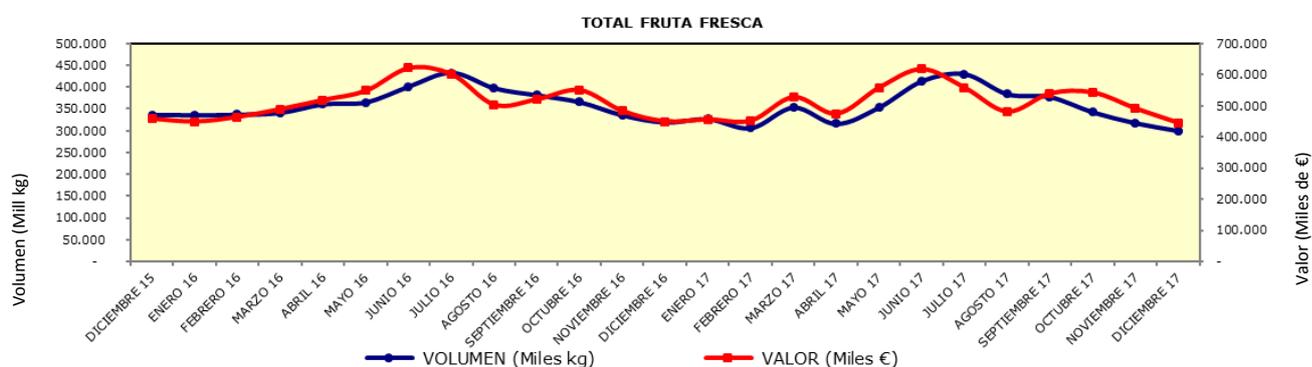
	TOTAL FRUTA FRESCA	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	ALBARICOQUE	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	MANZANAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	4.216.654,45	-3,5%	41.729,19	-1,6%	448.881,19	-5,9%
VALOR (Miles €)	6.140.582,90	-0,9%	77.443,09	-13,6%	619.836,88	-3,2%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	92,45	-7,1%	0,91	-5,3%	9,84	-9,4%
GASTO X CÁPITA (€)	134,64	-4,6%	1,70	-16,9%	13,59	-6,9%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	14,60	-0,43	0,14	0,00	1,55	-0,09
PARTE MERCADO VALOR (%)	9,10	-0,13	0,11	-0,02	0,92	-0,04
PRECIO MEDIO (€/kg.)	1,46	2,7%	1,86	-12,2%	1,38	2,8%

	MELOCOTÓN	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	CEREZAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	PERAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	158.253,17	-5,1%	57.970,22	19,4%	231.673,93	-3,0%
VALOR (Miles €)	247.038,61	-9,4%	180.222,01	4,4%	347.527,76	1,2%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	3,47	-8,7%	1,27	14,9%	5,08	-6,6%
GASTO X CÁPITA (€)	5,42	-12,8%	3,95	0,4%	7,62	-2,6%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	0,55	-0,03	0,20	0,03	0,80	-0,02
PARTE MERCADO VALOR (%)	0,37	-0,04	0,27	0,01	0,51	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg.)	1,56	-4,5%	3,11	-12,6%	1,50	4,3%

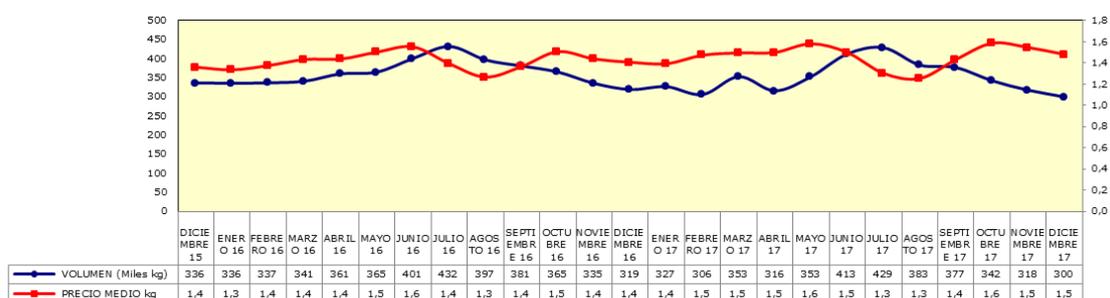
	CIRUELAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	MANDARINAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	NARANJAS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	57.247,20	4,8%	256.492,71	-6,7%	812.760,26	-5,5%
VALOR (Miles €)	103.797,76	3,8%	360.882,40	0,6%	799.207,30	-3,9%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	1,26	0,9%	5,62	-10,2%	17,82	-9,0%
GASTO X CÁPITA (€)	2,28	-0,1%	7,91	-3,1%	17,52	-7,5%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	0,20	0,01	0,89	-0,06	2,81	-0,14
PARTE MERCADO VALOR (%)	0,15	0,00	0,53	0,00	1,18	-0,06
PRECIO MEDIO (€/kg.)	1,81	-1,0%	1,41	7,9%	0,98	1,6%

	PLATANOS	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	MELON	% Variación Vs Mismo periodo año anterior	SANDIA	% Variación Vs Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	527.705,77	-1,1%	328.084,24	-11,4%	383.166,52	0,7%
VALOR (Miles €)	789.045,95	3,0%	327.594,31	-10,3%	285.325,48	-4,7%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	11,57	-4,8%	7,19	-14,7%	8,40	-3,1%
GASTO X CÁPITA (€)	17,30	-0,9%	7,18	-13,6%	6,26	-8,2%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	1,83	-0,01	1,14	-0,14	1,33	0,02
PARTE MERCADO VALOR (%)	1,17	0,03	0,49	-0,06	0,42	-0,02
PRECIO MEDIO (€/kg.)	1,50	4,1%	1,00	1,3%	0,74	-5,3%

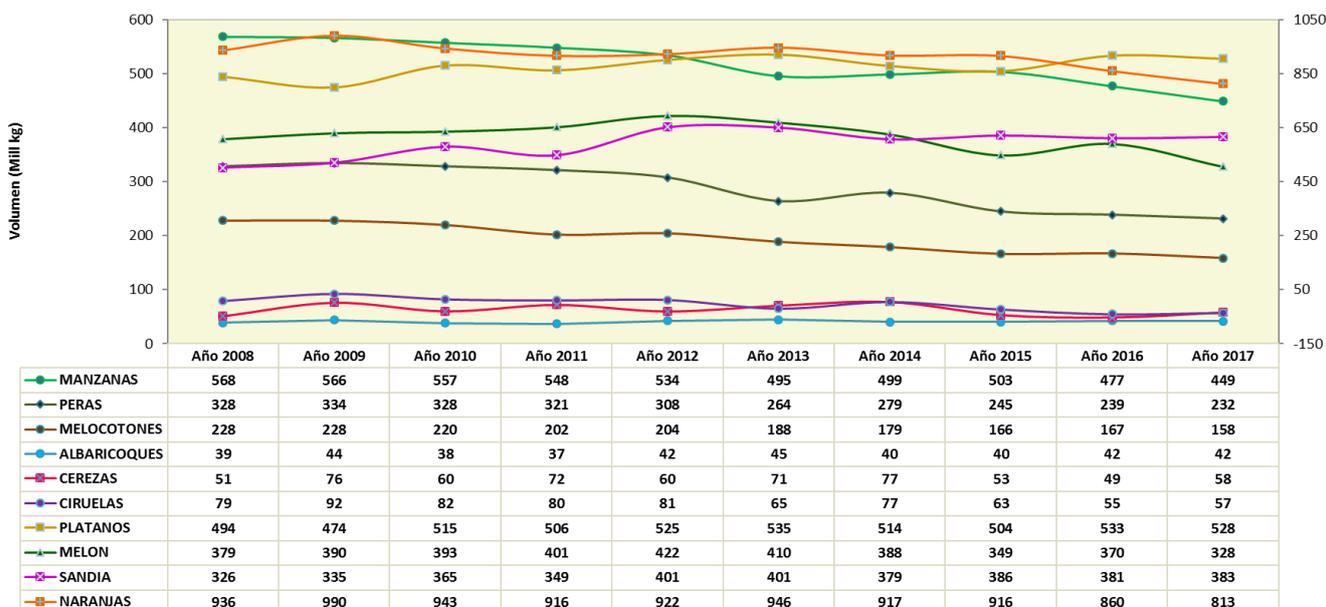
Evolución mensual de total gasto y total compras. (Diciembre 2015- 2017)



Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg). (Diciembre 2016-2017)



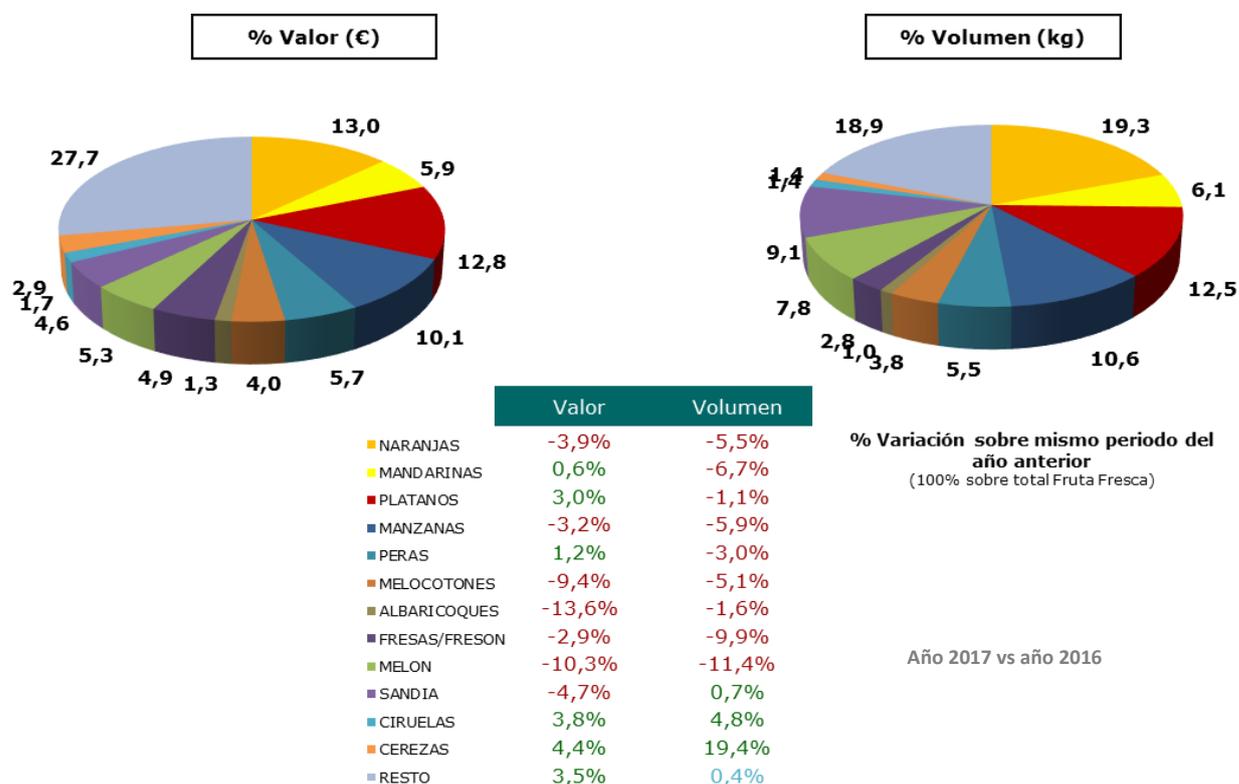
Evolución anual de total compras (millones kg). (Desde año 2008 hasta año 2017) ¹¹



¹¹ En la gráfica no están representados todos los tipos existentes en la categoría.

En términos de volumen de mercado, el año 2017 supone un mínimo para frutas frescas en los últimos 8 años, siendo el melón y las mandarinas los tipos de fruta que más influyen en este descenso generalizado del consumo de la categoría.

2. Importancia de los tipos de frutas frescas ¹²



Naranjas, plátanos y manzanas siguen siendo los tres tipos de fruta que más volumen mueven, y aunque sufren un ligero descenso, siguen representando el 19,3%, 12,5% y 10,6%, respectivamente. En el último año destaca el crecimiento tanto en volumen como en valor de las cerezas y ciruelas. Por el contrario, melón, fresas y mandarinas, entre otros, sufren una disminución de la demanda.

3. Consumo per cápita de los tipos de frutas frescas: total frutas frescas, naranjas, mandarinas, plátanos, manzanas, melones, sandías, melocotones, peras, resto frutas

El consumo per cápita de fruta fresca en 2017 fue de 92,45 kilogramos por persona y año, con un acusado descenso del 7,1% con relación al año 2016. Las naranjas son las frutas frescas más

La lectura del eje de la izquierda se corresponde con los siguientes tipos: naranjas, manzanas, melón, mandarinas, peras, sandía, plátanos, melocotones.

La lectura del eje de la derecha se corresponde con el Total frutas frescas.

¹² En **resto** se incluyen los siguientes tipos: limones, nectarinas, uvas, kiwis, aguacates, piñas, otras frutas frescas.

consumidas (17,82 kg por persona y año) con una evolución negativa del 9,0%. Mandarinas se sitúa en una ingesta media por persona y año de 5,62 kg y una variación negativa del 10,2%.

El consumo per cápita de plátano se sitúa en 11,57 kg lo que implica una reducción del 4,8% en comparación con el año 2016. Las manzanas tienen una ingesta media de 9,84 kg por persona y año, reduciéndose un 9,4% respecto a 2016.

CONSUMO PER CÁPITA (Kg/persona/año)	T.FRUTAS FRESCAS		MELOCOTONES		ALBARICOQUES		CIRUELAS	
	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017						
	99,54	92,45	3,80	3,47	0,97	0,91	1,24	1,26
	NARANJAS		PLATANOS		MANZANAS		MANDARINAS	
	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017						
	19,59	17,82	12,15	11,57	10,86	9,84	6,26	5,62
	CEREZAS		SANDIA		MELON		PERAS	
	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017						
	1,11	1,27	8,67	8,40	8,44	7,19	5,44	5,08

4. Principales resultados por tipos de frutas frescas

4.1. Naranjas:

El consumo doméstico de naranjas durante el año 2017 cae un 5,5%. En valor, éste también retrocede un 3,9%, si bien es más contenido que la caída en volumen como consecuencia directa de un incremento del precio medio del 1,6%, que cierra en el año en 0,98 €/kg.

El consumo per cápita es de 17,82 kg por persona y año. El gasto per cápita se reduce de forma sustancial un 7,5% siendo la cantidad invertida por persona y año de 17,52 € (el equivalente a 1,43 € menos gastados por persona en comparación con el año anterior).

En cuanto al consumo per cápita, son los hogares de retirados quienes mayor consumo realizan por persona y año, con una cantidad media aproximada de 37,14 kg, aunque disminuyendo en 2017 un 6,4%. Son ellos mismos quienes en términos de volumen mueven el 32,3% del volumen de naranjas.

A nivel regional, Castilla y León, Cantabria y País Vasco son las CCAA con un consumo más intensivo de naranjas. En el otro extremo se sitúan la Comunidad Valenciana y las Islas Baleares y Andalucía.

4.2. Plátanos:

Se reduce la demanda de plátanos un 1,1%. En valor, la categoría aumenta notablemente un 3,0%, como consecuencia del encarecimiento del precio medio, que cierra el año con una variación positiva de 4,1% situándose en 1,5 €/kg. El consumo per cápita es de 11,57 kilos/persona/año, es decir, un 4,8% menos que en el año 2016.

Los hogares formados por retirados son los responsables del 26,0% del volumen, con un consumo medio por persona y año de 19,76 kg, manteniéndose relativamente estable respecto al 2016, con un incremento de apenas 1,4%.

Islas Canarias, Principado de Asturias y Galicia son las comunidades autónomas que mayor consumo realizan, mientras que Comunidad Valenciana, Castilla La Mancha y Extremadura son las comunidades de menor consumo de plátanos.

4.3. Manzanas:

Disminuye la compra de manzanas en los hogares españoles durante el año 2017 de forma significativa (-5,9%). El valor también disminuye, aunque de forma más contenida (-3,2%). El consumo per cápita es de 9,84 kg por persona y año, una cantidad un 9,4% menor que la ingerida en el año 2016, el equivalente a 1,02 kilogramos menos por persona y año.

El perfil de hogar consumidor de manzanas, al igual que en plátanos y naranjas, se sitúa principalmente en hogares adultos. En especial las parejas adultas sin hijos, quienes en conjunto con los hogares de retirados compran el 44,2% del volumen.

Galicia, País Vasco y Asturias se sitúan como las comunidades autónomas más intensivas en consumo, mientras que La Rioja, Castilla la Mancha y la Comunidad Valenciana se sitúan entre las de menor consumo.

5. Distribución por canales

Total frutas frescas: % Distribución por canales



A pesar de ser el canal favorito para la compra de fruta durante el 2017, la tienda tradicional (33,4% de cuota en volumen) ve reducido su volumen de frutas frescas un 8,7%. Por otro lado, los supermercados y las tiendas de descuento se mantienen estables con una variación de 0,4% y -0,4% respectivamente.

Total frutas frescas: Precio medio (€/kg) por canales



Salvo internet, el resto de canales presenta un mayor precio medio respecto al año anterior, siendo el super y la tienda tradicional los canales con un precio superior a la media, mientras que las tiendas de descuento se posicionan como el canal más asequible (-0,17 €/kg respecto a Total España).

HORTALIZAS FRESCAS (incluidas PATATAS FRESCAS)

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos: tomates, cebollas, ajos, coles, pepinos, judías verdes, pimientos, champiñones y setas, lechugas/escarolas/endivias, espárragos, verduras de hoja, berenjenas, zanahorias, calabacines, otras hortalizas/verduras, patatas frescas.

1. Resultados totales de la categoría

El consumo doméstico tanto de hortalizas como de patatas frescas se reducen 4,1% y 2,4% respectivamente. En el caso de las hortalizas, el aumento de precio de un 4,9% provoca un ligero crecimiento del valor del mercado del 0,6%. Por el contrario, el valor del mercado de patatas frescas se reduce de forma muy significativa (-7,4%) por una reducción de precio de 5,1%, situándose en 0,73 €/kg.

Del presupuesto de los hogares para alimentación y bebidas en el hogar, se dedica el 6,64% a hortalizas, alcanzando un gasto per cápita de 98,30 € por persona y año (-3,1% de evolución) y un consumo per cápita de 55,43 kg por persona y año, con una caída de 7,7% respecto al año anterior.

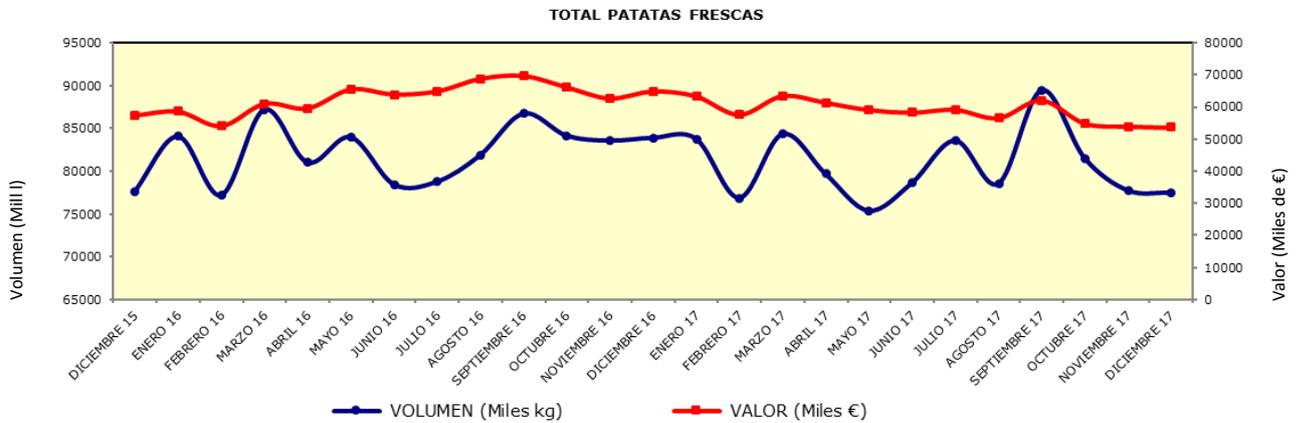
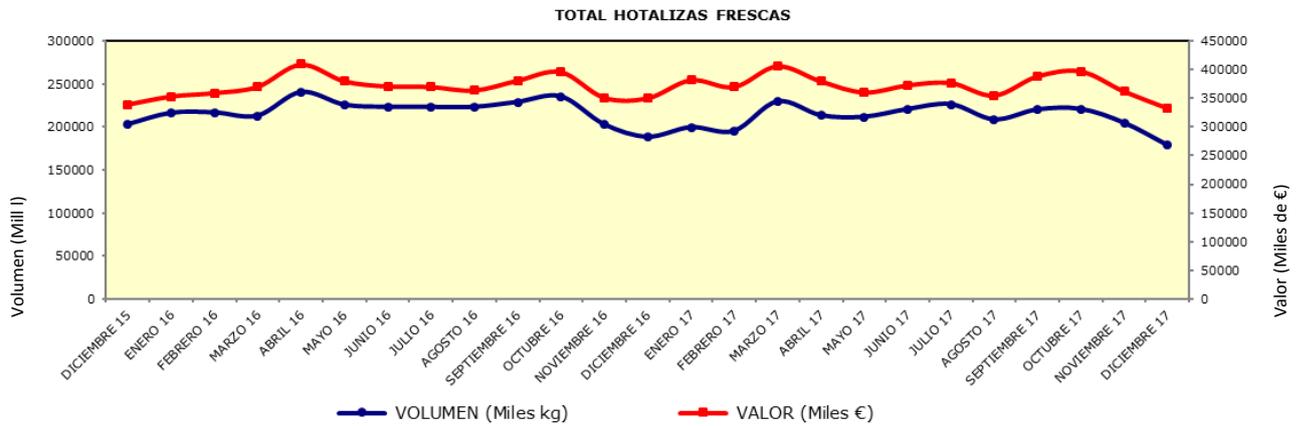
Las patatas frescas representan el 1,04% del presupuesto de los hogares para alimentación y bebidas en el hogar. Esto supone un gasto per cápita de 15,42 €, un 10,9% menos que lo invertido durante 2016.

	T. HORTALIZAS FRESCAS Doméstico	% Variación Vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	2.528.011,34	-4,1%
VALOR (Miles €)	4.483.284,47	0,6%
CONSUMO X CAPITA (kg)	55,43	-7,7%
GASTO X CAPITA (€)	98,30	-3,1%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	8,75	-0,31
PARTE MERCADO VALOR (%)	6,64	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,77	4,9%

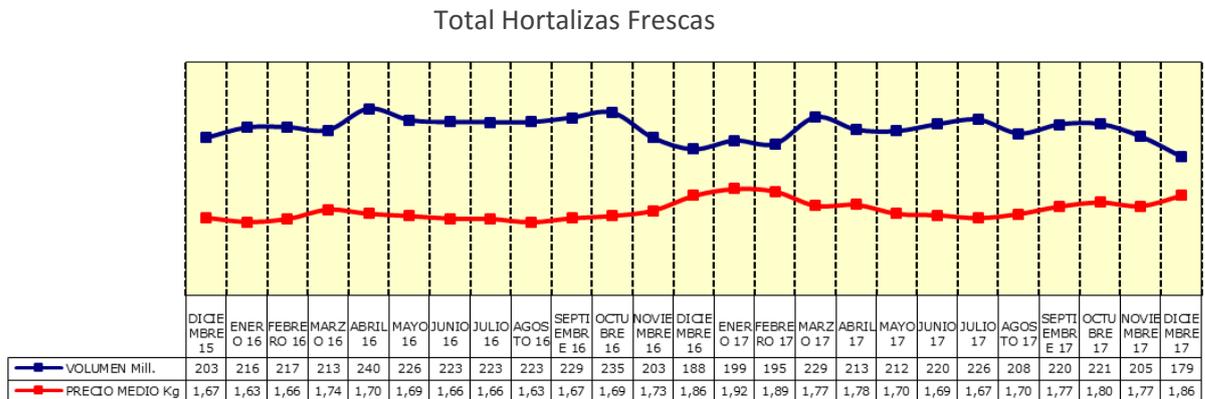
	T. PATATAS FRESCAS Doméstico	% Variación Vs. Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	966.885,90	-2,4%
VALOR (Miles €)	703.395,79	-7,4%
CONSUMO X CAPITA (kg)	21,20	-6,1%
GASTO X CAPITA (€)	15,42	-10,9%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	3,35	-0,06
PARTE MERCADO VALOR (%)	1,04	-0,09
PRECIO MEDIO (€/kg)	0,73	-5,1%

Informe del consumo de alimentación en España 2017

Evolución mensual de total gasto y total compras. (Diciembre 2015-2017)

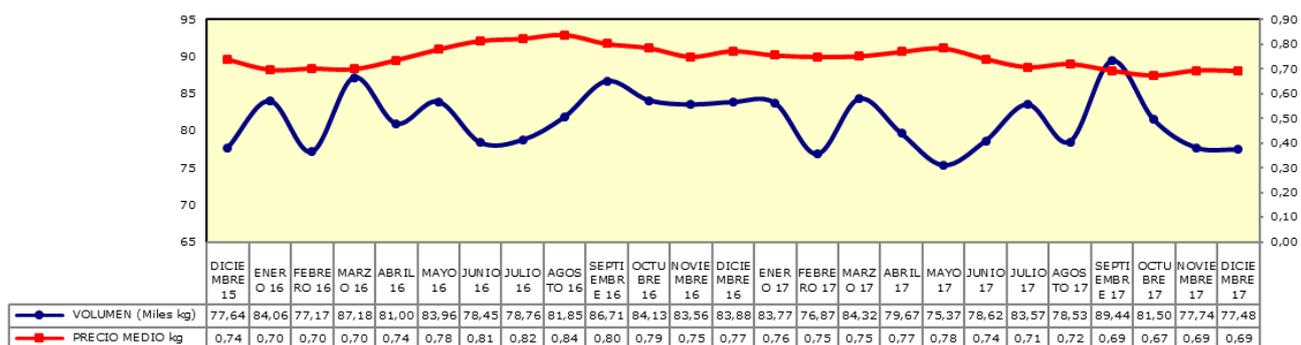


Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg). (Diciembre 2015-2017)

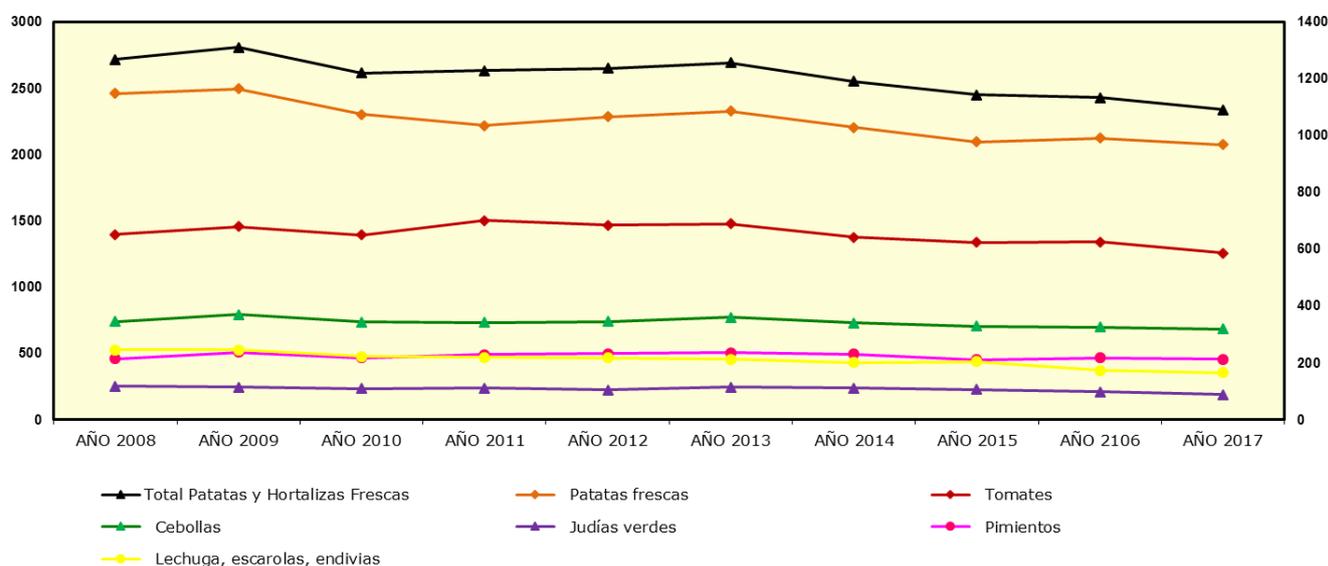


Informe del consumo de alimentación en España 2017

Total Patatas Frescas



Evolución anual de total compras (millones kg). (Desde año 2008 hasta año 2017) ¹³



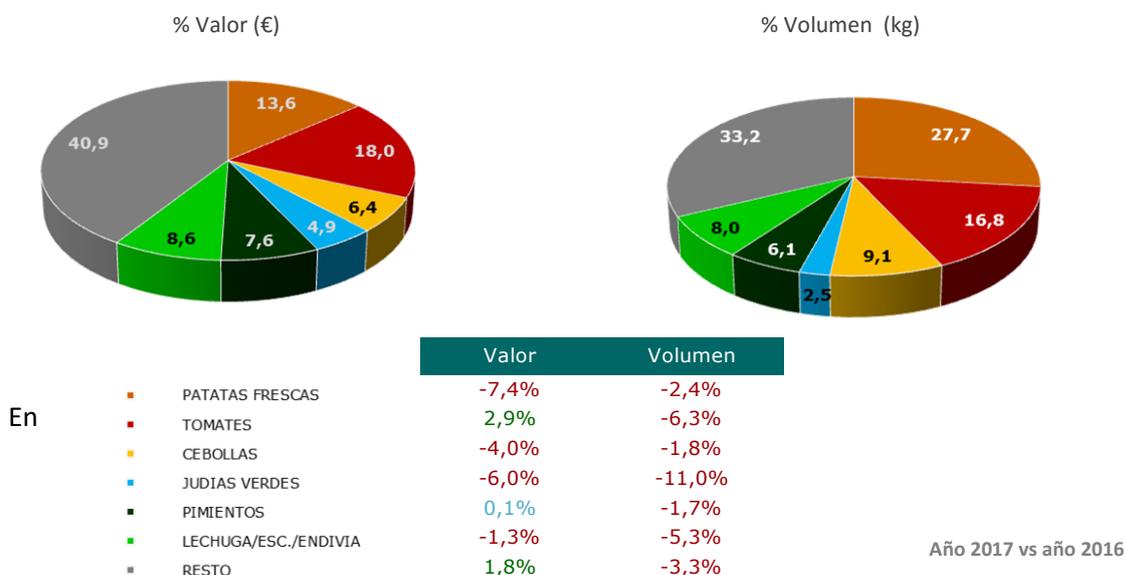
En el largo plazo se observa que en el 2017 continua la contracción del volumen de mercado de hortalizas frescas y patatas que inició en 2013. En este año, el descenso se atribuye principalmente a tomates, judías verdes y lechugas.

¹³ En la gráfica no están representados todos los tipos existentes en la categoría.

La lectura del eje de la derecha se corresponde con los siguientes tipos: patatas frescas, cebollas, pimientos, tomates, judías verdes, lechuga/escarola/endivia.

La lectura del eje de la izquierda se corresponde con el Total hortalizas y patatas frescas.

2. Importancia de los tipos de hortalizas frescas y patatas frescas ¹⁴



En términos de volumen, patatas frescas es el producto con mayor peso dentro de hortalizas frescas, asumiendo un 27,7% del volumen total en 2017. En importancia le siguen tomates (16,8%), cebollas (9,1%) y lechugas (8%). Por otro lado, judías verdes (-11% de evolución en volumen) y tomates (-6,3% de evolución) son los tipos de hortalizas frescas que más reducción de consumo sufren en términos de volumen, sin embargo tomates por ejemplo crece un 2,9% en facturación debido al incremento del precio medio con un encarecimiento del 9,8% durante 2017.

3. Consumo per cápita de hortalizas frescas y patatas frescas

El consumo per cápita de patatas frescas se sitúa en 21,20 kg por persona y año, una cantidad un 6,1% menor que lo consumido durante el año 2016 (el equivalente a 1,37 kilogramos menos por persona y año).

Por otro lado, el consumo medio aproximado de hortalizas frescas es de 55,43 kg a repartir entre todos los tipos que componen la categoría de hortalizas, sufriendo una reducción del 7,7%.

	TOTAL PATATAS FRESCAS		TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	
	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017
CONSUMO PER CÁPITA <i>(kg/persona/año)</i>	22,57	21,20	60,04	55,43

¹⁴ En **resto** se incluyen los siguientes tipos: ajos, coles, pepinos, champiñones y setas, espárragos, verduras de hoja, berenjenas, zanahorias, calabacines, otras hortalizas/verduras.

TOMATES		CEBOLLAS		JUDIAS VERDES	
TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017
22,57	21,20	14,24	12,84	7,39	6,99

PIMIENTOS		LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIAS		OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	
TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017
2,22	1,90	4,92	4,66	42,88	39,89

En la tabla anterior, resto hortalizas incluye los siguientes tipos: ajos, coles, champiñones y otras setas, espárragos, verduras de hoja, berenjenas, zanahorias, otras hortalizas/verduras.

4. Principales resultados: total hortalizas frescas, patatas frescas

4.1. Hortalizas frescas:

El perfil de hogar intensivo en el consumo de hortalizas frescas es el hogar adulto: el 28,3% de las compras son realizadas por hogares formados por retirados, el 14,6% por parejas adultas sin hijos.

Los jóvenes y adultos independientes son los hogares con menor participación en la categoría. No obstante, crece el consumo per cápita en jóvenes independientes, su consumo per cápita supera el de la media nacional.

Por CCAA, destacan Aragón, Cataluña y la Comunidad Foral de Navarra como las más intensivas en el consumo de hortalizas frescas. Por el contrario, Principado de Asturias, La Rioja y Castilla y León se posicionan como las que menos consumo realizan de la categoría.

4.2. Patatas frescas:

El 25,3% de los kg de patatas frescas que se compran en España corresponde a hogares formados por retirados. Le siguen con el 17,2% los hogares formados por parejas con hijos de edad media, y con el 14,6% los hogares formados por parejas con hijos mayores.

Familias con hijos mayores y medianos, parejas adultas sin hijos y retirados destacan como los perfiles más consumidores.

Galicia, Cantabria y Navarra son las CCAA más intensivas en el consumo de patatas frescas. En el otro extremo se sitúan La Rioja, Madrid y Extremadura como las de menor consumo de este producto.

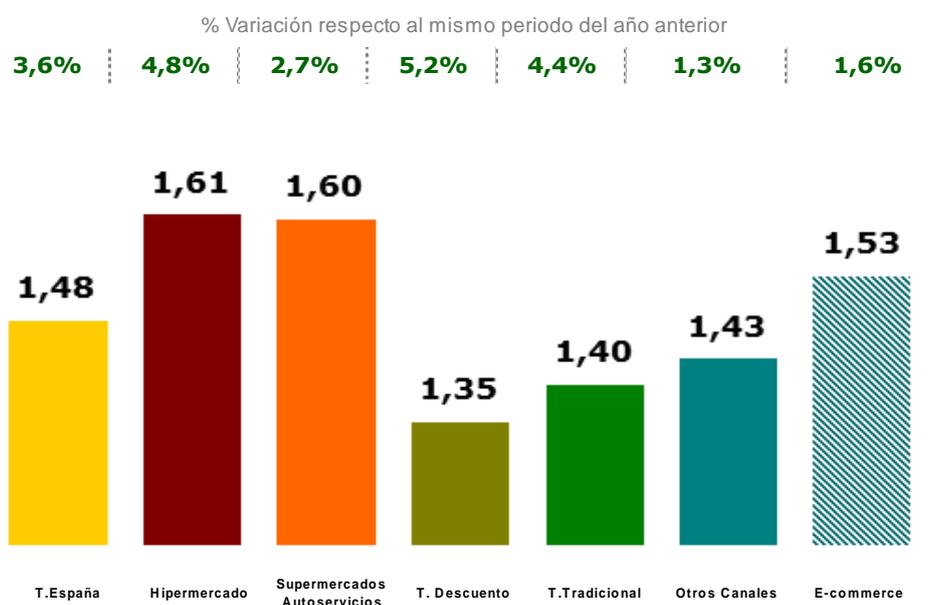
5. Distribución por canales

Total hortalizas frescas y patatas frescas: % Distribución por canales



Internet, supermercados y autoservicio son los canales en expansión dentro del mercado. Este último alcanza una cuota en volumen de 30,6%, igualando a las Tiendas Tradicionales en el liderazgo del mercado, quienes tienen una reducción de cuota de 7,2% respecto al año anterior.

Total hortalizas frescas y patatas frescas: Precio medio (€/kg) por canales



El precio medio de la categoría cerró 2017 en 1,48 €/kg, con una variación positiva del 3,6%. Tanto los hipermercados como los supermercados y las ventas por internet, presentan un precio superior a la media. Mientras que las tienda de descuento es el canal más asequible en precio (1,35 €/kg, que supone un 0,13 €/kg por debajo del precio medio nacional) a pesar de ser el que más lo incrementa (+5,2%) respecto al 2016.

FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

La categoría frutas y hortalizas transformadas incluye los siguientes tipos: frutas en conserva (mermeladas/confituras, fruta en almíbar, fruta escarchada, resto fruta en conserva), frutas congeladas, hortalizas en conserva (guisantes, judías verdes, pimientos, espárragos, alcachofas, champiñones y setas, maíz dulce, menestra, tomates, otras verduras/hortalizas en conserva), hortalizas congeladas (espinacas, guisantes, judías verdes, coliflor, pimientos, brócoli, menestra, otras verduras/hortalizas congeladas).

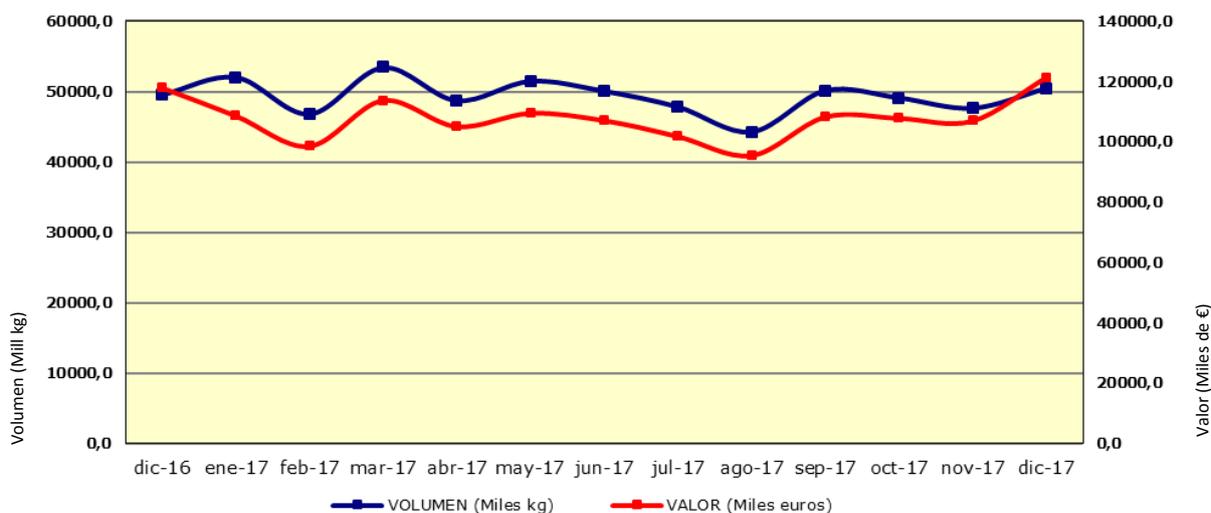
1. Resultados totales de la categoría

Se constata un aumento de la demanda de frutas y hortalizas transformadas en un 1,8% respecto al año anterior, junto con un valor de mercado que se mantuvo en positivo, creciendo un 2,8% respecto al año 2016 como consecuencia del incremento del 1% en el precio medio.

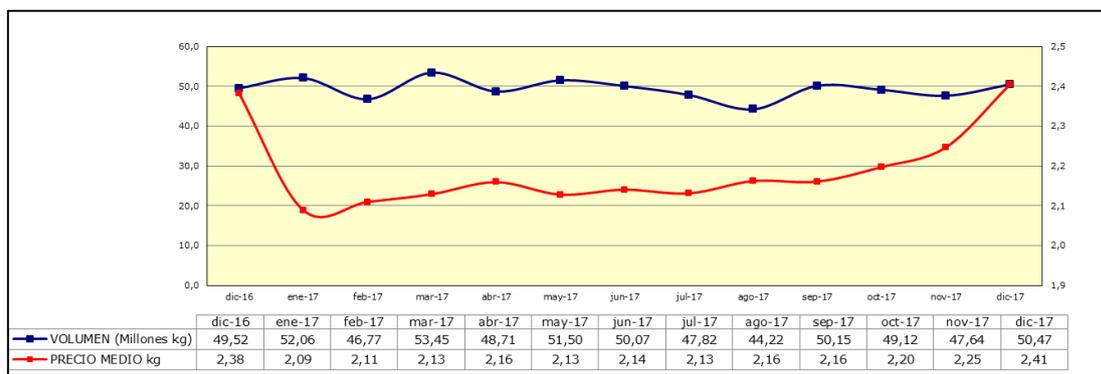
Sin embargo, los hogares destinaron el 1,90% del presupuesto medio a la compra de esta categoría, lo que equivale a un gasto per cápita de 28,18€, un 1,1% menos que lo invertido por persona durante el año precedente.

	TOTAL HORTALIZAS Y FRUTAS TRANSFORMADAS	% Variación Vs. Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles kg)	591.971,36	1,8%
VALOR (Miles €)	1.285.443,66	2,8%
CONSUMO X CAPITA (kg)	12,98	-2,0%
GASTO X CAPITA (€)	28,18	-1,1%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	2,05	0,02
PARTE MERCADO VALOR (%)	1,90	0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	2,17	1,0%

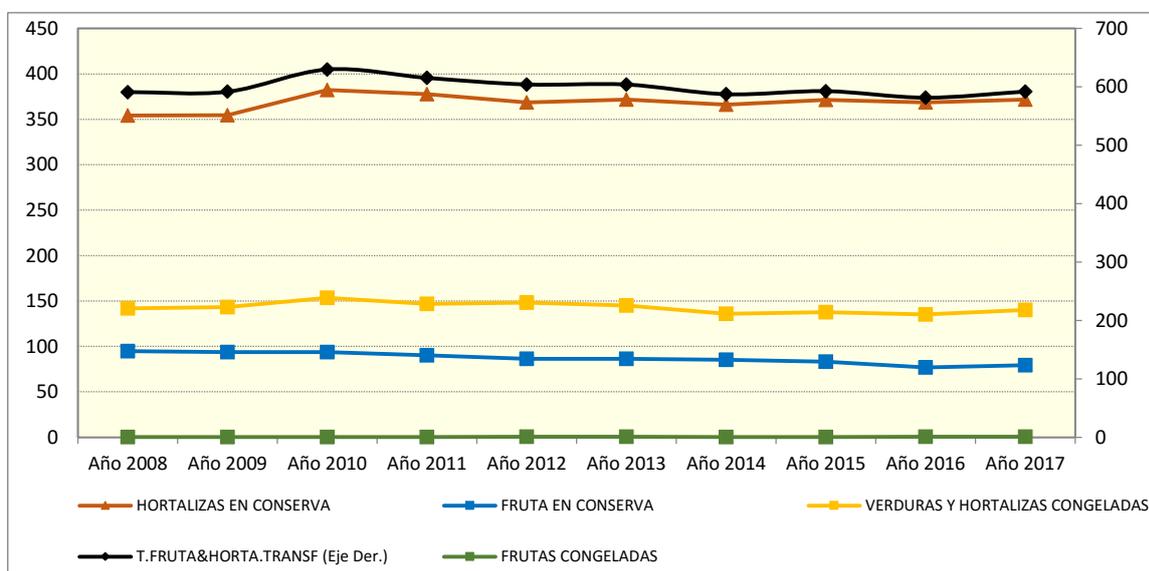
Evolución mensual de total gasto y total compras. (Diciembre 2016-2017)



Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg). (Diciembre 2016-2017)



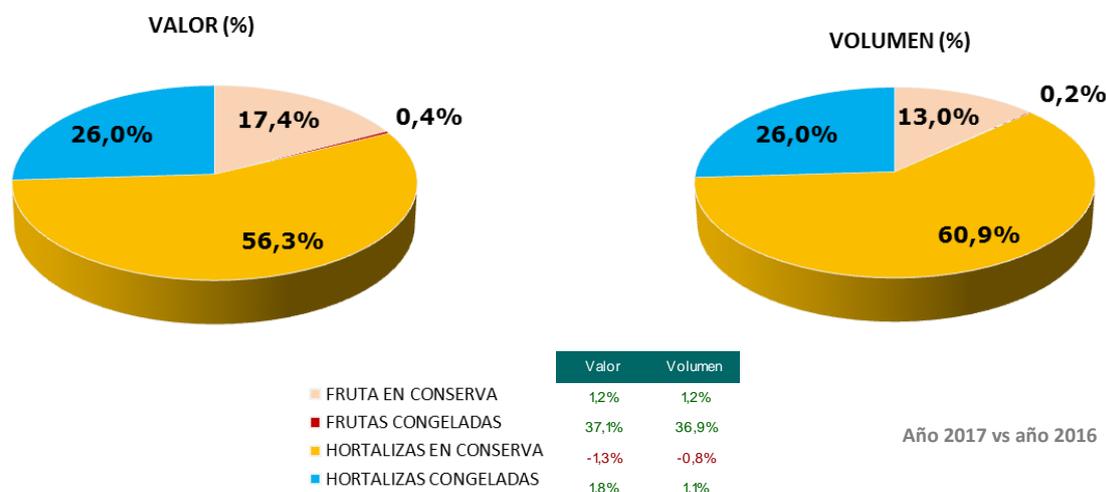
Evolución anual de total compras (millones kg). (Desde año 2008 hasta año 2017)¹⁵



Pese a que se aprecia una disminución desde el año 2014 en el consumo de frutas y hortalizas transformadas, en el último año la curva es positiva para todos los tipos de agrupación de frutas y verduras congeladas y en conserva que se ofrecen en la gráfica.

¹⁵ La lectura del **eje de la izquierda** se corresponde con los siguientes tipos: hortalizas en conserva, fruta en conserva, verduras y hortalizas congeladas, frutas congeladas. La lectura del **eje de la derecha** se corresponde con el Total frutas y hortalizas transformadas.

2. Importancia de los tipos de frutas y hortalizas transformadas



Hortalizas en conserva representa un 60,9% del volumen total, reduciendo ligeramente su volumen de compra (-0,8%) y son el único producto de la categoría que decrece tanto en volumen como en valor. Hortalizas congeladas mueven el 26 % del volumen, mientras que frutas en conserva suponen un 13%. Estas últimas experimentan una reducción en volumen de un 1,2% respecto a 2016. Las frutas congeladas, a pesar de solo representar el 0,2% del volumen y 0,4% del valor, actualmente están en vías de crecimiento tanto en volumen como en facturación con evoluciones a doble dígito.

3. Consumo per cápita de los tipos de frutas y hortalizas transformadas

El consumo medio por persona y año de frutas y hortalizas transformadas es de 12,98 kilos, lo que supone una variación negativa del 2% en relación al 2016.

Las hortalizas son las que mayor consumo per cápita tienen: 8,15 kg por persona y año para las hortalizas en conserva, y 3,48 kg para las congeladas.

CONSUMO PER CAPITA (Kg/persona/año)	Frutas y Hortalizas Transformadas	Hortalizas en conserva	Fruta en conserva	Hortaliza congelada	Fruta congelada
	12,98	8,15	1,74	3,48	0,02

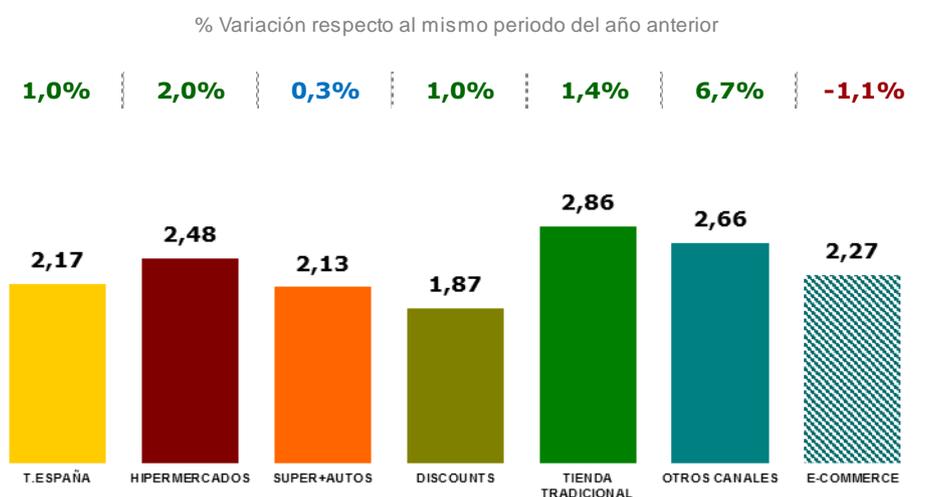
4. Distribución por canales

Total frutas y hortalizas transformadas: % Distribución por canales



La compra de la categoría está muy concentrada en el canal dinámico, que abarca el 91,8% de las compras totales. Supermercados y autoservicios (57% de cuota en volumen) y tiendas de descuento (20,8% de cuota) son los canales de compra principales. La tienda tradicional es el canal de mayor retroceso con un 10,5%, cubriendo apenas un 2,9% de las compras de la categoría. Este año, el internet, además del supermercado, es el único canal con evolución positiva (20,6%).

Total frutas y hortalizas transformadas: Precio medio (€/kg) por canales



El precio más elevado de la categoría se localiza en la tienda tradicional, con 2,86 €/kg, seguido por los hipermercados. En cambio, las tiendas de descuento destacan como los canales más asequibles para adquirir estos productos, con un 0,30 €/kg por debajo de la media nacional.

El único canal que experimenta una reducción de precios es internet con un 1,1%, quedando en 2,27 €/kg, pero aun así tiene un precio medio por encima de la media nacional.

PATATAS¹⁶

En esta categoría se incluyen los siguientes tipos: patatas frescas, patatas congeladas, patatas procesadas.

1. Resultados totales de la categoría

En 2017 cae un 2,1% en volumen el consumo de patatas en el hogar, igualmente se aprecia una reducción en valor del mercado (4,3%) intensificada por una disminución en el precio medio de un 2,3%.

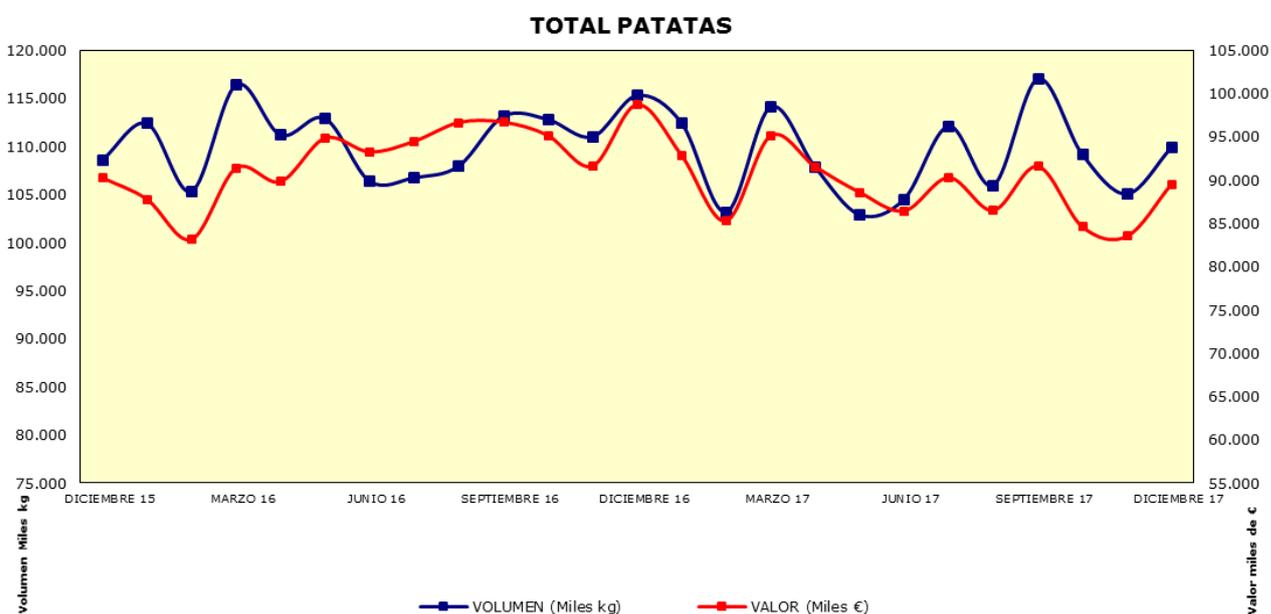
Los hogares dedicaron a la compra de patatas el 1,58% de su presupuesto para alimentación y bebidas en el hogar, lo que se traduce en un gasto por persona y año de 23,36€, una cantidad un 7,9% menor que lo invertido en la compra de la categoría durante el año 2016.

	TOTAL PATATAS (*) (Doméstico)	% Variación Vs Mismo periodo del año anterior	TOTAL PATATAS FRESCAS (Doméstico)	% Variación Vs Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg.)	1.303.612,47	-2,1%	966.885,90	-2,4%
VALOR (Miles €)	1.065.441,47	-4,3%	703.395,79	-7,4%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	28,58	-5,7%	21,20	-6,1%
GASTO X CÁPITA (€)	23,36	-7,9%	15,42	-10,9%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	4,51	-0,06	3,35	-0,06
PARTE MERCADO VALOR (%)	1,58	-0,08	1,04	-0,09
PRECIO MEDIO (€/kg)	0,82	-2,3%	0,73	-5,1%

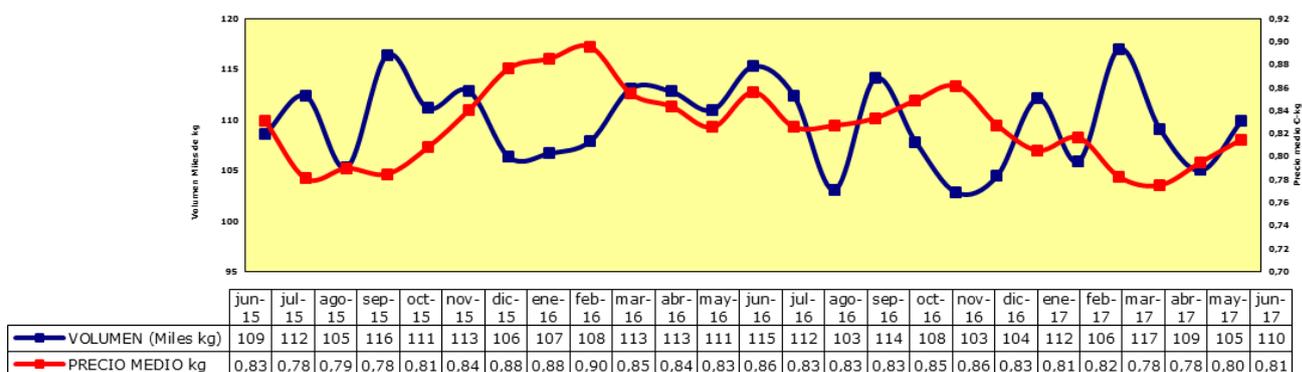
	TOTAL PATATAS CONGELADAS (Doméstico)	% Variación Vs Mismo periodo del año anterior	TOTAL PATATAS PROCESADAS (Doméstico)	% Variación Vs Mismo periodo del año anterior
VOLUMEN (Miles kg.)	40.925,90	-1,4%	59.160,13	-1,0%
VALOR (Miles €)	50.749,12	3,6%	311.296,56	2,2%
CONSUMO X CÁPITA (kg)	0,90	-5,1%	1,30	-4,7%
GASTO X CÁPITA (€)	1,11	-0,2%	6,83	-1,6%
PARTE MERCADO VOLUMEN (%)	0,14	0,00	0,20	0,00
PARTE MERCADO VALOR (%)	0,08	0,00	0,46	0,01
PRECIO MEDIO (€/kg)	1,24	5,1%	5,26	3,3%

¹⁶ El volumen correspondiente al Total Patatas incluye un factor de conversión sobre el tipo de Patatas Procesadas, que equipara los volúmenes de los tres tipos de Patatas.

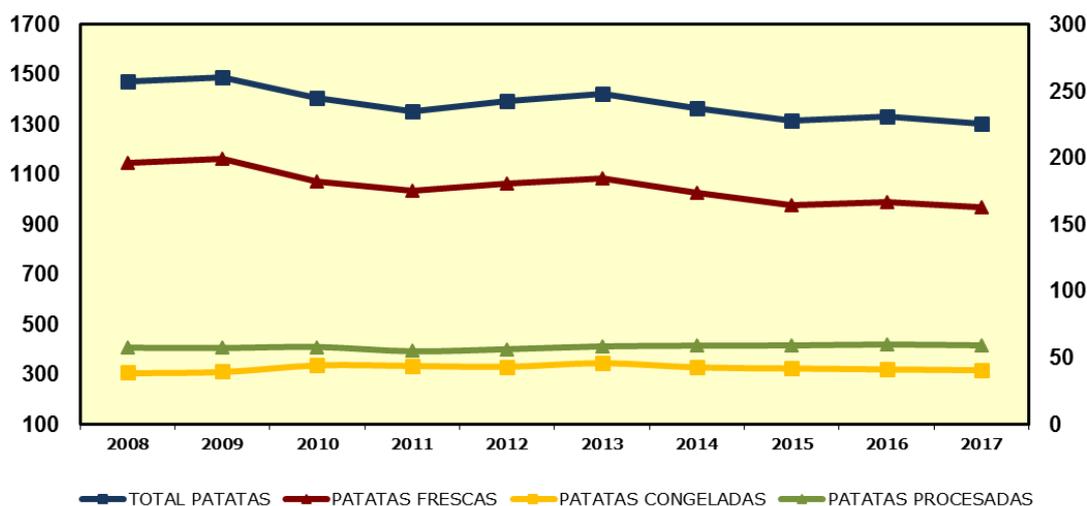
Evolución mensual de total gasto y total compras. (Diciembre 2015-2017)



Evolución mensual de total compras (millones kg) y precio medio (€/kg). (Diciembre 2015-2017)



Evolución anual de total compras (Kg). (Desde año 2008 hasta año 2017)¹⁷



A pesar de que el 2016 supuso un punto de recuperación del mercado, en el año 2017 observamos una continuación en la tendencia de disminución en el consumo de patatas que se ha evidenciado desde 2013.

2. Consumo per cápita de los tipos de patatas

La ingesta media por persona y año de patatas es de 28,58 kg, una cantidad un 5,7% inferior a la de 2016. Las patatas frescas son las que más se consumen (21,20 kg por persona y año) seguida por patatas procesadas (1,30 kg de consumo per cápita) y patatas congeladas (0,90 kg).

CONSUMO X CÁPITA (kg/ persona/ año)	TOTAL PATATA		PATATA FRESCA		PATATA CONGELADA		PATATA PROCESADA	
	TAM DICIEMBRE 2016	TAM DICIEMBRE 2017						
	30,32	28,58	22,57	21,20	0,95	0,90	1,36	1,30

3. Principales resultados

3.1. Patatas frescas:

Disminuye la demanda de patatas frescas en el hogar un 2,4%. En términos de valor, la caída es más drástica (-7,4%) debido a la relación directa que tiene con el precio medio que cerró el periodo en 0,73 €/kg, siendo un 5,1% menor al año anterior.

¹⁷ La lectura del **eje de la izquierda** se corresponde con los siguientes tipos: total patatas y patatas frescas. La lectura del **eje de la derecha** se corresponde con patatas congeladas y patatas procesadas.

Todas las tipologías de hogares respecto al año pasado reducen su consume per cápita de patatas frescas, si bien son aquellos hogares formados por retirados y adultos independientes quienes mayor consumo per cápita tienen de este tubérculo.

Por CCAA, son Galicia, Navarra y Cantabria las más intensivas en el consumo de patatas frescas. Por el contrario, La Rioja, y Extremadura son las que menor consumo registraron de este producto.

3.2. Patatas congeladas:

Decrece la compra de patatas congeladas en los hogares españoles un 1,4%. En valor, la tendencia es contraria y se sitúa en signos positivos con un incremento en facturación del 3,6%, como consecuencia del aumento en el precio medio del 5,1%, cerrando en 1,24€/kg. El consumo medio por persona y año se situó en 0,90 kilos/persona/año, lo que supone una variación del 5,1% menos respecto del año 2016.

El consumidor tipo de patatas congeladas corresponde a hogares familiares con presencia de hijos, tanto mayores como medianos y pequeños.

Ambos archipiélagos, así como Castilla La Mancha son las comunidades con mayor consumo. Por el contrario, Castilla y León, Cantabria, La Rioja y País Vasco son las que realizan menor consumo.

Patatas procesadas:

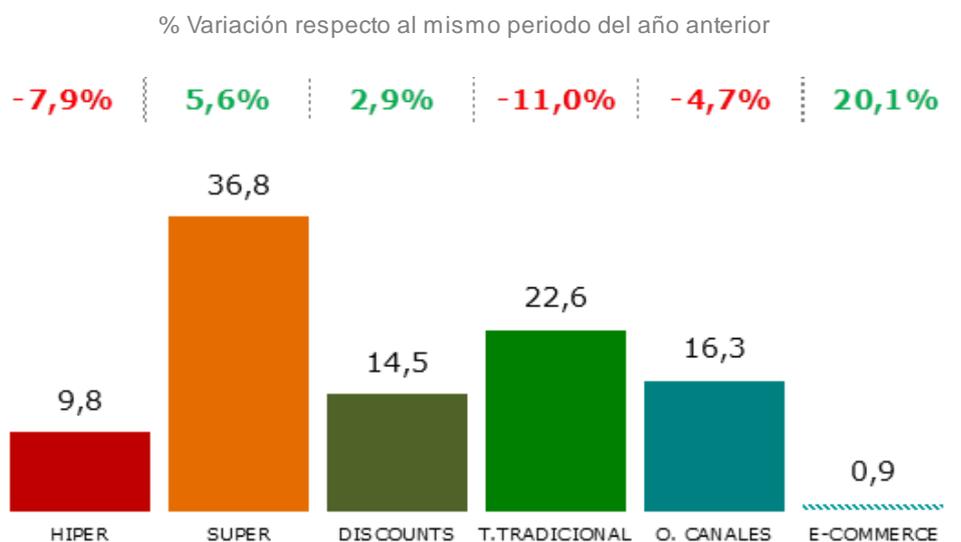
Disminuye la demanda de patatas procesadas por parte de los hogares españoles un (-1,0%) mientras que en términos de facturación se incrementa un 2,2%. El precio medio cierra en 5,26€/kg, mientras que el consumo per cápita se sitúa en 1,30 kilogramos por persona y año.

Jóvenes independientes son los que mayor consumo per cápita realizan de la categoría, con una ingesta media de 2,16 kilogramos/persona/año pese a que durante el ejercicio 2017 redujeron su ingesta un 12,2%.

Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana son las comunidades autónomas con mayor consumo relativo. Por el contrario, Galicia, La Rioja y Canarias son las que menor consumo hacen.

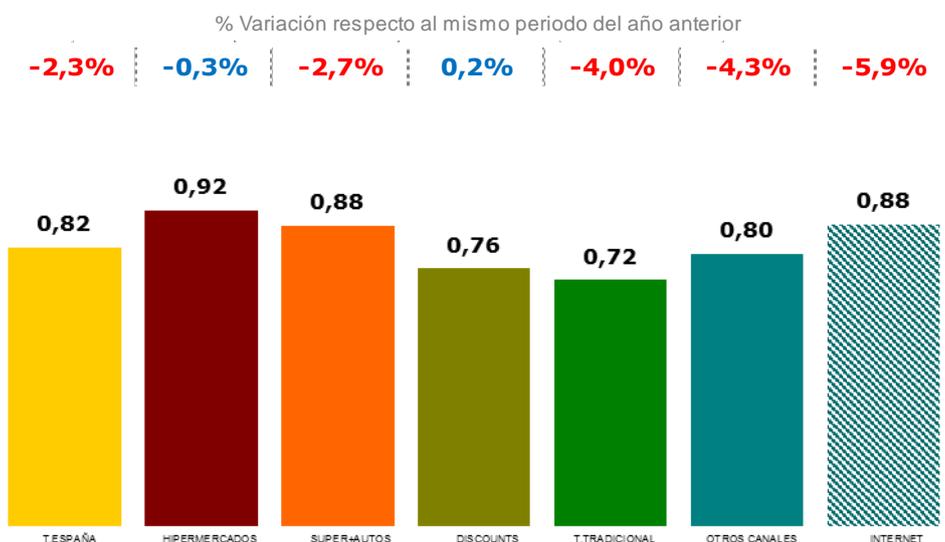
4. Distribución por canales según tipos de patatas

Total patatas: % Distribución por canales



El 61,1% de los kilos de patatas se adquieren dentro del canal dinámico (hipermercados, supermercados, autoservicios y tiendas descuento), con una variación positiva del 2,5%, gracias a los aumentos de supermercados y autoservicios (5,6%), y tienda descuento (2,9%), ya que el hipermercado decrece un 7,9% en volumen. La tienda tradicional tiene una reducción significativa de 11%.

Total patatas: Precio medio (€/kg) por canales



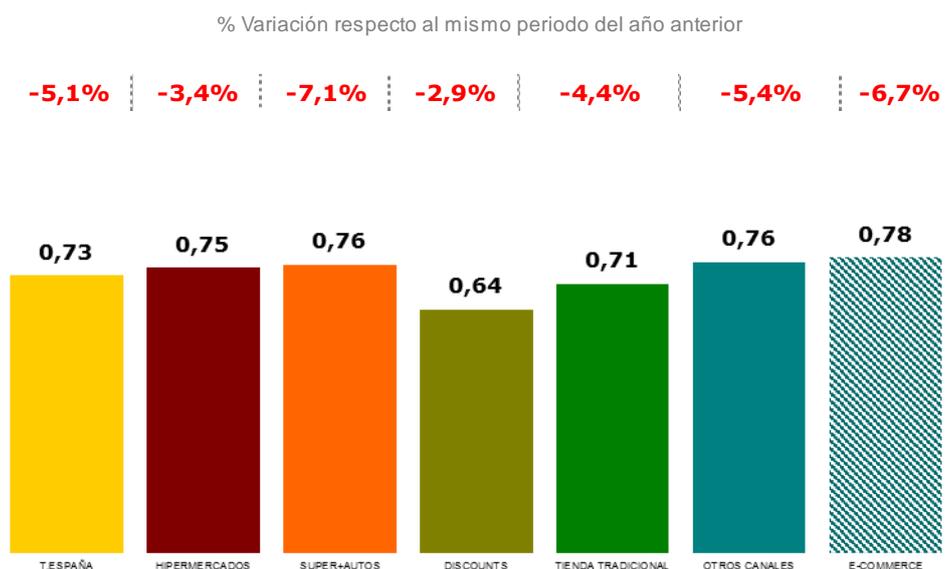
Hay una reducción general de precios en todos los canales. La mayor reducción de precio ocurre en las ventas por internet (-5,9%). Sin embargo, es la tienda tradicional quien cuenta con el precio más competitivo (0,72€/kg), siendo además el canal que mayor esfuerzo ha hecho por abaratar el precio medio de este tubérculo.

Patatas frescas: % Distribución por canales



Supermercados y autoservicios así como las tiendas tradicionales son los establecimientos que dominan el mercado de patatas frescas con un 30,3% y 29,8% de cuota respectivamente. Sin embargo, ese último muestra una evolución negativa (11%) respecto al 2016, mientras que después de internet, los supermercados y autoservicios es el canal de mayor crecimiento (7,3%).

Patatas frescas: Precio medio (€/kg) por canales



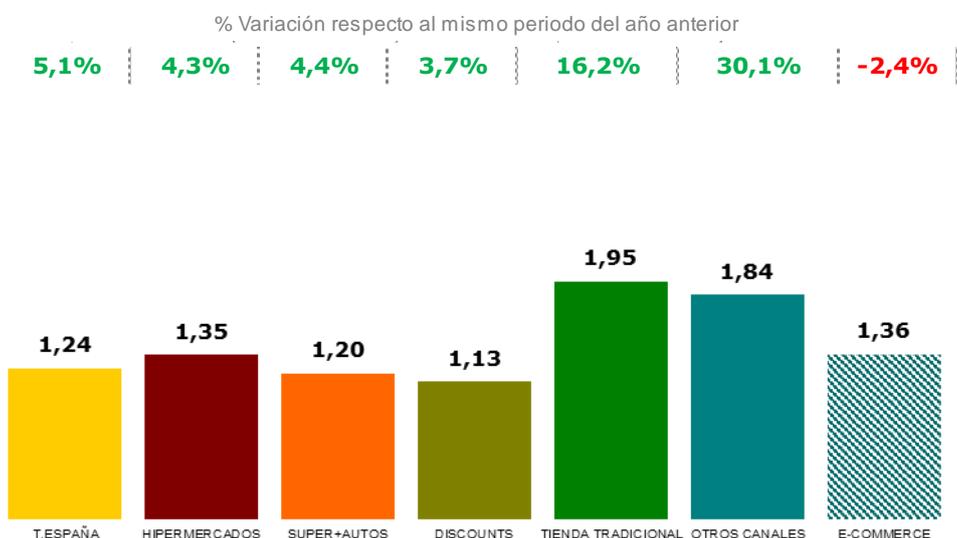
El precio medio se sitúa en 0,73€/kg, lo que supone una reducción del 5,1% respecto al 2016. Esta reducción se extiende por todos los canales, siendo más agresivo en los supermercados y autoservicios (7,1%) y más conservador en la tienda descuento (2,9%). Este último continua siendo el canal más asequible para la compra del producto a un precio de 0,64€/kg.

Patatas congeladas: % Distribución por canales



El 62,8% de las compras de patatas congeladas se realizaron en el canal de supermercados y autoservicios, y continúa en crecimiento en comparación con 2016, siendo además el único canal que experimenta crecimiento dentro de la categoría. La tienda tradicional y los hipermercados son los principales afectados, perdiendo 14,4% y 12,3% de volumen si lo comparamos con el año 2016.

Patatas congeladas: Precio medio (€/kg) por canales



El precio medio de patatas congeladas cerró en 1,24€/kg, con un aumento respecto del 5,1% del precio medio registrado en el año 2016.

El precio más barato de la categoría lo encontramos en las tiendas descuento, 9,1% menor que el precio medio. Por el contrario, las tiendas tradicionales poseen el precio menos competitivo, 0,71€/kg superior a la media nacional.

4



EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

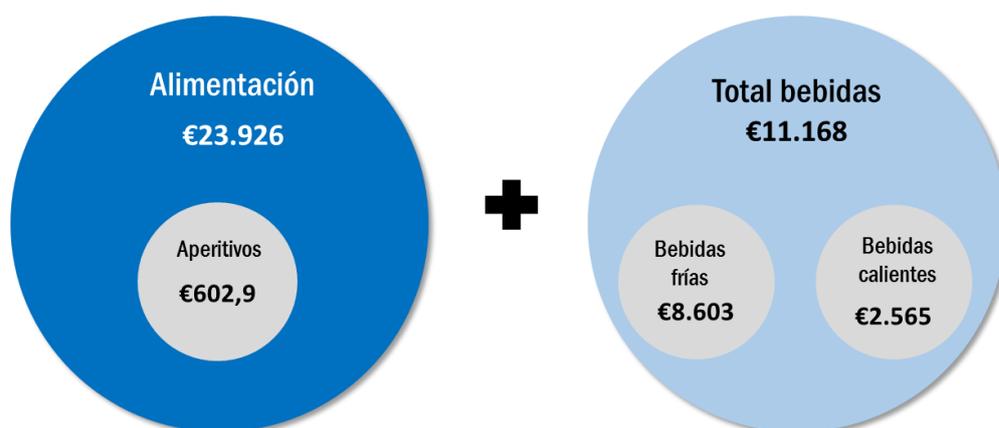
4.1. RESULTADOS TOTALES DEL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

Los datos de este apartado buscan dar una perspectiva global del Panel de consumo extradoméstico al medir la demanda total de alimentos, así como bebidas frías y calientes consumidos fuera del hogar.

Los datos recogidos en este apartado se han obtenido del estudio puesto en marcha por el Ministerio en el segundo semestre del año 2017. El citado estudio permite cuantificar la demanda total de alimentos en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final, residente en España peninsular y baleares, 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, considerando además que en 2017 se ha registrado un incremento del número de turistas que visitaron España del 5,3% en comparación con 2016.

Gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar (Año 2017)

35.094,3 Millones de €



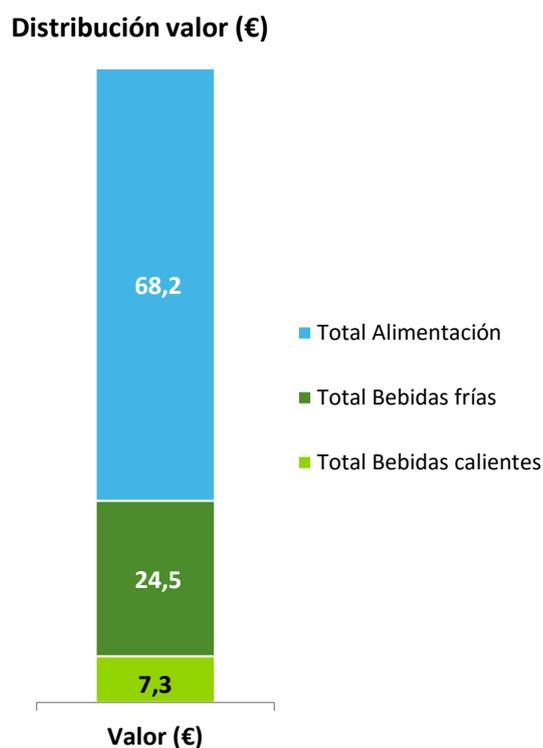
El gasto realizado por los residentes en España en alimentos y bebidas durante el año 2017 fuera de los hogares ascendió a 35.094,2 millones de euros. Esto en términos volumétricos asciende a 3.896,6 millones de kilos-litros, que se distribuyen entre 11.295,6 millones de consumiciones.

Resultados totales del consumo fuera del hogar

	Total Alimentos y Bebidas
Volumen (Mio consumiciones)	11.295,6
Volumen (Mio kg-l)	3.896,6
Valor (Mio €)	35.094,2
Consumo x Cápita (kg-l por persona)	114,6
Gasto x Cápita (€ por persona)	1.075,21

Cada individuo consumió durante el año 2017 de media aproximadamente por persona en torno a 114,6 kilos-litros. Esto supuso un gasto por persona de 1.075,21 € a lo largo de todo el ejercicio 2017.

% Distribución valor durante el año 2017



Los alimentos representan la mayoría de la facturación fuera del hogar, representando el 68.2% del valor generado por el consumo extradoméstico. Las bebidas frías (que incluyen bebidas espirituosas, cervezas, vinos y espumosos (incluido cava), bebidas refrescantes, agua, zumos, bebidas a base de zumo y leche, otras bebidas frías como tinto de verano y sidra), ocupan el segundo lugar en relevancia, con una cuota de valor de 24,5%. Mientras que el 7,3% restante corresponde al valor de las bebidas calientes.

4.2 CONSUMO TOTAL DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR

Incluimos dentro de total de alimentos las siguientes categorías: carnes, pescados y mariscos, derivados lácteos, fruta, hortalizas y verduras, aceite para aliño, pan, pastas, legumbres, arroz, carnes transformadas, pates/foie-gras, mermeladas, batidos, bollería, galletas, helados, aperitivos y resto de productos.

Cabe recordar, como indicamos anteriormente, que en este apartado que revisa la alimentación extradoméstica, los aperitivos conforman una categoría particular, debido a sus características en formatos de venta y momentos de consumo. Por ello es posible analizar el consumo por separado y sacar algunas conclusiones más detalladas, que se expondrán al final del capítulo.

1. Resultados totales del consumo total de alimentos

Cada individuo consumió durante el año 2017, de media, en torno a 46,6 kilos-litros. Esto supuso un gasto por persona de 979,9 € a lo largo de todo el ejercicio 2017.

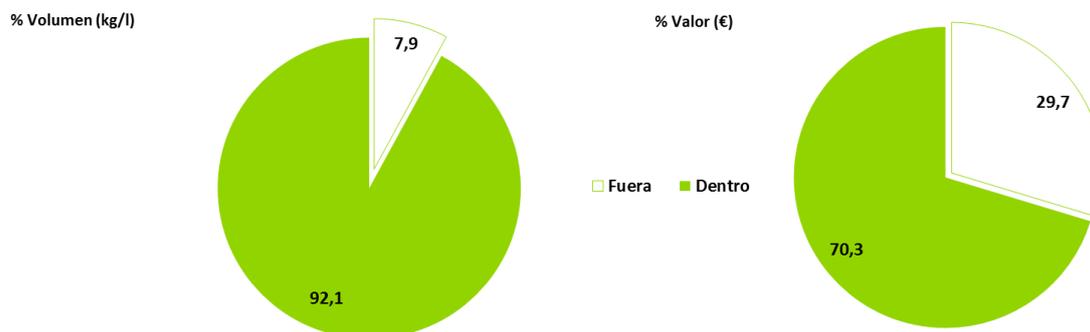
	Total Alimentos
Volumen (Mio consumiciones)	4.735,7
Volumen (Mio kg-l)	1.566,4
Valor (Mio €)	23.925,9
Consumo x Cápita (kg-l por persona)	46,6
Gasto x Cápita (€ por persona)	979,9

El gasto realizado por los individuos españoles en alimentos durante el año 2017 fuera de los hogares ascendió a 23.925,9 millones de euros. Esto en términos volumétricos asciende a 1.566,4 millones de kilos-litros, que se distribuyen entre 4.735,7 millones de consumiciones.

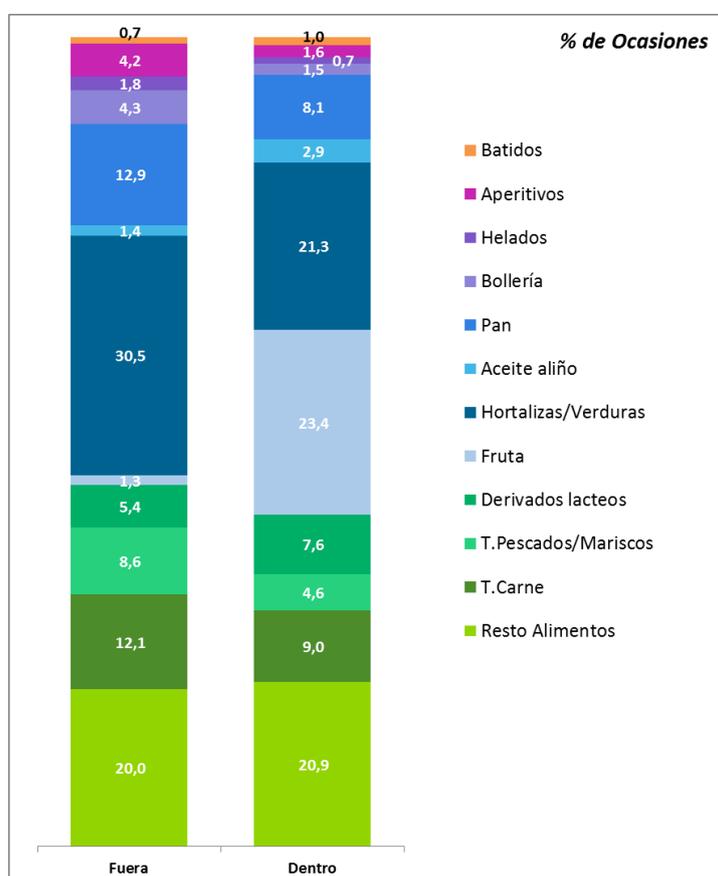
2. Importancia de los tipos de alimentos dentro y fuera del hogar en volumen

El consumo extradoméstico de alimentos durante el año 2017, en términos de impacto económico, es decir en términos de valor, representa una proporción del 29,7 %, mientras que el 70,3% restante, es la parte que asume el valor del consumo de alimentos dentro de los hogares españoles.

% Distribución volumen dentro y fuera de casa durante el año 2017

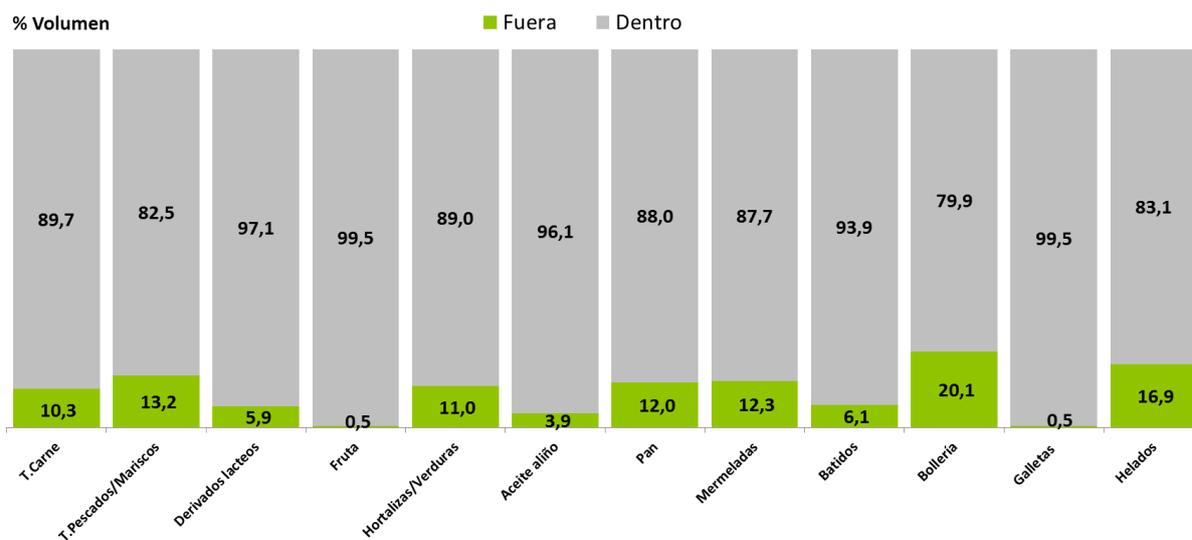


En el año 2017, el 7,9% del volumen de los alimentos fue consumido fuera de los hogares. Por su parte, el 92,1% de los kilos-litros restantes, fueron la parte que se corresponde a consumo doméstico.



La estructura de consumo de alimentos fuera del hogar difiere del consumo doméstico. De forma más destacada, productos como hortalizas y verduras, pan, carnes, mariscos, aperitivos y bollería tienen comparativamente un mayor peso en el consumo extradoméstico. Por el contrario, frutas y aceite aliño tienen una mayor proporción de consumo dentro del hogar.

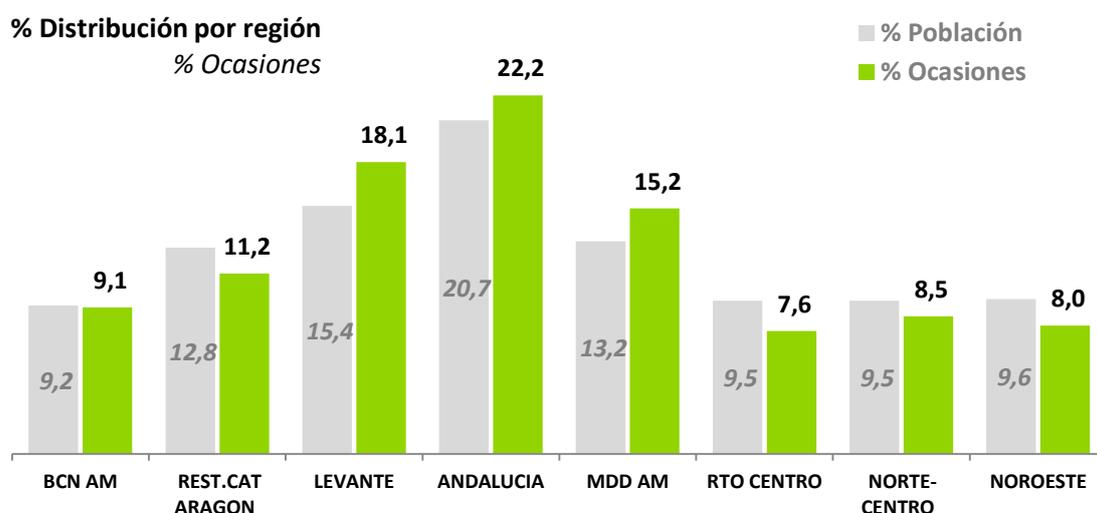
Informe del consumo de alimentación en España 2017



Dentro de los tipos de productos que conforman la totalidad de los alimentos consumidos fuera del hogar, los productos como bollería, aperitivos y helados, al igual que productos frescos tales como mariscos, pan y carnes, serían los productos con una demanda mayor de consumo fuera de los hogares, llegando a representar más del 10% de la demanda total del producto. En cambio, hay categorías en las que el volumen consumido es doméstico casi en su totalidad, como es el caso de las frutas o las galletas.

3. Principales resultados del total de los alimentos fuera del hogar

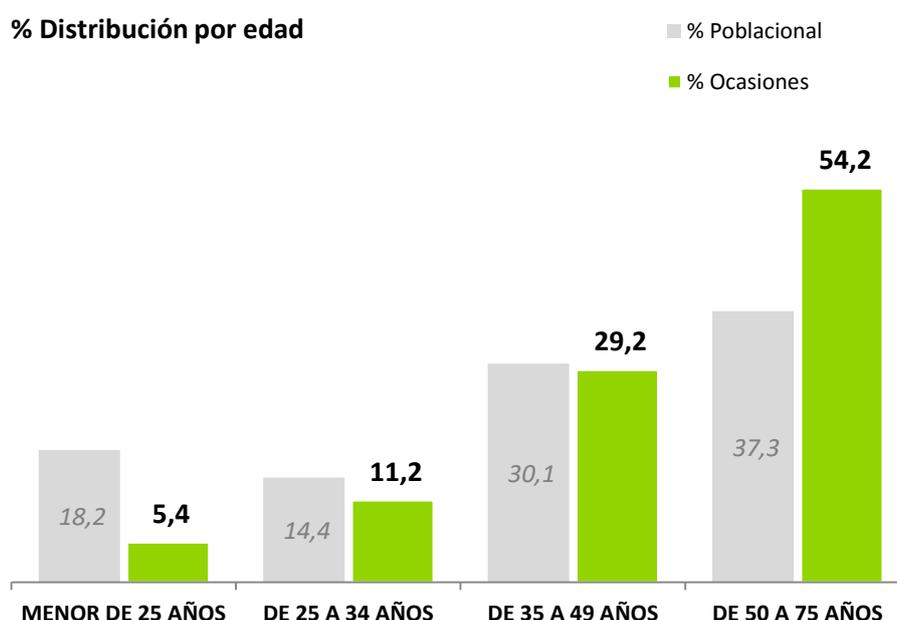
En la siguiente tabla podemos comparar el porcentaje de población que corresponde a cada área geográfica con el porcentaje de las ocasiones de consumo que ocurren en dicha zona. Da una idea de lo habitual que es para los habitantes de esa región el consumo fuera de los hogares.



Podemos ver que las regiones que más veces consumen alimentos fuera del hogar en relación con su peso poblacional durante el pasado año 2017, fueron Levante (Castellón, Valencia,

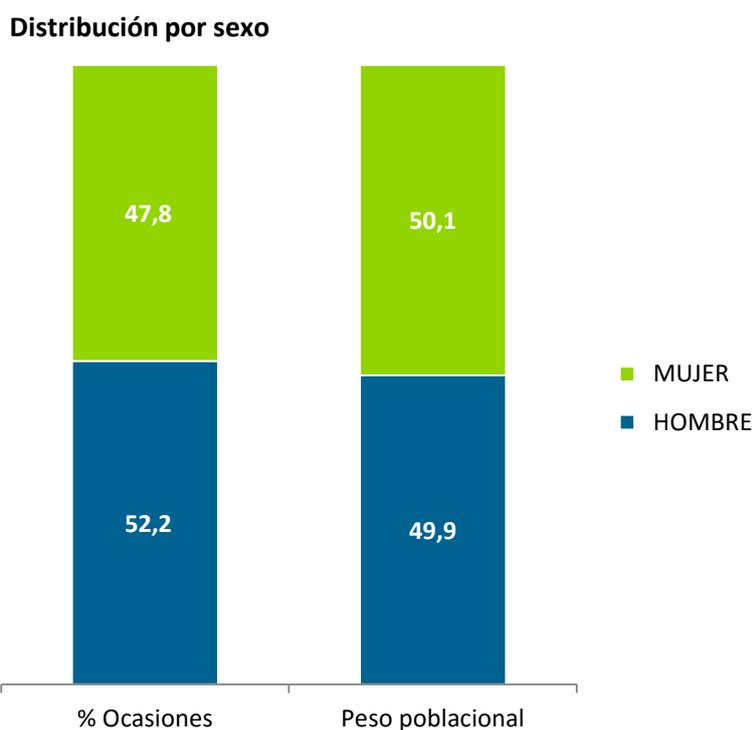
Alicante, Murcia y Albacete), el área Metropolitana de Madrid y la región de Andalucía. Además, son las regiones de mayor consumo absoluto, cubriendo un 18,1%, 15,2% y 22,2% de las ocasiones de consumo. Como se aprecia en el gráfico la proporción de ocasiones de consumo supera en los tres casos el peso poblacional.

Por el contrario, el resto centro (Zamora, Valladolid, Soria, Segovia, Salamanca, Ávila, Guadalajara, Teruel, Cuenca, Ciudad Real, Toledo y Cáceres), región Noroeste (incluye La Coruña, Pontevedra, Orense, Lugo, Asturias y León) y el resto de Cataluña y Aragón (Zaragoza, Huesca, Lérida, Islas Baleares, Tarragona, Lérida y Gerona) son las tres regiones en las que el consumo de alimentos fuera de los hogares se produce en menos ocasiones.



En este caso se puede analizar la relación entre las ocasiones de consumo extradoméstico y el grupo de edad en el que se encuentra el individuo. Durante el año 2017, fueron los adultos mayores de 35 años quienes los que conformaron el perfil más habitual en el consumo de alimentos fuera del hogar.

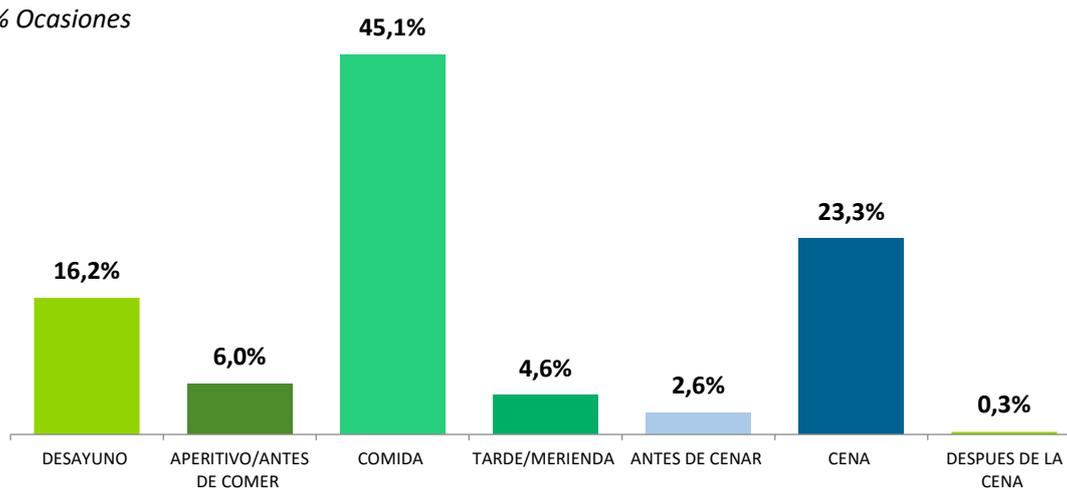
En especial llama la atención el caso de los adultos entre 50 y 75 años, ya que representan el 54,2% de las consumiciones totales sobre un peso poblacional del 39,3%. En segundo lugar en porcentaje de consumiciones se posicionan los adultos de 35-49 años; estos representan el 29,2% de las ingestas de alimentos totales fuera del hogar, aunque no compensan el consumo fuera del hogar con su proporción de peso poblacional (32,2%).



En cuanto a la distribución por sexos del consumo, se puede decir que está bastante igualado, pues tanto el peso poblacional de cada sexo como sus porcentajes de las ocasiones de consumo presentan cifras de similar magnitud. En todo caso, se podría decir que los hombres presentan un porcentaje ligeramente superior del consumo de la categoría, representando el 52,2% del volumen total, algo mayor al peso que tienen a nivel poblacional (49,7%).

Momento de consumo

% Ocasiones



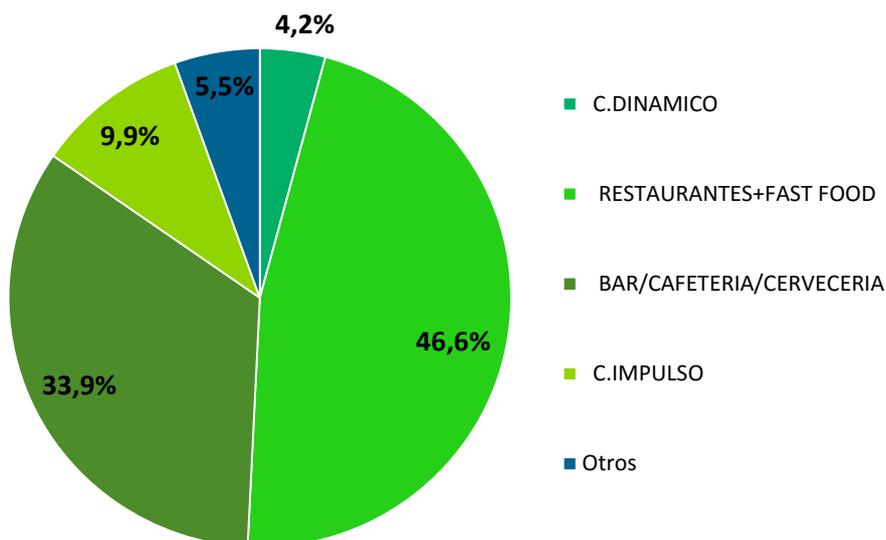
Durante el año 2017, el consumo de alimentos fuera del hogar se concentra en los tres momentos principales de consumo, desayunos, comidas y cenas. En su mayor parte, un 45,1% de las ocasiones, el consumo se realiza en la comida. En segundo lugar, con el 23,3% de las

ocasiones, queda la cena. El desayuno supone el 16,2% de las veces que los españoles consumen fuera.

Sin embargo, las comidas “entre horas” se vuelven algo más frecuentes en 2017, con una proporción del 13,2% de las consumiciones sumando aperitivos, meriendas, y consumiciones antes y después de la cena.

% Distribución por canal

% Ocasiones

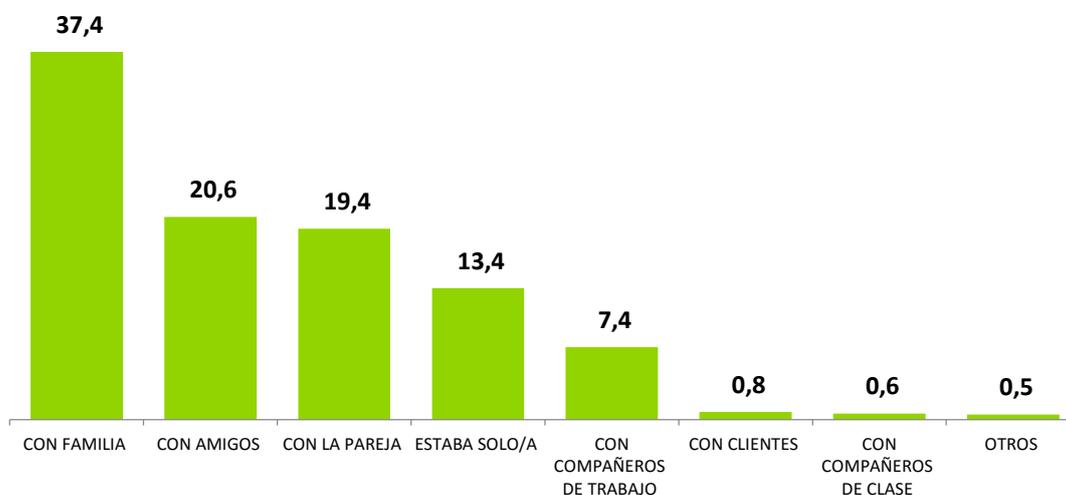


En cuanto a los canales preferidos por los españoles para el consumo de alimentos fuera de casa, los bares/cafeterías/cervecerías fueron elegidos en 1 de cada 3 ocasiones, seguidos por restaurantes con un 30,9% de las ocasiones, y los establecimientos de comida rápida con el 15,7%.

Los canales de impulso ya tienen una cuota importante, pues casi 1 de cada 10 actos de consumo de alimentos fuera del hogar se produce a través de ese canal (9,9%). Por tanto, cada vez es más habitual comprar alimentos en establecimientos como quioscos, gasolineras, tiendas de golosinas o aperitivos, o máquinas de vending.

Momento de consumo

% Ocasiones



Por último, podemos ver que el entorno de consumo determina la ocasión, de esta manera el principal entorno de momento de consumo de alimentos fuera del hogar corresponde a momentos realizados junto a familiares, conforman el 37,4% de las ingestas. Las ocasiones donde el consumidor comparte con sus amigos quedan en segundo lugar (20,6%), seguidas muy de cerca por las ocasiones en las que los consumidores están con su pareja (19,4%).

Las ocasiones declaradas menos a menudo son aquellas en las que nos encontramos con compañeros de clase, o con clientes.

4. Principales resultados de los principales tipos de alimentos fuera del hogar

A continuación se presentan los principales resultados del consumo fuera de los hogares de las principales categorías de alimentos. Debido a que 2017 es el primer año completo en el que se obtienen datos del consumo extradoméstico de alimentos a través de la nueva metodología, los resultados analíticos son, por el momento, algo limitados. Por ello, se presenta la información disponible con el objetivo de proporcionar, progresivamente, datos más detallados y análisis de su evolución en informes venideros.

En todo caso, los datos del panel de consumo fuera de los hogares estarán próximamente disponibles para su consulta en la web del Ministerio.

Derivados lácteos:

	DERIVADOS LÁCTEOS
Volumen (Mio consumiciones)	758,4
Volumen(Mio kg/l)	94,7
Consumo x Cápita (kg/l por persona)	2,8

La categoría de derivados lácteos incluye: mantequilla, postres, yogures y queso.

Durante el año 2017, la demanda de derivados lácteos fuera del hogar fue de 94,7 millones de kg-l, distribuidos entre 758,4 millones de consumiciones. Este volumen representa el 6% de la demanda total de derivados lácteos.

Los derivados lácteos representan el 6,3% del total de alimentos consumidos fuera del hogar. Mientras que la proporción que representan dentro del consumo doméstico alcanza el 8,2%. En este aspecto, hay que tener en cuenta que se están comparando las mismas categorías dentro y fuera del hogar.

Fruta:

	FRUTA
Volumen (Mio consumiciones)	116,55
Volumen(Mio kg/l)	19,97
Consumo x Cápita (kg/l por persona)	0,60

Para el 2017 el consumo total de frutas fuera de los hogares alcanzó un volumen de 19,97 millones de kilogramos, distribuidos entre 116,55 millones de consumiciones.

El consumo per cápita de esta categoría se sitúa en 0,60 kg por persona por año.

Las frutas son un producto consumido casi en su totalidad dentro del hogar, con apenas el 0,5% del volumen total destinado al consumo fuera del hogar, es decir al consumo puro extradoméstico.

Hortalizas/ Verduras:

	HORTALIZAS / VERDURAS
Volumen (Mio consumiciones)	1.370,04
Volumen(Mio kg/l)	478,48
Consumo x Cápita (kg/l por persona)	14,26

Las hortalizas y verduras son la categoría de mayor peso en el consumo fuera del hogar, representando el 31,9% de los kilos-litros. En términos absolutos, esto equivale a 478,48 millones de kilogramos. Sin embargo, este volumen representa el 11% de la demanda total de hortalizas y verduras, siendo el resto de la proporción la parte correspondiente a la demanda por parte del consumo doméstico.

Durante el año 2017, se realizaron 1.370,04 millones de consumiciones de hortalizas verduras fuera del hogar. La ingesta media por persona y año fue de 14,26 kg.

Aceite:

	ACEITE PARA ALIÑO
Volumen (Mio consumiciones)	258,18 258,18
Volumen(Mio kg/l)	21,53 21,50
Consumo x Cápita (kg/l por persona)	0,64 0,64

El consumo extradoméstico aproximado por persona y año fue de 0,64 litros. En el 2017, fue consumido un total 21,53 millones de litros de aceite fuera del hogar, distribuidos entre 258,18 millones de consumiciones.

El aceite es un producto consumido principalmente dentro del hogar, con el 3,9% del volumen total destinado a Extradoméstico, principalmente por el uso tan diferencial que proviene del uso dentro y fuera del hogar, ya que en extradoméstico se contabiliza el aceite para aliño.