

4.9. FRUTAS FRESCAS

Resultados totales del consumo de frutas

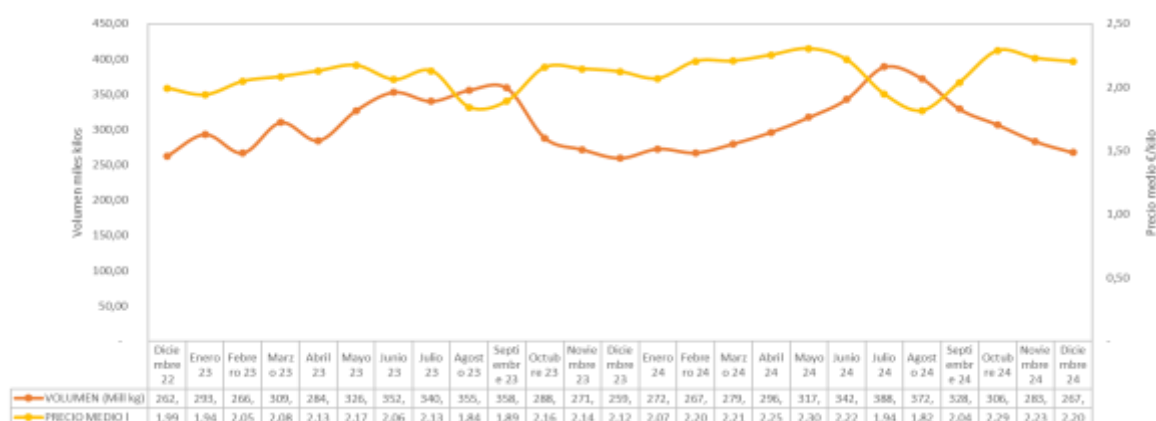
Durante el año 2024, los hogares españoles mantienen estable el volumen comprado de fruta fresca con respecto al año anterior, con una ligera variación positiva del 0,4 %. En valor, se produce un incremento del 4,4 % frente a 2023. La diferencia entre el volumen comprado y el gasto realizado viene determinada por el precio medio, que aumenta un 4,0 % a cierre de año 2024, y se sitúa en 2,14 €/kilo.

Los hogares destinan el 9,49 % del presupuesto medio destinado al consumo de productos de alimentación y bebidas a la compra de fruta fresca, lo que supone un gasto per cápita de 169,51 € por persona, una cantidad un 3,1 % superior con respecto a 2023.

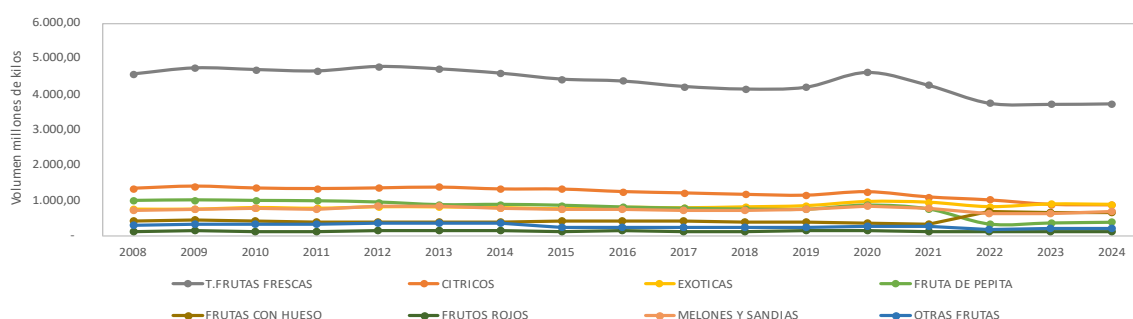
El consumo medio realizado por persona y año de fruta fresca cierra en 79,38 kilogramos, lo que se traduce en un descenso del 0,9 %, el equivalente a consumir 0,74 kilos menos por persona y año.

	Consumo doméstico de T.FRUTAS FRESCAS	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	3.722.243,80	0,4 %
Valor (miles €)	7.948.819,10	4,4 %
Consumo x cápita (kg)	79,38	-0,9 %
Gasto x cápita (€)	169,51	3,1 %
Parte de mercado volumen (%)	13,88	0,01
Parte de mercado valor (%)	9,49	0,02
Precio medio (€/kg)	2,14	4,0 %

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



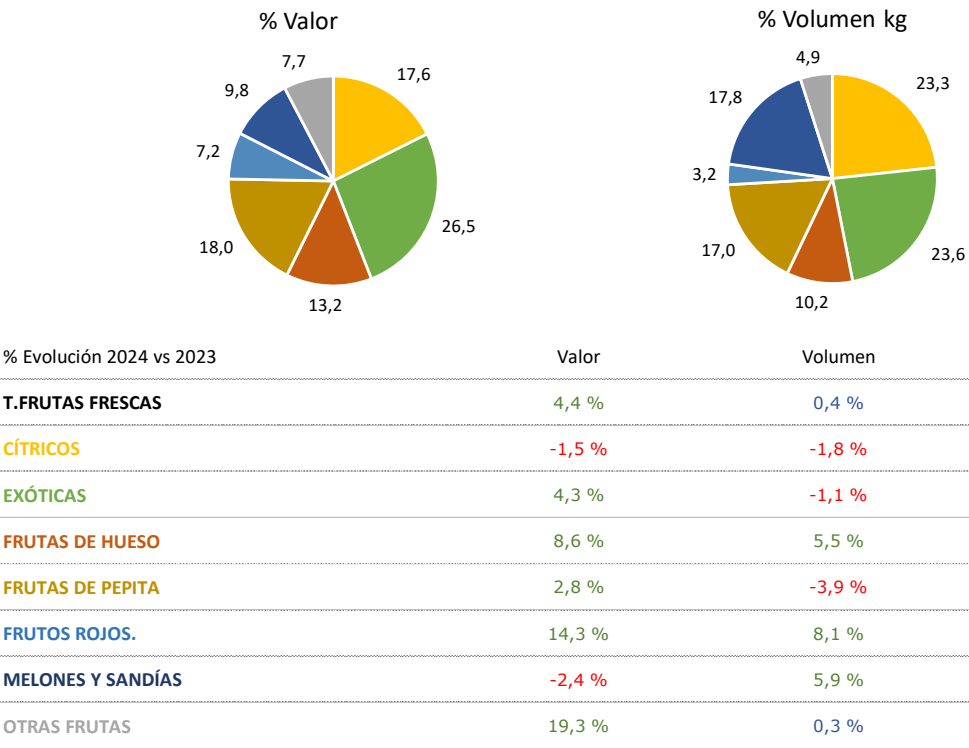
Evolución anual de total compras (millones kg) por tipo



A excepción del año 2020, donde la situación de pandemia impulsó la demanda de fruta fresca, desde el año 2008 la tendencia para la categoría de frutas en España es decreciente para la mayoría de los tipos de frutas, tal y como puede observarse en el gráfico superior. En particular, si medimos el impacto a largo plazo (desde el año 2008), este mercado presenta una contracción del 18,6 % en el volumen de compras.

El segmento de frutas que más ha visto reducido su consumo desde el año 2008 es el de cítricos y el de frutas de pepita, ambos con una contracción que supera el 35,0 %. En contraste, los segmentos de frutas que más han crecido son los conformados por frutas exóticas y frutas de hueso, con un crecimiento del 18,1 % y 59,3 % respectivamente.

Importancia de los tipos de fruta fresca



La categoría de fruta fresca a cierre de año 2024 se estructura de la siguiente manera, si tenemos en cuenta cuáles son los tipos de frutas por los diferentes agrupados y su distribución en volumen y valor.

Las frutas exóticas (plátano, kiwi, aguacate, piña y chirimoya) son los tipos de fruta fresca que más se compran, pues engloban casi un cuarto del volumen del mercado (23,6 %) y son responsables de más de 1 de cada 4 € de la categoría (26,5 %). Su evolución con respecto al año anterior es negativa en volumen (1,1 %), pero con un crecimiento del 4,3 % en su facturación.

El segundo tipo de fruta con más relevancia en volumen por parte de los hogares españoles son los cítricos (naranja, limón, mandarina y pomelo) con el 23,3 % del total de los kilos de fruta comprados, si bien, en facturación, este segmento tiene una proporción inferior (17,6 %). La caída en el consumo de este tipo de frutas se muestra tanto en volumen (1,8 %), como en valor (1,5 %).

En tercer lugar, se posicionan las frutas de pepita (uvas, manzanas y peras) cuyo peso en volumen y valor es algo inferior a un 20 %, exactamente 17,0 % en volumen y 18,0 % en valor. Tampoco consiguen crecer en volumen a cierre de año 2024 y presentan una variación negativa del 3,9 %, si bien, cierran con una facturación un 2,8 % superior con respecto a 2023.

La compra de melón y sandía en 2024 cierra en positivo, con un incremento del 5,9 %, y pasa a representar así un 17,8 % del volumen comprado de frutas frescas. No obstante, este tipo de frutas retrocede un 2,4 % en valor y representan un menor peso en el mercado (9,8%).

Por su parte, el 10,2 % del volumen comprado de frutas corresponde a las variedades con hueso, que evolucionan en positivo, tanto en volumen como en valor (5,5 % y 8,6 %, respectivamente), mientras

FRUTA FRESCA

que el 3,2 % del volumen corresponde a los frutos rojos, que en ambos casos evolucionan en positivo (8,1 % en volumen y 14,3 % en valor).

Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca

	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
T.FRUTAS FRESCAS	80,11	79,38
CÍTRICOS	19,07	18,47
EXÓTICAS	19,21	18,74
FRUTAS DE HUESO	7,77	8,09
FRUTAS DE PEPITA	14,22	13,48
FRUTOS ROJOS.	2,36	2,52
MELONES Y SANDÍAS	13,54	14,15
OTRAS FRUTAS	3,96	3,92

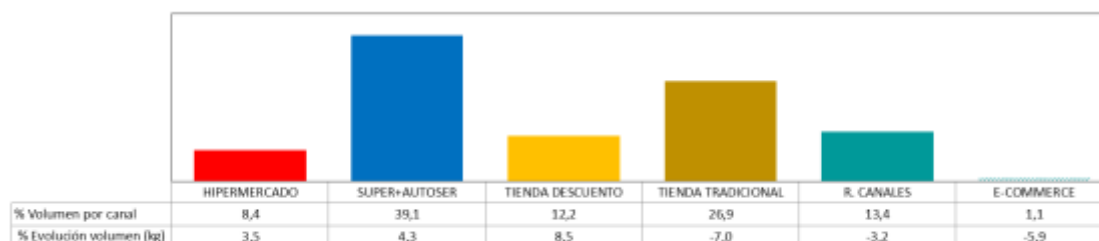
El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2024 se sitúa en 79,38 kilogramos por persona, una cantidad que se reduce un 0,9 % a la consumida durante el ejercicio anterior, el equivalente a consumir 0,74 kg menos por persona y periodo de estudio.

Hay que destacar que los tipos de fruta más consumida se corresponden con cítricos y frutas exóticas, cuya ingesta cierra con 18,47 y 18,74 kilos por persona y año, respectivamente. No obstante, ambas evolucionan en negativo, con 0,59 y 0,46 kilos menos por persona y año de estudio, respectivamente. Por su parte, las frutas de pepita sufren la caída en consumo per cápita más abrupta (6,7 %), el equivalente a 0,73 kilos/persona/año menos.

En contraposición, se incrementa el consumo per cápita tanto de frutas de hueso, frutos rojos y melones y sandías, con incrementos del 5,2 %, 6,7 % y 4,6 %, respectivamente.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs 2023)



El canal supermercado y autoservicio es la plataforma de distribución preferida para la compra de fruta fresca a cierre de 2024, con una cuota del 39,1 % del total de los kilos, y consiguen incorporar, además, un 4,3 % más de volumen con respecto a 2023. Dentro del canal dinámico, le siguen la tienda descuento y el hipermercado con un 12,2 % y un 8,4 % del volumen, respectivamente. No obstante, cabe destacar que, a diferencia del promedio del mercado agroalimentario, el segundo canal con mayor peso en la distribución de frutas frescas es la tienda tradicional con un 24,9 % del volumen, si bien, esta se contrae un 7,0 % con respecto al año anterior. El canal e-commerce destaca en este caso por agrupar una proporción de compras inferior al promedio del mercado de alimentación (tan solo un 1,1 % de la categoría) y por ser el segundo canal que más volumen pierde (5,9 %).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs 2023)



El precio medio de fruta fresca alcanza los 2,14 €/kilo a cierre de año 2024. Esto supone un aumento del 4,0 % con respecto al año anterior. Este movimiento se traslada a todas las plataformas de distribución analizadas en el gráfico anterior.

El mayor aumento de precio medio se produce el supermercado y autoservicio (5,6 %) cerrando, además, con el precio medio kilo más alto del mercado junto al e-commerce, con 2,29 €/kilo. En contraposición, el precio medio más competitivo lo encontramos en la tienda descuento (1,92 €/kilo), siendo, además, la plataforma que menos lo incrementa con respecto a 2023, por detrás del canal hipermercado, que tan solo lo incrementa en un 0,7 %, y cierra en 2,01 €/kilo.

Por su parte, la tienda tradicional cierra con un precio medio de 2,13 €/kilo, tras aumentarlo un 3,2 %, mientras que el e-commerce cierra con un precio medio kilo de 2,29 €.

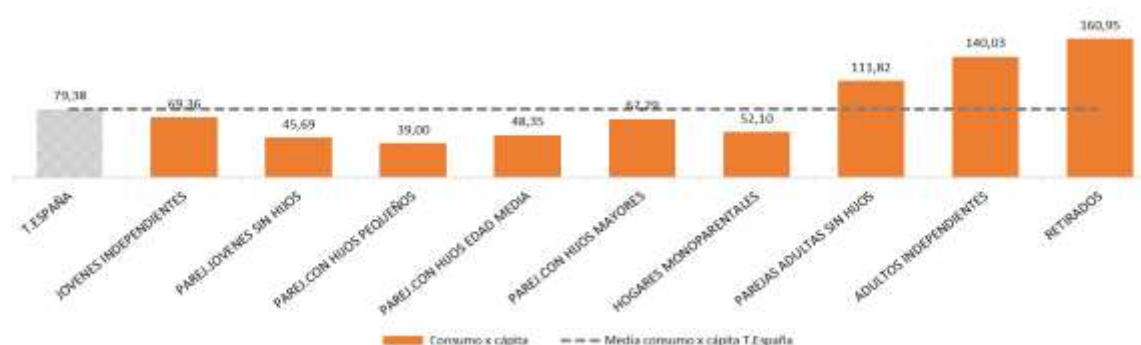
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)

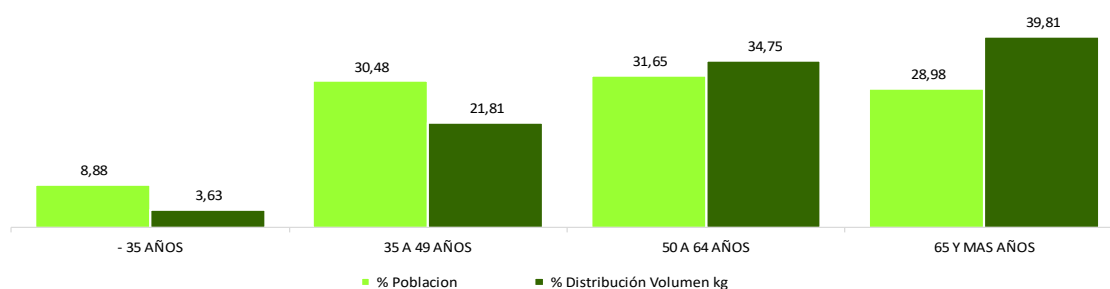


El perfil más intensivo de hogar consumidor de fruta fresca a cierre de año 2024 es el formado por retirados, parejas adultas sin hijos o el formado por parejas con hijos mayores. En los tres casos mencionados la proporción de volumen supera el porcentaje de población que representan. Por el contrario, hogares formados por jóvenes independientes o parejas jóvenes sin hijos, son los que menos volumen de fruta fresca adquieren en proporción a lo que deberían si se tiene en cuenta su extensión de población.

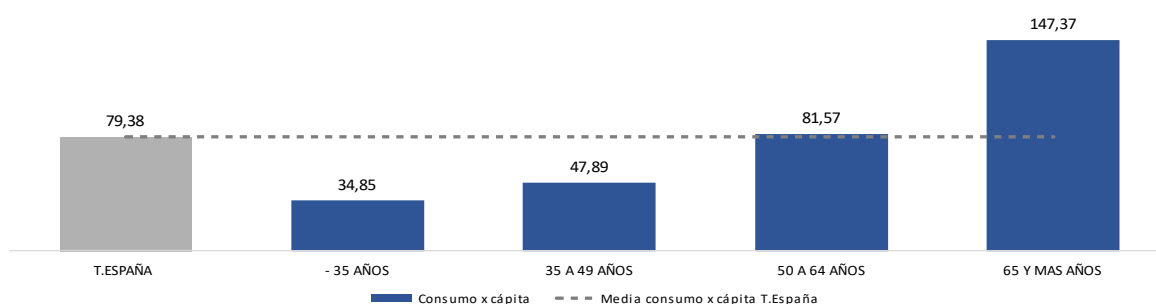
Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



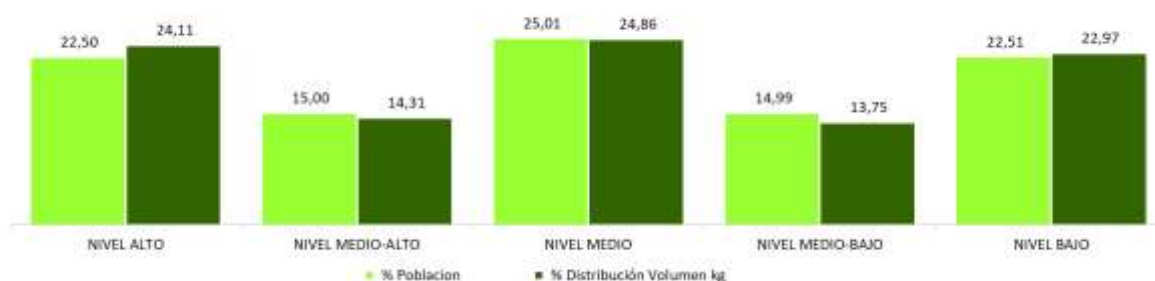
El consumo per cápita de fruta fresca a cierre de año 2024 se sitúa en 78,38 kilogramos por persona y año. Superan esta cantidad individuos como parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados, debido a que en los tres casos superan el promedio del mercado. Son los individuos que conforman el colectivo de retirados quienes, a cierre de año 2024, realizaron la mayor ingesta per cápita de fruta fresca, con una cantidad ingerida de 160,95 kilos, lo que supone realizar un consumo de 81,57 kilos más por persona y año que la media nacional. Por su parte, los individuos de parejas jóvenes con hijos pequeños son quienes realizan la menor ingesta per cápita, con una cantidad de 39,00 kilogramos por persona y año, muy lejos del promedio del nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compras (2024)

Los hogares cuyo responsable de compra tiene una edad que supera los 50 años son los más intensivos en la compra de fruta fresca, ya que su distribución del volumen adquirido de la categoría supera el porcentaje de población que representan (74,55 % vs 60,64 %). En contraste, los hogares con una edad menor a 35 años son responsables del 3,63 % del volumen de fruta fresca, cuando al menos deberían consumir su porcentaje de extensión de población que es del 8,88 %.

Consumo per cápita por edad del responsable de compras (2024)

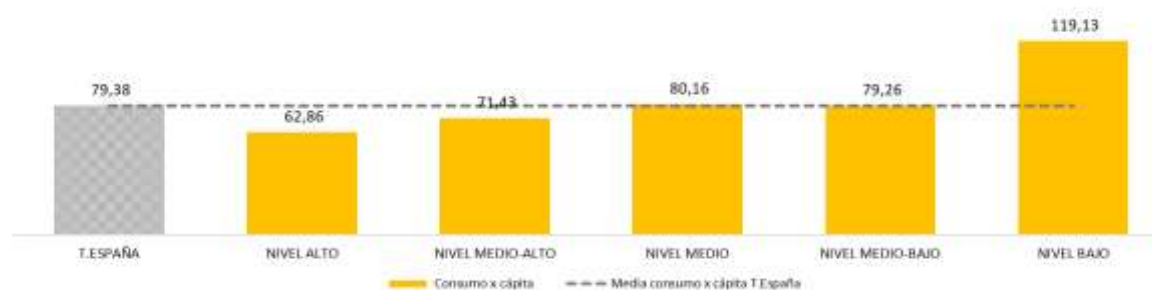
Los hogares cuyo responsable de compras es mayor de 50 años son quienes realizan el mayor consumo per cápita de la categoría, especialmente destacado en el caso de mayores de 65 años, con una ingesta media por individuo de 147,37 kilogramos por persona y año. En el lado opuesto, encontramos los hogares cuyo responsable de compras es menor de 35 años con una ingesta muy por debajo del promedio nacional, tan solo 34,85 kilos por persona y año, frente a los 79,38 del promedio.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)

Si tenemos en cuenta el nivel socioeconómico para determinar el perfil intensivo en la compra de fruta fresca, se observa cómo los hogares de nivel socioeconómico bajo son más intensivos con la compra

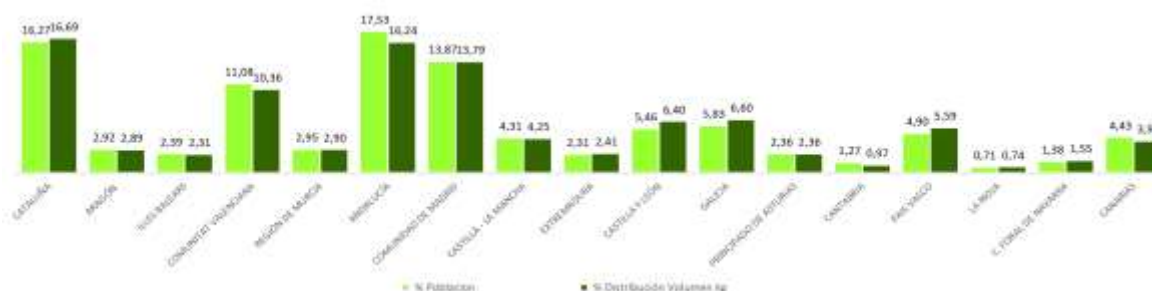
de fruta fresca, aunque la realidad es que hay una proporción similar entre los cinco segmentos de nivel socioeconómico en relación con el porcentaje de compras y de población.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



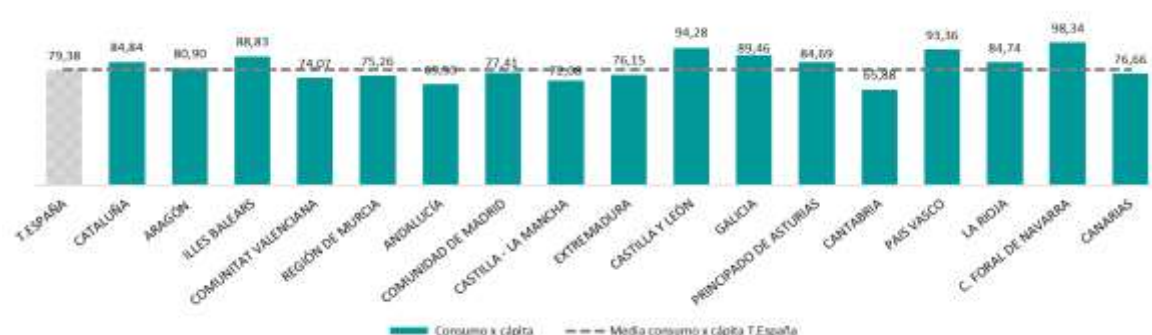
Los mayores consumidores de fruta fresca si consideramos el nivel socioeconómico son los individuos de nivel socioeconómico bajo, ya que consumen 119,13 kilos por persona y periodo de estudio, el equivalente a consumir 39,75 kilos más que la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2024)



Castilla y León, País Vasco o Galicia, entre otros, son las comunidades autónomas que se perfilan como las más intensivas en la compra de fruta fresca. En el lado contrario, es decir, como CCAA menos intensivas, Cantabria, Canarias, Comunitat Valenciana o Andalucía, debido a que no superan el porcentaje de población en compras.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2024)



Tal como puede verse en el gráfico hay muchas comunidades autónomas que mantienen el consumo per cápita superior a la media que se establece en 78,38 kilos por persona y año. Entre ellas, las que tienen un consumo más elevado son la Comunidad Foral de Navarra con 98,34 kilos/persona/año o

Castilla y León con 94,28 kilos por persona y año de estudio. Los individuos navarros, por ende, consumen cerca de 18,96 kilos más de fruta fresca que el promedio nacional.

En contraste, los individuos cántabros son los que realizan un consumo per cápita más bajo, situado en 65,88 kilos por año y persona.

4.9.1. CONSUMO DE FRUTAS POR TIPO

NARANJA

En contraposición a lo que ocurre con el total categoría, la compra de naranjas presenta una caída del 9,4 % en volumen, con un retroceso del 6,9 % en la facturación a pesar de que el precio medio se incrementa en un 2,8 % y se sitúa en 1,39 €/kilo.

Los hogares destinan a la compra de naranjas el 0,83 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,82 € invertidos por persona y año, cantidad que se reduce en un 8,1 %. Por su parte, el consumo per cápita de naranjas se cifra en 10,62 kilos por persona y año, y representa el 1,86 % del consumo total de alimentación y bebidas. En promedio, cada español deja de consumir del orden de 1,26 kilogramos de naranjas durante 2024.

	Consumo doméstico de Naranjas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	498.092,05	-9,4 %
Valor (miles €)	694.712,73	-6,9 %
Consumo x cápita (kg)	10,62	-10,6 %
Gasto x cápita (€)	14,82	-8,1 %
Parte de mercado volumen (%)	1,86	-0,09
Parte de mercado valor (%)	0,83	-0,09
Precio medio (€/kg)	1,39	2,8 %

MANDARINAS

Crecimiento a doble dígito en la compra de mandarinas, los hogares adquieren un 14,4 % más de kilos de mandarinas con respecto al año 2023. En valor, este incremento es inferior (6,6 %) debido a una reducción del 6,8 % en el precio medio, hecho que contrasta con el incremento del precio medio a nivel total categoría.

Los hogares destinan a la compra de mandarinas el 0,62 del presupuesto medio para la compra de alimentos y bebidas para consumo doméstico, lo que implica un gasto per cápita de 11,15 € por persona y año, cantidad superior al año anterior (5,2 %). En cuanto al consumo per cápita, este se cifra

FRUTA FRESCA

5,82 kilos de mandarinas por persona y año, lo que en términos de volumen de compra representa el 0,62 % del volumen total comprado durante el año lo que supone un incremento del 12,9 % con respecto al año anterior, el equivalente a consumir 0,67 kilos más por persona y año de estudio.

	Consumo doméstico de Mandarinas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	273.069,72	14,4 %
Valor (miles €)	522.936,96	6,6 %
Consumo x cápita (kg)	5,82	12,9 %
Gasto x cápita (€)	11,15	5,2 %
Parte de mercado volumen (%)	1,02	0,15
Parte de mercado valor (%)	0,62	0,04
Precio medio (€/kg)	1,92	-6,8 %

MELOCOTÓN

A cierre del año 2024, la compra de melocotón aumenta en un 2,9 %. Si atendemos al valor, la facturación de este tipo de fruta de hueso crece en un 6,0 %, por efecto de un incremento del 3,0 % en el precio medio.

Los hogares españoles destinan a la compra de melocotón el 0,32 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 5,80 € invertidos por persona y año; cantidad que a lo largo del año de análisis se incrementa con respecto a lo invertido en 2023 en un 4,6 %.

Si analizamos esta fruta con respecto a volumen, representa el 0,41 % del volumen total de alimentación comprado, lo que equivale a un consumo per cápita de melocotón de 2,36 kilos por persona y año, cantidad un 1,5 % superior a la consumida en el año 2023.

	Consumo doméstico de Melocotones	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	110.837,43	2,9 %
Valor (miles €)	271.792,79	6,0 %
Consumo x cápita (kg)	2,36	1,5 %
Gasto x cápita (€)	5,80	4,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,41	0,03
Parte de mercado valor (%)	0,32	0,03
Precio medio (€/kg)	2,45	3,0 %

MANZANA

La compra de manzana decrece un 3,4 % a cierre de año 2024. El precio medio/kilo de manzanas cierra en 1,86 €, dato que supone un incremento del 3,7 % con respecto a 2023, equivalente a pagar 0,07 € más por kilo de productos. No obstante, a pesar del incremento en el precio medio, la facturación de este producto se mantiene estable con respecto al año anterior.

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos el 0,83 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,86 € invertidos por persona y año; cantidad que se ha reducido desde 2023 un 1,1 %.

La proporción de manzanas compradas en volumen con respecto al total de la alimentación representa un 1,40 %. Esto supone un consumo per cápita de 7,98 kilos por persona y año, lo que supone un descenso de consumo de 4,6 % con respecto al año anterior, equivalente a consumir cerca de 390 gramos menos por individuo y año.

	Consumo doméstico de Manzanas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	374.209,36	-3,4 %
Valor (miles €)	696.595,72	0,2 %
Consumo x cápita (kg)	7,98	-4,6 %
Gasto x cápita (€)	14,86	-1,1 %
Parte de mercado volumen (%)	1,40	-0,03
Parte de mercado valor (%)	0,83	-0,02
Precio medio (€/kg)	1,86	3,7 %

PERA

La pera incrementa su precio medio en un 6,6 %, el equivalente a pagar 0,14 € más por kilo. Si bien, a pesar de este incremento en el precio medio, la facturación cierra con un descenso del 3,4 % debido a que este producto pierde relevancia en los hogares españoles a cierre de año 2024, con una caída del 9,4 % en volumen.

Los hogares españoles destinan a la compra de pera el 0,41 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 7,37 € invertidos por persona y año. Esta cantidad se reduce en un 4,7 % con respecto a 2023.

El consumo per cápita de pera en 2024 fue de 3,40 kilos por persona y año, cifra más baja a la ingesta realizada un año antes (10,6 %).

FRUTA FRESCA

	Consumo doméstico de Peras	% Variación 2023 vs. 2023
Volumen (miles kg)	159.395,94	-9,4 %
Valor (miles €)	345.790,90	-3,4 %
Consumo x cápita (kg)	3,40	-10,6 %
Gasto x cápita (€)	7,37	-4,7 %
Parte de mercado volumen (%)	0,59	-0,09
Parte de mercado valor (%)	0,41	-0,06
Precio medio (€/kg)	2,17	6,6 %

MELÓN Y SANDÍA

Los hogares aumentan en un 5,9 % la compra de melón y sandía a cierre de año 2024 en comparación con el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, la facturación de estos productos cierra un 2,4 % inferior, debido a que el precio medio se reduce en un 7,9 %, hasta situarse en 1,17 €/kilo. Esta reducción en el precio medio contrasta con el aumento que se da en la categoría de frutas, que crece en un 4,0 %.

Los hogares españoles destinaron a la compra de estas frutas frescas el 0,99 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas en el hogar, lo que se corresponde a realizar un gasto per cápita de 16,63 € por persona y año, supone invertir un 3,7 % menos por persona que con respecto al año anterior.

El consumo per cápita de melón y sandía es de 14,15 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad que aumenta con respecto al año inmediatamente anterior en una proporción del 4,6 %, lo que equivale a un aumento por persona y periodo de estudio de 0,11 kilos. La compra de sandía y melón representa un 2,34 % del volumen total comprado por los hogares.

FRUTA FRESCA

	Consumo doméstico de Melón y Sandía	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	663.710,41	5,9 %
Valor (miles €)	779.645,14	-2,4 %
Consumo x cápita (kg)	14,15	4,6 %
Gasto x cápita (€)	16,63	-3,7 %
Parte de mercado volumen (%)	2,34	0,08
Parte de mercado valor (%)	0,99	-0,05
Precio medio (€/kg)	1,17	-7,9 %

PLÁTANO

La compra de plátano decae ligeramente por parte de los hogares españoles un (0,6 %) a cierre de año 2024. Sin embargo, en términos de valor, se cierra el año con un incremento contenido del 0,6 %, diferencia que se explica por el incremento del 1,3 % en el precio medio de este producto, que le lleva a cerrar en 1,73 €/kilo, por debajo del 2,14 €/kilo de la categoría de Fruta Fresca.

Los hogares españoles destinan a la compra de plátano el 1,26 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas. El gasto per cápita realizado por cada español en 2024 alcanza los 22,59 € al año, cantidad que representa un descenso del 0,7 % respecto a lo invertido en el ejercicio anterior en un 1,3 %.

Los plátanos representan el 2,28 % de la compra total que realizan los hogares españoles. Esto implica que el consumo per cápita de este producto fresco sea de 13,03 kilos por persona y año, cantidad inferior a la consumida en el año 2023 en un 1,9 %.

	Consumo doméstico de Platanos	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	610.778,62	-0,6 %
Valor (miles €)	1.059.377,36	0,6 %
Consumo x cápita (kg)	13,03	-1,9 %
Gasto x cápita (€)	22,59	-0,7 %
Parte de mercado volumen (%)	2,28	0,00
Parte de mercado valor (%)	1,26	-0,02
Precio medio (€/kg)	1,73	1,3 %

FRESAS Y FRESONES

Fresa y fresón cierra 2024 con resultados favorables, con un crecimiento del 7,4 % en el volumen de sus compras y un incremento en facturación de 13,1 % respecto al año anterior. Este crecimiento en valor se explica por el incremento del 5,3 % del precio medio, que cierra en 4,24 €/kilo. Así pues, es importante remarcar el crecimiento genuino de la demanda, independientemente del de facturación.

Los hogares españoles destinan a la compra de fresas y fresones el 0,55% del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 9,88 € invertidos por persona y año, una cantidad que en 2024 es un 11,6 % menor a la del ejercicio anterior.

El consumo per cápita de fresa y fresón fue de 2,33 kilos por persona y año, lo que representa un incremento del 6,0 % al consumo realizado con respecto al 2023. La compra de fresas y fresones supone un 0,41 % de la cesta total de los hogares españoles.

	Consumo doméstico de Fresas/Freson	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	109.159,27	7,4 %
Valor (miles €)	463.139,69	13,1 %
Consumo x cápita (kg)	2,33	6,0 %
Gasto x cápita (€)	9,88	11,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,41	0,08
Parte de mercado valor (%)	0,55	0,10
Precio medio (€/kg)	4,24	5,3 %

FRUTAS IV GAMA

Los buenos resultados de frutas IV gama de 2023 se repiten en 2024, año en el que continúa creciendo su consumo doméstico (2,7 %), mientras que en facturación se repiten crecimientos a doble dígito (10,9 %), diferencia que se explica por el incremento del precio pagado de 8,0 %, que lo sitúa en 2,60 €/kilo a cierre 2024.

Los hogares destinan a la compra de frutas IV gama el 0,41 del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas. El gasto per cápita realizado en la compra de estos productos asciende a 7,37€ por persona y periodo de estudio, una cantidad superior a la del año 2023 (9,5 %).

El consumo per cápita realizado durante el año 2024 es de 2,83 kilos consumidos por persona y periodo de estudio, lo que resulta un 1,4 % más que el año anterior. La compra de frutas IV gama supone un 0,48 % de la cesta total de los hogares españoles.

	Consumo doméstico de Frutas IV Gama	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	132.829,23	2,7 %
Valor (miles €)	345.826,23	10,9 %
Consumo x cápita (kg)	2,83	1,4 %
Gasto x cápita (€)	7,37	9,5 %
Parte de mercado volumen (%)	0,50	0,03
Parte de mercado valor (%)	0,41	0,08
Precio medio (€/kg)	2,60	8,0 %

4.10. FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Esta categoría recoge las frutas y las 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 anteriormente.

Resultados totales

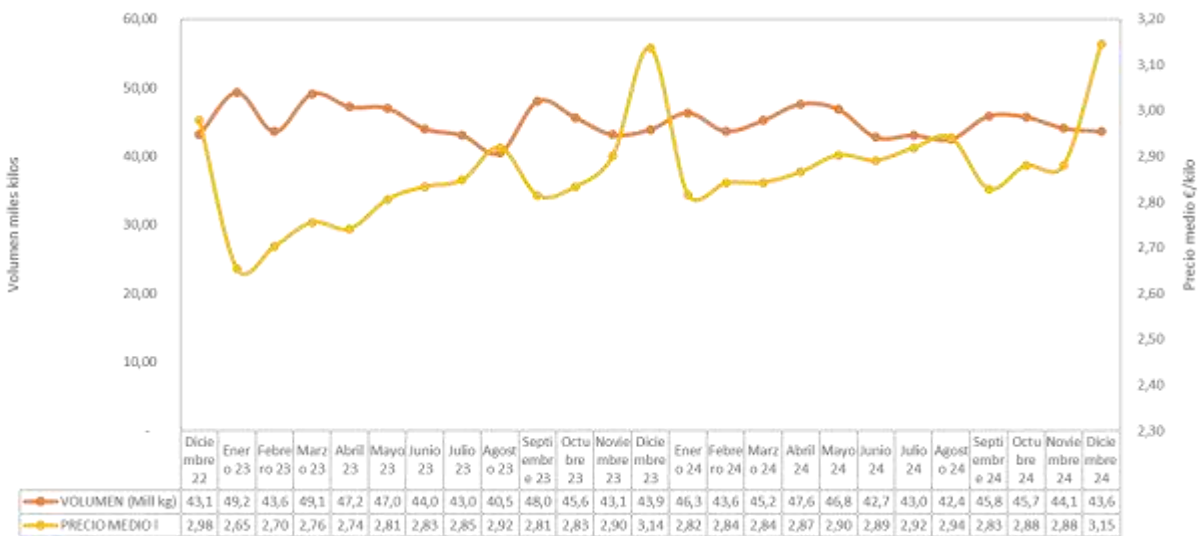
Los hogares españoles adquieren un 1,3 % menos de volumen de frutas y hortalizas transformadas a cierre de año 2024. Sin embargo, la categoría gana un 1,1 % de valor adicional debido a que la bajada en las compras se compensa con la subida del precio medio, que cierra el año siendo un 2,5 % superior que, en 2023, equivalente a pagar 2,89 € por kilo. La subida del precio en esta categoría, no obstante, se mantiene ligeramente por debajo de la registrada en el total de alimentación (2,8 %).

El consumo per cápita realizado durante el año 2024 se sitúa en 11,46 kilos por persona y año, cifra inferior en un 2,6 % a la del año 2023. Por su parte, el gasto realizado por año e individuo es un 0,2 % inferior, lo que supone pagar 33,18 €.

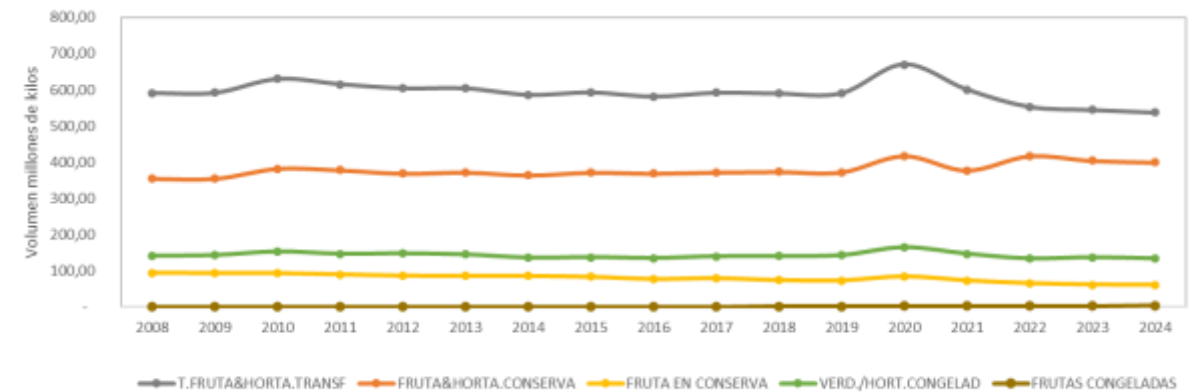
Estos productos mantienen un porcentaje sobre el total de las compras del 2,00 % en volumen y del 1,86 % del presupuesto medio asignado para el abastecimiento doméstico.

	Consumo doméstico de T.Fruta&Horta.Transf	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	537.430,65	-1,3 %
Valor (miles €)	1.555.690,10	1,1 %
Consumo x cápita (kg)	11,46	-2,6 %
Gasto x cápita (€)	33,18	-0,2 %
Parte de mercado volumen (%)	2,00	-0,02
Parte de mercado valor (%)	1,86	-0,03
Precio medio (€/kg)	2,89	2,5 %

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

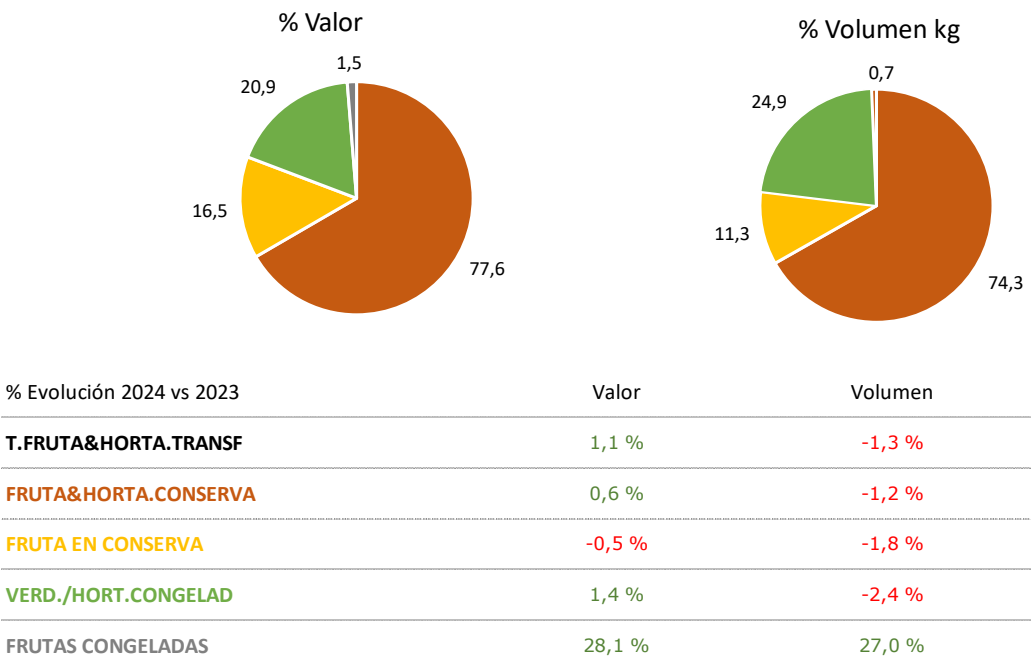


Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



Si se analiza el volumen de compras del año 2024 frente al año 2008, podemos extraer una reducción en la demanda de un 9,1 %. No obstante, esta tendencia negativa no es transversal si tenemos en cuenta todos los segmentos. Así pues, se observa una contracción en las compras de frutas en conserva y de verduras y hortalizas congeladas, pero se registra una evolución favorable en verduras y hortalizas en conserva y frutas congeladas.

Importancia de los tipos de frutas y hortalizas transformadas



Las verduras y hortalizas en conserva son el tipo de producto con mayor proporción de compras dentro de esta categoría (74,3 % en volumen; 77,6 % en valor) y su evolución a cierre de 2024, se mantiene en línea con la categoría, y es que decrecen en volumen, mientras crecen en valor (1,2 % y 0,6 %, respectivamente).

Con cuotas del 24,9 % en volumen y del 20,9 % en valor, el segundo segmento del mercado son las verduras y hortalizas congeladas, que contraen su demanda en mayor medida que el promedio de la categoría (2,4 %), pero aumentan su facturación (1,4 %).

Tendencia desfavorable a corto plazo para fruta en conserva, que retroceden a cierre de año 2024. Este tipo de productos pierden el 1,8 % del volumen con respecto al año 2023, pero, a diferencia del resto de los segmentos, tampoco consiguen un incremento de su valor (0,5 %).

Las frutas congeladas, representan la parte minoritaria del mercado, con una participación del 0,7 % en volumen y 1,5 % en valor. Su consumo crece a cierre de año, ganando un 27,0 % de volumen adicional y un 28,1 % de facturación más frente al ejercicio anterior.

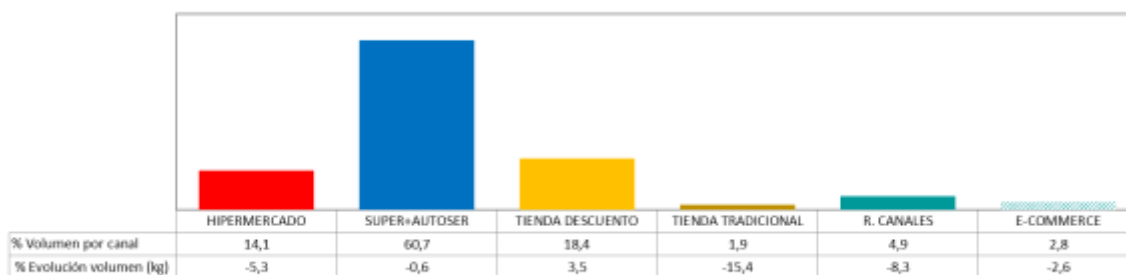
Consumo per cápita de los tipos de frutas y hortalizas transformadas

	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
T.FRUTA&HORTA.TRANSF	11,77	11,46
FRUTA&HORTA.CONSERVA	8,73	8,52
FRUTA EN CONSERVA	1,33	1,29
VERD./HORT.CONGELAD	2,97	2,86
FRUTAS CONGELADAS	0,07	0,09

El consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas se sitúa en 11,46 kilos por persona al cierre de año 2024, lo que significa 0,31 kilos menos ingeridos por persona. Como se observa en la tabla, todos los segmentos ven reducir sus consumos per cápita con respecto al año 2023, a excepción de la fruta congelada, que pasa de tener un consumo per cápita de 0,07 kilos/persona/año a 0,09 kilogramos.

Canales

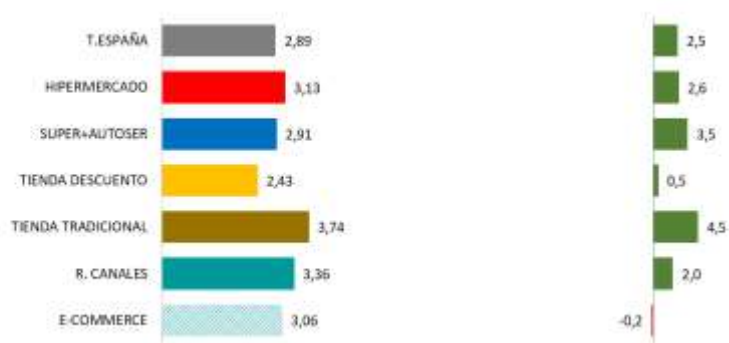
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs 2023)



Casi el 61 % del volumen de la frutas y verduras transformadas para consumo doméstico se adquiere en supermercados y autoservicios, lo que los convierte en el canal de referencia para la compra de estos productos. No obstante, en esta plataforma se reduce la demanda frente al año previo (0,6 %), al igual que en el hipermercado (5,3 %). La tienda de descuento, sin embargo, captura volumen de compras en la categoría y crece un 3,5 % con respecto a 2023, en contraste a la tendencia general del mercado, y alcanza el 18,4 % de cuota volumen.

Fuera del canal dinámico, el e-commerce mantiene un 2,8 % del volumen de las compras totales de la categoría, pero se contrae frente al año anterior en un 2,6 %. No obstante, la cuota de este canal en frutas y hortalizas transformadas supera a la registrada en total alimentación (2,2 %), por lo que presenta un buen desarrollo de la categoría. Por su parte, la tienda tradicional es el canal más damnificado, con una caída en sus compras a doble dígito (15,4 %).

Precio medio (€/kg) por canales (2024 vs 2023)



El precio medio de la categoría cierra en 2,89 €/kilo con una variación positiva del 2,5 % con respecto a 2023. Esta subida de precios se observa en la totalidad de canales analizados, a excepción del e-commerce. La tienda de descuento es la que lo percibe con menos intensidad (0,5 %), además de mantener el precio medio más reducido (2,43 €/kilo).

Por el contrario, la tienda tradicional experimenta el incremento más pronunciado del precio medio (4,5 %) y mantiene el precio más elevado de su entorno competitivo (3,74 €/litro).

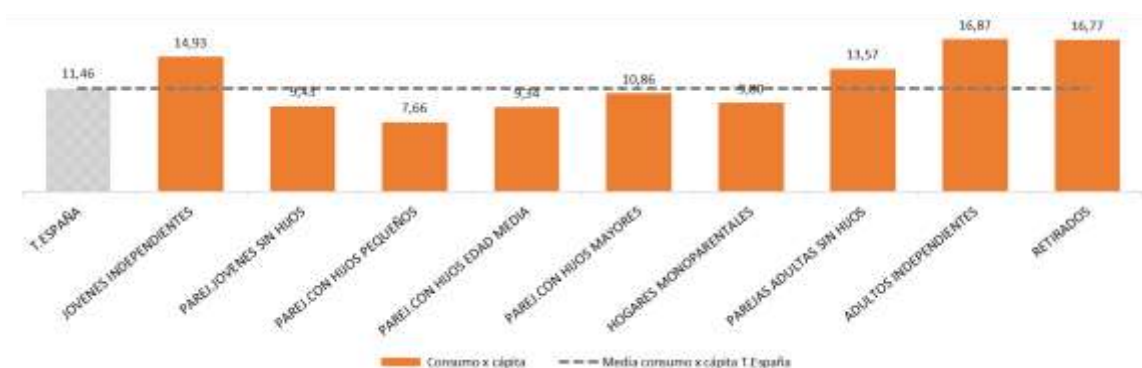
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)



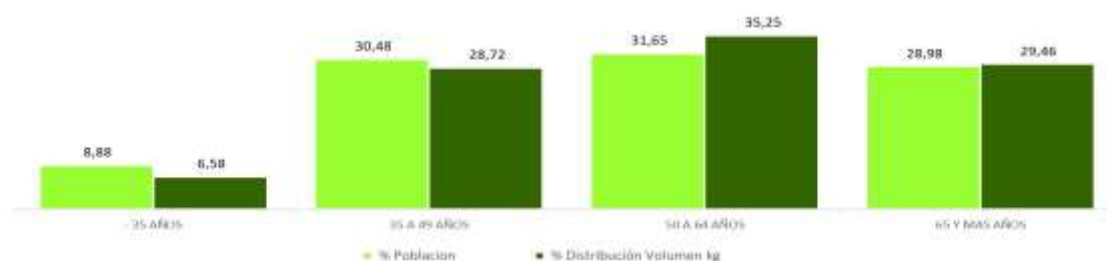
El perfil más intensivo en la compra de frutas y hortalizas transformadas por ciclo de vida se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos, destacando las parejas con hijos de edad media y mayores, debido a que en estos casos la proporción de sus compras supera el peso que representan en población. Por el contrario, como hogares poco intensivos de la categoría destacan los compuestos por jóvenes y adultos independientes, así como las parejas jóvenes y sin hijos. Aunque los hogares formados por retirados no sean intensivos de la categoría de análisis, es importante destacar que consumen casi 1 de cada 4 kilos del mercado.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



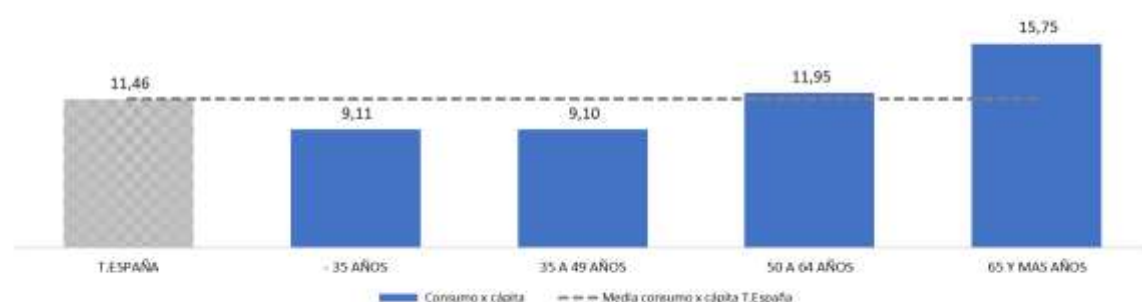
Los individuos adultos independientes registran el mayor consumo per cápita de la categoría con una ingesta de 16,87 kilogramos por persona y año, con respecto a los 11,46 kilos/persona/año del promedio nacional. Ello se debe a que el porcentaje de compras se distribuye entre un menor número de personas que habita en el hogar. Como grandes consumidores per cápita de la categoría también encontramos a individuos retirados, jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que la menor ingesta per cápita corresponde a individuos en pareja y con hijos pequeños (7,66 kilos/persona/año).

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2024)



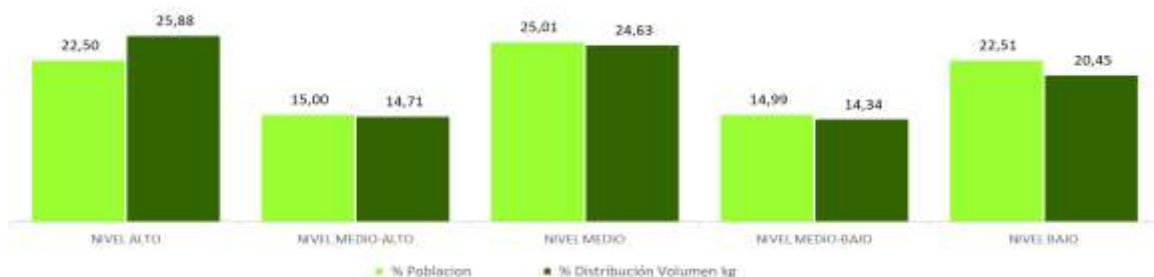
El hogar intensivo por edad del responsable de las compras, en la compra de este producto se corresponde con un hogar entre 50-64 años, debido a que la proporción de sus compras supera el peso que representan en población (35,25 % vs 31,65 %). En contraposición, los hogares menos intensivos en la compra de frutas y verduras transformadas son aquellos en los que el responsable de compras es menor de 35 años.

Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2024)



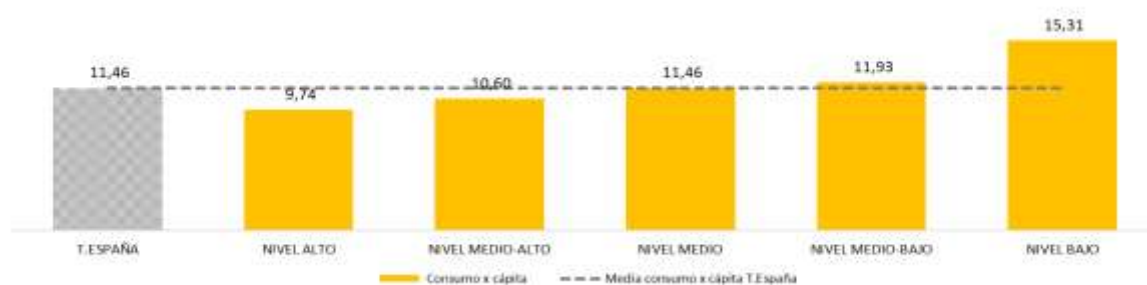
Sin embargo, son los dos grupos mayores de 50 años quienes realizan el consumo per cápita más alto de la categoría. Especialmente en el caso de individuos de más de 65 años, que sitúan su ingesta en 15,75 kilos por persona al año, con respecto a los 11,46 kilos/persona/año del promedio.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico alto (2024)



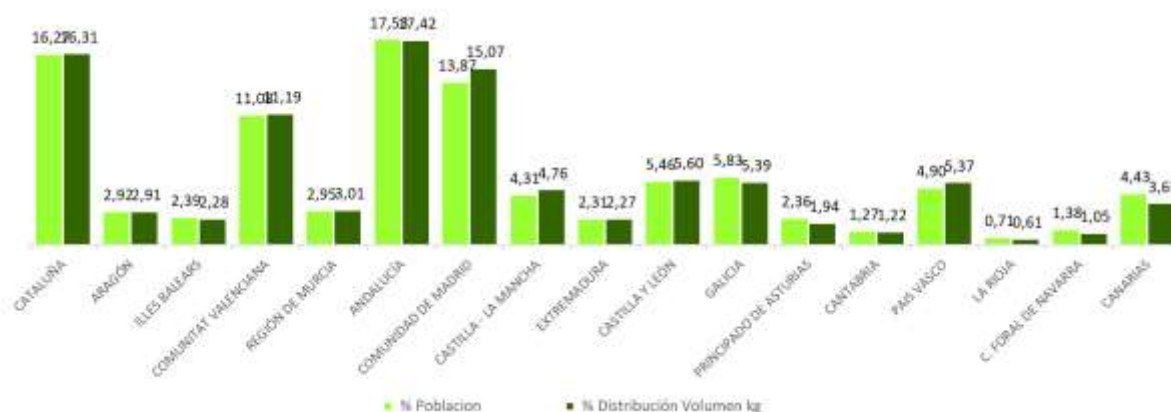
El hogar más intensivo en la compra de frutas y hortalizas transformadas se corresponde con aquellos de nivel socioeconómico alto, mientras que los hogares de nivel bajo son los que evidencian una proporción de volumen comprado mucho menor que el porcentaje de población que representan.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico alto (2024)



Los individuos de nivel socioeconómico bajo tienen la ingesta media más alta de la categoría con 15,31 kilogramos por persona y año, superando el promedio nacional que se sitúa en 11,46 kilogramos por persona y periodo de estudio. Las personas de nivel socioeconómico alto, sin embargo, consumen muy por debajo de la media nacional (9,74 kilos/año).

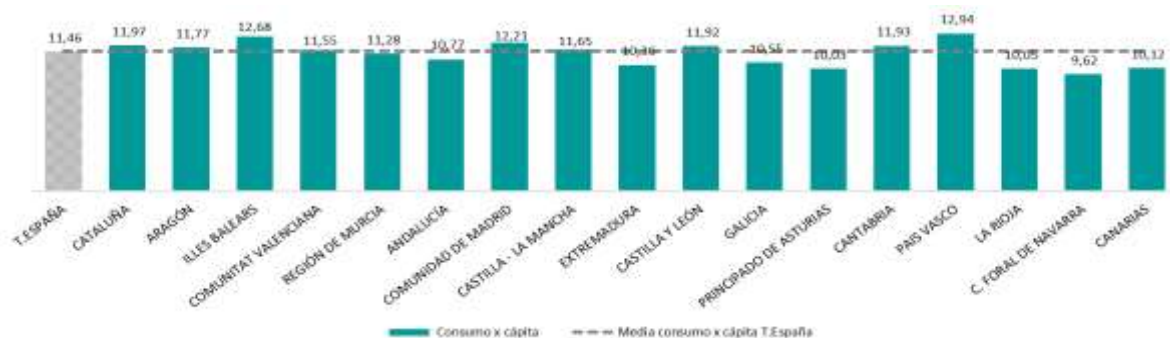
% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2024)



FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Entre las comunidades autónomas con un consumo intensivo de frutas y hortalizas transformadas destacan la Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha o País Vasco entre otros. Mientras que, al contrario, debemos mencionar CCAA como La Rioja, La Comunidad Foral de Navarra o Canarias entre otras.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2024)



Los individuos residentes en País Vasco son los que mantienen el consumo per cápita más alto de estos productos con una ingesta media de 12,94 kilos por persona, una cantidad que es muy superior a los 11,46 kilos del promedio nacional, que es el equivalente a consumir 1,48 kilogramos por individuo y año. Superan también el promedio los individuos que residen en CCAA como Cataluña, Illes Balears, Comunidad de Madrid, Castilla y León o Cantabria entre otras.

4.11. FRUTOS SECOS

Resultados totales

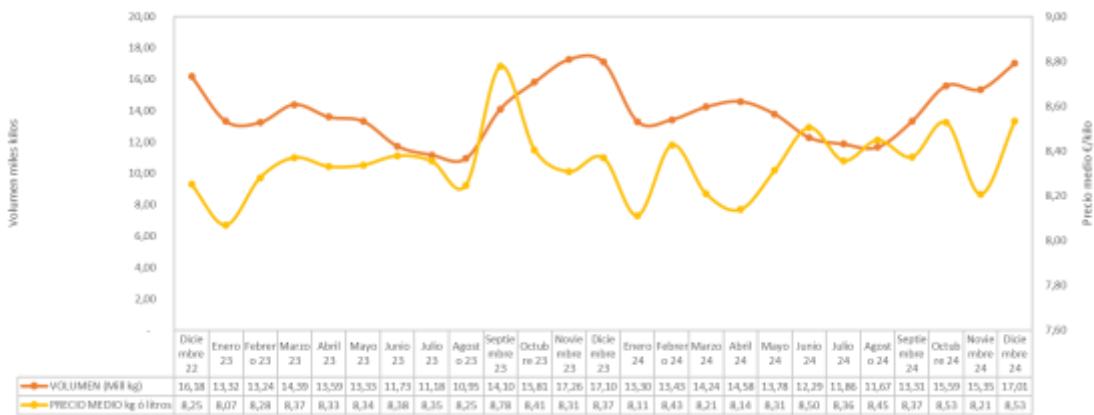
El volumen de frutos secos consumidos por los hogares españoles durante el 2024 evidencia estabilidad, con un una evolución en positivo del 0,2 % frente a un año antes. El valor del mercado se mantiene asimismo estable, con una variación positiva del 0,1 % y ante un precio sin apenas cambios frente al 2023 de (8,35 €/kilo) y en contraste con el encarecimiento en el total alimentación (2,8 %).

Los hogares españoles dedican un 1,66 % de su gasto total en alimentos y bebidas a la compra de estos productos, lo que representa en volumen un 0,62 %.

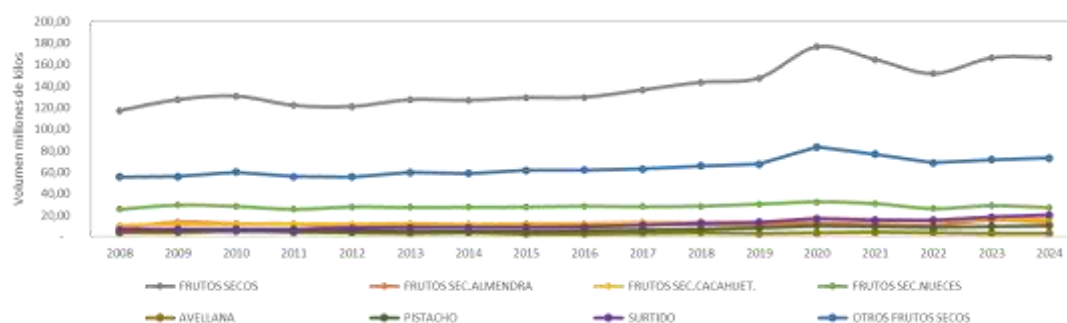
En 2024, el consumo por persona se sitúa en 3,55 kilogramos al año, un 1,1 % menos que en 2023. Cada persona gasta un promedio de 29,62 € al año, lo que también supone un decrecimiento con respecto al año anterior (1,2 %).

	Consumo doméstico de FRUTOS SECOS&SEMILLAS	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	166.394,19	0,2 %
Valor (miles €)	1.388.742,90	0,1 %
Consumo x cápita (kg)	3,55	-1,1 %
Gasto x cápita (€)	29,62	-1,2 %
Parte de mercado volumen (%)	0,62	0,00
Parte de mercado valor (%)	1,66	-0,04
Precio medio (€/kg)	8,35	-0,1 %

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



Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos de frutos secos

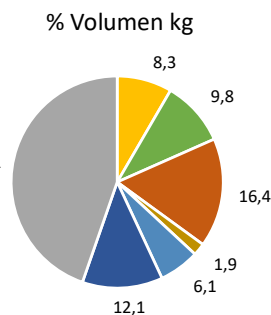
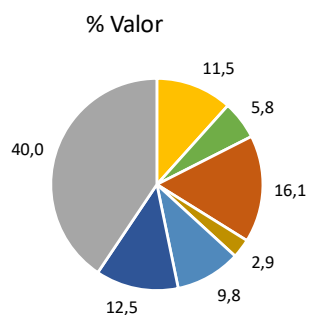


Como se puede observar en el gráfico superior, el consumo doméstico de frutos secos mantiene una tendencia al alza a largo plazo, y es que frente a 2008 el crecimiento en volumen de la categoría ha sido de un 42,0 %, con un máximo de consumo en el 2020, lo cual es lógico al tratarse del año coincidente con el virus Covid-19 y el confinamiento.

Todos los tipos de frutos secos muestran un aumento en su volumen de consumo en el hogar, excepto la avellana, segmento que se contrae un 13,8 % en comparación con el año 2008.

En contraste, los frutos secos que más ven crecer su consumo son los surtidos (192,4 %), almendras (64,2 %) y pistachos (62,6 %), con evoluciones muy por encima a las del promedio de la categoría.

Importancia de los tipos de frutos secos



% Evolución 2024 vs 2023

	Valor	Volumen
FRUTOS SECOS&SEMILLAS	0,1 %	0,2 %
FRUTOS SEC. ALMENDRA	-15,9 %	-11,2 %
FRUTOS SEC. CACAHUET.	-1,2 %	-2,2 %
FRUTOS SEC. NUECES	-4,7 %	-5,7 %
AVELLANA	-7,8 %	-6,0 %
PISTACHO	3,2 %	5,0 %
SURTIDO	12,3 %	9,4 %
OTROS FRUTOS SECOS	3,8 %	2,4 %

Si tenemos en cuenta la distribución por tipos de frutos secos a cierre de año 2024, y exceptuando a los otros frutos secos, que representan un 44,1 % del volumen, la nuez es el fruto seco con mayor peso dentro de los hogares españoles, con una cuota en volumen del 16,4 % y del 16,1 % en valor. No obstante, este segmento sufre un retroceso del 5,7 % en volumen y de un 4,7 % en facturación, siendo su evolución muy desfavorable frente al promedio de la categoría.

No obstante, la nuez no es el único fruto seco con una evolución negativa en el corto plazo. Así pues, almendra disminuye su demanda en un 11,2 %, cacahuetes en un 2,2 % y avellanas en un 6,0 %.

El pistacho continúa ganando participación dentro del mercado y alcanza una cuota en torno al 6 % en volumen, debido a que sus compras aumentaron un 5,0 % en 2024, con una resultante positiva en facturación del 3,2 %.

Consumo per cápita de los tipos de frutos secos

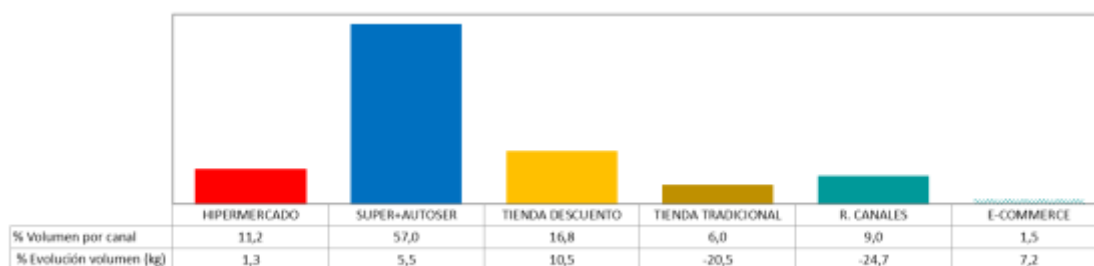
	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
TOTAL BEBIDAS	3,59	3,55
FRUTOS SEC.ALMENDRA	0,33	0,29
FRUTOS SEC.CACAHUET.	0,36	0,35
FRUTOS SEC.NUECES	0,63	0,58
AVELLANA	0,07	0,07
PISTACHO	0,21	0,22
SURTIDO	0,40	0,43
OTROS FRUTOS SECOS	1,55	1,56

El consumo per cápita de frutos secos de los españoles durante el 2024 ha sido de 3,55 kilogramos, un 1,1 % menos que el año anterior, equivalente a reducir el consumo en 0,04 kilos por persona al año.

Los tipos de frutos secos detrás de este descenso en el consumo por persona son almendra, cuyas ingestas caen en un 12,3 %, cacahuetes (3,5 %), nueces (6,9 %) y avellanas (7,2 %). En contraposición, los españoles incrementan su consumo de pistachos (3,6 %) y surtidos (8,0 %).

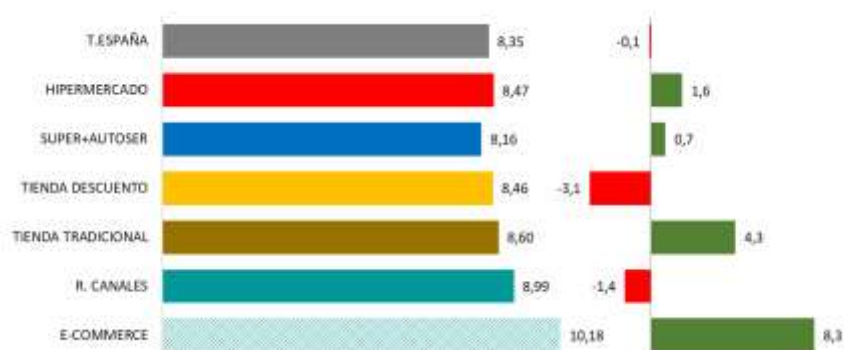
Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



Los hogares españoles adquieren más de la mitad de los kilos de frutos secos para consumo doméstico en el canal supermercado y autoservicio, que concentra el 57,0 % del volumen de compras de la categoría y logra un 5,5 % de volumen adicional. El segundo canal más relevante es la tienda descuento, con una cuota del 16,8 % del mercado y siendo la plataforma de distribución que más crece (10,5 %), seguida del e-commerce (7,2 %). El hipermercado, por su parte, también evoluciona de forma favorable, si bien en menor medida (1,3 %). En contraste, la tienda tradicional continúa su tendencia negativa y se contrae este año en un 20,5 %.

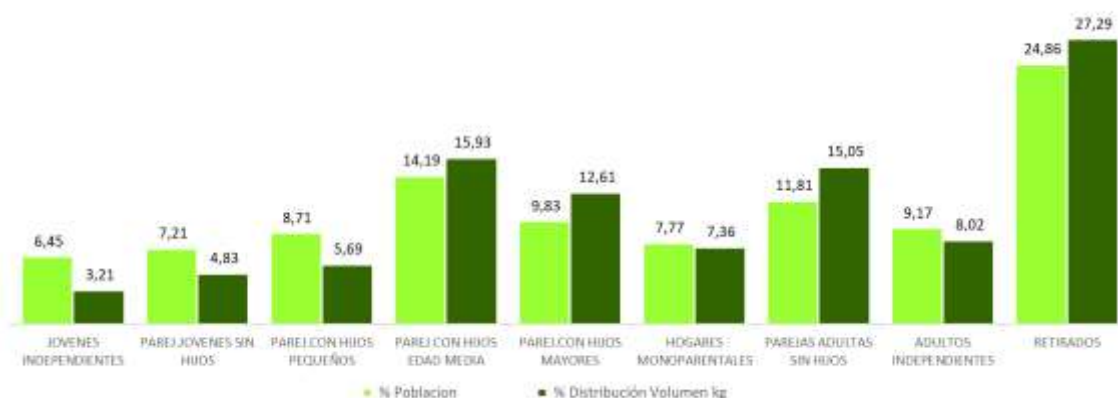
Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de los frutos secos se mantiene sin variaciones destacables en el año 2024 (0,1 % en negativo) y finaliza el año en 8,35 €/kilo. Se observan, sin embargo, diferentes comportamientos por canales. Así pues, se registran aumentos en hipermercados (1,6 %), supermercados (0,7 %), tiendas tradicionales (4,3 %) y en el e-commerce (8,3 %), presentando este último el precio más elevado de su entorno competitivo (10,18 €/kilo). La tienda descuento reduce el precio medio de manera destacada (3,1 %) en contraposición a la categoría y al movimiento que el canal realiza a nivel total alimentación. A pesar de esta reducción del precio medio kilo en 2024, su diferencial con respecto al total alimentación es de 0,09 €/kilo más alto. Es decir, aún tiene un precio superior al promedio a pesar de hacer esfuerzo en precio. El supermercado, a pesar de variar al alza el precio medio por kilo en 0,7 % mantiene el precio medio más bajo de los analizados.

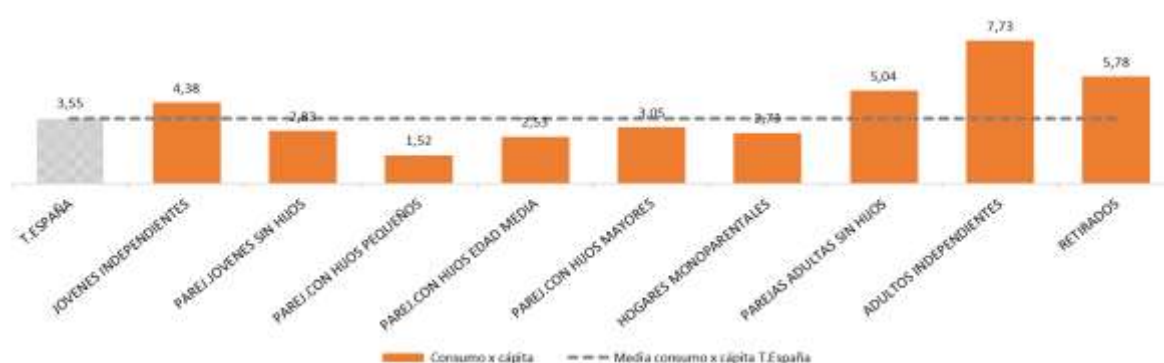
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)

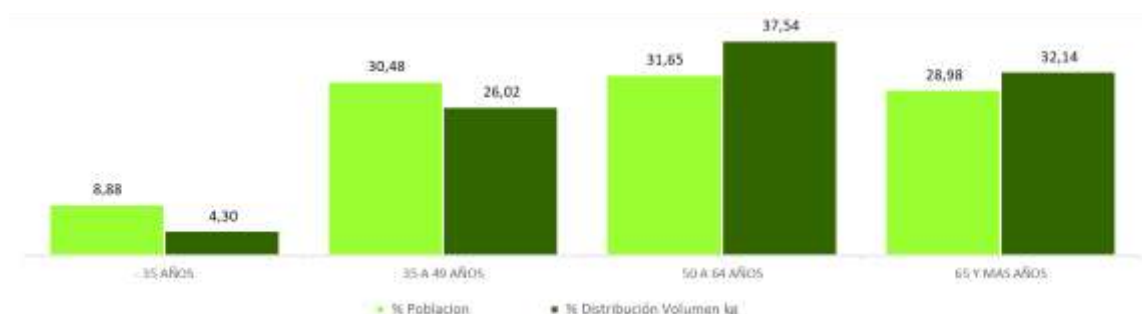


El perfil más intensivo en la compra de frutos secos en 2024 se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media o mayores, así como parejas adultas sin hijos y retirados, dado que su peso en el volumen de compras de la categoría es mayor a su cuota demográfica. Hay que destacar a los hogares formados por retirados, quienes adquieren más de 1 de cada 4 kilos de frutos secos de la categoría (27,29 %).

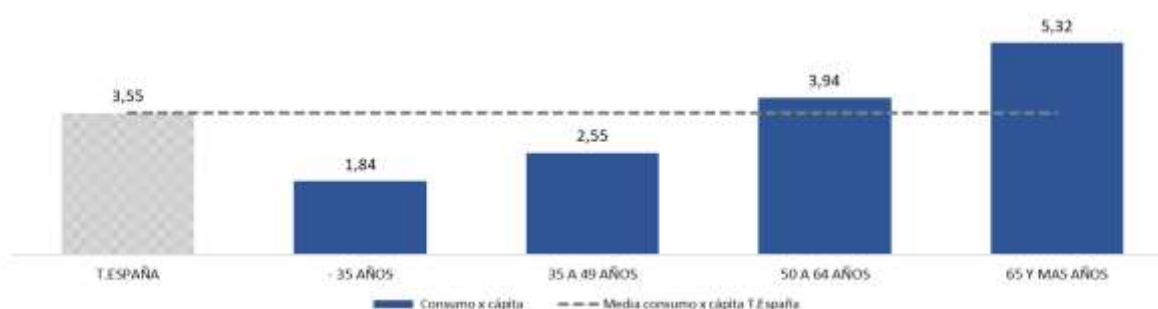
Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



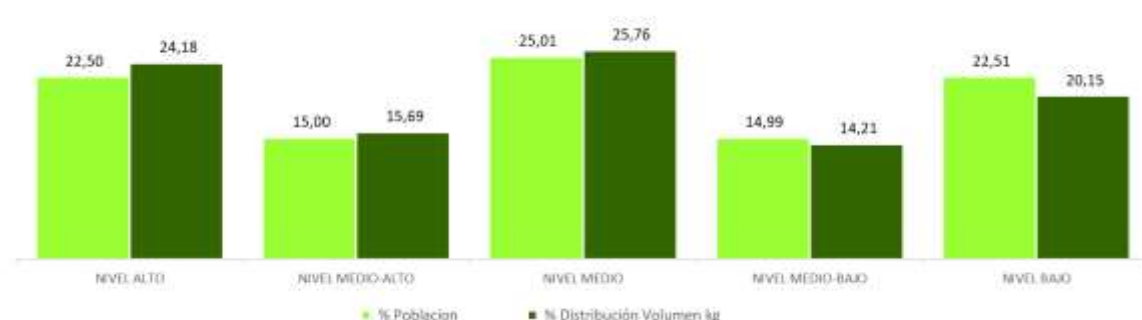
El consumo per cápita de frutos secos en 2024 es de 3,55 kg/persona/año. Esta ingesta es superior en individuos jóvenes y adultos independientes, parejas adultas sin hijos y retirados. En los hogares con hijos, independientemente de la edad, los individuos no alcanzan la cifra del promedio nacional, siendo los hogares con hijos pequeños quienes realizan la ingesta más baja este año, con 1,52 kilogramos por persona y año.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de las compras (2024)

Intensivos los hogares mayores de 50 años, debido a que si analizamos el peso que mantienen en la compra de la categoría su proporción supera siempre la extensión de población que representan: en el caso de 50-64 años 37,54 % vs 31,65 % y en el caso de más 65 años, 32,14 % vs 28,98 %.

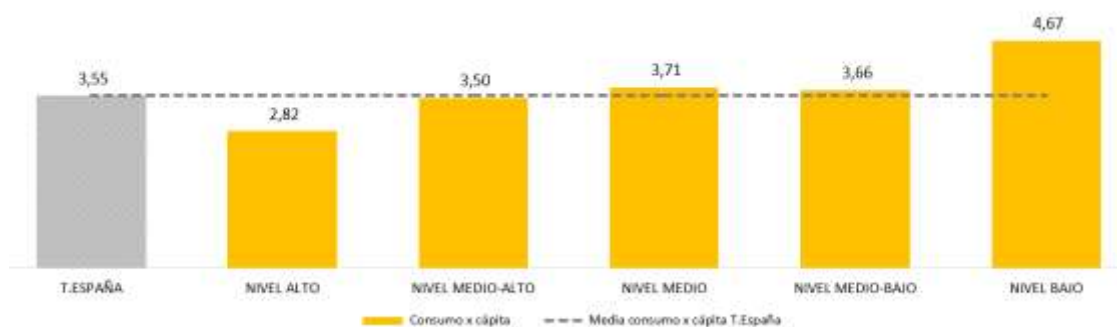
Consumo per cápita por edad del responsable de las compras (2024)

El consumo de frutos secos per cápita más alto, si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras, corresponde a individuos de más de 50 años, siendo especialmente superior en el caso de los que tienen 65 y más años. La ingesta promedio de estos individuos alcanza los 5,32 kilos por persona y año, frente al promedio de 3,55 kilogramos. Por el contrario, los menores de 35 años presentan el menor consumo (1,84 kilos/persona/año).

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)

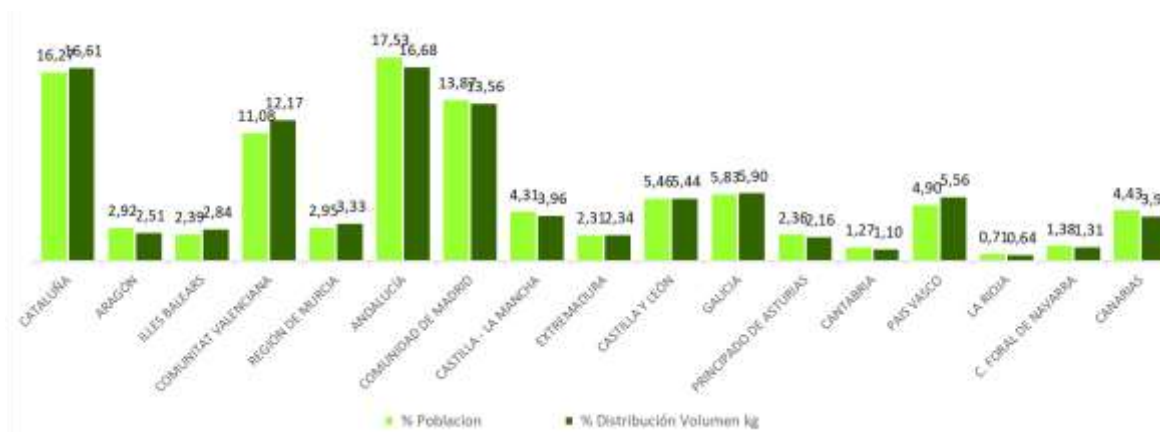
Los hogares de nivel socioeconómico alto, medio-alto y medio son los más intensivos en la compra de frutos secos a cierre de año 2024, como consecuencia de que la proporción de compras supera la proporción de cuota demográfica.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



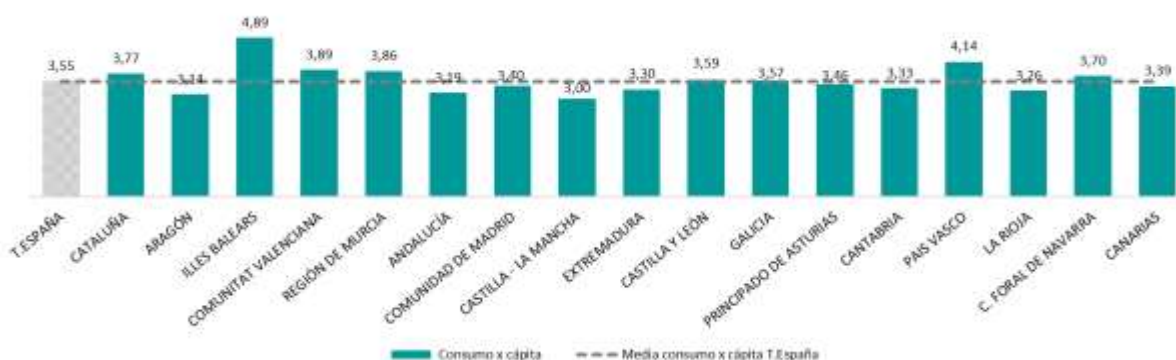
Son los individuos de nivel socioeconómico bajo los que mayor consumo realizan per cápita a cierre de 2024, con una cantidad ingerida de 4,67 kilos. Por el contrario, las personas de nivel socioeconómico alto registran la ingesta más baja, de 2,82 kilos, 0,73 kilogramos menos que el promedio nacional.

% Población y % distribución del volumen por comunidades autónomas (2024)



Illes Balears, la Región de Murcia y el País Vasco, entre otras, son las comunidades autónomas más intensivas en el consumo de frutos secos. Aragón, Cantabria y Canarias, entre otras, son CCAA que tienen una distribución de volumen en el mercado de frutos secos menor a la que cabría esperar en relación con el peso que representan en la población.

Consumo per cápita por comunidades autónomas (2024)



Los ciudadanos que residen en las Islas Baleares son quienes realizan el mayor consumo per cápita de frutos secos con una ingesta media por habitante de 4,89 kilogramos, que supone un consumo muy superior a la media nacional (3,55 kilogramos por persona). También por encima del promedio nacional hay que destacar a los individuos residentes en País Vasco, Comunitat Valenciana o en la Región de Murcia. Son los aragoneses y manchegos, en contraste, quienes menor consumo realizan de frutos secos durante el año 2024.

4.11.1. CONSUMO DE FRUTOS SECOS POR TIPO

NUECES

Las nueces son el principal fruto seco por magnitud de consumo en los hogares españoles tal y como se ha señalado en el capítulo anterior, pues representan el 16,4 % sobre el volumen total de frutos secos, y el 16,1 % sobre el valor total de la categoría.

Las nueces pierden presencia dentro de los hogares españoles con un retroceso del 5,7 % de sus kilos y del 4,7 % de su facturación. El precio medio por kilo de nueces es durante 2024 un 1,1 % más caro que hace un año y frente a la estabilidad en precio observada en el promedio de la categoría.

Las nueces representan el 0,10 % del volumen de alimentos de los hogares españoles, siendo su correspondencia en valor del 0,27 %. En España cada persona consume 0,58 kilogramos de nueces por año, cantidad inferior a la del año previo (6,9 %). El gasto per cápita se reduce igualmente en un 5,9 % al no ser compensado el descenso en las ingestas por el alza del precio medio.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Nueces	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	27.310,82	-5,7 %
Valor (miles €)	223.485,59	-4,7 %
Consumo x cápita (kg)	0,58	-6,9 %
Gasto x cápita (€)	4,77	-5,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,10	-0,06
Parte de mercado valor (%)	0,27	-0,07
Precio medio (€/kg)	8,18	1,1 %

ALMENDRAS

Las almendras concentran una proporción del volumen comprado total de frutos secos del 8,3 %, siendo su cuota de participación del valor del 11,5 %.

Los hogares españoles consumen un 11,2 % menos de almendras que hace un año. El valor de este fruto seco cae en un 15,9 % al reducirse el precio medio en un 5,3 %, cerrando en 11,59 € por kilo.

Los hogares españoles dedican a la compra de este fruto seco el 0,19 % del presupuesto medio para la compra de alimentación y bebidas, siendo la correspondencia en volumen del 0,05%.

El consumo per cápita de nueces en España es de 0,29 kilogramos por persona y año, cantidad inferior en un 12,3 % a la consumida en 2023, y el gasto que se realiza es de 3,40 € por persona y periodo de estudio, lo que significa 0,69 €/persona menos que el año previo.

	Consumo doméstico de Frutos Sec.Almendra	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	13.764,00	-11,2 %
Valor (miles €)	159.461,85	-15,9 %
Consumo x cápita (kg)	0,29	-12,3 %
Gasto x cápita (€)	3,40	-16,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,05	-0,01
Parte de mercado valor (%)	0,19	-0,04
Precio medio (€/kg)	11,59	-5,3 %

4.12. 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. Las denominadas 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

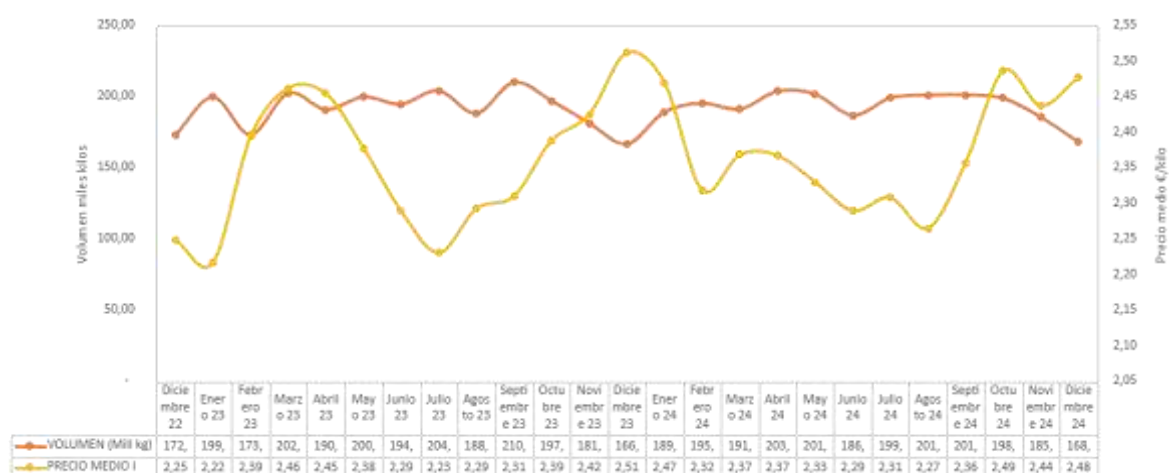
El año 2024 cierra en positivo para la categoría de hortalizas frescas. Los hogares españoles aumentan el volumen comprado de hortalizas frescas a cierre de año 2024 en una proporción del 0,6 %. Es una cantidad que supera el incremento del 0,2 % del mercado total alimentario, por tanto, estos productos ganan presencia dentro de casa.

El valor del mercado, tal como ocurre con muchos productos y categorías, crece, y en este caso captura un 1,1 % más de facturación que hace un año. El incremento es mayor, ya que unido a la creciente demanda, se une el incremento producido en el precio medio, que cierra en 2,37 €/kilo y que es un 0,5 % superior al año anterior. Nuevamente, hay que poner en contexto que el incremento del precio medio kilolitro pagado por los alimentos a cierre de 2024 es del 2,8 %, por tanto, estos productos realizan un esfuerzo por contener el precio medio.

Estos productos frescos representan el 6,58 % del presupuesto medio asignado por hogar para la compra de alimentación y bebidas en el entorno doméstico, siendo la correspondencia en volumen del 8,66 %. El consumo per cápita de hortalizas a cierre de año 2024 es de 49,55 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad un 0,7 % inferior a la consumida un año antes. El gasto per cápita se reduce ligeramente en un 0,2 %, cerrando en 117,50 € por persona y año.

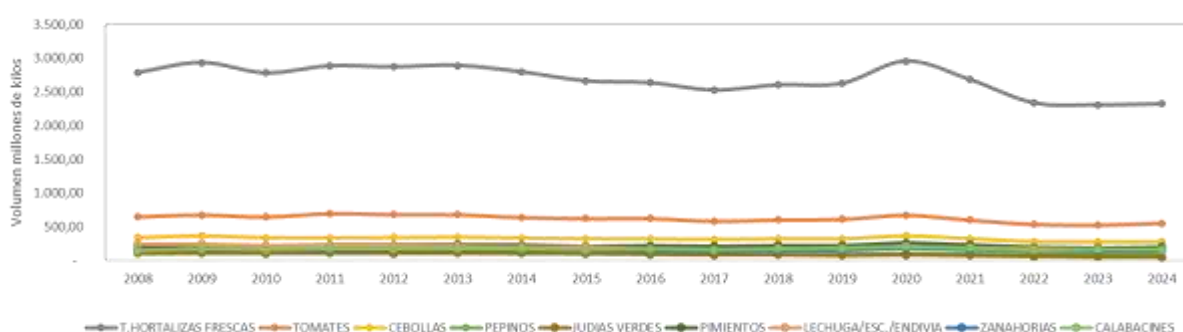
	Consumo doméstico de T.HORTALIZAS FRESCAS	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	2.323.463,00	0,6 %
Valor (miles €)	5.509.776,00	1,1 %
Consumo x cápita (kg)	49,55	-0,7 %
Gasto x cápita (€)	117,50	-0,2 %
Parte de mercado volumen (%)	8,66	0,07
Parte de mercado valor (%)	6,58	-0,10
Precio medio (€/kg)	2,37	0,5 %

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



Tal como se evidencia en el gráfico superior, el precio medio de estos productos tiene un ligero incremento en los meses correspondientes a la época navideña. Por su parte, el volumen, cede mínimamente en los meses estivales.

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos

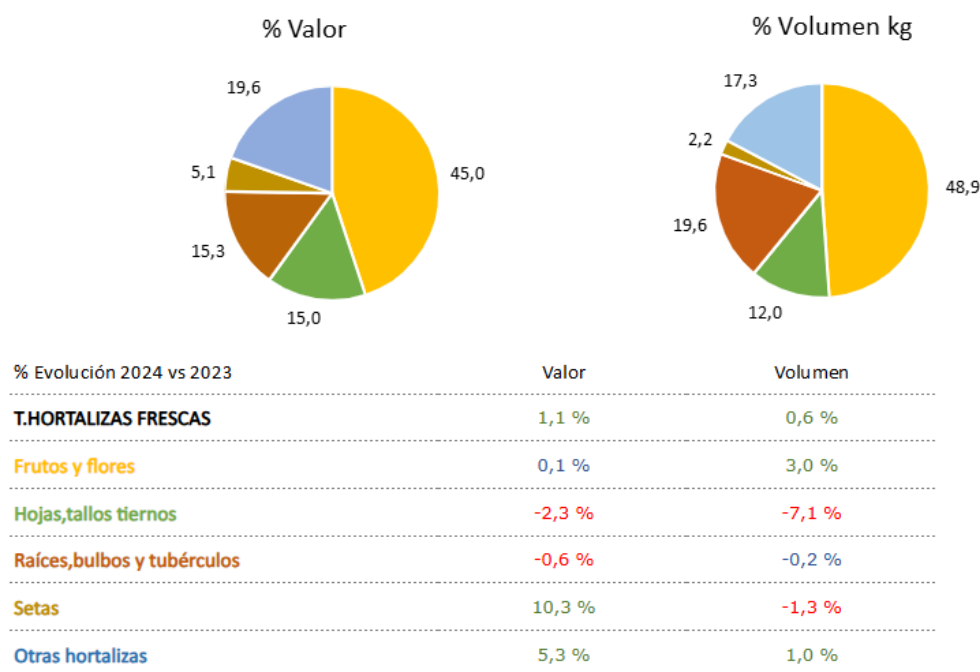


Si analizamos la tendencia a largo plazo de la compra de hortalizas frescas por parte de los hogares españoles, son muchas las consideraciones a tener en cuenta. En un primer momento, se observa como existe un descenso gradual en la compra de estos productos frescos, si comparamos datos de 2024 con datos de 2008. En este perímetro, la compra cae un 16,6 %, siendo el dato desfavorable para todos los tipos de hortalizas y verduras analizados, salvo para calabacín, que crece un 7,1 %.

Por otro lado, -se observa como el año 2020 sigue siendo el año que mayor volumen movió de la categoría, algo lógico, pues la mayor permanencia en los hogares trajo consigo un aumento de las compras.

Si analizamos el medio plazo, es decir, comparamos con datos de cierre de 2013, el volumen de compras decrece un 19,7 %, siendo la tendencia negativa para todos los tipos de hortalizas analizadas, sin excepciones, siendo el mayor retroceso el correspondiente a las judías verdes, que pierden un 55,0 % del volumen con respecto a ese año.

Es importante, destacar que la menor compra de hortalizas frescas no tiene porque llevar asociado un menor consumo de estos productos, pues el auge de los platos preparados por ejemplo, como gazpachos y salmorejos, y la mejor utilización y aprovechamiento de los productos frescos para evitar su desperdicio, podrían llevar asociado una reducción de las compras.



Importancia de los tipos de hortalizas

Si desarrollamos la evolución y composición de los tipos de hortalizas y verduras frescas dentro de casa, podemos concluir varios puntos. Por un lado, que la división del mercado que cuenta con más proporción de volumen y valor lo concentran variedades de frutos y flores, donde se incluyen tomates, pepinos, berenjenas, calabacines, pimientos, coles y brócoli. Su cuota en volumen alcanza casi 1 de cada 2 kilos del mercado (48,9 %) y sigue una tendencia positiva con respecto a 2023 del 3,0 %, por tanto, crece más que la categoría de referencia, siendo por tanto más importante en los hogares. En valor, estos frutos representan 45,0 € de cada 100 € invertidos en la categoría, siendo su variación estable con respecto al año anterior.

Las variedades de hortalizas del tipo raíces, bulbos y tubérculos (cebollas, zanahorias y ajos) son el segundo grupo de hortalizas frescas por orden de importancia dentro de las cestas de los hogares españoles, representan casi 1 de cada 5 kg comprados en la categoría (19,6 %). Por su parte, su cuota de mercado en valor es algo menor (15,3 %). En cuanto evolución, estos productos no consiguen crecer en volumen con respecto a 2023 (0,2 %), ni tampoco en facturación 0,6 %, hecho destacado, si lo comparamos con el mercado de referencia.

Asimismo, los frutos de hojas, tallos tiernos y vainas acumulan el 12,0 % del volumen de los hogares, y presenta una cuota de mercado en valor superior con una participación del 15,0 %. Este grupo de productos frescos no crece en volumen ni valor con respecto al año anterior (7,1 % y 2,3 % respectivamente).

HORTALIZAS FRESCAS

Por último, debemos considerar el grupo de setas, que se mantienen como el agrupado con menor representación dentro de la categoría tanto en volumen como en valor (2,2 % y 5,1 % respectivamente), aunque mejora su posición en volumen con respecto a 2023 (10,3 %), pero con una facturación un 1,3 % inferior.

Consumo per cápita de los tipos de hortalizas

	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
T.HORTALIZAS FRESCAS	49,91	49,55
Frutos y flores	23,84	24,23
Hojas,tallos tiernos	6,51	5,97
Raíces,bulbos y tubérculos	9,85	9,70
Setas	1,12	1,09
Otras hortalizas	8,59	8,56

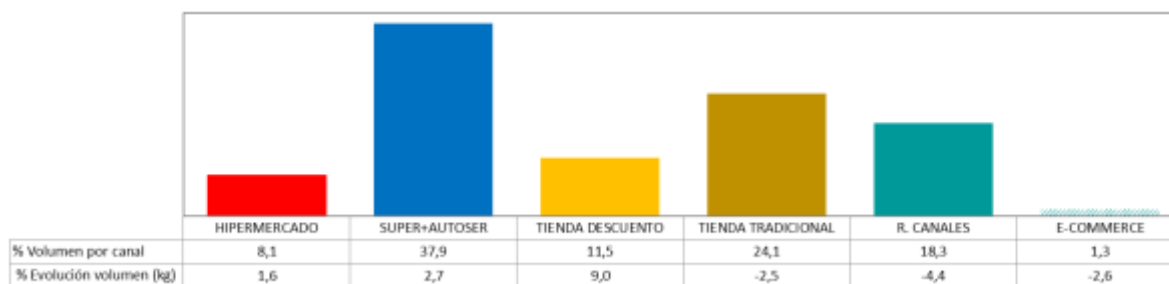
El consumo per cápita de hortalizas frescas al cierre del año 2024 se situó en 49,55 kilos por persona, lo que representa una disminución de aproximadamente 0,36 kilos en comparación con el año anterior. Tal como puede observarse, esta caída en el consumo medio por persona se presenta de forma generalizada y transversal en casi todos los segmentos analizados.

El tipo de hortalizas “frutos y flores” que cuenta con la mayor ingesta realizada a cierre de año, ha aumentado con respecto al ejercicio anterior un 1,6 % o lo que es igual a 0,39 kilogramos más ingeridos por persona al año, siendo la ingesta promedio de este tipo de hortalizas de 24,23 kilos/persona/año, es con diferencia el agrupado de productos con mayor ingesta promedio durante 2024.

Se observa una reducción en el resto de las categorías, siendo la más significativa la registrada en el consumo per cápita de hojas, tallos tiernos y vainas, que experimenta una caída del 8,3 %. Esta disminución equivale a unos 0,54 kilos menos por persona en el periodo analizado. Actualmente, la ingesta media de estos productos frescos se sitúa en 5,97 kilos por persona al año.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



La compra de hortalizas frescas se realiza en dos plataformas de distribución mayormente. Por un lado y en primer lugar se sitúa el supermercado y autoservicio con más de un tercio del consumo (37,9 %), de otro lado encontramos la tienda tradicional con un alcance del 24,1 % del volumen total. No obstante, evolucionan de manera muy diferente, ya que mientras las primeras plataformas crecen (2,7 %) la tienda tradicional pierde un 2,5 % del volumen de las compras con respecto a hace un año. Es importante, concretar que estos productos tienen una alta dependencia en la tienda tradicional, pues su peso alcanza un 24,1 % cantidad muy superior al 11,1 % que representa el canal para el total de la alimentación en España.

El canal de tienda descuento se sitúa en tercera posición en cuanto a participación, con un 11,5 % del volumen total distribuido de hortalizas frescas, y muestra una evolución positiva del 9,0 %. El hipermercado, representa el 8,1 % del volumen total y también mejora su dato en un 1,6 % si lo comparamos con el ejercicio previo. En último lugar se encuentra el canal de e-commerce, que alcanza un 1,3 % del volumen cayendo un 2,6 % en comparación con 2023. Al igual que la tienda tradicional ofrece virtudes en la compra de esta categoría, el canal e-commerce no consigue posicionarse, debido a que su proporción de compras no alcanza el 2,2 % que si alcanza en el total del mercado agroalimentario español.

Precio medio (€/kg) por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio por kilo de hortalizas y verduras frescas al cierre del año se sitúa en 2,37 €/kilo, supone un incremento del 0,5 % en comparación con 2023. El crecimiento en precio medio, no se produce de igual manera si tenemos en cuenta las plataformas analizadas en este informe. El supermercado es el canal con el precio medio kilo más alto del mercado, con 2,62 €/kilo, y es necesario hacer dos puntualizaciones, por un lado, supera el precio medio promedio de 2,37 €/kilo, y además presenta una variación positiva del 2,1 %.

En el extremo opuesto, la tienda tradicional cierra con el precio medio kilo más competitivo, con 2,11 €/kilo, y realiza un esfuerzo en precio, pues registra una reducción del 2,8 % respecto al año anterior.

El hipermercado, por su parte, mantiene un precio superior a la media (2,42 €/kilo), aunque lo reduce un 1,9 %. La tienda de descuento presenta un precio medio inferior al del mercado (2,29 €/kilo), acompañado de una reducción del 2,5 % en el último año.

Demográficos

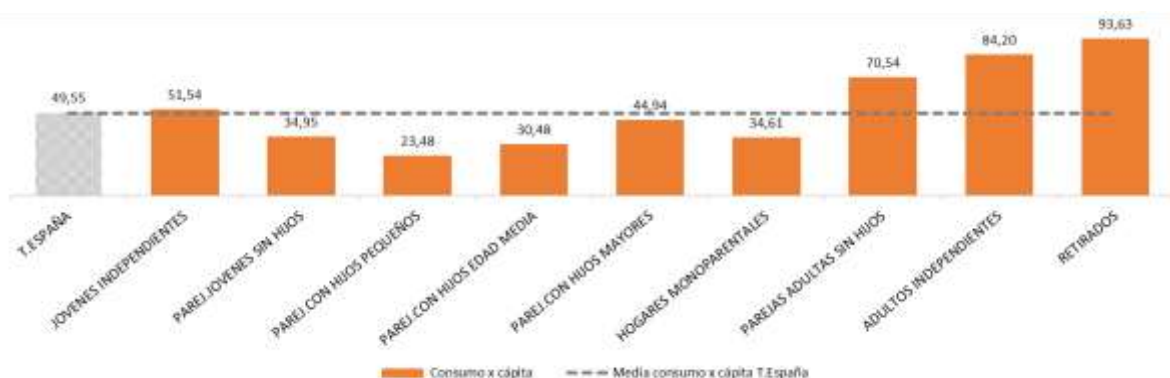
% Población y % distribución del volumen por perfil sociodemográfico (2024)



Los hogares compuestos por personas retiradas concentran la mayor participación en el volumen de compra dentro de la categoría, con un 31,68 % del total. Además, se consideran hogares intensivos, ya que su peso en el volumen de compras supera su extensión demográfica, que se sitúa en el 24,86 %.

Este mismo efecto, lo encontramos en hogares formados por parejas con hijos mayores y en parejas adultas sin hijos, ya que se supera el porcentaje de población que representan con el volumen de compras que adquieren. Por su parte, la norma contraria destaca en hogares de jóvenes y adultos independientes, así como en hogares formados por parejas jóvenes sin hijos o con ellos pequeños, pues no consumen lo esperado en relación con el peso en población que representan.

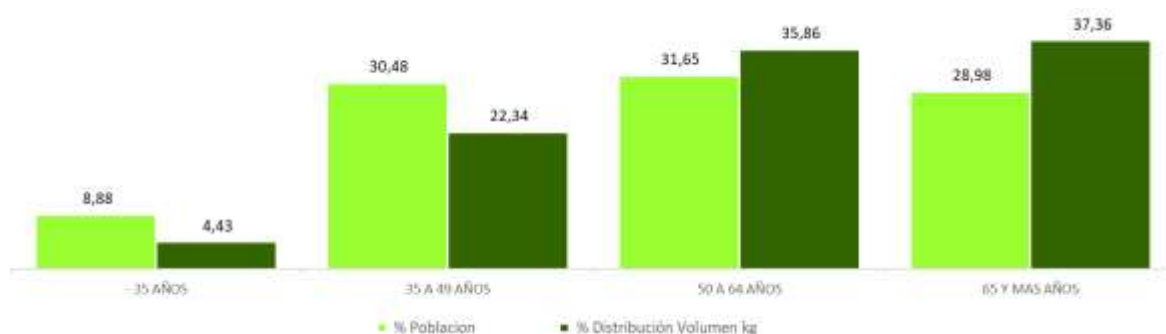
Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



El consumo per cápita de hortalizas frescas cierra en 49,55 kilos por individuo a cierre de año 2024. Esta cantidad se supera en el caso de hogares formados por jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. Tal como vimos anteriormente, no concuerda con el tipo de hogar intensivo, debido a que el número de personas que habita en el hogar es normalmente inferior.

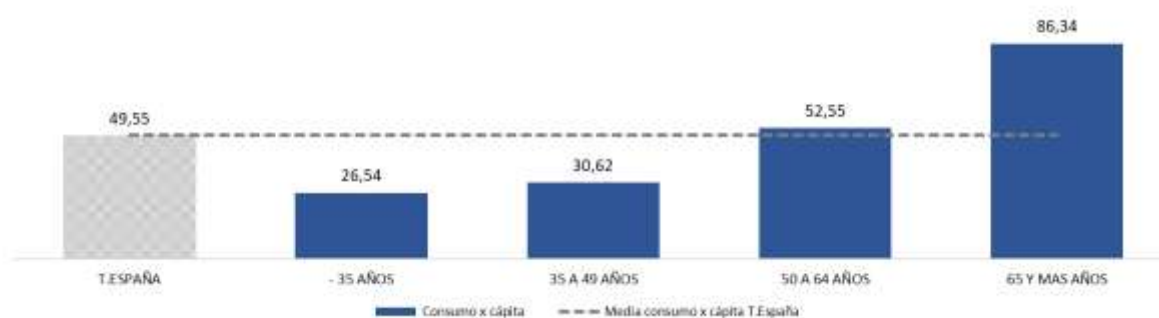
Los individuos retirados llevan a cabo la mayor ingesta per cápita, con una cantidad de 93,63 kilos por persona, equivalente a consumir 44,08 kilos más que el promedio del mercado. Por su parte, los hogares con presencia de niños tienen una ingesta per cápita que no supera el promedio del mercado.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2024)



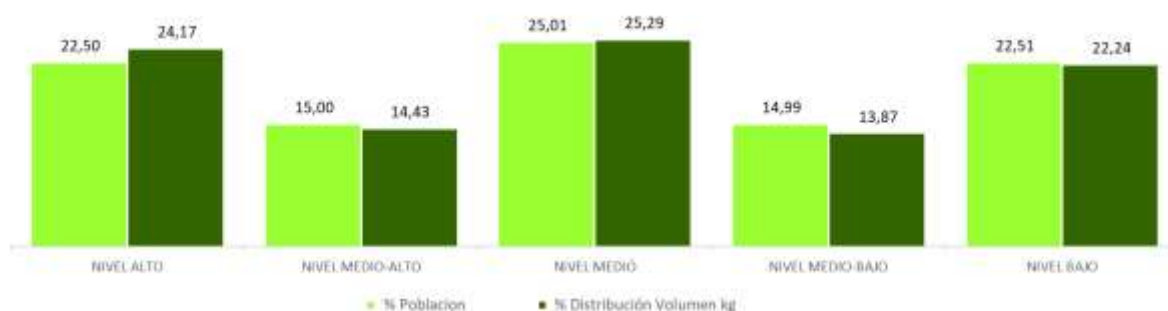
El perfil del consumidor de hortalizas frescas si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras se sitúa entre los hogares formados por mayores de 50 años. Estos hogares representan al 73,22 % de las compras de hortalizas frescas, siendo su extensión de población del 60,64 %. Por su parte, los hogares formados por menores de 35 años se conforman como poco intensivos en la compra de estos productos frescos, ya que el consumo que realizan no alcanza el peso que representan en población, consumiendo, por tanto, una cantidad inferior a la esperada.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2024)



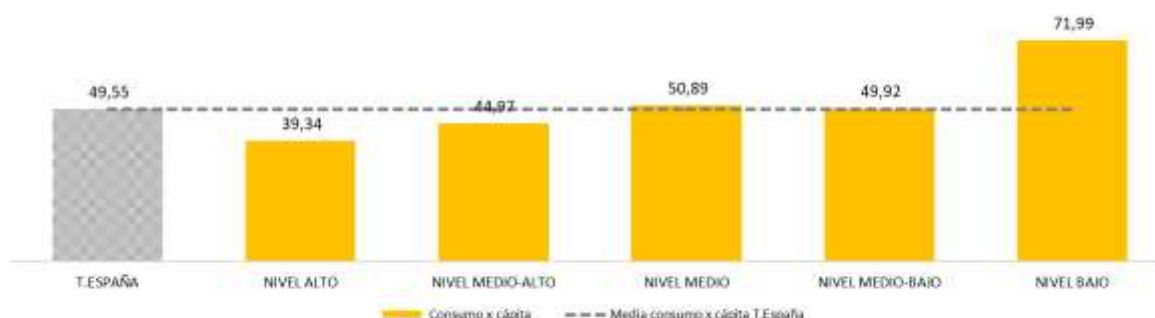
Tal como podemos observar además de ser el grupo más intensivo en cuanto a su compra (visto en el apartado anterior), los mayores de 50 años tienen una ingesta per cápita superior a la media del mercado, que recordemos es de 49,55 kilos por persona y año. Dentro de este colectivo destacan los individuos mayores de 65 que consumen 86,34 kilos por persona al año, una cantidad muy superior a los 49,55 kilos del promedio, el equivalente a consumir 36,8 kilos más por individuo.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



Tal como se puede observar existe un equilibrio más o menos aparente entre los diferentes colectivos, ya que en todos los grupos los datos de compra y de población son bastante parejos y homogéneos. Si bien, pudiera ser que el nivel socioeconómico alto, destaque ligeramente por encima del resto, pues consumen casi 1 de cada 4 kilos (24,17 %), mientras les correspondería tener un consumo del orden del 22,50 %, que es lo que pesan demográficamente.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



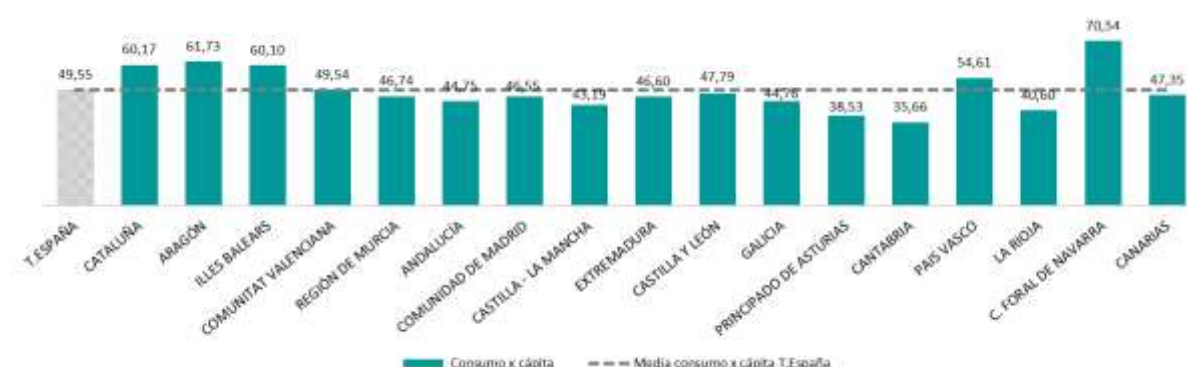
Los individuos de nivel socioeconómico bajo tienen el mayor consumo per cápita de la categoría de análisis, superando la media nacional (49,55 kilos), con una ingesta de 71,99 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad que supone consumir más de 22,4 kilos más por persona y año que el mercado.

% Población y % distribución del volumen por comunidades (2024)



Entre las CCAA intensivas, aquellas cuyo volumen de compra de estos productos supera su peso en población, encontramos Cataluña, Aragón, Illes Balears, la Comunitat Valenciana, País Vasco y la Comunidad Foral de Navarra. En el otro extremo y como territorios menos intensivos en la compra de estos productos encontramos Andalucía, Comunidad de Madrid, el Principado de Asturias, Murcia o Cantabria, entre otros.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2024)



Los individuos navarros, son quienes realizan la mayor ingesta per cápita de hortalizas frescas a cierre de año con una cantidad que asciende a 70,54 kilogramos por persona. Es una cantidad que supera el promedio de mercado en 21 kilos por persona y periodo de estudio. Asimismo, otras comunidades autónomas también superan el promedio nacional como Cataluña, Aragón, País Vaco o Illes Balears. Cantabria es la CCAA que a cierre de 2024 tiene el consumo más bajo con 35,66 kilos por persona y periodo de estudio.

4.12.1. CONSUMO DE HORTALIZAS POR TIPO

TOMATE

Al cierre del año 2024, la compra de tomate por parte de los hogares españoles muestra un incremento en volumen, con un aumento del 5,2 % en los kilos adquiridos. Sin embargo, el valor total de la categoría desciende un 0,4 % en comparación con el año anterior. Este comportamiento se explica porque el incremento en la demanda ha sido compensado por una bajada en el precio medio, lo que ha derivado en una menor facturación.

El precio medio del tomate se reduce un 5,3 %, situándose en 2,16 €/kilo, lo que supone un ahorro de 0,12 € por cada kilo respecto al año anterior. Es nuevamente muy interesante destacar que hay una contracción en el precio medio pagado por kilo de tomate, en un contexto de aumento generalizado de precios medios.

HORTALIZAS FRESCAS

Los hogares destinan a la compra de tomate el 1,43 % del presupuesto medio asignado para la compra de productos de abastecimiento para el hogar, siendo su correspondencia en volumen del 2,07 %.

El consumo per cápita de tomate es de 11,85 kilos por persona y año de estudio, cantidad superior en un 3,9 % con respecto al año anterior, equivalente a consumir casi medio kilo más por persona (0,44 kilos). El gasto per cápita sin embargo se reduce en estos doce meses un 1,7 % siendo la cantidad invertida de 25,57 € por individuo.

	Consumo doméstico de Tomates	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	555.483,55	5,2 %
Valor (miles €)	1.199.082,19	-0,4 %
Consumo x cápita (kg)	11,85	3,9 %
Gasto x cápita (€)	25,57	-1,7 %
Parte de mercado volumen (%)	2,07	0,11
Parte de mercado valor (%)	1,43	-0,04
Precio medio (€/kg)	2,16	-5,3 %

PIMIENTO

A cierre de 2024, el pimiento gana presencia en los hogares españoles en comparación con 2023, ya que su volumen comprado aumenta un 6,5 %. La facturación de este alimento fresco, fresco también cierra en positivo, con un aumento del 3,2 %. El precio medio se redujo un 3,1 % con respecto a 2023, dato que explica las diferencias entre la evolución de volumen y valor, pues crecen a ritmos muy diferentes.

La compra de pimiento representa el 0,75 % del total de la cesta de los hogares, lo que equivale a un consumo per cápita de 4,30 kilos por persona. Dicho consumo se incrementa un 5,1 % con respecto a 2023.

Del dinero total que destinan los hogares a la compra de alimentación, el 0,57 % se gasta en la compra de este producto fresco. Esto implica un gasto de 10,21 € por persona y periodo de análisis, cantidad que aumenta un 1,9 % si comparamos con 2023.

	Consumo doméstico de Pimientos	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	201.718,20	6,5 %
Valor (miles €)	478.891,17	3,2 %
Consumo x cápita (kg)	4,30	5,1 %
Gasto x cápita (€)	10,21	1,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,75	0,05
Parte de mercado valor (%)	0,57	0,00
Precio medio (€/kg)	2,37	-3,1 %

CALABACÍN

Los hogares no compran más kilos de calabacín durante el año 2024. El calabacín pierde presencia en las cestas españolas, debido a que se compraron un 1,2 % menos de kilos de calabacín que hace un año. En términos de valor, el mercado cierra con un incremento del 1,5 % en la facturación, y es que la diferencia entre el crecimiento en valor y la caída en volumen se debe principalmente al efecto positivo que tiene el precio medio, que se sitúa en 1,73 €/kilo, lo que representa un aumento del 2,8 % en comparación con el año pasado. Por tanto, el aumento de precio medio, medio podría estar detrás de la caída del consumo.

Los hogares españoles destinan a la compra de este producto hortofrutícola el 0,34 % del presupuesto medio designado para el abastecimiento de los hogares. En volumen la proporción que representa es del 0,61 % sobre la totalidad de las compras de un hogar.

El consumo per cápita disminuye un 2,5 % siendo la ingesta media realizada de 3,51 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad que equivale a consumir 0,1 kilos menos de calabacín por persona al año. El gasto per cápita realizado en la compra de calabacín es de 6,08 € al año por persona.

	Consumo doméstico de Calabacines	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	164.666,28	-1,2 %
Valor (miles €)	285.223,47	1,5 %
Consumo x cápita (kg)	3,51	-2,5 %
Gasto x cápita (€)	6,08	0,2 %
Parte de mercado volumen (%)	0,61	-0,01
Parte de mercado valor (%)	0,34	0,00
Precio medio (€/kg)	1,73	2,8 %

CEBOLLA

Al cierre de 2024, se observa un ligero retroceso en la compra de cebolla, con variación negativa del 0,3 %. Asimismo, la facturación de este producto disminuye en un 4,4 %, debido principalmente a la reducción del precio medio. De hecho, el precio medio de la cebolla experimenta una caída del 4,2 % en comparación con el año anterior, siendo uno de los descensos más pronunciados dentro de la categoría, lo que lleva a cerrar en 1,72 €/kilo.

Durante 2024, los individuos españoles han consumido 6,02 kilos de cebolla por persona, lo que supone una reducción del 1,6 % con respecto al año anterior. Por su parte, el gasto medio por persona invertido en este producto hortofrutícola es de 10,38 € por persona, un 5,6 % más bajo que hace un año.

La cebolla representando un 1,05 % en volumen sobre la compra de alimentos y bebidas para el abastecimiento doméstico y supone un 0,58 % del presupuesto medio asignado por los hogares españoles para la compra de alimentación y bebidas.

	Consumo doméstico de Cebollas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	282.154,29	-0,3 %
Valor (miles €)	486.512,04	-4,4 %
Consumo x cápita (kg)	6,02	-1,6 %
Gasto x cápita (€)	10,38	-5,6 %
Parte de mercado volumen (%)	1,05	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,58	-0,04
Precio medio (€/kg)	1,72	-4,2 %

LECHUGA/ESCAROLA/ENDIVIA

El año 2024, no es positivo para la compra de lechugas, escarolas y endivias. Los hogares han comprado un 7,2 % menos de kilos de estos productos en comparación con el año anterior, lo que no ha compensado el aumento del precio medio del 1,7 %. Por tanto, la resultante en valor genera un retroceso del 5,6 %. Como avanzábamos el precio medio de estos productos cierra en 3,15 €/kilo, lo que representa un aumento del 1,7 % respecto al cierre de 2023.

El consumo per cápita de lechuga, escarola y endivias también muestra una caída del 8,4 %, alcanzando una cantidad ingerida por persona de 3,32 kilogramos al año. En cuanto al gasto per cápita, asciende a 10,47 € por persona, cifra que resulta un 6,8 % inferior a la registrada el año anterior.

HORTALIZAS FRESCAS

Estos productos representan el 0,58 % en volumen y el 0,59 % en valor dentro del total de la cesta de alimentación, en términos tanto del volumen total como del presupuesto medio destinado a abastecer los hogares.

	Consumo doméstico de Lechuga/Esc./Endivia	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	155.659,66	-7,2 %
Valor (miles €)	490.855,37	-5,6 %
Consumo x cápita (kg)	3,32	-8,4 %
Gasto x cápita (€)	10,47	-6,8 %
Parte de mercado volumen (%)	0,58	-0,04
Parte de mercado valor (%)	0,59	-0,05
Precio medio (€/kg)	3,15	1,7 %

SETAS

Al cierre de 2024, se observa un decrecimiento del 1,3 % en el volumen de la compra de champiñones y otras setas por parte de los hogares españoles. Sin embargo y a pesar de la caída en la demanda en volumen, la categoría capta un 10,3 % de valor adicional, impulsado por el auge de los precios medios, que se incrementa un 11,7 %, lo que genera que se sitúe en 5,55 €/kilo. Es interesante, resaltar el incremento tan significativo de precio medio, pues como vimos, el mercado queda relativamente estable, y si lo comparamos con el promedio alimentario, lo supera (2,8 % vs 11,7 %).

En términos de consumo, cada residente en España ingiere en promedio 1,09 kilos al año, lo que supone una ligera caída del 2,6 % respecto al año anterior. Sin embargo, el gasto per cápita aumenta un 8,9 %, alcanzando los 6,05 € por persona y año.

En cuanto al presupuesto destinado por los hogares, estos productos representan el 0,34 % del gasto medio para el abastecimiento doméstico, mientras que su peso en volumen es del 0,19 %, lo que refleja un producto de valor relativamente alto en proporción al volumen adquirido.

HORTALIZAS FRESCAS

	Consumo doméstico de Champiñones+O.Setas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	51.141,81	-1,3 %
Valor (miles €)	283.731,30	10,3 %
Consumo x cápita (kg)	1,09	-2,6 %
Gasto x cápita (€)	6,05	8,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,19	0,00
Parte de mercado valor (%)	0,34	0,02
Precio medio (€/kg)	5,55	11,7 %

HORTALIZAS IV GAMA

Cae la compra de hortalizas IV gama por parte de los hogares españoles un 4,9 % en 2024. Por otro lado, el valor del mercado evoluciona positivamente, con un incremento del 1,3 % en la facturación. La diferencia entre ambos indicadores se explica considerando el precio medio por kilo, pues alcanza los 4,22 €, lo que conlleva un aumento del 6,5 % si lo comparamos con el año 2023.

Los hogares destinan un 0,70 % de su presupuesto medio para productos del hogar a la compra de esta categoría, mientras que su peso en volumen es algo menor, representando el 0,52 % de la cesta total de alimentación y bebidas.

En términos de consumo individual, cada persona en España consume en promedio 2,98 kilos anuales de verduras y hortalizas de IV gama, lo que supone un decrecimiento del 6,1 % frente al año anterior. El gasto por cápita se mantiene en 12,60 € por persona.

	Consumo doméstico de Verd./Hort. Iv Gama	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	139.957,96	-4,9 %
Valor (miles €)	590.691,96	1,3 %
Consumo x cápita (kg)	2,98	-6,1 %
Gasto x cápita (€)	12,60	0,0 %
Parte de mercado volumen (%)	0,52	-0,03
Parte de mercado valor (%)	0,70	-0,01
Precio medio (€/kg)	4,22	6,5 %

4.20. PATATAS

Resultados totales

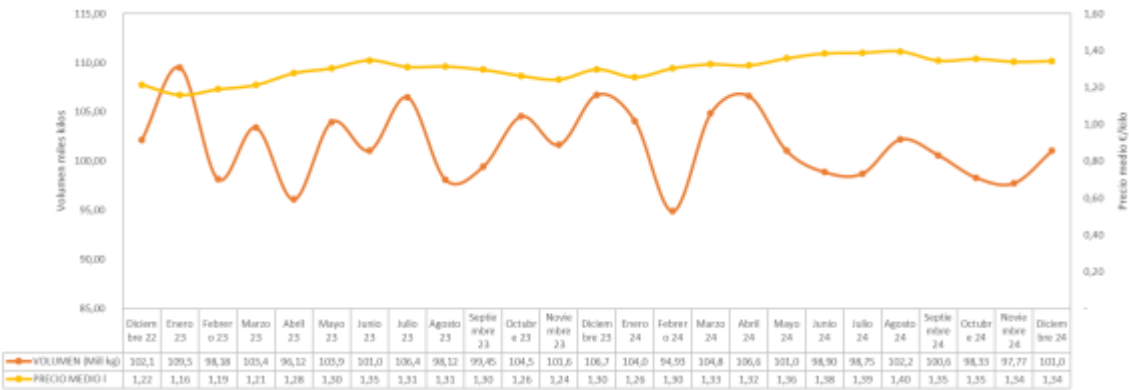
En 2024, los hogares españoles disminuyen el consumo de patatas (1,6 %), aunque la facturación de la categoría crece un 4,2 % debido a un incremento del 5,9 % en el precio medio, aumento que dobla al registrado en el precio medio del total alimentación (2,8 %).

Al finalizar el año, las patatas representan un 4,51 % del total de alimentos adquiridos para el hogar en España, lo que equivale a un consumo per cápita de 25,79 kilos por persona, lo que dato supone un descenso del 2,9 % respecto a 2023.

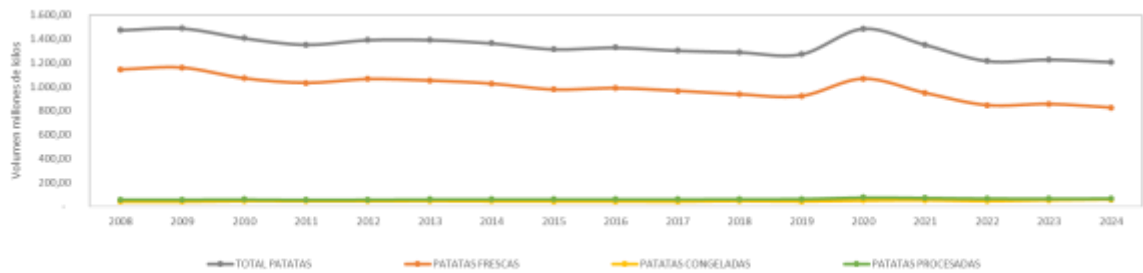
En cuanto a gasto, las patatas abarcan un 1,94 % del presupuesto de los hogares destinado a alimentación doméstica y el gasto per cápita asciende a 34,62 € anuales, mostrando un aumento del 2,8 % respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de TOTAL PATATAS	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	1.209.189,07	-1,6 %
Valor (miles €)	1.623.474,72	4,2 %
Consumo x cápita (kg)	25,79	-2,9 %
Gasto x cápita (€)	34,62	2,8 %
Parte de mercado volumen (%)	4,51	-0,07
Parte de mercado valor (%)	1,94	0,03
Precio medio (€/kg)	1,34	5,9 %

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

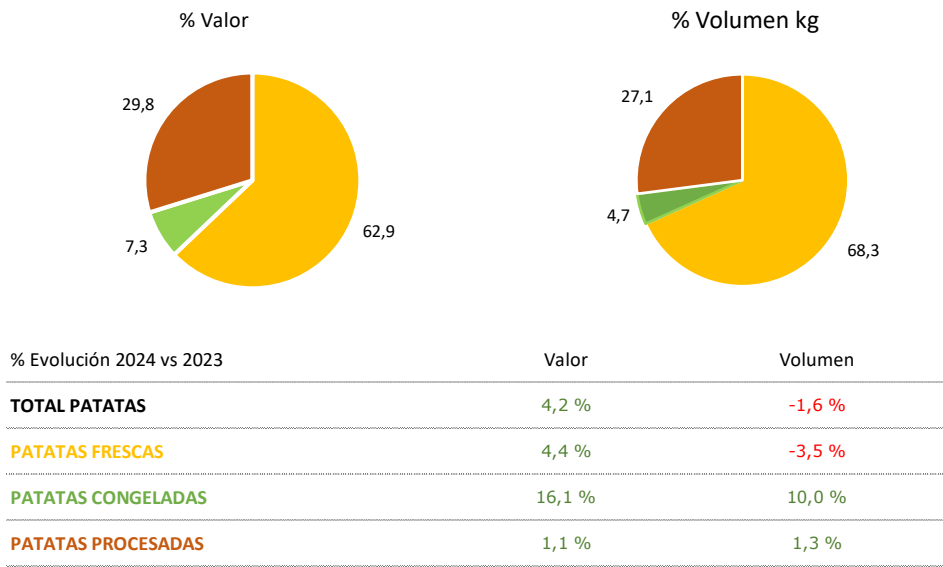


Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos de patatas



La compra de patatas para consumo doméstico muestra una tendencia decreciente a largo plazo, con una reducción del 17,9 % al comparar los datos de 2008 con los de 2024. Además, al cierre de 2024, el consumo de patatas registra el nivel más bajo de toda la serie histórica. Sin embargo, esta contracción en el consumo se observa en patatas frescas (28,0 %), mientras que la adquisición de patatas congeladas y de patatas procesadas ha aumentado en el largo plazo (45,6 % y 13,6 %, respectivamente), aunque sin compensar la caída en patatas frescas.

Importancia de los tipos de patatas²



Las patatas frescas continúan siendo las más compradas por los hogares españoles y representan el 68,3 % del volumen total, si bien se aprecia un retroceso en su demanda frente al año 2023 (3,5 %). En términos de valor, también lideran la categoría con un 62,9 % del total y registran un aumento del 4,4 % en facturación.

Las patatas procesadas ocupan el segundo lugar en la categoría, con un 27,1 % del volumen total y un 29,8 % del valor del mercado. Este segmento, además, incrementa su relevancia en las cestas de

² 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.

los hogares españoles, pues crece un 1,3 % en volumen, lo que se traduce en un aumento de facturación del 1,1 %.

En tercer lugar, las patatas congeladas representan el 4,7 % del volumen total. Este segmento registra un aumento significativo del 10,0 % en volumen frente al año anterior y su participación en valor asciende al 7,3 %, impulsada por un notable incremento del 16,1 % en facturación durante 2024.

Consumo per cápita de los tipos de patatas

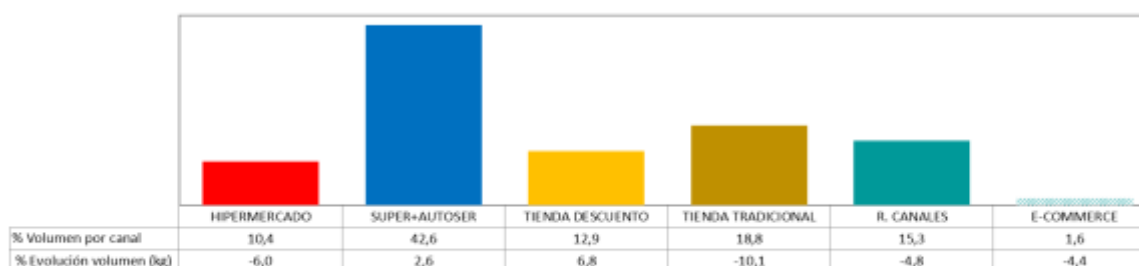
	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
TOTAL PATATAS	26,56	25,79
PATATAS FRESCAS	18,48	17,61
PATATAS CONGELADAS	1,11	1,21
PATATAS PROCESADAS	1,39	1,40

Al cierre de 2024, el consumo per cápita de patatas es de 25,79 kilos, lo que supone un retroceso del 2,9 % en comparación con el año anterior. Dentro de esta categoría, la patata fresca sobresale como la variedad más consumida, con una ingesta promedio de 17,61 kilos por persona al año. No obstante, esta cifra refleja una caída del 4,7 % en relación con los 18,48 kilos registrados por persona en 2023, equivalente a reducir el consumo en 0,78 kilos por persona en 2024.

En contraste, las patatas congeladas muestran un comportamiento ascendente en el periodo analizado, incrementan su consumo per cápita en un 8,5 % y alcanzan un promedio anual de 1,21 kilos por individuo. Por otro lado, el consumo de patatas procesadas se mantiene estable frente al año previo.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



El supermercado y autoservicio se consolida como el principal canal de distribución y concentra en 2024 el 42,6 % del volumen total, seguido por la tienda tradicional, que abarca el 18,8 %. No obstante, el desempeño de ambos es desigual: mientras que la demanda de patatas en el supermercado crece un 2,6 %, la tienda tradicional experimenta una contracción del 10,1 % en comparación con 2023, dinámica que también se refleja en el total de hortalizas frescas. Así pues, aunque la tienda tradicional tiene un importante posicionamiento en la categoría de patatas (su cuota en esta categoría supera al

11,1 % que registra en el total del mercado alimentario), sufre una importante pérdida de intensidad de consumo.

La tienda de descuento representa un 12,9 % del volumen total y expande su demanda en un 6,8 % respecto al año anterior. En contraposición, el hipermercado, con una participación del 10,4 %, es la única plataforma del canal dinámico que decrece en volumen y lo hace en un 6,0 %.

Finalmente, el e-commerce muestra dificultades para crecer, registra una disminución del 4,4 % en el volumen de sus compras y sitúa su cuota en un 1,6 %, cifra inferior a la participación que este canal tiene en el total de alimentos y bebidas (2,2 %).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



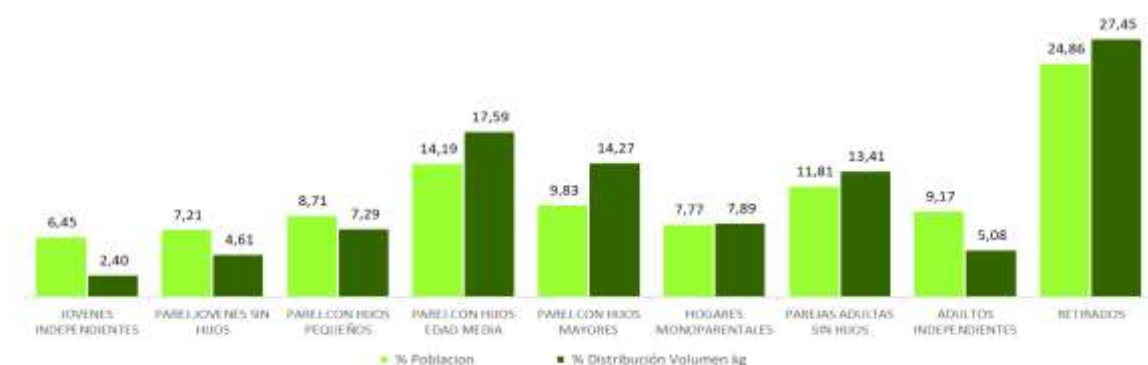
El precio medio de patatas cierra el año 2024 en 1,34 €/kg, lo que supone un precio un 5,9 % superior al observado en 2023. Este incremento del precio medio se traslada a todas las plataformas de distribución y es especialmente pronunciado en la tienda tradicional, con un aumento del 7,7 %, si bien su precio medio es aún el más bajo de su entorno competitivo (1,12 €/kilo frente a 1,34 €/kilo).

En contraposición, el precio más alto del mercado corresponde al e-commerce (1,48 €/kilo), pese a ser su incremento menor al del promedio de la categoría (3,0 %).

Por su parte, en el canal dinámico, compuesto por supermercados y autoservicios, hipermercados y tiendas de descuento no se aprecian grandes diferencias, con subidas de precio por debajo del promedio nacional, aunque cabe señalar que la tienda de descuento mantiene el precio más bajo de entre las tres plataformas (1,38 €/kilo).

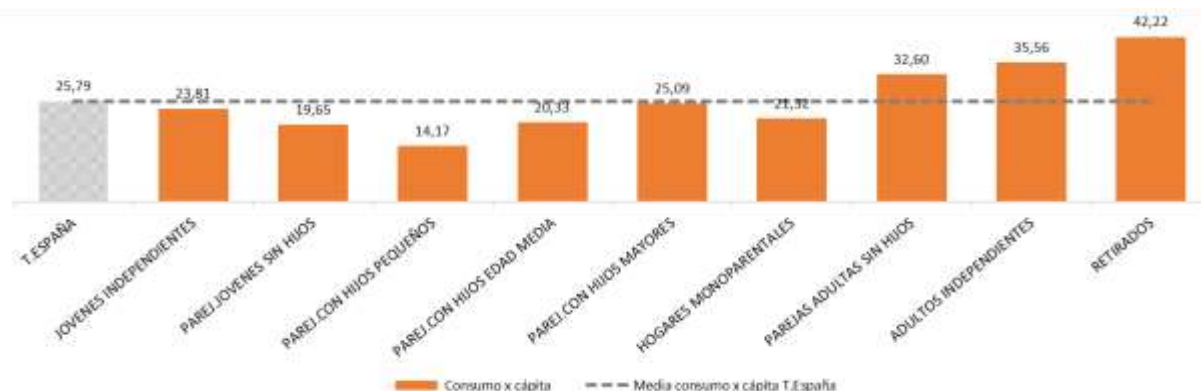
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)

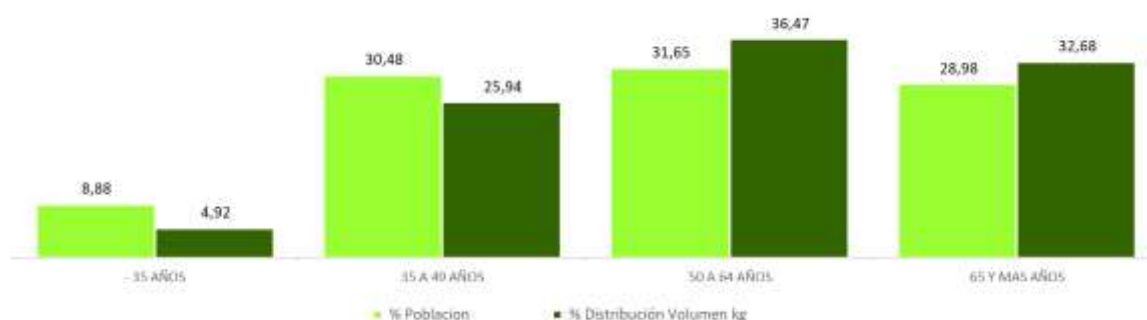


El perfil intensivo en la compra de patatas corresponde a hogares formados por parejas con hijos medianos o mayores, así como por parejas adultas sin hijos y retirados, pues en todos ellos la proporción en volumen de sus compras de patatas sobre el total de la categoría supera a su peso en el total de la población. Por el contrario, la menor proporción de consumo se produce en los hogares de jóvenes y adultos independientes al igual que parejas jóvenes sin hijos.

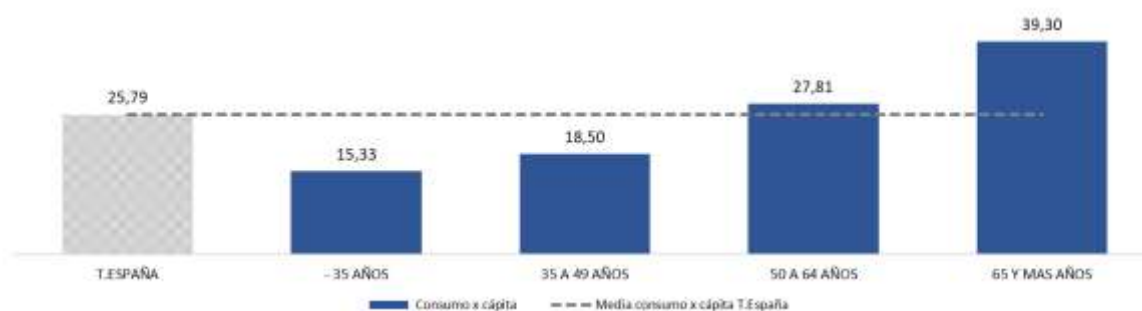
Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



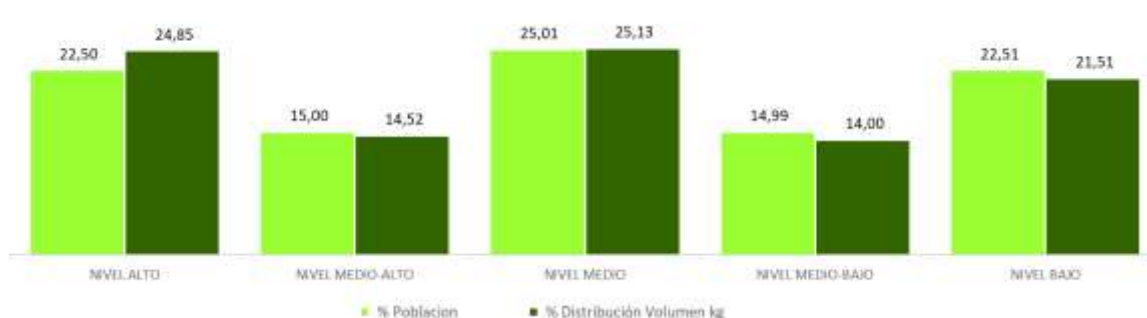
Individuos en pareja y sin hijos, adultos independientes y retirados se posicionan como los más intensivos en consumo per cápita de patatas, con un consumo de 32,60 kilos, 35,56 kilos y 42,22 kilos por persona al año, respectivamente. En contraste, los españoles en pareja y con hijos pequeños, con 14,17 kilos per cápita frente a los 25,79 kilos por individuo de la media nacional, son los que menos consumen patatas en 2024.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2024)

El perfil intensivo en compra de patatas se corresponde con un hogar cuyo responsable de compras tiene más de 50 años, puesto que estos hogares consumen el 69,15 % del total de la compra de patatas para consumo doméstico, mientras que su peso en población es del 60,64 %. En el lado contrario se encuentran los hogares en los que el encargado de compras es menor de 35 años (4,92 % en la distribución del volumen de compras frente al 8,88 % en la distribución de población).

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2024)

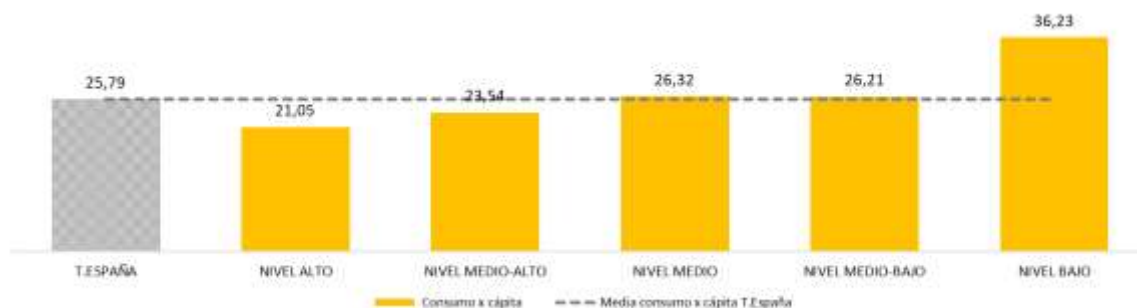
Los individuos mayores de 65 años son quienes realizan la mayor ingesta por persona y periodo de estudio de patatas a cierre de año 2024, con una cantidad media consumida de 39,30 kilos por persona. Estos, junto a los individuos de 50 a 64 años, son los únicos que superan la media nacional establecida a cierre de 2024 (25,79 kilos/persona/año). Nótese, pues, y a la vista del gráfico, que a medida que los individuos tienen más edad, su consumo per cápita de patatas aumenta.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)

El perfil más intensivo si tenemos en cuenta el nivel socioeconómico en la compra de patatas se corresponde con un hogar de nivel socioeconómico alto, ya que su porcentaje en el volumen de la

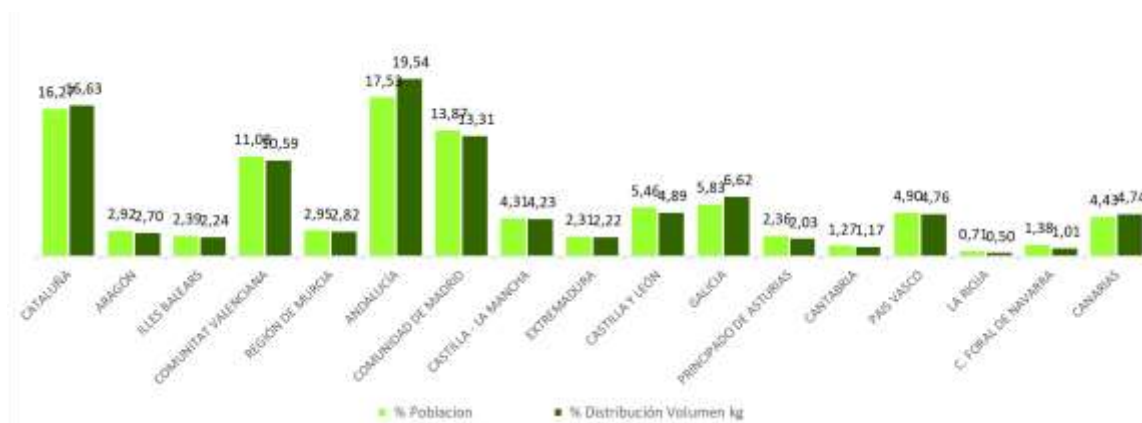
categoría es mayor a su porcentaje en la extensión de la población en 2,36 puntos porcentuales, lo que equivale a un consumo un 10,5 % superior a lo esperable de acuerdo con la cuota demográfica de estos hogares. No obstante, no existen grandes diferencias en intensidad entre perfiles.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



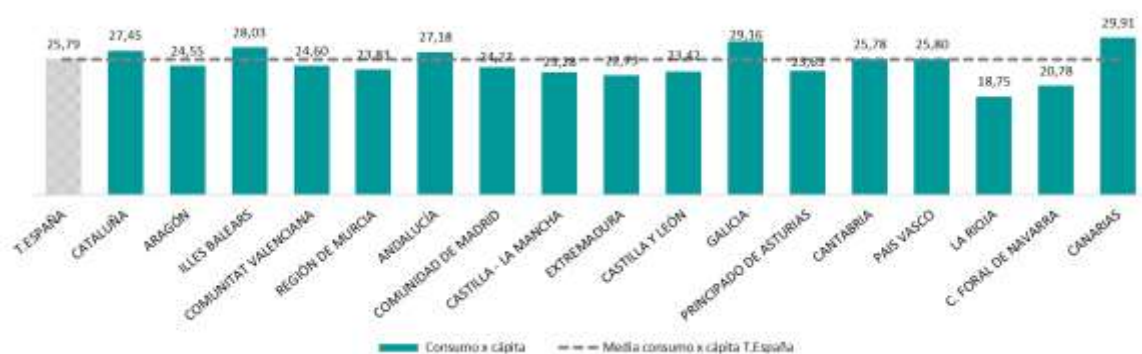
Los individuos de nivel socioeconómico bajo realizan el consumo per cápita más alto, con una ingesta de 36,23 kilos por persona al año, con respecto a los 25,79 kilos por persona y año de la media nacional. También superan el promedio nacional los individuos de nivel socioeconómico medio y medio-bajo. Por el contrario, los hogares de nivel socioeconómico alto son los que menor consumo per cápita realizan, con 21,05 kilos/persona/año.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2024)



Por comunidades autónomas, son Andalucía, Galicia y Canarias las más intensivas en la compra de patatas. Por el contrario, las comunidades autónomas que realizan una menor compra de este producto en base a lo que cabría esperar con relación a lo que representan por cuota demográfica, son La Rioja y la Comunidad Foral de Navarra.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2024)



Los individuos que realizan el mayor consumo per cápita de patatas son los que residen en los Illes Balears, Galicia y Canarias y País Vasco, ya que tienen un consumo per cápita superior a la media de la categoría en el año 2024. De entre las comunidades citadas cabe destacar a Galicia, con una ingesta de 29,91 kilos por individuo al año.

Por el contrario, La Rioja es la comunidad con el consumo per cápita más bajo de la categoría, de 18,75 kilos por persona al año, lejos de la media nacional.

4.20.1. PATATAS FRESCAS

Resultados totales

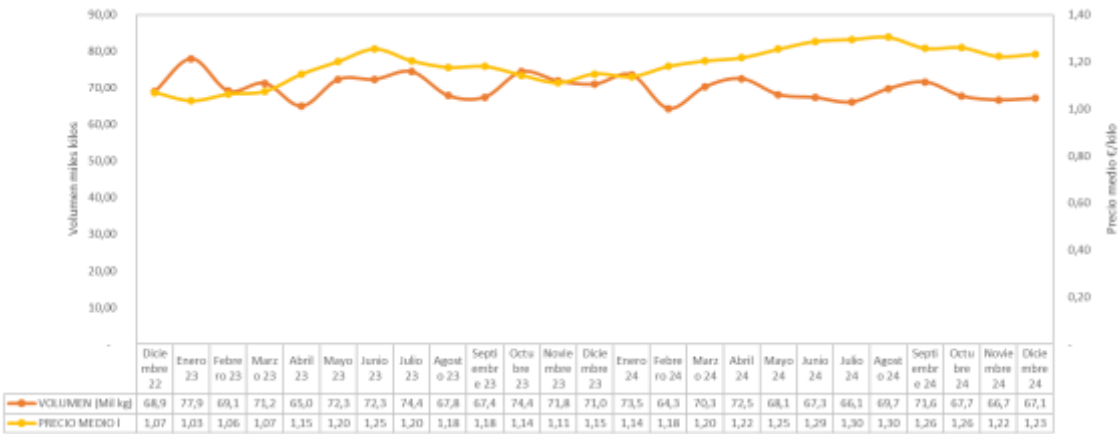
Caen las compras de patatas frescas por parte de los hogares españoles a cierre de año 2024 (3,5 %). El valor de mercado, no obstante, presenta una evolución positiva del 4,4 % por el efecto del incremento del 8,1 % en el precio medio de este producto, que cierra en 1,24 €/kilo.

El volumen consumido de patatas frescas representa un 3,08 % de toda alimentación consumida a cierre de año, lo que en valor equivale a un 1,22 % del presupuesto asignado a la compra de alimentación y bebidas para el consumo doméstico. Esto implica un gasto per cápita de 21,78 €, una cantidad que se incrementa en un 3,0 % con respecto a 2023.

Durante el año 2024, cada individuo ingirió de media la cantidad de 17,61 kilos, cantidad inferior en un 4,7 % a la consumida en el año 2023.

	Consumo doméstico de Patatas Frescas	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	825.579,73	-3,5 %
Valor (miles €)	1.021.272,64	4,4 %
Consumo x cápita (kg)	17,61	-4,7 %
Gasto x cápita (€)	21,78	3,0 %
Parte de mercado volumen (%)	3,08	-0,10
Parte de mercado valor (%)	1,22	0,02
Precio medio (€/kg)	1,24	8,1 %

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



Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)

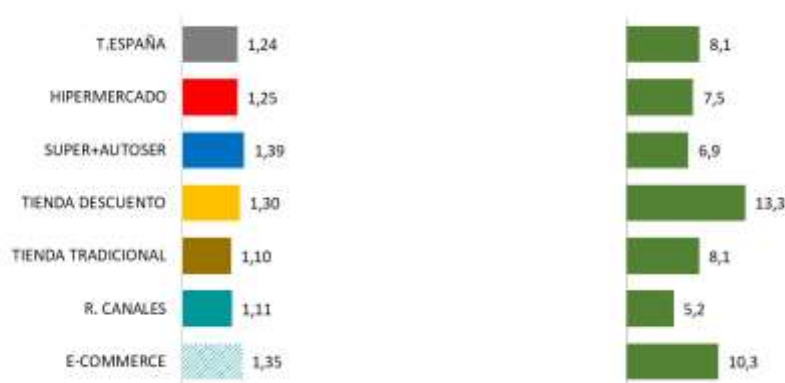


En el segmento de patatas frescas destinadas al consumo doméstico, los supermercados y autoservicios son el principal canal de distribución y aglutinan el 34,4 % del volumen total, porcentaje, si bien, menor al observado en el total de la categoría de patatas (42,6 %). No obstante, este canal registra un crecimiento 2,6 % en el volumen adquirido. En contraposición, las tiendas tradicionales, que ocupan el segundo lugar con un 27,1 % del volumen, presentan un descenso del 10,0 % en comparación con el año anterior.

Por otra parte, las tiendas de descuento muestran la evolución más positiva (3,7 %) y los hipermercados se contraen por encima del promedio de la categoría (6,7 %).

El e-commerce, con una participación de solo un 1,4 %, no gana relevancia para los hogares españoles y reduce su demanda de patatas frescas en un 11,5 %.

Precio medio (€/l) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio kilo de patatas frescas cierra en los 1,24 €/kilo, un precio medio un 8,1 % superior al del año 2023. Esta subida en precio se observa en todos los canales y es especialmente abrupto, como se evidenciaba en el total de la categoría, en tiendas de descuento (13,3 %).

El precio medio más alto lo encontramos en el e-commerce con 1,35 €/kilo, donde además se observa el segundo mayor incremento (10,3 %). Por el contrario, el precio medio más asequible se encuentra en la tienda tradicional, con 1,10 €/kilo, a pesar de haber sufrido un incremento del 8,1 % con respecto a 2023.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	17,6
NIVEL ALTO	22,5	24,3	14,1
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	13,7	15,2
NIVEL MEDIO	25,0	25,3	18,1
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	14,2	18,2
NIVEL BAJO	22,5	22,4	25,8
- 35 AÑOS	8,9	4,0	8,4
+ 50 AÑOS	60,6	73,6	23,4
50 A 64 AÑOS	31,7	37,0	19,3
65 Y MAS AÑOS	29,0	36,6	30,0
CATALUÑA	16,3	16,2	18,2
ARAGÓN	2,9	3,0	18,7
ILLES BALEARS	2,4	2,2	18,5
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	9,9	15,7
REGIÓN DE MURCIA	3,0	2,7	15,7
ANDALUCÍA	17,5	18,6	17,6
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	12,5	15,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	4,1	15,4
EXTREMADURA	2,3	2,2	15,4
CASTILLA Y LEÓN	5,5	5,1	16,8
GALICIA	5,8	7,8	23,4
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,3	18,1
CANTABRIA	1,3	1,3	19,4
PAIS VASCO	4,9	5,3	19,5
LA RIOJA	0,7	0,5	13,2
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,2	16,4
CANARIAS	4,4	5,3	22,8
JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	1,8	12,3
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	7,2	3,7	10,8
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	6,5	8,7
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	15,6	12,3
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,8	14,8	17,8
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	7,2	13,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	14,6	24,2
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	5,0	23,8
RETIRADOS	24,9	30,7	32,2

Demográficos

Los hogares de nivel socioeconómico alto son los más intensivos en el consumo de patatas frescas, debido a que la proporción de volumen consumido supera el peso que representan en población. Son hogares cuyo responsable de compras es mayor de 50 años, está retirado, en pareja y sin hijos o con hijos medianos y mayores.

Por CCAA, Galicia, Andalucía y Canarias son las tres regiones con el consumo más intensivo. Además, Galicia y Canarias son también las comunidades que más consumo per cápita realizan, ya que consumen 23,35 y 22,79 kilos por individuo respectivamente, cifras superiores a la media nacional.

Las personas retiradas son quienes realizan la mayor ingesta per cápita al año, con 32,24 kilos en 2024, cantidad muy superior a la media nacional del mercado que cierra en 17,61 kilos/persona/año. También superan esa media las parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y adultos independientes. Por el contrario, los hogares formados por parejas con hijos pequeños son los que menos consumo per cápita realizan, de 8,66 kilos por persona y año.

4.21. PESCADOS Y MARISCOS

El mercado de total pescados incluye las siguientes subcategorías: pescados frescos, pescados congelados, mariscos / moluscos / crustáceos, y por último las conservas de pescados y moluscos.

Resultados totales

A cierre de año 2024, los hogares españoles adquieren un 3,7 % menos de productos pesqueros con respecto al año anterior. El valor del mercado logra mantenerse estable con una leve variación positiva del 0,2 % debido a que el descenso de la demanda realiza contrapeso con el aumento del 4,0 % en el precio medio, que le lleva a cerrar en 11,12 €/kilo.

Sin embargo, si se analiza en el contexto del total del mercado de gran consumo, se observa que la categoría de productos pesqueros pierde relevancia. Mientras que el conjunto del mercado presenta una ligera contracción del 0,2 %, los productos pesqueros caen de manera más acentuada en volumen (3,7 %). Además, el incremento del precio medio en esta categoría (4,0 %) supera ampliamente al del mercado total (2,8 %), lo que refleja que estos productos se han elevado más que la media del mercado.

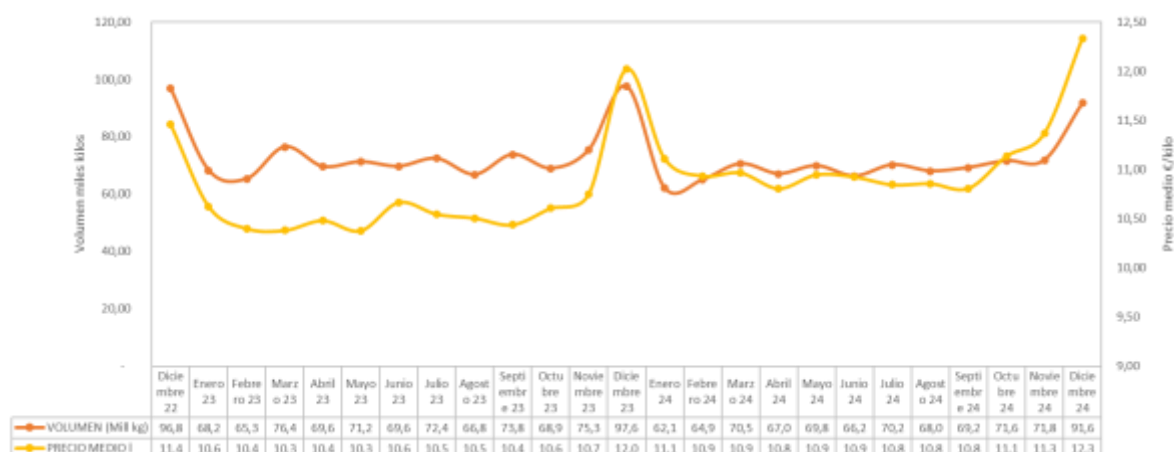
Esta dinámica revela que, en un entorno donde otras categorías logran crecer en valor, los productos pesqueros apenas mantienen su facturación, lo que refuerza la idea de una pérdida de peso dentro del conjunto del consumo en el hogar.

Los hogares destinan a la compra de estos productos el 11,20 % del presupuesto medio asignado a la compra de alimentación y bebidas para el hogar, siendo la proporción que alcanzan en volumen del 3,14 %.

El consumo per cápita de productos pesqueros a cierre de año 2024 es de 17,99 kilos por persona, una cantidad inferior en un 4,9 % con respecto a lo ingerido un año antes. Por su parte, el gasto per cápita también se reduce en un 1,1 %, lo que indica que cada persona destina menos dinero a este tipo de productos, concretamente, 2,21 € menos por persona en comparación con el año anterior.

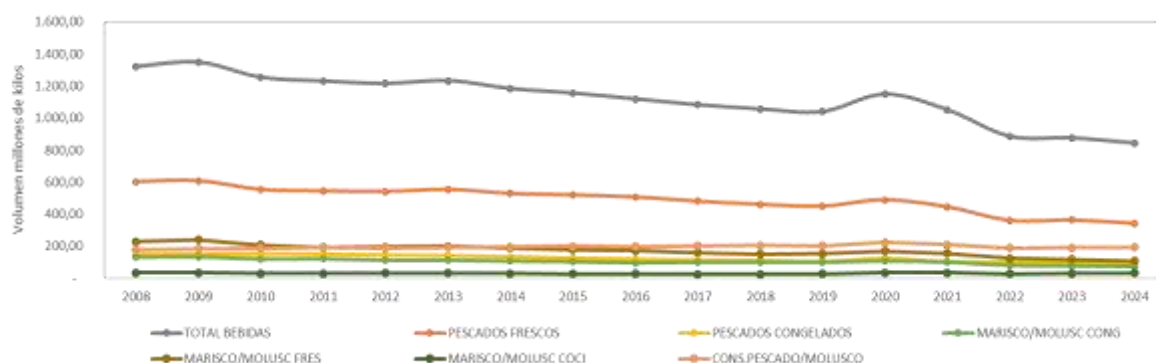
	Consumo doméstico de TOTAL PESCA	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	843.502,38	-3,7 %
Valor (miles €)	9.381.290,90	0,2 %
Consumo x cápita (kg)	17,99	-4,9 %
Gasto x cápita (€)	200,06	-1,1 %
Parte de mercado volumen (%)	3,14	-0,11
Parte de mercado valor (%)	11,20	-0,27
Precio medio (€/kg)	11,12	4,0 %

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



El gráfico muestra cómo, a lo largo del año, el volumen de compras de productos del mar y el precio medio presentan una evolución similar. Sin embargo, destaca claramente un comportamiento estacional en los meses de noviembre y diciembre, donde tanto el consumo como el precio medio aumentan de forma significativa. Este repunte en las compras y en el valor coincide con el periodo navideño, lo que indica que los productos pesqueros tienen una fuerte presencia en las celebraciones de fin de año. Es un patrón recurrente que evidencia cómo la estacionalidad influye directamente en el comportamiento de compra de los hogares, incluso en un contexto general de caída del consumo anual.

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos



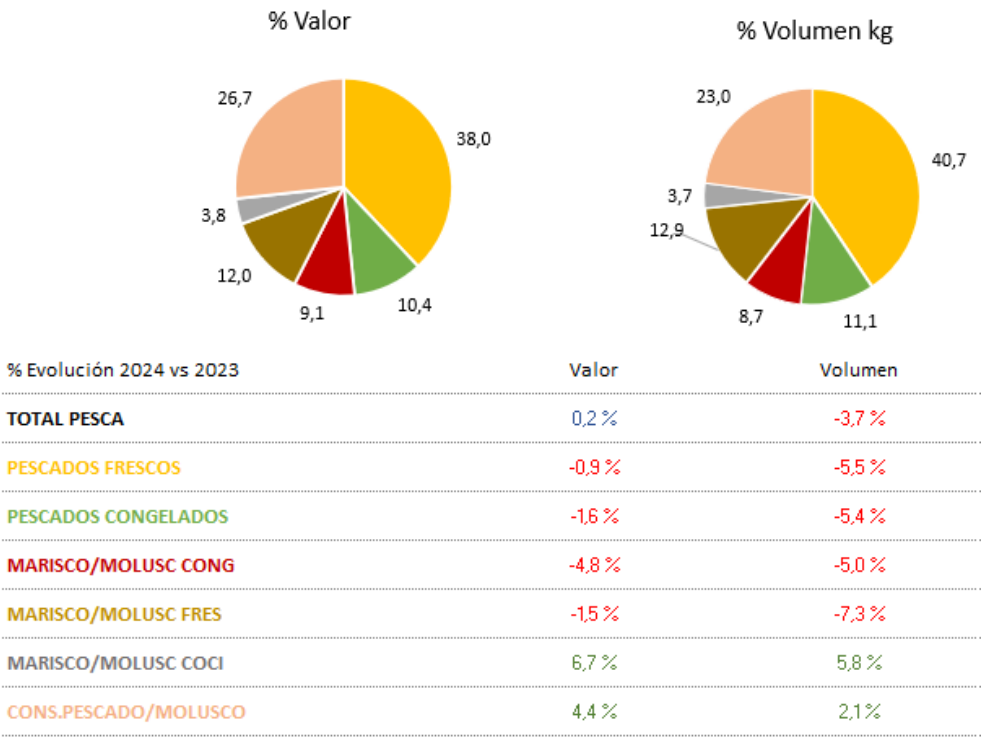
La compra de productos del mar muestra una evolución negativa si se analiza en el largo plazo, con la excepción del año 2020, cuando se produjo un repunte en las compras debido a la situación generada por la Covid-19, que obligó a gran parte de la población a permanecer más tiempo en sus hogares. De hecho, incluso en ese año excepcional, el volumen adquirido seguía siendo inferior al de los primeros años de la serie.

El año 2024 finaliza con el volumen de compras más bajo de toda la serie histórica, marcando una caída significativa respecto a 2008, con una pérdida del 36,2 % en el volumen adquirido. Esto confirma una realidad sostenida en el tiempo: se consume cada vez menos pescado en el hogar, más allá de circunstancias puntuales.

Todos los segmentos se ven afectados por esta disminución en las compras, salvo las conservas de pescado/molusco, que presentan un crecimiento del 9,7 % en comparación con el año 2008. Asimismo, si se compara con el año 2023, la compra de conservas de pescado/molusco también se incrementa (3,9 %). Dentro del sector pesquero, la caída más pronunciada se corresponde con mariscos/moluscos/crustáceos frescos, cuyo volumen se reduce en un 7,6 % respecto a 2023, seguidos por pescados frescos, que registran una disminución del 7,0 %.

En contraste, los segmentos que más crecen son pescados congelados con una evolución positiva del 6,5 % y mariscos/moluscos/crustáceos cocidos que aumentan su presencia en los hogares un 5,1 %.

Importancia de los tipos de pescados



Si analizamos la distribución de los diferentes segmentos del mercado a cierre de año 2024, podemos ver cómo queda repartida la proporción de compra entre los distintos segmentos de pescado: el pescado fresco es el segmento más relevante y cuenta con la mayor proporción tanto de volumen como de valor con el 40,7 % y 38,0 % respectivamente. Si bien, su consumo se ralentiza a un ritmo superior que el promedio del sector (5,5 % vs 3,7 %), mientras que su facturación cae un 0,9 % a diferencia de la media del sector que cierra con tendencia positiva (0,2 %).

El segundo segmento por orden de importancia son las conservas de pescados y moluscos, con el 23,0 % de los kilos y el 26,7 % del valor de la categoría, presentando crecimiento tanto en compras (2,1 %), como en valor (4,4 %). Su evolución positiva cobra especial relevancia, ya que contribuye a compensar el descenso registrado en otras categorías como el pescado fresco o congelado.

Los mariscos/moluscos/ crustáceos frescos ocupan la tercera posición dentro del listado de importancia con una proporción en volumen del 12,9 % sobre el total del mercado y una participación

del 12,0 %, es decir que más de 1 de cada 10 € de la categoría provienen de estos productos. Su evolución con respecto a 2023 es la más desfavorable junto con el segmento congelado, con una caída del 7,3 % en volumen y un 1,5 % en valor.

El pescado congelado mantiene una proporción algo inferior del 11,1 % en volumen sobre la categoría y del 10,4 % de la facturación, la evolución en compras es desfavorable (5,4 %), al igual que, si analizamos el valor, reduce su ritmo un 1,6 %. En conjunto, tanto el pescado fresco como el congelado presentan una tendencia decreciente, lo que repercute de manera significativa en la evolución global del mercado. Por su parte, los mariscos también pierden relevancia, a excepción del segmento cocido. Frente a esta dinámica general de retroceso, las conservas destacan como el único segmento en crecimiento, por tanto gana relevancia no solo en el mercado, si no, también en los hogares.

Por tanto, resultará interesante analizar el papel que juega cada uno de estos productos dentro del hogar, ya que la función que cumplen podría estar condicionando el comportamiento de compra y explicar en parte esta reorganización del mercado.

Consumo per cápita de los tipos de pescados

	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
TOTAL PESCA	18,92	17,99
PESCADOS FRESCOS	7,84	7,31
PESCADOS CONGELADOS	2,14	2,00
MARISCO/MOLUSC CONG	1,67	1,56
MARISCO/MOLUSC FRES	2,54	2,32
MARISCO/MOLUSC COCI	0,64	0,67
CONS.PESCADO/MOLUSCO	4,10	4,13

El consumo per cápita de productos pesqueros en España a cierre de año 2024 es de 17,99 kilos por persona, cantidad inferior en casi un kilo (0,93 kilos por persona y periodo de estudio), el equivalente a consumir un 4,9 % menos si realizamos el comparativo con respecto al año inmediatamente anterior.

Tal como puede observarse, la caída en consumo es estructural y transversal a casi todos los tipos de pescados, a excepción de los mariscos cocidos y las conservas. Los individuos españoles consumen del orden de 7,31 kilos de pescado fresco, es por tanto el tipo de producto pesquero que concentra el mayor consumo per cápita del año. Ahora bien, se reduce un 6,8 % en comparación con el año 2023, lo que resulta una equivalencia de consumo de 0,53 kilogramos menos por persona.

El consumo per cápita de conservas de pescado/molusco asciende a 4,13 kilos, siendo el segundo más importante del sector, pero en este caso con evolución positiva en este periodo (0,8 %). Por último, el consumo per cápita de mariscos/moluscos/crustáceos frescos cierra en 2,32 kilos, lo que supone un retroceso del 8,5 % con respecto a 2023, cuando el consumo era de 2,54 kilos/persona/año.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



El canal favorito para la compra de productos pesqueros por parte de los hogares españoles, con algo más de 1 de cada 2 kilos (51,9 %) es el supermercado y autoservicio, a pesar de disminuir su volumen un 3,3 %. Por su parte, la tienda tradicional mantiene la segunda proporción más alta del mercado con el 20,7 % de las compras de la categoría, lo que la hace particularmente relevante para este sector, ya que representa un porcentaje considerable en comparación con su participación del 11,1 % en el total de la alimentación. Si bien, este canal presenta la caída más acusada del mercado (5,8 %), esta disminución está alineada con la tendencia general del mercado, aunque con un impacto más marcado en este segmento.

En cuanto al hipermercado y la tienda descuento, la evolución es también negativa, ya que pierden un 3,7 % y un 2,5 % de volumen, respectivamente, siendo su proporción en volumen el 13,0 % para el hipermercado y el 10,0 para la tienda descuento. Por tanto, la evolución negativa de los principales canales de compra representa un desafío significativo para el sector, que debería impulsar iniciativas para frenar esta pérdida de relevancia.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de los productos pesqueros en España cierra el año 2024 en 11,12 €/kilo, un precio medio kilo un 4,0 % superior al año 2023. Este incremento se produce de manera homogénea si analizamos los canales de compra, salvo en el e-commerce que, aunque este año se mantiene estable con respecto al año anterior, cierra con el precio medio más alto del mercado (12,51 €/kilo). Por su parte, uno de los canales cuyo precio medio se incrementa menos este año es el hipermercado, si bien, este cierra con un precio por debajo de la media del mercado (10,88 €/kilo vs 11,12 €/kilo). De

esta manera, el precio medio más asequible lo encontramos en la tienda descuento, con 10,48 €/kilo, lo que supone pagar 0,64 € menos por cada kilo en comparación con la media.

Si analizamos el precio medio de los dos canales principales para la compra de estos productos, observamos que el supermercado cierra con un precio medio inferior al promedio del mercado (10,92 €/kilo), mientras que la tienda tradicional presenta un precio medio de 11,90 €/kilo, lo que equivale a pagar 0,78 € más por kilo que la media nacional. A pesar de esto, tal como vimos anteriormente, ambos canales cierran con un retroceso en las compras en volumen, aunque con caídas menores que las del mercado en general. Es decir, un precio medio por kilo inferior en el caso del supermercado podría haber ayudado a paliar el retroceso en el volumen de compras, al hacer estos productos más accesibles.

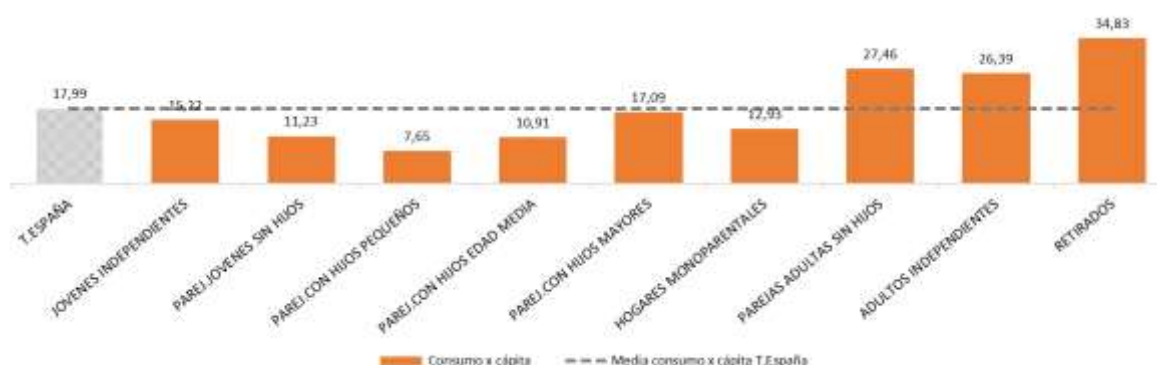
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)



El perfil intensivo del consumidor si tenemos en cuenta los ciclos de vida, se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores y de edad media, parejas adultas sin hijos y retirados, debido a que adquieren una proporción mayor del volumen del que les corresponde en función de lo que representan en términos de población. Casi un tercio del volumen adquirido se realiza por hogares formados por retirados (26,90 %). Sin embargo, es importante destacar que los colectivos más jóvenes y los hogares más pequeños quedan lejos de los niveles esperados de consumo. Esto plantea un posible problema de cara al futuro ya que, si los jóvenes actuales no incorporan el pescado en sus hábitos de compra, es probable que tampoco lo hagan a futuro. Por lo tanto, existe margen de mejora para acercar estos productos a nuevos perfiles de consumidor para asegurar la continuidad del consumo de pescado en el medio y largo plazo.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



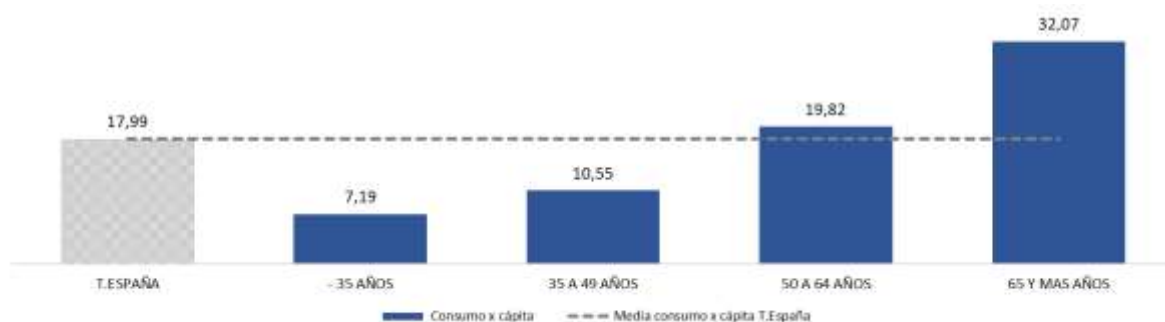
Si consideramos el consumo per cápita, es decir, la ingesta personal realizada, nuevamente los individuos retirados se convierten en foco de análisis. Estos consumen 34,83 kilos de pescado por persona y año, una cantidad que supera ampliamente el consumo per cápita promedio que cierra el año en 17,99 kilos por persona. Superan también esta cifra individuos de parejas adultas sin hijos o adultos independientes. Es importante señalar que, aunque estos grupos no destacan necesariamente como consumidores intensivos en términos de volumen total de compra, sí lo hacen en consumo per cápita. Esto se debe a que se trata de hogares con un menor número de personas, lo que hace que la cantidad de pescado consumida por individuo sea mayor. Por su parte, los individuos que realizan un menor consumo de pescado son quienes conforman las parejas con hijos pequeños o medianos, con cifras alejadas del promedio nacional.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2024)



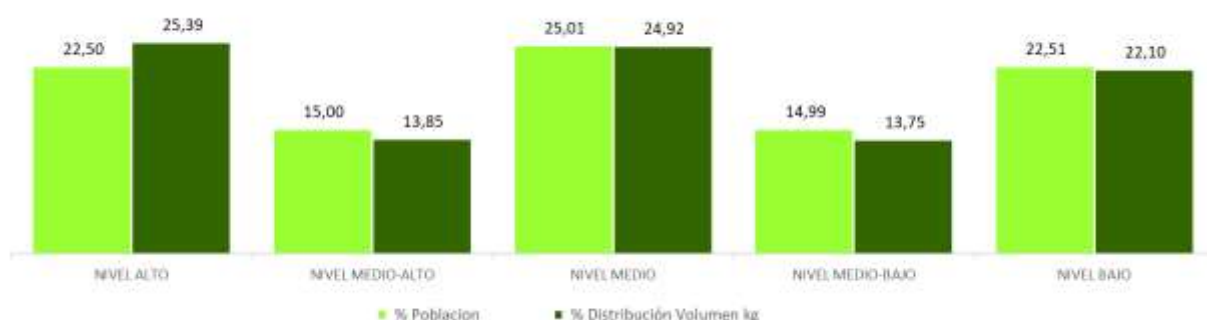
El perfil consumidor intensivo de productos de total pesca, si tenemos en cuenta la edad del responsable de las compras, se corresponde con un hogar más bien adulto que supera los 50 años, especialmente en el caso de hogares de más de 65 años que consumen un 38,22 % del volumen de la categoría, cuando lo esperado sería que consumieran su cuota demográfica (28,98 %). Esto significa que este grupo consume un 9,24 % más de lo esperado en función de su representación en la población. Al contrario, los hogares donde el responsable de las compras no supera los 49 años, mantienen un perfil menos intensivo, debido a que el peso de compras que representan del mercado no alcanza el dato esperado si tenemos en cuenta el peso que representan en términos de población.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2024)



Si relacionamos el gráfico anterior, con respecto al consumo per cápita, también son los individuos de más de 65 años, quienes realizan la mayor ingesta individual de la categoría, con cerca de 32,07 kilos por persona y periodo de estudio, el equivalente a consumir 14,08 kilos más. Los individuos menores de 35 años realizan la menor ingesta de productos del mar, con 7,19 kilos al año, lejos de los 17,99 kilos del promedio nacional, por tanto, el margen de mejora es muy alto.

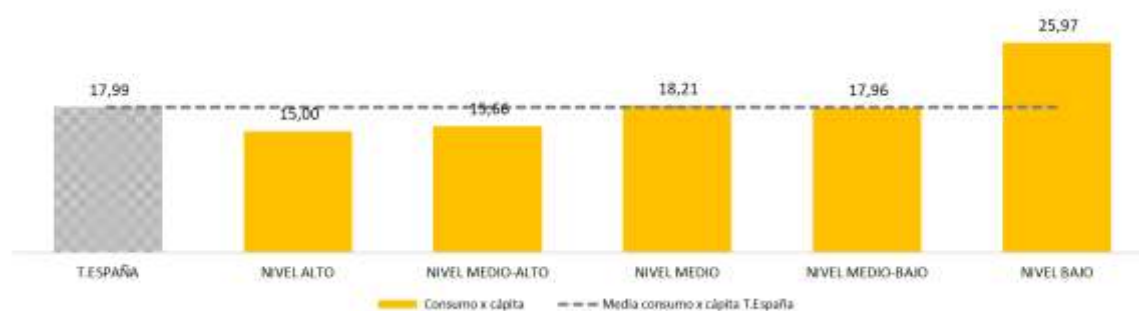
% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



El perfil intensivo en la compra de productos de pesca se corresponde con un hogar de nivel socioeconómico medio y alto, ya que el volumen de compra que concentran es igual o superior a la proporción que representan. Los hogares de nivel socioeconómico bajo y medio-bajo compran la categoría de forma menos intensiva, ya que su peso en el volumen de compra está por debajo de lo que representan en la población.

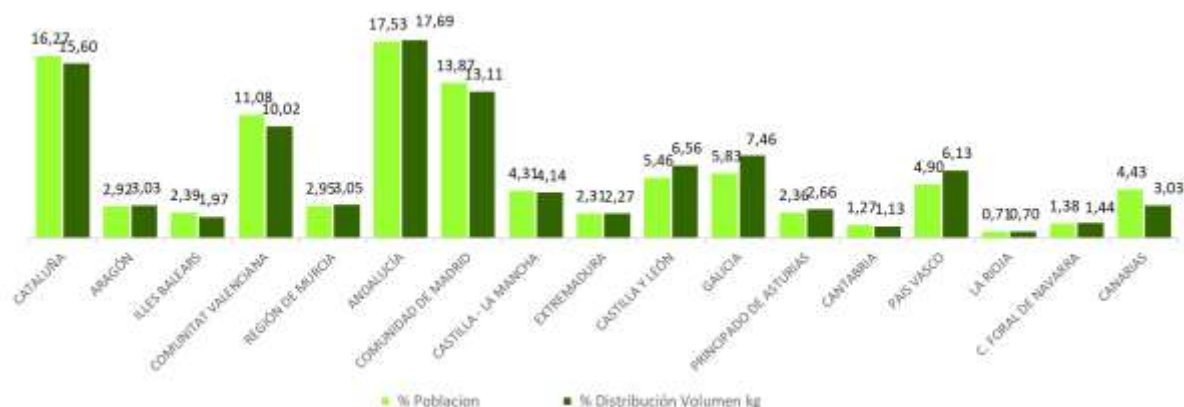
Sin embargo, si se compara este comportamiento con el del total alimentación, se aprecia que no existen grandes diferencias entre el peso en población y el peso en compras por nivel socioeconómico. Esto indica que, en términos generales, el consumo de productos pesqueros es bastante homogéneo entre los distintos niveles, lo que lo distingue de otras categorías que pueden estar más diversificadas por nivel adquisitivo.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



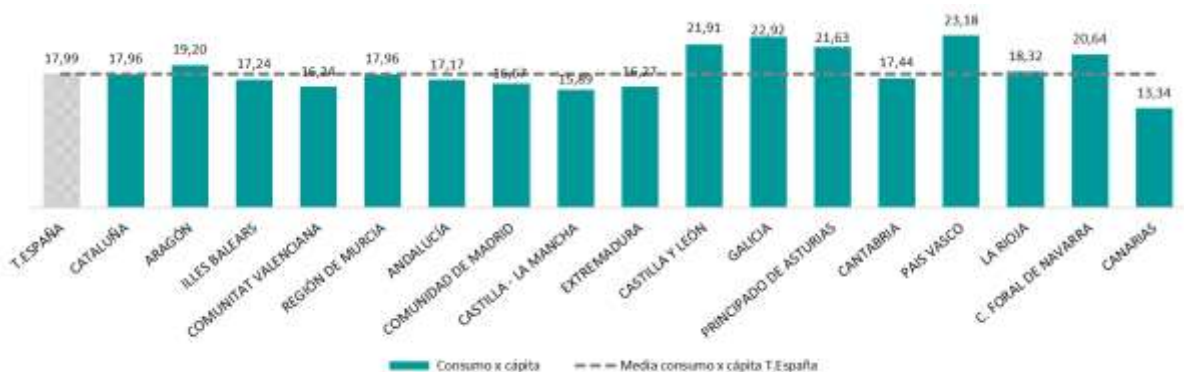
El consumo per cápita de productos del mar cierra el año 2024 en 17,99 kilos por persona. Esta cantidad solo es superada en el caso de individuos de nivel socioeconómico bajo y medio que mantienen una ingesta superior al promedio alcanzando los 25,97 y 18,21 kilos por persona y periodo de estudio, respectivamente.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2024)



Las CCAA que se consolidan a cierre de año 2024 como intensivas en la compra de productos del mar son Galicia, El Principado de Asturias, Castilla y León, Andalucía o País Vasco, entre otras. Llegamos a esta conclusión debido a que su proporción de compras supera la cantidad que representan en población, por lo que consumen más de lo esperado. Del lado contrario, encontramos CCAA como Canarias, Illes Balears o Cantabria.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2024)



Los individuos vascos son quienes realizan la mayor ingesta per cápita de productos de la pesca con una ingesta de 23,18 kilos por persona y año, debido a que superan el promedio del mercado (17,99 kilos/persona/año). En esta situación también encontramos individuos de Castilla y León, Principado de Asturias, Galicia o Comunidad Foral de Navarra. Los residentes en Canarias por el contrario son los individuos que menos productos del mar consumen por persona a cierre de año 2024, con una ingesta un 13,34 % inferior al promedio nacional, equivalente a tener una ingesta menor de cerca de 4,65 kilos por persona.

4.21.1. PESCADO FRESCO

En esta categoría se incluyen las siguientes especies de pescados: 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

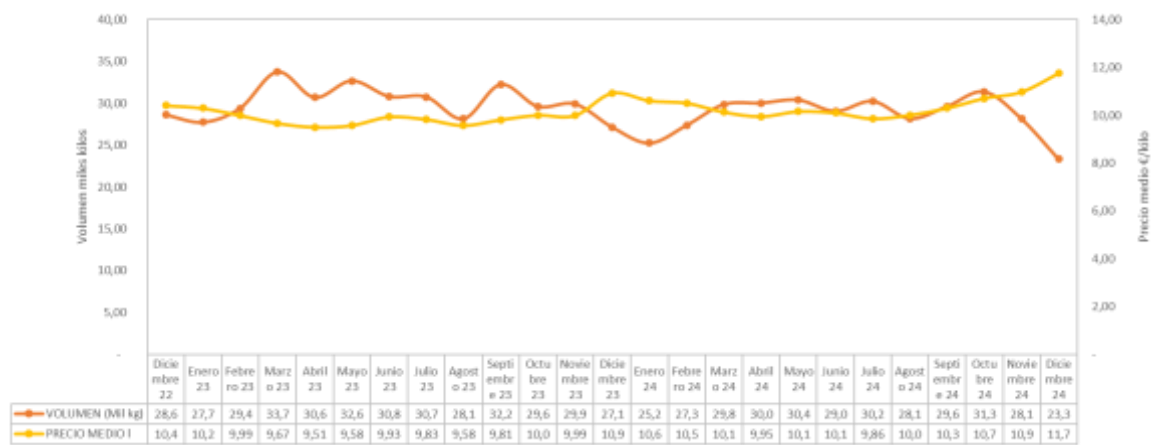
La compra de pescado fresco por parte de los hogares españoles decrece (5,5 %) a cierre de año 2024. A pesar del incremento del 4,9 % en el precio medio, que cierra en 10,4 €/kilo, la facturación cae un 0,9 %. Esta caída es especialmente relevante si se compara con el comportamiento del mercado total, ya que el segmento de pescado fresco se contrae más tanto en volumen como en valor. Esto evidencia una pérdida de peso del pescado fresco dentro del conjunto del mercado de alimentación en el hogar.

Los hogares españoles destinan a la compra de pescado fresco el 4,25 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas a cierre de año 2024, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 76,02 € invertidos por persona y año; cantidad que se reduce en un 2,2 % si lo comparamos con el año 2023.

Estos productos representan el 1,28 % del volumen total de la alimentación comprada por los hogares españoles, lo que equivale a una ingesta media aproximada de 7,31 kilos por persona y año. En términos absolutos, esto significa que, de media, cada español ha consumido 0,57 kilos menos de pescado que en el año anterior. A su vez, cantidad que cierra siendo inferior al año inmediatamente anterior en una proporción del 6,8 %,

	Consumo doméstico de Pescados Frescos	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	342.898,07	-5,5%
Valor (miles €)	3.564.652,90	-0,9%
Consumo x cápita (kg)	7,31	-6,8%
Gasto x cápita (€)	76,02	-2,2%
Parte de mercado volumen (%)	1,28	-0,05
Parte de mercado valor (%)	4,25	-0,03
Precio medio (€/kg)	10,40	4,9%

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



Se observa un comportamiento estacional en pescados frescos. Esta categoría manifiesta una caída en volumen en comparación con los dos años anteriores. Mientras que en diciembre de 2023 se adquirieron 27,1 millones de kg, en diciembre de 2024 esa cifra descendió a 23,3 millones, lo que representa una disminución del 14,0 %. Además, en diciembre de 2022 el volumen alcanzó los 28,6 millones de kg, lo que significa que la caída en 2024 fue aún más pronunciada en comparación con ese año (18,5 %). El incremento del precio medio durante la temporada navideña sumado a esta reducción en el volumen de compra sugiere una menor demanda en comparación con los años anteriores, lo que podría estar relacionado con una menor disposición a comprar productos pesqueros frescos en este periodo de alta demanda debido al incremento del precio medio pagado por kilo.

Canales

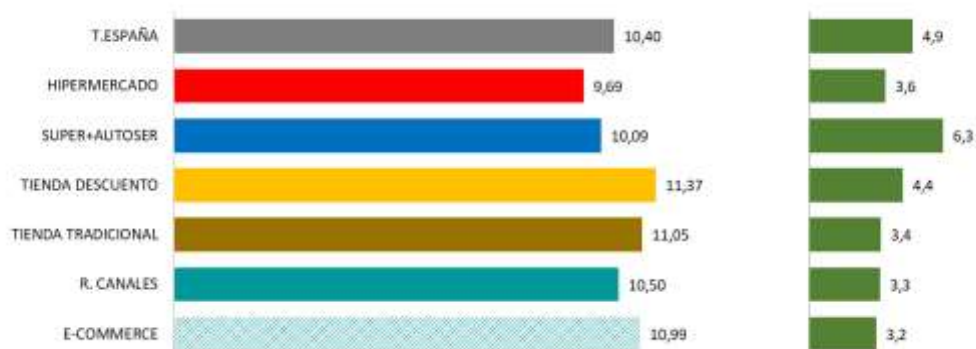
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



En relación con a las plataformas de distribución, el supermercado y autoservicio es el canal principal para la compra de pescado fresco, no obstante, pierde un 7,4 % más de volumen con respecto a 2023, con una cuota sobre el total del 50,3 %. El segundo canal por orden de importancia es la tienda tradicional, su cuota de participación es del 28,7 %. Tal como hemos visto en la categoría, este canal presenta la caída más acusada del mercado, con un retroceso del 6,0 %, aunque cabe destacar que la tienda tradicional sigue siendo muy relevante para el pescado fresco, lo que demuestra que estos productos dependen en gran medida de este canal. Por su parte, el hipermercado y la tienda descuento mantienen una proporción menor del volumen de compras (12,4 % y 5,0 %,

respectivamente), siendo su evolución también negativa con respecto a 2023, reduciendo su volumen un 0,8 % en el hipermercado y un 4,8 % en la tienda descuento.

Precio medio (€/kg) por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de pescados frescos se sitúa 10,4 €/kilo a cierre de año 2024, supone pagar un 4,9 % más por kilo que hace un año. Este movimiento se repite en todos los canales analizados en este informe, es la tienda de descuento quien cierra con el precio medio más alto del mercado (11,37 €/kilo) con un incremento en el precio medio de 4,4 %. Este aspecto podría estar detrás del comportamiento del consumidor, que, como vimos antes, redujo sus compras de pescado fresco un 5,5 % en el periodo de estudio. La relación entre precios medios más altos y volumen de compra más bajo podría indicar que el consumidor es cada vez más sensible a estos movimientos, especialmente en un contexto de inflación y reducción del gasto.

La tienda tradicional, ofrece el segundo precio medio más alto y menos competitivo (11,05 €/kilo), en este caso, presenta un incremento del 3,4 %. Por su parte, el supermercado y autoservicio cierran con un precio medio inferior al promedio del mercado con 10,09 €/kilo, a pesar de haberlo incrementado muy encima de la media (6,3 % vs 4,9 %).

Demográficos

El perfil de hogar consumidor de pescado fresco se corresponde con un hogar donde el responsable de las compras supera los 50 años, normalmente mantiene un nivel socioeconómico alto, medio y medio alto. Si tenemos en cuenta el ciclo de vida, se puede concluir diciendo que se corresponde con parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y retirados.

Los individuos retirados son los responsables del mayor consumo per cápita, con una ingesta de 15,2 kilos por persona, lo que conlleva consumir 7,9 kilos más de estos productos por persona y periodo de estudio que el promedio nacional. Superan también el promedio del mercado individuos adultos independientes y parejas adultas sin hijos y con hijos mayores.

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T. ESPAÑA	100,0	100,0	7,3
NIVEL ALTO	22,5	26,3	6,3
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	13,5	6,2
NIVEL MEDIO	25,0	24,7	7,3
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	13,2	7,0
NIVEL BAJO	22,5	22,2	10,6
- 35 AÑOS	8,9	2,6	2,3
35 A 49 AÑOS	30,5	19,4	3,9
50 A 64 AÑOS	31,7	37,0	8,0
65 Y MAS AÑOS	29,0	41,0	14,0
CATALUÑA	16,3	14,2	6,7
ARAGÓN	2,9	3,3	8,4
ILLES BALEARS	2,4	1,5	5,4
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	8,7	5,7
REGIÓN DE MURCIA	3,0	2,9	7,0
ANDALUCÍA	17,5	16,8	6,6
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	14,3	7,4
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	4,0	6,2
EXTREMADURA	2,3	2,1	6,0
CASTILLA Y LEÓN	5,5	7,1	9,7
GALICIA	5,8	8,6	10,7
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	3,2	10,5
CANTABRIA	1,3	1,2	7,5
PAIS VASCO	4,9	7,5	11,5
LA RIOJA	0,7	0,8	8,2
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,7	10,1
CANARIAS	4,4	2,2	4,0
JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	1,7	4,9
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	7,2	3,4	4,1
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	5,4	3,0
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	12,6	4,1
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,8	13,7	6,8
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	6,5	5,0
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	16,6	11,5
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	5,1	10,1
RETIRADOS	24,9	34,9	15,2

Las CCAA con un perfil más intensivo en la compra de pescado fresco son: País Vasco, Castilla y León, Galicia y el Principado de Asturias, entre otras.

Canarias, Baleares y La Comunitat Valenciana son las CCAA que menos compra de pescado fresco realizan teniendo en cuenta su peso poblacional.

Los individuos que residen en el País Vasco realizan la ingesta más alta de pescado fresco a cierre de año 2024, con una cantidad que asciende a 11,5 kilos por persona y año. También superan el promedio del mercado, individuos residentes en Castilla y León, Galicia, Principado de Asturias y La Comunidad Foral de Navarra entre otros.

Si realizamos este mismo ejercicio en relación a la edad del responsable de las compras, se observa que los

hogares donde el/la responsable supera los 50 años mantiene una mayor proporción en el volumen de las mismas. De hecho, si analizamos la ingesta individual, superan el promedio del mercado, llegando al tope de 14,0 kilos en el caso de hogares donde el responsable supera los 65 años.

4.21.1.1. CONSUMO DE PESCADOS FRESCOS POR TIPO

BACALAO FRESCO

Los hogares españoles compran un 11,7 % menos de kilos de bacalao fresco que con respecto al año 2023. El valor del mercado disminuye a una velocidad rápida del 13,3 % debido a que el precio medio cae un 1,8 %, cerrando en 8,08 €/kilo, un precio inferior a la media de pescados frescos (10,4 €/kilo).

El bacalao fresco tiene una evolución particular dentro de la categoría de productos del mar, ya que, a diferencia de la tendencia general del mercado (donde el precio medio aumenta), este producto reduce su precio. Por lo tanto, a pesar de este descenso en precio, las compras no consiguen revertirse

y también caen, lo que afecta significativamente a la categoría y provoca una pérdida de relevancia en los hogares.

Esta especie de pescado representa el 0,32 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas y conlleva un gasto per cápita de 5,77 € por persona y año de estudio. En volumen, esta especie de pescado representa el 0,12 % sobre el total de la cesta de alimentación y bebidas de los hogares. Cada residente en España consume del orden de 0,71 kilos de bacalao fresco a cierre de año 2024, cantidad inferior en un 12,9 % a la ingerida en 2023.

	Consumo doméstico de Bacalao Fresco	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	33.480,11	-11,7 %
Valor (miles €)	270.587,70	-13,3 %
Consumo x cápita (kg)	0,71	-12,9 %
Gasto x cápita (€)	5,77	-14,5 %
Parte de mercado volumen (%)	0,12	-0,02
Parte de mercado valor (%)	0,32	-0,06
Precio medio (€/kg)	8,08	-1,8 %

MERLUZA FRESCA

Al cierre de 2024, los hogares españoles redujeron en un 15,4 % la compra de merluza fresca. Esta menor demanda impacta directamente en la facturación, que registra un descenso del 12,1 %. El incremento del precio medio, del 3,8 %, no logra compensar la caída en compras y en valor. El precio medio kilo de merluza fresca se sitúa en 10,83 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de merluza y pescadilla el 0,55 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 9,74 € invertidos por persona y año; cantidad que se reduce un 13,3 % con respecto a 2023.

La merluza fresca representa el 0,16 % del total del volumen comprado de alimentos y bebidas a cierre de año 2024. Conlleva pues, a tener una ingesta media aproximada de 0,90 kilos por persona y año, cantidad que se reduce un 16,5 % si tenemos en cuenta el ejercicio anterior.

	Consumo doméstico de Merluza/Pescad.Fre	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	42.185,56	-15,4 %
Valor (miles €)	456.744,81	-12,1 %
Consumo x cápita (kg)	0,90	-16,5 %
Gasto x cápita (€)	9,74	-13,3 %
Parte de mercado volumen (%)	0,16	-0,03
Parte de mercado valor (%)	0,55	-0,09
Precio medio (€/kg)	10,83	3,8 %

SALMÓN FRESCO

La compra de salmón fresco se incrementa un 5,9 % en 2024. En valor, factura un 10,4 % más, debido a que se compensa el aumento de la demanda con el del 4,2 % del precio medio, que cierra en 14,18 €/kilo. Es importante destacar que este tipo de pescado mantiene un precio medio superior al del promedio de la categoría y del segmento fresco, algo que no le ha impedido cerrar con variación positiva. Por tanto, resulta especialmente llamativo si se tiene en cuenta que, tal como vimos anteriormente, la compra de pescados frescos en general decrece. Por tanto, el salmón fresco rompe la dinámica y se consolida como una opción atractiva.

La compra de salmón fresco concentra el 0,92 % del valor total para la compra de abastecimiento doméstico. Podemos decir que el gasto per cápita realizado en esta especie de pescado fresco cierra en 16,45 € por persona y año; cantidad que se ha incrementado con respecto a 2024 (9,0 %).

El salmón fresco representa el 0,20 % del volumen total de la cesta de alimentación comprado por los hogares para consumo doméstico, lo que equivale a una ingesta de 1,16 kilos por persona y periodo de estudio, cantidad que resulta un 4,5 % superior con respecto al año anterior.

	Consumo doméstico de Salmon Fresco	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	54.410,70	5,9 %
Valor (miles €)	771.463,07	10,4 %
Consumo x cápita (kg)	1,16	4,5 %
Gasto x cápita (€)	16,45	9,0 %
Parte de mercado volumen (%)	0,20	0,01
Parte de mercado valor (%)	0,92	0,06
Precio medio (€/kg)	14,18	4,2 %

BOQUERONES FRESCOS

Los hogares compran más boquerones frescos en 2024. Esta especie crece a doble dígito (16,2 %) en volumen, mientras que el valor se incrementa algo por debajo pero aún así de manera destacada (12,2 %). Por tanto, la diferencia entre el consumo y el valor podría estar relacionado con la reducción del precio medio en un 3,4 %, lo que le lleva a cerrar en 6,53 €/kilo. Este comportamiento resulta especialmente interesante si se compara con la evolución del resto de pescados frescos y del total pesca, donde el precio medio ha aumentado. Esta mayor accesibilidad económica podría estar detrás del aumento en la demanda, logrando que, en un contexto general de caída del consumo de pescado, esta especie consiga crecer con fuerza.

Los hogares españoles invierten en la compra de boquerones el 0,24 % del presupuesto medio asignado para el abastecimiento doméstico, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 4,28 € invertidos por persona y año; esta cantidad es un 10,8 % superior a la de un año antes.

El boquerón fresco supone el 0,11 % del volumen total consumido por un hogar durante un año, siendo la correspondencia en promedio de cada individuo residente en España de consumir del orden de 0,66 kilogramos por persona y periodo de estudio de boquerones frescos, supone un aumento del 14,7 % con respecto al año inmediatamente anterior.

	Consumo doméstico de Boquerones Frescos	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	30.788,80	16,2 %
VALOR (Miles €)	200.913,81	12,2 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,66	14,7 %
GASTO x CAPITA (€)	4,28	10,8 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,11	0,02
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,24	0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	6,53	-3,4 %

SARDINAS FRESCAS

Los hogares adquieren un 7,7 % menos de kilos de sardinas frescas a cierre de año 2024. La facturación, cierra siendo un 6,0 % más baja si lo comparamos con el año anterior. El precio medio cierra en 5,67 €/kilo, dato que supone un incremento del 1,8 %, con respecto a un año antes, y sin embargo un incremento inferior al de la media del segmento de pescados frescos (4,9 %). En el caso de las sardinas ocurre justo lo contrario que con el boquerón, ya que a pesar de que su precio medio es más bajo que el promedio del mercado, se consigue frenar la caída en las compras.

Los hogares españoles destinan a la compra de sardinas frescas el 0,11 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas para el hogar, siendo la equivalencia en volumen del 0,06 %. En promedio, cada residente en España consume en torno a 0,34 € kilos por persona y año

PESCADOS

de sardinas, cantidad inferior en un 8,9 % con respecto a la ingerida un año antes. Por su parte, el gasto medio aproximado por individuo y año alcanza los 1,90 €, suma inferior en un 7,3 % con respecto a la realizada en el ejercicio anterior.

	Consumo doméstico de Sardinas Frescas	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	15.711,65	-7,7 %
VALOR (Miles €)	89.140,08	-6,0 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,34	-8,9 %
GASTO x CAPITA (€)	1,90	-7,3 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,06	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,11	-0,01
PRECIO MEDIO (€/kg)	5,67	1,8 %

ATÚN Y BONITO

Los hogares compran menos kilos de atún y bonito en 2024. Los hogares españoles reducen la demanda de estas especies en un 11,0 % en comparación con 2023. La facturación también cae, aunque a un ritmo inferior (4,3 %). Este retroceso en demanda y valor podría guardar relación con el incremento del precio medio del 7,5 %, pues es más alto que el del mercado y la categoría. Esta especie representa el 0,27 % del presupuesto asignado a la compra de alimentación y bebidas durante el año 2024, con una correspondencia en volumen del 0,07 %.

Cada individuo residente en España consume cerca de 0,38 kilos de atún y bonito y gasta cerca de 4,90 € por año. La evolución con respecto al año 2024, para ambos indicadores es similar, debido a que tanto el gasto como el consumo per cápita se reducen en una proporción del 5,5 % y 12,1 %, respectivamente.

	Consumo doméstico de Atun Y Bonito	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	17.987,48	-11,0 %
VALOR (Miles €)	229.651,69	-4,3 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,38	-12,1 %
GASTO x CAPITA (€)	4,90	-5,5 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,07	-0,01
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,27	-0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	12,77	7,5 %

TRUCHA FRESCA

El año 2024 no resulta favorable para la compra de trucha fresca, ya que cierra con una variación negativa de las compras del 3,4 % por parte de los hogares españoles. En términos de facturación, esta especie acapara un 3,2 % del valor con respecto a 2023. La diferencia entre valor y volumen se explica por el efecto que tiene el aumento del precio medio que es un 6,8 % superior al del año inmediatamente anterior, cerrando en 9,77 € por kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de este producto el 0,09 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, siendo su correspondencia en volumen de 0,03 %.

El gasto per cápita de trucha fresca cierra el año 2024 en 1,64 € por persona y periodo de estudio, cantidad que se incrementa un 1,9 % con respecto a 2023. Mientras que, por su parte, el consumo per cápita cierra durante 2024 en 0,17 kilos por persona y año, tras una contracción del 4,6 % si tenemos en cuenta el año anterior.

	Consumo doméstico de Trucha Fresca	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	7.882,37	-3,4 %
VALOR (Miles €)	77.027,47	3,2 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,17	-4,6 %
GASTO x CAPITA (€)	1,64	1,9 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,03	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,09	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	9,77	6,8 %

LENGUADO FRESCO

La compra de lenguado fresco para consumo doméstico retrocede también de forma significativa a cierre de año 2024 con una caída del 6,5 % en volumen. En valor, cierra con una evolución en negativo (7,1 %), debido a la caída del 0,7 % en el precio medio, lo que le lleva a cerrar en 14,02 €/kilo. Cabe destacar que esta especie de pescado fresco, aunque reduce su precio medio ligeramente, este se encuentra muy por encima de la media del mercado.

El lenguado representa el 0,09 % del valor total del presupuesto medio asignado para la compra de alimentos y bebidas de consumo doméstico, siendo el gasto medio realizado por persona de 1,58 € al año, lo que supone una reducción del 8,3 % con respecto a hace un año. Por su parte, representa el 0,02 % del volumen total, si tenemos en cuenta la cesta de la compra siendo la cantidad media ingerida por persona de 0,11 kilogramos por persona y año, una cantidad un 7,7 % inferior con respecto a 2023.

	Consumo doméstico de Lenguado Fresco	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	5.294,80	-6,5 %
VALOR (Miles €)	74.225,81	-7,1 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,11	-7,7 %
GASTO x CAPITA (€)	1,58	-8,3 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,09	-0,01
PRECIO MEDIO (€/kg)	14,02	-0,7 %

CABALLA FRESCA

El año 2024 es un mal año para la compra de caballa fresca. Los hogares españoles compran un 23,2 % menos de kilos, en valor el crecimiento también es inferior (24,1 %). La caballa fresca es la especie que más cae dentro del mercado de pescados frescos, perdiendo prácticamente 1 de cada 4 kilos que se compraban el año anterior.

El precio medio de caballa fresca se sitúa en 5,68 €/kilo a cierre de periodo, con una tendencia contraria a la experimentada por la categoría que es alcista y que no se repite en el caso de la caballa fresca, debido a que su precio medio se reduce un 1,2 %.

El consumo per cápita de caballa fresca cierra en 0,19 kilogramos por persona y año, cantidad inferior en un 24,2 % con respecto al año inmediatamente anterior. Por su parte, el gasto per cápita cierra también en negativo (25,1 %), situándose en 1,06 € por persona y año de estudio. Esta especie representa el 0,06 % del gasto total realizado a la compra de productos alimentarios.

	Consumo doméstico de Caballa Fresca	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	8.777,94	-23,2 %
VALOR (Miles €)	49.861,15	-24,1 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,19	-24,2 %
GASTO x CAPITA (€)	1,06	-25,1 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,03	-0,01
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,06	-0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	5,68	-1,2 %

LUBINA FRESCA

La lubina fresca aumenta su presencia en los hogares españoles a cierre de año 2024. Los hogares compran un 21,9 % más de kilos que durante el año inmediatamente anterior. La facturación crece algo más (23,8 %) debido a que el precio medio cierra en 10,86 €/kilo, lo que supone un incremento del 1,5 % con respecto a 2023. Este crecimiento tanto en volumen y valor refleja una evolución positiva de la lubina dentro del mercado de pescado fresco. A pesar de que el precio medio ha aumentado, lo ha hecho en menor medida que la media del segmento de pescados frescos y del total de productos pesqueros, lo que sugiere que el repunte en el gasto está más vinculado al mayor consumo por parte de los hogares.

Los hogares destinan a la compra de lubina fresca el 0,37 % del presupuesto medio asignado para adquirir productos de alimentación y bebidas, siendo su proporción en volumen del 0,11 % sobre el total de las compras realizadas por los hogares durante el año 2024.

El gasto per cápita que realiza cada individuo español en la compra de esta especie de pescado fresco ha sido en el año 2024 de 6,66 €/kg, una cantidad superior a la invertida durante el año 2023 (22,2 %). En promedio, cada español ha consumido una cantidad de 0,61 kilos durante el año, una cantidad superior en un 20,4 % con respecto a la consumida en 2023.

	Consumo doméstico de Lubina	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	28.768,80	21,9 %
VALOR (Miles €)	312.472,86	23,8 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,61	20,4 %
GASTO x CAPITA (€)	6,66	22,2 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,11	0,02
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,37	0,06
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,86	1,5 %

DORADA FRESCA

Los hogares españoles adquieren un 24,1 % menos de kilos de dorada fresca que hace un año. El precio medio aumenta un 12,3 %, cerrando en 10,11 €/kilo, por lo que al tener que pagar más por kilo de productos, la facturación del mercado cae un 14,7 % con respecto a hace un año. Este comportamiento evidencia un retroceso en el consumo de dorada fresca, lo que sugiere que el consumidor no incluye esta variedad de pescado con tanta frecuencia en su cesta de compra.

En promedio, cada residente español consume en torno a 0,53 kilogramos por persona y periodo de estudio, cantidad inferior en un 25,1 % a la ingerida un año antes (0,50 kilogramos). Por su parte, el gasto medio realizado por los hogares en la compra de esta especie asciende a 5,38 €, siendo una cantidad más baja a la invertida un año antes (15,8 %). La dorada representa el 0,30 % del valor del

PESCADOS

mercado total destinado a la compra de productos para el abastecimiento doméstico, siendo la correspondencia en volumen de esta especie del 0,09 %.

	Consumo doméstico de Dorada	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	24.944,76	-24,1 %
VALOR (Miles €)	252.267,81	-14,7 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,53	-25,1 %
GASTO x CAPITA (€)	5,38	-15,8 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,09	-0,03
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,30	-0,06
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,11	12,3 %

RODABALLO

A cierre del año 2024, se produce una fuerte caída de las compras de rodaballo. Durante el año 2024 la compra de rodaballo por parte de los hogares españoles para el consumo doméstico se reduce un 22,3 %, donde esta especie de pescado fresco tan solo representa un 0,01 % del volumen de compras de alimentación para el consumo doméstico.

De igual manera, en valor, este producto fresco también cae a doble dígito (14,8 %) a pesar de que el precio medio se incrementa a cierre de 2024 en torno a un 9,7 % cerrando a 14,64 €/kilo, precio medio que supera ampliamente el promedio del mercado. El consumo per cápita de rodaballo es de 0,07 kg por persona y periodo de estudio, cantidad inferior en un 23,3 % a la consumida en el mismo periodo del año anterior. Por su parte, el gasto per cápita asciende a 0,96 € por persona y periodo de estudio, representando un 0,05 % del presupuesto de los hogares españoles para la compra de alimentación.

	Consumo doméstico de Rodaballo	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	3.070,85	-22,3 %
VALOR (Miles €)	44.964,39	-14,8 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,07	-23,3 %
GASTO x CAPITA (€)	0,96	-15,9 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,05	-0,01
PRECIO MEDIO (€/kg)	14,64	9,7 %

RAPE

La compra de rape por parte de los hogares españoles se reduce durante los últimos doce meses (3,0 %) en relación con 2023. En valor esta especie crece un 1,6 % debido al efecto que tiene el incremento en el precio medio del 4,8 %, lo cual compensa la caída de las compras, cerrando en 13,46 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de rape el 0,20 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas durante el año, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 3,52 € invertidos por persona y año, cantidad que crece un 0,3 % con respecto a 2023.

La proporción de rape comprado con respecto al total de la alimentación representa un 0,05 %. Esto equivale a realizar un consumo per cápita de rape de 0,26 kilos por persona y año, lo que supone un descenso de consumo de 4,3 % con respecto al ejercicio anterior.

	Consumo doméstico de Rape	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	12.274,56	-3,0 %
VALOR (Miles €)	165.261,06	1,6 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,26	-4,3 %
GASTO x CAPITA (€)	3,52	0,3 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,05	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,20	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	13,46	4,8 %

4.21.2. MARISCOS, MOLUSCOS, CRUSTÁCEOS

Esta categoría engloba almejas, berberechos, mejillones, calamares, pulpo, gamba/langostino, y otros mariscos/moluscos/crustáceos.

Resultados totales

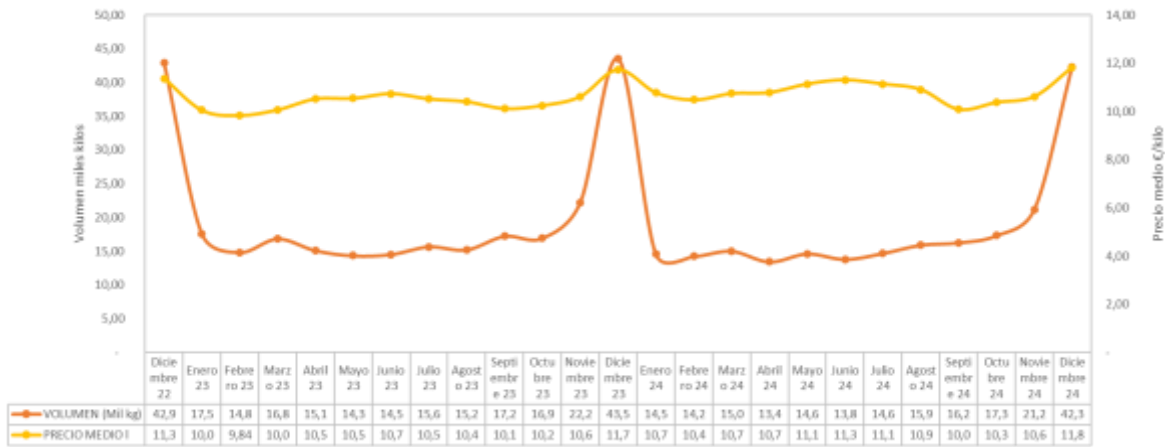
En 2024, los hogares españoles disminuyen su consumo de mariscos, moluscos y crustáceos en un 4,8 % respecto a 2023. Esta caída también se refleja en el valor total de las compras, que se reducen un 1,6 %. El precio medio, cierra en positivo, es decir crece un 3,3 % por encima del año anterior, cerrando en 10,96 €/kg.

El consumo medio que cada individuo realiza es de 4,55 kilogramos por persona y periodo de estudio, cantidad inferior en un 6,0 %. Este segmento llega a representar el 0,80 % del volumen total del mercado siendo su correspondencia en valor del 2,79 %.

El consumo de marisco, molusco y crustáceo conlleva un gasto per cápita de 49,84 € por persona al año, dato que resulta inferior en un 2,9 % al gasto realizado un año antes.

	Consumo doméstico de Marisco/Molusco/Crus	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	213.308,46	-4,8 %
Valor (miles €)	2.337.161,80	-1,6 %
Consumo x cápita (kg)	4,55	-6,0 %
Gasto x cápita (€)	49,84	-2,9 %
Parte de mercado volumen (%)	0,80	-0,04
Parte de mercado valor (%)	2,79	-0,12
Precio medio (€/kg)	10,96	3,3 %

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



Se observa de forma clara un comportamiento estacional en el consumo de productos pesqueros, con un repunte significativo tanto en el volumen de compras como en el precio medio durante los meses de noviembre y diciembre. Este pico coincide con la campaña de Navidad, un periodo tradicionalmente asociado a un mayor consumo de marisco en los hogares españoles.

Canales

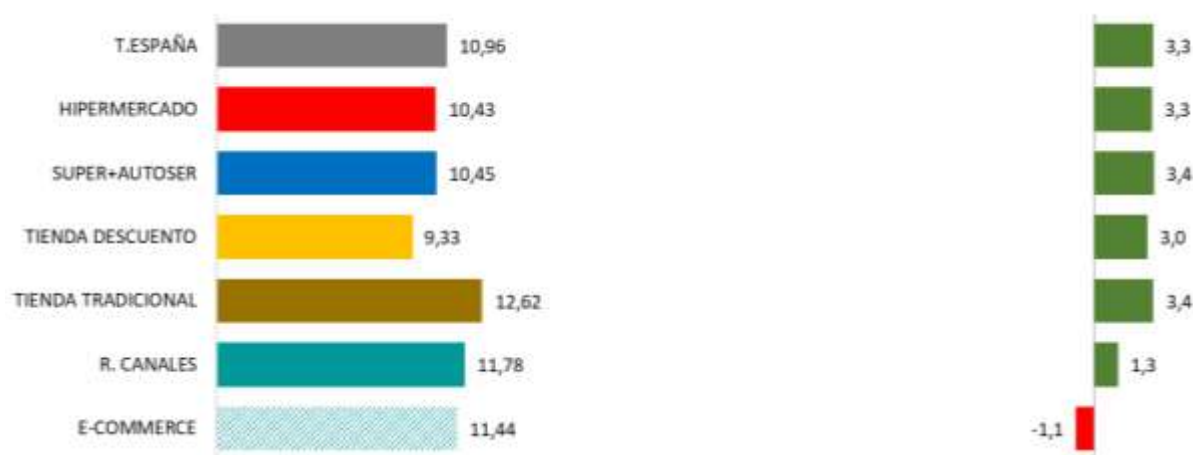
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



Los supermercados y autoservicios siguen siendo el canal de elección favorito de los hogares españoles, para la compra de estos productos representan el 49,1 % del volumen y cierran con una contracción del 3,8 % en comparación a un año antes. Como segundo canal con mayor proporción de compras, se posiciona la tienda tradicional con una cuota del 25,6 % de volumen y una reducción de consumo del 5,5 %. Este último dato resulta especialmente relevante si se compara con el peso que la tienda tradicional tiene en otras categorías: en total pescados representa alrededor del 20,7 %, por lo que su peso es mayor. Por tanto, podemos decir que la tienda tradicional conserva una importancia superior a la media, siendo clave para su distribución, aunque sufre un retroceso más marcado que otros canales.

Para el caso de los canales de hipermercado y tienda descuento se observa, sin embargo, caída en consumo con variaciones en la demanda del 7,7 % y 8,5 %, respectivamente. Cabe resaltar que el peso de los hipermercados y tienda de descuento tienen un menor peso que en la total pesca (13,0 y 10,0, respectivamente).

Precio medio (€/kg) por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio por kilogramo para estos productos del sector de la pesca durante el año 2024 se cierra con un crecimiento de 3,3 % lo que supone pagar en torno a 0,37 € más por kilo de producto de lo que se pagaba en el 2023. Este crecimiento del precio medio por kilo impacta transversalmente a casi todos los canales, tal como puede observarse, siendo la tienda tradicional la que mayor impacto tiene, con un 3,4 % de variación donde además es el tipo de canal con el precio medio menos competitivo y que asciende a 12,62 €/kilo.

Sin embargo, si realizamos el análisis por precio medio y consideramos el más accesibles para el hogar español encontramos que es la tienda descuento. Este tipo de plataformas cierra en 9,33 €/kg (3,0 % más que en el 2023, mientras que el supermercado y el autoservicio lo hacen en los 10,45 €/kilo con a pesar de tener una de las variaciones más altas de precio medio (3,4 %).

Demográficos

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	4,5
NIVEL ALTO	22,5	23,8	3,6
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	13,1	3,8
NIVEL MEDIO	25,0	25,3	4,7
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	14,2	4,7
NIVEL BAJO	22,5	23,7	7,0
- 35 AÑOS	8,9	2,3	1,3
35 A 49 AÑOS	30,5	18,1	2,3
50 A 64 AÑOS	31,7	37,4	5,0
65 Y MAS AÑOS	29,0	42,1	8,9
CATALUÑA	16,3	18,2	5,3
ARAGÓN	2,9	2,6	4,2
ILLES BALEARS	2,4	2,3	5,1
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	10,4	4,2
REGIÓN DE MURCIA	3,0	2,9	4,3
ANDALUCÍA	17,5	18,5	4,5
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	10,8	3,5
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	3,9	3,8
EXTREMADURA	2,3	2,1	3,8
CASTILLA Y LEÓN	5,5	6,7	5,6
GALICIA	5,8	8,5	6,6
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,8	5,7
CANTABRIA	1,3	1,1	4,1
PAIS VASCO	4,9	5,1	4,9
LA RIOJA	0,7	0,7	4,4
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,2	4,2
CANARIAS	4,4	2,4	2,7
JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	1,8	3,1
PAREJ. JOVENES SIN HIJOS	7,2	3,2	2,4
PAREJ. CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	4,3	1,5
PAREJ. CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	11,9	2,4
PAREJ. CON HIJOS MAYORES	9,8	13,5	4,2
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	6,6	3,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	17,8	7,6
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	4,8	6,0
RETIRADOS	24,9	36,1	9,8

En 2024, los perfiles intensivos en la compra de mariscos, moluscos y crustáceos se corresponden con: hogares donde el responsable de la compra tiene más de 50 años y pertenece a un nivel socioeconómico medio, alto y bajo. Si tenemos en cuenta el ciclo de vida, hablamos de parejas con hijos mayores, retirados y parejas adultas sin hijos.

Si analizamos las diferentes CCAA lo que observamos es que existen algunas que tienen un consumo en la categoría superior al que cabría esperar en función de su extensión en población, como es el caso de Andalucía, Cataluña, y Galicia o el Principado de Asturias.

Analizando el consumo per cápita se observa que

los que realizan una ingesta superior a la media nacional de 4,5 kg/persona/año son los hogares retirados con un 9,8 kilo por persona al año y hogares de pareja adultas sin hijos con 7,6 kilo por persona. Un aspecto relevante es que son los niveles socioeconómicos de nivel bajo los que realizan un mayor consumo por individuo con un 7,0 kilo per cápita.

4.21.2.1. CONSUMO DE MARISCOS POR TIPO

CALAMARES, PULPO

Los hogares españoles compran menos calamares y pulpo a cierre de año 2024. El descenso en volumen alcanza un 4,0 %, la facturación también tiene una evolución negativa del 1,3 %. El precio

PESCADOS

medio por kilo de estos productos cierra en 2024 en 11,71 €/kilo, que supone pagar un 2,8 % más con respecto al año anterior. Una cifra muy alineada con la total alimentación.

Del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, el hogar español asigna el 0,55 % para la compra de calamares y pulpo, mientras que si analizamos la correspondencia que mantiene en volumen, el dato es más bajo con una participación del 0,15 % sobre el total.

Si tenemos en cuenta los datos individuales, podemos decir que cada residente en España consume del orden de 0,84 kilogramos/persona/año y que invierten un gasto de 9,82 € por persona y al año.

	Consumo doméstico de Calamares, Pulpo	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	39.295,87	-4,0 %
Valor (miles €)	460.309,04	-1,3 %
Consumo x cápita (kg)	0,84	-5,2 %
Gasto x cápita (€)	9,82	-2,6 %
Parte de mercado volumen (%)	0,15	-0,01
Parte de mercado valor (%)	0,55	-0,02
Precio medio (€/kg)	11,71	2,8 %

GAMBAS Y LANGOSTINOS

Durante los últimos doce meses el consumo doméstico de gambas y langostinos se contrae un 2,4 % por parte de los hogares españoles. Por su parte, el precio medio por kilo cierra en el 2024 en 12,19 €/kilo, una cantidad ligeramente superior en un 0,2 % a la registrada un año antes, pero relativamente estable si tenemos en cuenta el devenir de estos productos.

Mientras que el consumo per cápita de gambas y langostinos en el 2024 ha sido de 1,65 kilos por persona y año, un 3,7 % menos que hace un año, el gasto per cápita que se realiza asciende a 20,16 € por persona y periodo de estudio, cantidad inferior en un 3,5 % a la invertida un año antes.

Las gambas y Langostinos representan el 1,14 % del presupuesto medio asignado por hogar para la compra de alimentos y bebidas, siendo su correspondencia en volumen del 0,29 %.

	Consumo doméstico de Gambas/Langostinos	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	76.553,37	-2,4 %
Valor (miles €)	933.170,61	-2,2 %
Consumo x cápita (kg)	1,65	-3,7 %
Gasto x cápita (€)	20,16	-3,5 %
Parte de mercado volumen (%)	0,28	-0,01
Parte de mercado valor (%)	1,14	-0,05
Precio medio (€/kg)	12,19	0,2 %

MEJILLON

El consumo de mejillón en los hogares españoles decrece en el 2024 tanto en volumen con 13,0 % como en valor 9,6 %. Ambas contracciones impactan negativamente en la representatividad que la categoría mantiene, haciendo que pierda presencia en los hogares en comparación con el año 2023.

Actualmente la compra de este tipo de marisco, molusco o crustáceo representa un 0,14 % del gasto total asignado por los hogares españoles para la compra de alimentación y bebidas para abastecer un hogar. El precio medio de mejillón se incrementa en este periodo, concretamente un 3,9 % lo que le lleva a cerrar en un precio medio kilo de 4,17 €.

El consumo per cápita de mejillón cierra el año 2024 en 0,61 kilos por persona y periodo de estudio, cifra que se reduce con respecto al año 2023 un 14,1 %. El gasto per cápita de mejillón ha sido de 2,56 € por persona y periodo de estudio.

	Consumo doméstico de Mejillon	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	28.747,45	-13,0 %
Valor (miles €)	119.913,25	-9,6 %
Consumo x cápita (kg)	0,61	-14,1 %
Gasto x cápita (€)	2,56	-10,7 %
Parte de mercado volumen (%)	0,11	-0,02
Parte de mercado valor (%)	0,14	-0,02
Precio medio (€/kg)	4,17	3,9 %

OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS

En la categoría de otros mariscos y moluscos, aquellos no analizados previamente, se registra una disminución del consumo del 4,3 % respecto a 2023. No obstante, se mantiene la tendencia al alza del

precio medio, que en 2024 se incrementa un 4,9 %, situándose en 12,41 €/kilo. Este aumento en el precio medio permite una evolución favorable en facturación, aunque se mantiene estable respecto al año anterior (0,4 %).

Los hogares españoles destinan a la compra de estos productos de mariscos y moluscos el 0,81 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 14,41 € invertidos por persona y año, cantidad ligeramente inferior en un 0,9 % a la de un año antes. Por su parte, también es menor la ingesta per cápita (5,5 %), ya que cierra en 1,16 kilos por persona y año, cifra inferior al del año inmediatamente anterior.

	Consumo doméstico de Otros Marisc/Molusc	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	54.433,30	-4,3 %
VALOR (Miles €)	675.660,65	0,4 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	1,16	-5,5 %
GASTO x CAPITA (€)	14,41	-0,9 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,20	-0,01
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,81	-0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	12,41	4,9 %

4.21.3. CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

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

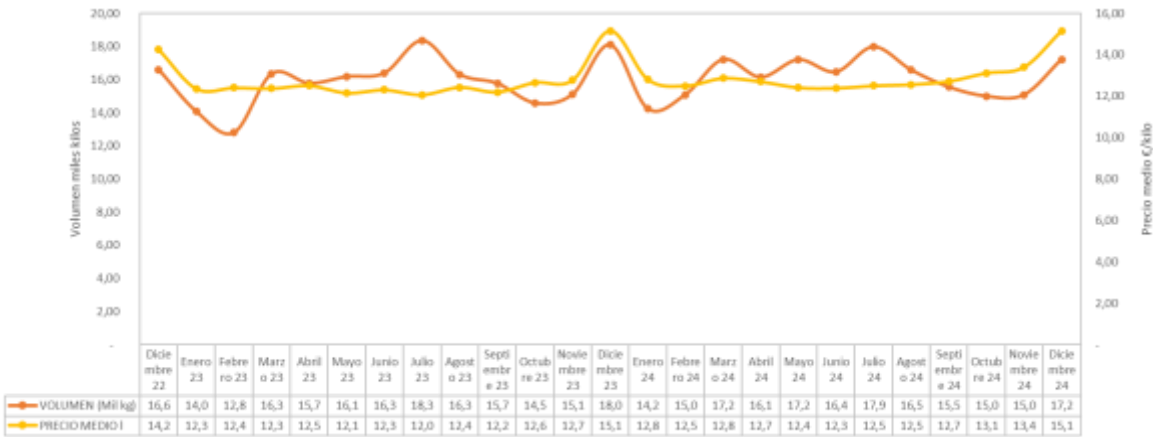
Los hogares españoles incrementan la compra de conservas de pescado y moluscos en un 2,1 % respecto al año anterior. Asimismo, la facturación también mejora, registrando un aumento del 4,4 % en comparación con el ejercicio previo. La diferencia entre el crecimiento en volumen y en valor se explica por el comportamiento que tiene el precio medio, que se incrementa un 2,3 % en los últimos doce meses, cerrando en 12,93 €/kilo. En conjunto, estos datos reflejan una tendencia claramente positiva, por tanto, las conservas ganan presencia dentro del mercado del total productos pesqueros, así como en los hogares españoles a cierre de año.

Los hogares españoles gastan el 2,99 % del presupuesto medio por hogar a la compra de estos productos del mar, siendo su correspondencia en volumen más baja (0,72 %).

El consumo medio realizado por persona y año asciende a 4,13 kilos, siendo una cantidad un 0,8 % superior a la consumida un año antes. Por su parte, el gasto medio realizado por persona asciende a 53,43 € por persona y periodo de estudio, siendo superior en un 3,1 % a la invertida un año antes.

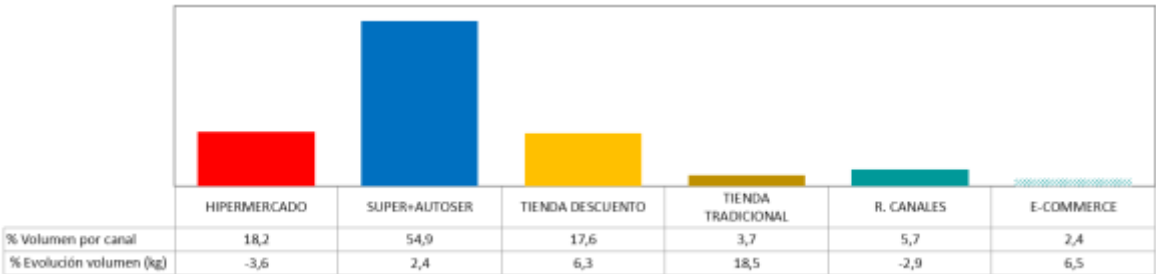
	Consumo doméstico de Cons.Pescado/Molusco	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	193.737,63	2,1 %
Valor (miles €)	2.505.246,80	4,4 %
Consumo x cápita (kg)	4,13	0,8 %
Gasto x cápita (€)	53,43	3,1 %
Parte de mercado volumen (%)	0,72	0,02
Parte de mercado valor (%)	2,99	0,05
Precio medio (€/kg)	12,93	2,3 %

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



Canales

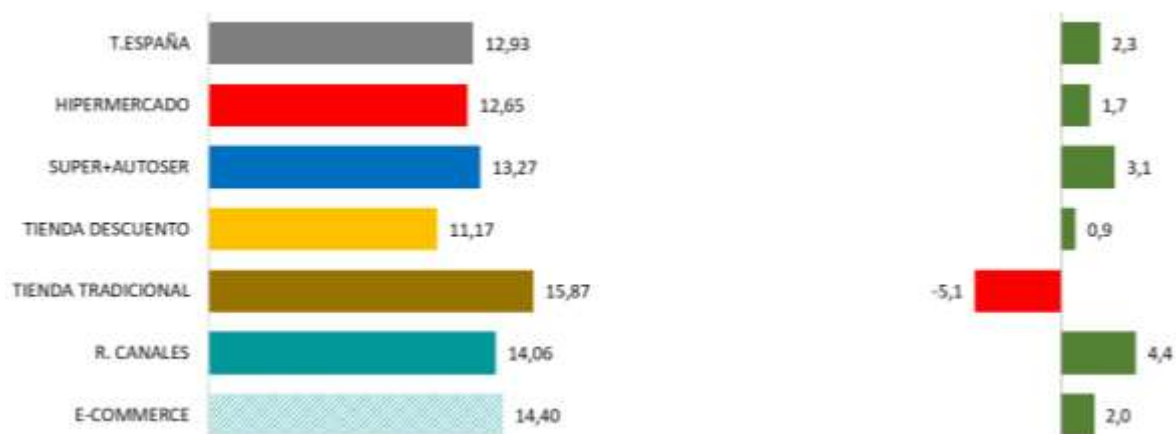
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



El canal de compra favorito para la compra de conservas de pescado y molusco es el supermercado y autoservicio con algo más de la mitad del volumen del mercado (54,9 %). Además, el canal cierra con una variación positiva del 2,4 % del volumen de compras. El canal hipermercado, es el segundo canal por orden de importancia con el 18,2 % del volumen total de las compras. Este canal, sin embargo, se

contrae en volumen un 3,6 % con respecto a los doce meses previos. La tienda descuento y la tienda tradicional son las plataformas que más volumen ganan con respecto al año 2023, con crecimientos del 6,3 % y 18,5 % respectivamente, representando un 17,6 % del volumen la tienda descuento y la tienda tradicional un 3,7 %, respectivamente.

Precio medio (€/kg) por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de conservas de pescado y moluscos aumenta un 2,3 % durante el año 2024, cerrando en 12,93 €/kilo. Este incremento de precio se traslada a todos los canales analizados, a excepción de la tienda tradicional que reduce su precio medio un 5,1 %, aunque sigue siendo el canal, a pesar de esta variación a la baja y contracción de precio medio, que mantiene el precio medio menos competitivo y más alejado del promedio del mercado (15,87 €/kilo).

Por el contrario, el precio medio más asequible se produce en la tienda descuento, con 11,17 €/kilo, cuyo precio medio se incrementa ligeramente con respecto a 2023 (0,9 %). Por su parte, el supermercado mantiene un precio medio superior al mercado (13,27 €/kilo), mientras que el precio medio del hipermercado se encuentra por debajo del promedio nacional (12,65 €/kilo).

Demográficos

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	4,1

NIVEL ALTO	22,5	25,9	3,5
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	15,1	3,9
NIVEL MEDIO	25,0	25,0	4,2
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	13,8	4,1
NIVEL BAJO	22,5	20,3	5,5

- 35 AÑOS	8,9	4,9	2,5
35 A 49 AÑOS	30,5	26,3	3,0
50 A 64 AÑOS	31,7	38,0	4,6
65 Y MAS AÑOS	29,0	30,9	5,9

CATALUÑA	16,3	15,8	4,2
ARAGÓN	2,9	3,1	4,5
ILLES BALEARS	2,4	2,1	4,3
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	10,7	4,0
REGIÓN DE MURCIA	3,0	3,5	4,8
ANDALUCÍA	17,5	17,6	3,9
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	13,6	4,0
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	4,3	3,8
EXTREMADURA	2,3	2,6	4,3
CASTILLA Y LEÓN	5,5	5,8	4,5
GALICIA	5,8	5,6	4,0
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	2,3	4,3
CANTABRIA	1,3	1,2	4,2
PAIS VASCO	4,9	5,8	5,1
LA RIOJA	0,7	0,6	3,5
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,4	4,6
CANARIAS	4,4	4,0	4,0

JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	3,3	5,3
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	7,2	4,9	3,4
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	6,6	2,1
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	16,0	3,0
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,8	14,3	4,0
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	7,5	3,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	15,1	5,9
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	6,4	7,1
RETIRADOS	24,9	25,9	6,4

adultas sin hijos o retirados.

Las CCAA más intensivas en la compra de conservas de pescados/moluscos son la Región de Murcia, Comunidad Foral de Navarra, Castilla y León y el País Vasco, entre otras. Si tenemos en cuenta el consumo per cápita, son los individuos residentes en el País Vasco quienes mayor consumo de este tipo de productos realizan, con 5,1 kilos por persona y periodo de estudio.

El perfil intensivo en la compra de conservas de pescado y molusco son hogares cuyo responsable de las compras tiene una edad que supera los 50 años, y cuyo perfil sobre el nivel socioeconómico se corresponde con hogares más bien acomodados, de clase alta y media alta o de clase media, aunque también de clase baja. Si tenemos en cuenta el ciclo de vida, se corresponde con hogares formados por parejas con hijos de edad media o mayores, así como con parejas adultas sin hijos o retirados.

La media española en cuanto al consumo per cápita de estos productos conservas es de 4,1 kilos por año e individuo. El tipo de hogar con el mayor consumo realizado son los adultos independientes con una ingesta de 7,1 kilos por persona. También superan el promedio nacional hogares formados por jóvenes independientes, parejas

4.21.3.1. CONSUMO DE CONSERVAS POR TIPO

ATÚN

A cierre de 2024, se reduce la compra de conservas de atún por parte de los hogares españoles con respecto al año anterior (3,4 %). El valor del mercado también cae (3,1 %) y el precio medio se mantiene estable con una ligera variación positiva del 0,3 % a cierre de ejercicio, y que le lleva a cerrar en 10,09 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de este producto en conserva el 1,10 % del presupuesto medio asignado para la compra de productos de abastecimiento para el hogar, lo que se corresponde con un gasto por individuo y año de 19,72 €, cantidad inferior a la invertida un año antes en un 4,3 %.

El consumo per cápita de conservas de atún, cierra el año 2024 con una ingesta promedio de 1,95 kilos por persona y año, cifra inferior en un 4,7 % a la del año anterior. Por su parte, las conservas de atún representan un 0,34 % del volumen total del consumo doméstico de alimentos.

	Consumo doméstico de Atun	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	91.671,79	-3,4 %
Valor (miles €)	924.576,42	-3,1 %
Consumo x cápita (kg)	1,95	-4,7 %
Gasto x cápita (€)	19,72	-4,3 %
Parte de mercado volumen (%)	0,34	-0,03
Parte de mercado valor (%)	1,10	-0,06
Precio medio (€/kg)	10,09	0,3 %

SARDINAS

Al contrario de lo que ocurre en el segmento, las conservas de sardinas reducen sus compras con respecto a 2024 con una variación a la baja del 6,2 %. Estos productos reducen también su facturación un 0,7 % con respecto al año inmediatamente anterior, a pesar de que los hogares pagan un precio medio superior del 5,9 %, cerrando en 10,74 €/kilo.

Los hogares españoles destinan a la compra de conservas de sardinas el 0,12 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 2,08 € invertidos por persona y año, gasto que se sitúa por debajo del realizado en 2023 (1,9 %). El consumo per cápita de conservas de sardinas ha sido de 0,19 kilos por persona durante el año 2024, consumo inferior respecto a un año antes (7,4 %).

PESCADOS

	Consumo doméstico de Sardinias	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	9.096,90	-6,2 %
VALOR (Miles €)	97.731,67	-0,7 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,19	-7,4 %
GASTO x CAPITA (€)	2,08	-1,9 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,03	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,12	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,74	5,9 %

CHICHARRO Y CABALLA

La compra de conservas de chicharro y caballa se incrementa por parte de los hogares españoles (4,5 %) con respecto a un año antes. Nuevamente y al igual que se produce en el segmento de conservas de pescado y moluscos, el valor para este tipo de conservas se incrementa un 8,7 %. Esta diferencia entre el volumen y valor viene determinada por el efecto que tiene el aumento del precio medio, que a cierre de año crece un 4,0 % cerrando en 11,17 €/kilo.

El consumo per cápita, es decir el consumo que se realiza a nivel individual para este producto en conserva es de 0,12 kilogramos por persona y año, cantidad superior en un 3,1 % con respecto a la ingerida un año antes. Por su parte, el gasto per cápita es mayor en un 7,3 %, lo que implica un gasto medio aproximado por persona de 1,36 €.

En promedio, cada residente en España destina a la compra de estos productos en conserva un 0,08 % del presupuesto medio asignado para el importe destinado al abastecimiento doméstico. Su correspondencia en volumen es del 0,02 %.

	Consumo doméstico de Chicharro/Caballa	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	5.692,53	4,5 %
VALOR (Miles €)	63.586,55	8,7 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,12	3,1 %
GASTO x CAPITA (€)	1,36	7,3 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,02	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,08	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	11,17	4,0 %

MEJILLONES

A cierre de año 2024, la compra de mejillones aumenta un 5,3 % en volumen. En valor, existe una mayor estabilidad con una variación del 0,1 %. Nuevamente la diferencia entre volumen y valor viene

PESCADOS

determinada por el impacto que tiene el precio medio que cierra siendo un 5,0 % inferior que hace un año y asciende a 10,48 €/kilo. Por tanto, la mayor demanda de estos productos no se compensa en términos económicos debido a que se paga menos por kilo de producto que con respecto hace un año.

En promedio, cada residente en España consume en torno a 0,27 kilogramos por persona y año, cantidad superior a la consumida un año antes (3,9 %). El gasto per cápita realizado asciende a 2,84 € por persona y periodo de estudio, en este caso cantidad un 1,2 % más baja a la invertida un año antes.

	Consumo doméstico de Mejillones	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	12.712,56	5,3 %
VALOR (Miles €)	133.254,49	0,1 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,27	3,9 %
GASTO x CAPITA (€)	2,84	-1,2 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,05	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,16	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	10,48	-5,0 %

BERBERECHOS

La compra de conservas de berberechos se reduce a cierre de año 2024 en un 6,2 % con respecto a 2023, y, aunque el precio crece un 3,6 %, no consigue frenar a la caída del consumo y por ende el de la facturación, que se contrae un 2,8 %. El precio medio de las conservas de berberechos cierra en el año 2024 en 25,62 €/kilo, cifra que supone 12,69 € más que el precio medio kilo de la categoría de conservas de pescado/molusco.

En promedio, cada individuo residente en España gasta 1,34 € al año en la compra de esta categoría, cantidad un 4,1 % inferior a la invertida durante un año antes. Por su parte, el consumo per cápita cierra el año 2024, con una ingesta media de 0,05 kilos por persona y año, cifra inferior a la consumida un año antes en un 7,4 %.

	Consumo doméstico de Berberechos	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	2.457,20	-6,2 %
VALOR (Miles €)	62.963,77	-2,8 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,05	-7,4 %
GASTO x CAPITA (€)	1,34	-4,1 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,08	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	25,62	3,6 %

ALMEJAS

La compra de almejas en conserva crece un 10,2 % a cierre de año 2024. El valor del mercado también se sitúa en positivo con una variación del 8,2 %. El precio medio cierra el año siendo un 1,8 % más bajo e inferior al del mismo periodo del año anterior, cerrando en 11,88 €/kilo.

El gasto per cápita invertido en la compra de conservas de almejas es de 0,38 € por persona y año, cifra que varía en positivo un 6,8 % a la del año anterior. Por su parte, el consumo per cápita realizado a cierre de año 2024 ha sido de 0,03 kilos por persona y año.

	Consumo doméstico de Almejas	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	1.518,82	10,2 %
VALOR (Miles €)	18.045,82	8,2 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,03	8,8 %
GASTO x CAPITA (€)	0,38	6,8 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,02	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	11,88	-1,8 %

CALAMARES

El volumen adquirido para consumo doméstico de conservas de calamares es un 4,2 % inferior al de un año antes. El valor del mercado es un 1,4 % más alta, que puede relacionarse con la subida en el precio medio, que crece un 5,8 % a cierre de año 2024, llegando a cerrar en 9,56 €/kilo. A diferencia de la mayoría de las conservas y del total del mercado, donde se observa un aumento del volumen de compra (2,1 %), en el caso de las conservas de calamares, los hogares adquieren una menor cantidad de esta variedad.

Los hogares españoles destinan a la compra de esta conserva el 0,04 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas, lo que se corresponde con un gasto per cápita de 0,78 € por persona y año, cifra que se mantiene prácticamente estable con respecto al año anterior (0,1 %).

El consumo medio realizado por individuo residente en España a cierre de año 2024 ha sido de 0,08 kilos por persona y año. Esta cantidad es un 5,4 % inferior a la realizada un año antes.

PESCADOS

	Consumo doméstico de Calamares	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	3.840,69	-4,2 %
VALOR (Miles €)	36.702,76	1,4 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,08	-5,4 %
GASTO x CAPITA (€)	0,78	0,1 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,04	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	9,56	5,8 %

PULPO

Los hogares compran menos conservas de pulpo a cierre de año 2024, ya que se produce una reducción en el volumen comprado en kilos del 10,7 %. Es importante destacar que coincide con que el precio medio se incrementa en un 7,5 %, cerrando en 11,70 €/kilo. A pesar de la subida en el precio, la facturación también cae, pero lo hace a un ritmo inferior a la variación del volumen (4,0 %).

El consumo per cápita de conservas de pulpo es de 0,01 kilos por persona y año, cantidad un 11,9 % inferior a la de 2023. Por su parte, el gasto realizado por persona asciende a 0,09 € un 5,3 % inferior a un año antes.

	Consumo doméstico de Pulpo	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	344,92	-10,7 %
VALOR (Miles €)	4.036,15	-4,0 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,01	-11,9 %
GASTO x CAPITA (€)	0,09	-5,3 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,00	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,00	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	11,70	7,5 %

ANCHOAS

El año 2024 cierra en negativo para la compra de anchoas, con una caída del 1,4 % en el volumen adquirido por los hogares españoles. Aunque el precio medio por kilo aumenta un 0,9 %, situándose en 26,17 €/kg, la facturación también se resiente, registrando un descenso del 0,5 %, en línea con la contracción del consumo.

El gasto medio realizado por persona y año a cierre de 2024 es de 1,94 €, cantidad ligeramente inferior en un 1,8 % a la del año anterior. Por su parte, el consumo per cápita es de 0,07 kilos por persona, siendo, un 2,6 % más bajo que hace un año.

	Consumo doméstico de Anchoas	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	3.473,62	-1,4 %
VALOR (Miles €)	90.920,17	-0,5 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,07	-2,6 %
GASTO x CAPITA (€)	1,94	-1,8 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,01	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,11	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	26,17	0,9 %

SALMON AHUMADO

Aumenta la compra de salmón ahumado a cierre de año 2024. El volumen comprado para consumo doméstico es un 8,7 % superior al del año 2023. El precio medio aumenta un 2,2 %, provocando que cierre en un precio medio por kilo pagado de 35,92 €. Este aumento del precio y del consumo permite que el valor y la facturación del mercado crezcan un 11,0 %, lo que lo convierte en el segmento que más crece en valor dentro de la categoría de conservas. Este aumento en el precio y el consumo refleja un comportamiento positivo en la demanda de salmón ahumado, destacándose como uno de los productos con mayor crecimiento.

Los hogares españoles destinan a la compra de este producto el 0,32 % del presupuesto medio asignado para la compra de alimentación y bebidas a cierre de año, siendo su correspondencia en volumen del 0,03 %. En promedio, cada residente en España ha realizado un gasto per cápita de 5,79 € en la compra de este producto, cifra superior a la invertida un año antes (9,6 %). El consumo per cápita realizado por año ha sido de 0,16 kilos por persona, cantidad superior si la comparamos con un año antes (7,2 %).

	Consumo doméstico de Salmon Ahumado	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	7.564,27	8,7 %
VALOR (Miles €)	271.719,91	11,0 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,16	7,2 %
GASTO x CAPITA (€)	5,79	9,6 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,03	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,32	0,02
PRECIO MEDIO (€/kg)	35,92	2,2 %

TRUCHA AHUMADA

El año 2024 ha sido favorable para el mercado de la trucha ahumada. El volumen de compras aumentó un 9,1 % en comparación con el año anterior, mientras que el precio medio se situó en 28,89 €/kilo, lo que representa una ligera disminución del 0,8 % respecto a 2023. Este incremento en la demanda

impulsó el valor total del mercado, que creció un 8,2 %. Siendo nuevamente la diferencia, la relacionada con el precio medio pagado por kilo.

En promedio a cada español realiza un gasto per cápita de 0,09 € en trucha ahumada, siendo un 6,8 % más alto que doce meses antes.

	Consumo doméstico de Trucha Ahumada	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (Miles kg)	142,46	9,1 %
VALOR (Miles €)	4.258,22	8,2 %
CONSUMO x CAPITA (kg)	0,00	7,7 %
GASTO x CAPITA (€)	0,09	6,8 %
PARTE DE MERCADO VOLUMEN (%)	0,00	0,00
PARTE DE MERCADO VALOR (%)	0,01	0,00
PRECIO MEDIO (€/kg)	29,89	-0,8 %

4.22. 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

A cierre de año 2024, los hogares españoles aumentan en un 5,1 % la compra de platos preparados, dato destacado si tenemos en cuenta que la demanda de productos de alimentación para el consumo doméstico se mantiene estable con respecto a 2023. Por tanto, estos productos ganan cada vez más importancia dentro de las cestas de los hogares españoles, alcanzando los 806.098,24 miles de kilos a cierre de 2024.

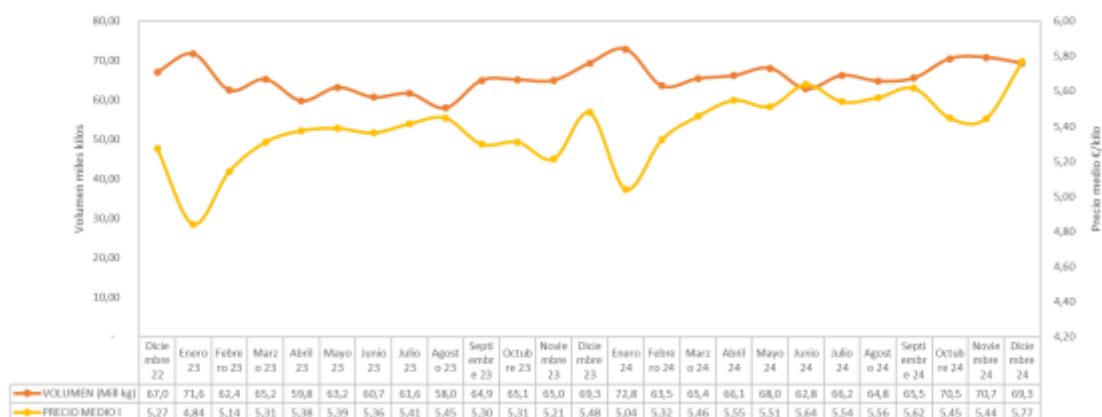
En cuanto a la facturación, hablamos de un crecimiento del 8,9 %, algo lógico, pues unido a la mayor demanda de estos productos, el valor de mercado se apoya en el precio medio y este se ha incrementado un 3,7 % durante el año 2024, cerrando en 5,49 €/kilo.

En promedio, cada individuo en España consume del orden de 17,19 kilos de platos preparados durante el año, una cantidad que supera la del ejercicio anterior en un 3,7 %, equivalente a consumir 0,612 kilos más de estos productos por persona y año. Asimismo, también aumenta el gasto per cápita (7,5 %), cerrando en 94,35 euros por persona y año.

Los platos preparados, representan el 3,01 % del volumen total adquirido para consumo doméstico, siendo superior la proporción que representan en valor (5,28 %).

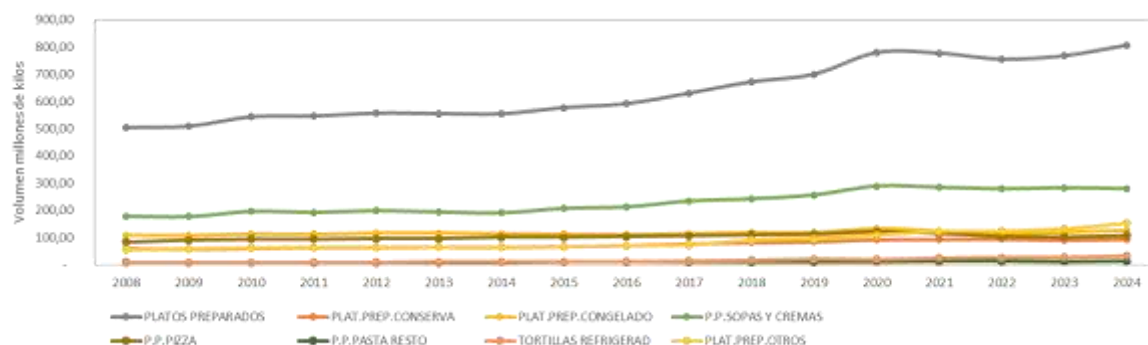
	Consumo doméstico de Platos Preparados	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg)	806.098,24	5,1 %
Valor (miles €)	4.424.099,50	8,9 %
Consumo x cápita (kg)	17,19	3,7 %
Gasto x cápita (€)	94,35	7,5 %
Parte de mercado volumen (%)	3,01	0,15
Parte de mercado valor (%)	5,28	0,31
Precio medio (€/kg)	5,49	3,7 %

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



Es interesante observar, que este tipo de productos tiene un componente estacional, pues si observamos la serie histórica mensual, se aprecia un repunte en el consumo de estos productos durante los meses de diciembre y enero, periodo coincidente con las navidades y época de una mayor preparación de comidas y cenas en los hogares. Con respecto al precio medio kilo, es interesante ver como de manera gradual el precio medio asciende mes a mes durante el año 2024, alcanzando el tope máximo de 5,77 €/kilo en diciembre de 2024.

Evolución anual de total compras (millones kg) por tipos

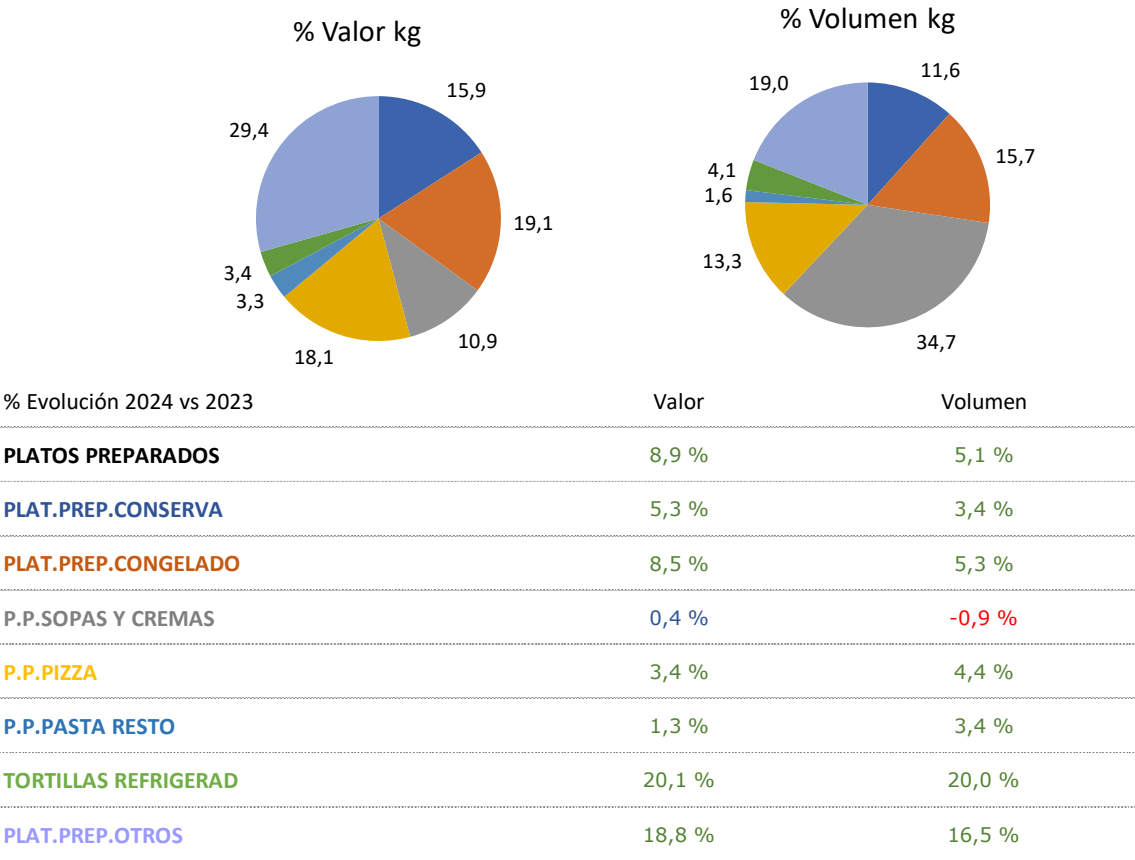


La categoría de platos preparados evoluciona de forma constante, positiva y creciente si tomamos como referencia el periodo expuesto en la gráfica superior, que oscila entre los años 2008 y 2024, ambos años incluidos.

El punto más alto se registra en el año 2020, lo cual resulta comprensible si se considera el contexto de la pandemia y el consecuente incremento del consumo en el ámbito doméstico. Aunque, en términos generales, la cocina y la preparación de platos experimentaron un notable auge durante este periodo, ello no implicó una renuncia a la conveniencia ni a las ventajas asociadas a este tipo de productos.

Si realizamos un comparativo del año 2024 con respecto del año 2008, la resultante sigue siendo favorable para la categoría, con un gran crecimiento para platos preparados de conservas o sopas y cremas con variaciones a doble dígito, en este sentido también encontramos a los platos preparados de tortilla, que crecen exponencialmente en este horizonte temporal.

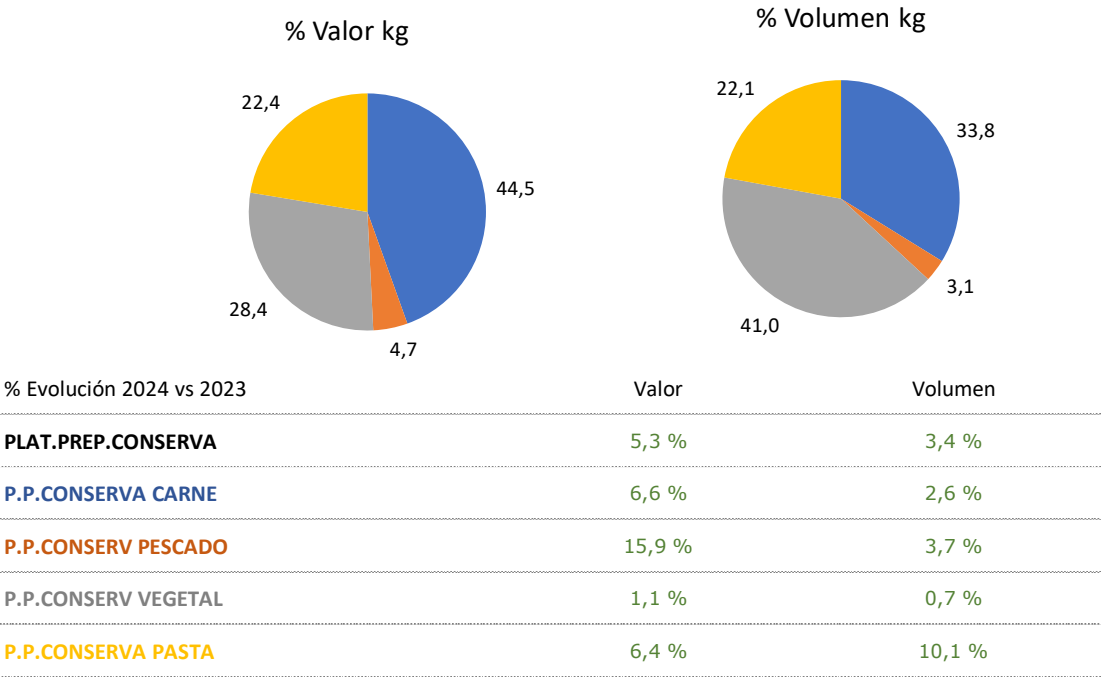
Importancia de los tipos de platos preparados



El tipo de plato preparado preferido por los hogares españoles para consumo doméstico se corresponde con platos preparados de sopas y cremas, debido a que representan el 34,7 % del volumen. Sin embargo, es el único segmento que evoluciona en negativo con respecto a 2023, con una pérdida del 0,9 %. La proporción en valor es inferior y alcanza el 10,9 %, debido a que el precio asociado de este producto es inferior al de la categoría, así como al del resto de los tipos.

Los platos preparados congelados, son la segunda tipología con mayor proporción del volumen, 15,7 %, siendo su correspondencia en valor del 19,1 % (si obviamos el otros, donde se engloban el resto de los platos no descritos). El volumen y valor de estos productos crece un 5,3 % y 8,5 %, respectivamente. Por su parte, los platos preparados de pizza representan el 13,3 % sobre el volumen total de la categoría, siendo su proporción más alta en valor y logrando casi 1 de cada 5 euros de la categoría (18,1 %). Por su parte, los platos preparados de pizza cierran el año 2024 con un balance favorable y es que crecen tanto en volumen (4,4 %), como en valor (3,4 %).

Las tortillas refrigeradas, mantienen una representación algo inferior en el volumen del mercado, con un 4,1 % del volumen de la categoría, siendo la correspondencia en valor del 3,4 %. No obstante, llama la atención que este tipo de productos, son los que mejor evolución representan a cierre de año 2024, con variaciones en torno a un 20,0 % para ambas métricas. Es importante destacar que el precio medio kilolitro de productos como patatas frescas, cebollas frescas y de aceite, ha crecido de manera muy significativa durante 2024, por tanto puede ser un elemento a considerar ante la variación sufrida por este segmento.



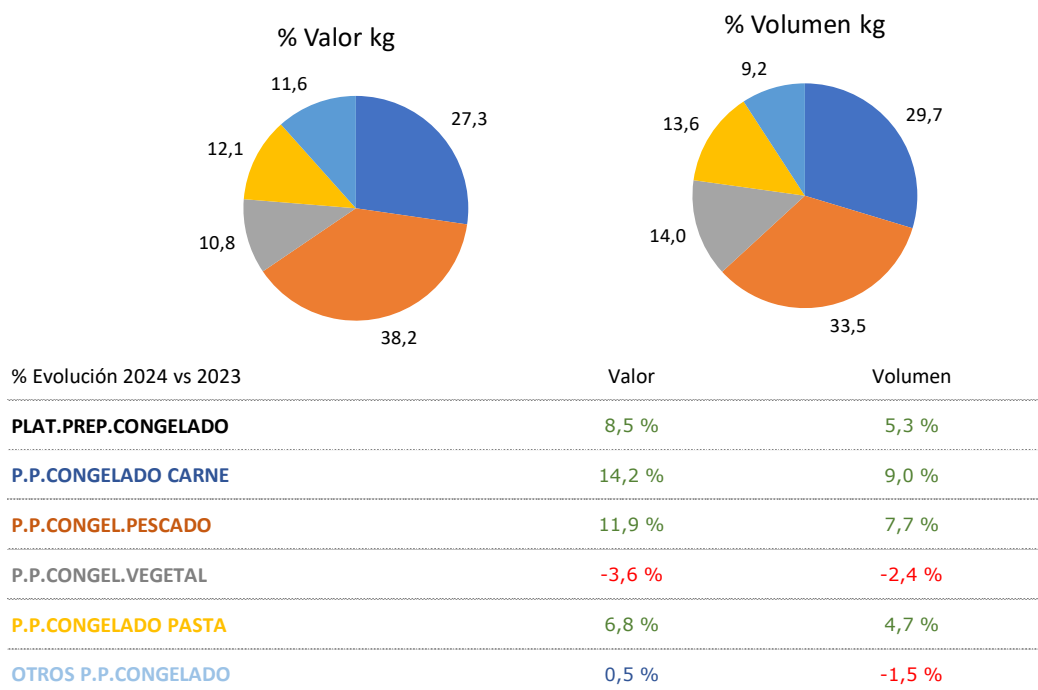
El segmento de platos preparados en conserva representa el 11,6 % del volumen total de la categoría y su evolución es positiva con respecto a 2023, con un incremento del 3,4 % del volumen. En valor, estos productos mantienen el 15,9 % del valor total del mercado, siendo su variación positiva durante el año 2024 con un 5,3 % de incremento. Es importante considerar el buen desarrollo de estos productos durante el año 2024, teniendo en cuenta que el mercado agroalimentario español, ha permanecido relativamente estable en volumen.

Los platos preparados en conserva de carne mantienen una cuota del volumen que alcanza el 33,8 % y a cierre de ejercicio 2024 incorpora un el 2,6 % más de volumen con respecto al mismo periodo del año anterior. En valor, esta es la tipología de producto que tiene la mayor proporción con el 44,5 % de la facturación, siendo su evolución positiva y obteniendo un 6,6 % más de rendimiento.

Los platos preparados en conserva de pasta registran la mejor evolución del segmento en volumen, con un crecimiento a doble dígito que alcanza el 10,1 %. La proporción de platos de conserva de pasta alcanza el 22,1 % sobre el volumen total, con una correspondencia en valor del 22,4 %.

Los platos preparados de conserva vegetal, representa el 41,0 % del volumen de este segmento, y su compra crece un 0,7 %. Este producto preparado, mantiene una proporción del valor de 28,4 % y su evolución también es favorable, con un crecimiento del 1,1 %.

Hay que destacar que los platos preparados en conserva de pescado a cierre de año 2024, acumulan el mayor incremento en valor del mercado, creciendo un 15,9 % con respecto a año previo. Por su parte, también crece el volumen, con una aumento del 3,7 %. Sin embargo, mantienen la proporción más baja tanto en volumen como en valor de su categoría, no llegando en ningún caso al 5,0 %.



Si tenemos en cuenta la distribución por tipos si analizamos los platos preparados congelados el segmento de pescado es quien mantiene la mayor proporción no solo de volumen, sino que también del valor de la categoría, con un 33,5 % en el caso del primero y un 38,2 % en el del segundo. Estos productos ganan presencia en los hogares, pues cierran con crecimiento del 7,7 % y 11,9 %, respectivamente.

El segundo tipo por orden de importancia se corresponde con los platos preparados congelados de carne, cuya participación en volumen alcanza el 29,7 % mientras que en valor representa el 27,3 %. Estos productos también cobran protagonismo en los hogares a cierre de año y cierran con variaciones positivas tanto en volumen (9,0 %), como en valor (14,2 %). Los platos preparados congelados vegetales, reducen un 2,4 % su volumen de compras a cierre de año y ven mermada su facturación en un 3,6 % con respecto a 2023, no obstante su participación en volumen alcanza un 14,0 % sobre el total, siendo la correspondencia en valor del 10,8 %.

Consumo per cápita de los tipos de platos preparados

	Consumo per cápita (kg)	
	2023	2024
PLATOS PREPARADOS	16,58	17,19
PLAT.PREP.CONSERVA	1,96	2,00
PLAT.PREP.CONGELADO	2,60	2,70
P.P.SOPAS Y CREMAS	6,09	5,96
P.P.PIZZA	2,23	2,29
P.P.PASTA RESTO	0,26	0,27
TORTILLAS REFRIGERAD	0,59	0,70
PLAT.PREP.OTROS	2,84	3,27

El consumo medio por persona y año de platos preparados durante el año 2024 se incrementa un 3,7 %, siendo la cantidad ingerida por persona y periodo de estudio de 17,19 kilolitros.

Este incremento se produce de manera estructural a todos los tipos desglosados en la tabla superior, a excepción de platos preparados de sopas y cremas, que ven reducido su consumo, pasando de consumirse 6,09 kilos por persona en 2023 a 5,96 kilos/persona en 2024, si bien, continúan siendo los que mantienen la mayor proporción de consumo per cápita. Por su parte, el aumento más significativo se produce para tortillas refrigeradas, que pasan de 0,59 kilos/persona/año en 2023 a 0,70 kilos durante el año de estudio.

Canales

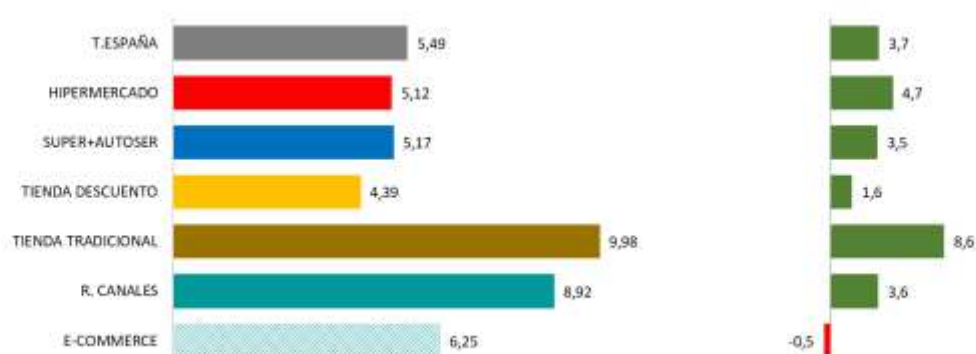
% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



El supermercado y autoservicio es el canal favorito para la compra de la categoría a cierre de año 2024 con más de la mitad del volumen (57,8 %). Este canal genera además un 6,2 % de volumen adicional si lo comparamos con el año 2023, crecimiento superior al del mercado, por tanto, cierra con un buen desarrollo de la categoría.

El segundo canal por orden de importancia es la tienda descuento, acumula un 17,7 % sobre el total de las compras, consigue cerrar con un aumento del 7,2 % de las compras. Por su parte, el hipermercado es la tercera plataforma por importancia para la categoría con una agrupación del 12,9 % del volumen, si bien, ve reducido su volumen en un 2,5 %. Cabe destacar que el incremento más significativo se produce en la tienda tradicional, que acapara un 11,8 % más de volumen, si bien, únicamente representa un 2,7 % del volumen total de la categoría. Es importante mencionar que el canal e-commerce mantiene un peso del 3,0 % sobre el volumen de la categoría de análisis, siendo un peso superior al que representa del volumen total agroalimentario español, por tanto, es un mercado que desarrolla de manera positiva, siendo su evolución favorable (5,1 %) a cierre de año 2024.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)

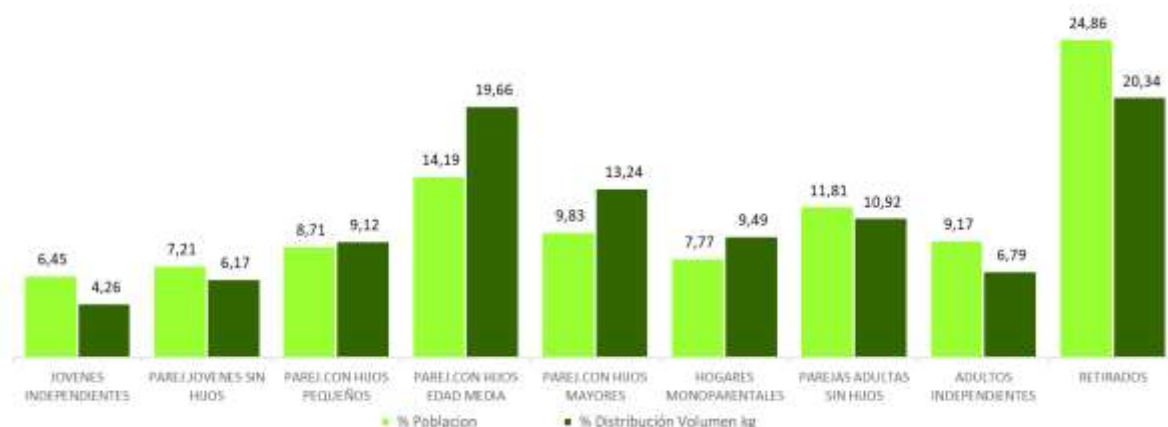


El precio medio kilolitro de la categoría de platos preparados cierra en los 5,49 €/kilo, una cantidad superior en un 3,7 % a la del año 2023. Este aumento de precios se traslada a todos los canales analizados, a excepción del canal e-commerce, que lo reduce en un 0,5 %. A pesar de este esfuerzo en precio, el canal mantiene un precio medio kilolitro superior al promedio del mercado (5,49 €/kilo vs 6,25 €/kilo).

El crecimiento en precio medio más alto de la categoría lo registra la tienda tradicional (8,6 %), además este mismo canal registra el precio medio pagado por kilolitro más alto del mercado (9,98 €/kilo). Por el contrario, la tienda descuento cierra el año 2024 con el precio medio por kilolitro más económico y accesible de la categoría con 4,39 €/kilolitro, haciendo además un esfuerzo e incrementando el precio en un 1,6 %, crecimiento más moderado al experimentado por la categoría (3,7 %).

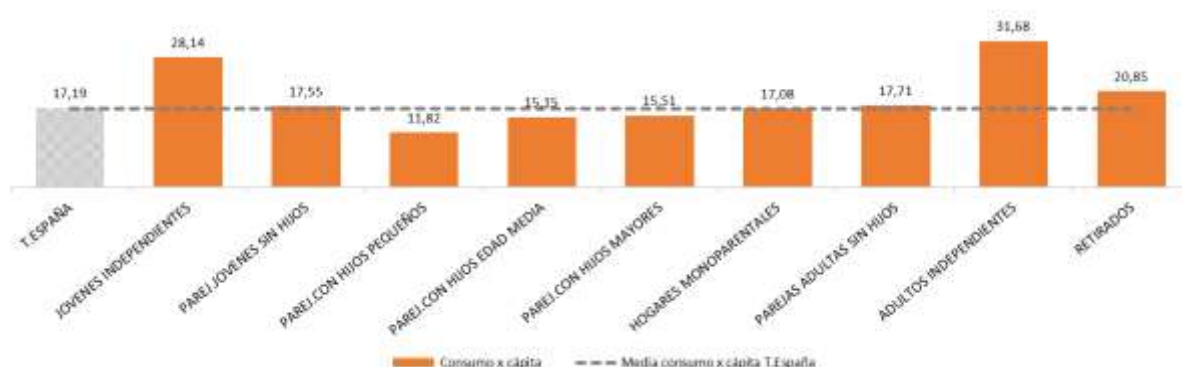
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por ciclo de vida (2024)



El perfil de hogar consumidor intensivo de platos preparados a cierre de año 2024 se corresponde con hogares con presencia de niños, independientemente de la edad que tengan, así como hogares monoparentales, debido a que el peso que representan en volumen, supera el peso que representan en población, consumiendo por tanto una cantidad mayor a la esperada. Destaca especialmente en el caso de parejas con hijos de edad media, pues son responsables de casi 1 de cada 5 kilos comprados de este tipo de productos (19,7 %), cuando su extensión de población alcanza el 14,2 %, por lo que consumen un 38,6 % más de lo esperado. No es despreciable tampoco el 20,34 % del volumen que representan los hogares retirados, si bien, no compran la cantidad esperada si tenemos en cuenta el peso que representan en términos de población.

Consumo per cápita por ciclo de vida (2024)



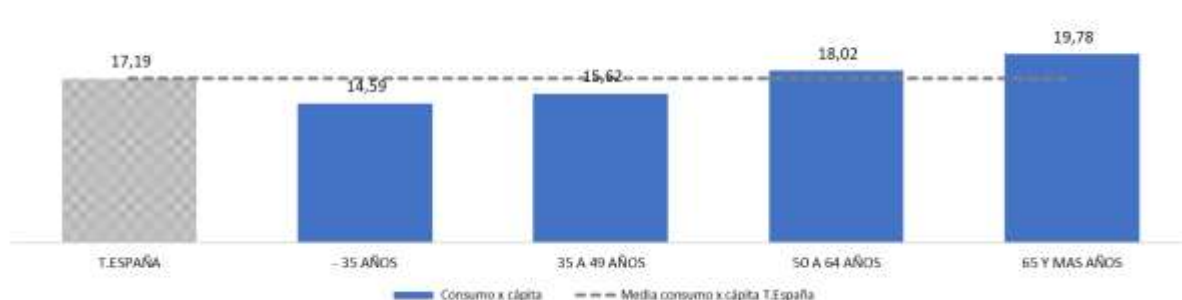
En 2024, el consumo per cápita de platos preparados se sitúa, en promedio, en 17,19 kilogramos por persona. Superan esta media ciertos perfiles demográficos como los jóvenes y adultos independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y las parejas adultas sin hijos o retiradas. Cabe destacar que estos grupos suelen estar conformados por un menor número de integrantes por hogar, lo que implica que, si bien no necesariamente representan hogares intensivos en términos de compra total, sí lo son en términos de consumo individual.

% Población y % distribución del volumen por edad del responsable de compra (2024)



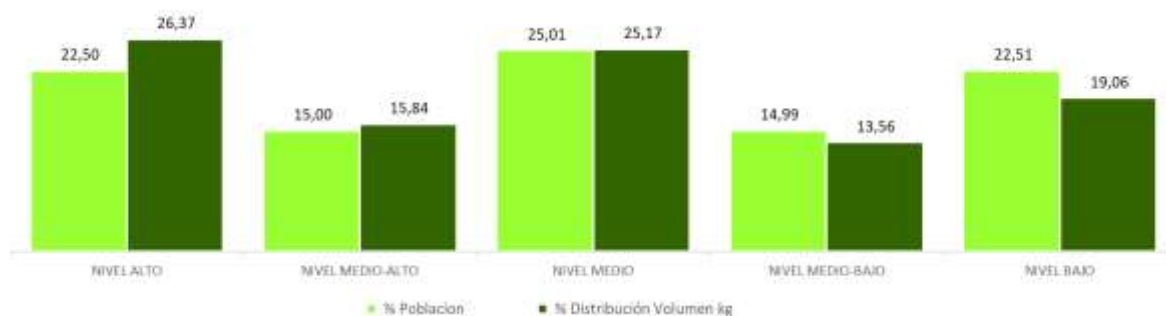
El perfil de hogar intensivo en la compra de platos preparados, considerando la edad del responsable de las compras, se concentra en el rango de 35 a 64 años. Estos grupos presentan una participación en el volumen de compra superior a su peso poblacional, lo que indica un consumo por encima de lo esperable en función de su representación demográfica.

Consumo per cápita por edad del responsable de compra (2024)



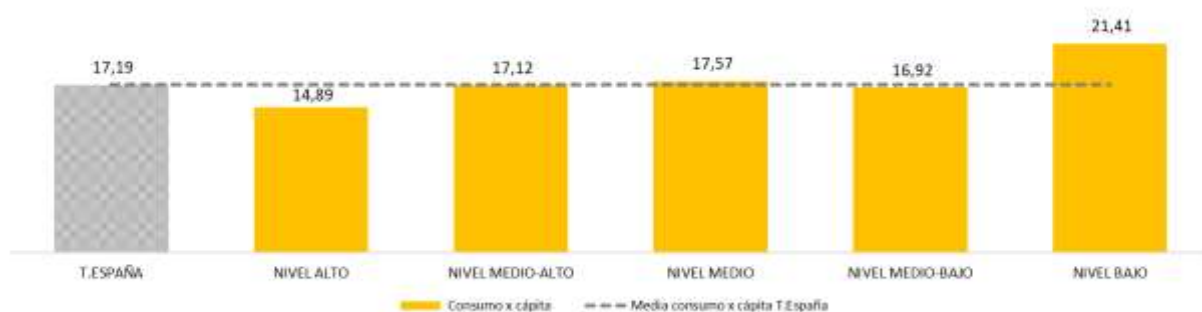
A cierre del año 2024, los adultos a partir de los 50 años se consolidan como los principales consumidores de platos preparados, superando el promedio nacional de 17,19 kilogramos por persona al año. Los individuos de 65 y más años, cierran con una ingesta promedio de 19,78 kilogramos por persona y año, cantidad superior en algo más de dos kilos a la ingesta promedio.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



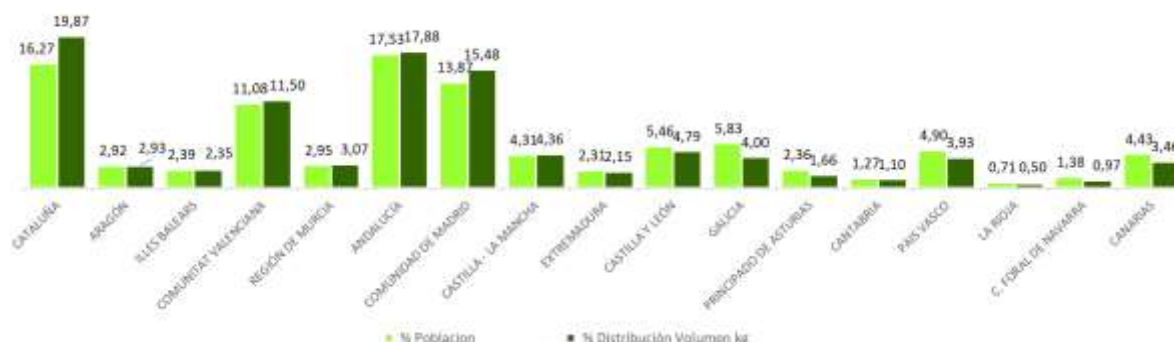
En cuanto al análisis en función del nivel socioeconómico, los hogares de nivel alto, medio alto y medio presentan un perfil intensivo en la compra de platos preparados. Esto se debe a que su consumo en esta categoría es proporcionalmente superior a su representación en la población, lo que indica una mayor propensión al consumo respecto a otros segmentos. En el caso del nivel socioeconómico alto, su consumo supera en un 17,2 % al esperado, en relación a su cuota demográfica.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



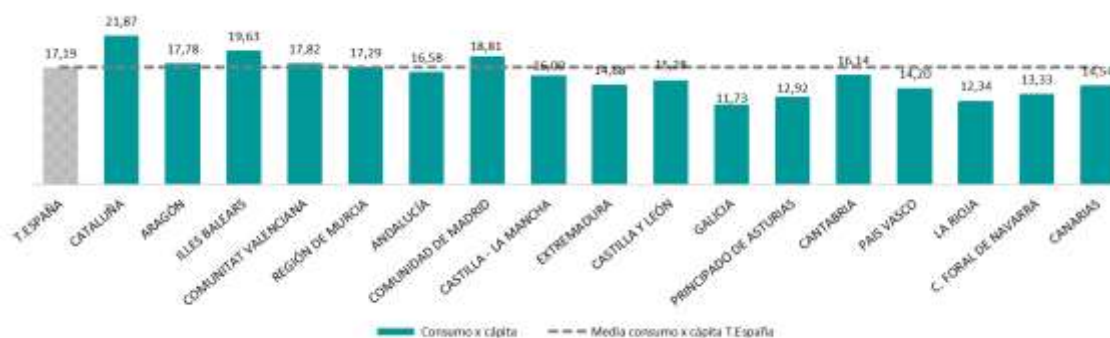
El consumo per cápita a cierre de año 2024 de platos preparados cierra en 17,19 kilogramos por persona y año. Esta cantidad se supera en el caso de hogares de nivel socioeconómico medio y nivel socioeconómico bajo, siendo estos los que mayor cantidad de este tipo de productos consumen (21,42 kilos/persona/año). Es importante destacar, que los individuos de nivel socioeconómico alto tienen la menor ingesta de platos preparados a cierre de año 2024, con 14,89 kilolitros por persona y periodo de estudio.

% Población y % distribución del volumen por comunidad autónoma (2024)



Cataluña, Comunitat Valencia, Andalucía y la Comunidad de Madrid son las comunidades autónomas más intensivas en la compra de platos preparados durante el ejercicio 2024, llegamos a esta conclusión analizando los datos disponibles, y es que la proporción de volumen que acaparan supera el porcentaje de población que representan, por tanto, realizan un consumo superior a lo esperado. En aquellas comunidades autónomas donde no se cumple esta relación, se realiza por tanto una menor ingesta a la esperada en relación a su cuota demográfica.

Consumo per cápita por comunidad autónoma (2024)



Los individuos catalanes tienen el consumo per cápita más alto de la categoría de estudio de todo el país, con 21,87 kilolitros consumidos por persona y año, superando en 4,68 kilos la media nacional. Superan también el promedio del mercado, individuos que residen en Aragón, Illes Balears, Comunidad de Madrid o la Comunitat Valenciana.

4.23. ALIMENTOS SIN GLUTEN

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación recoge desde el año 2020 información del tipo de alimentación sin gluten, como una categoría independiente, para ver su importancia dentro del total alimentación y la importancia de los diferentes productos en sí misma. No están desglosadas todas las categorías de alimentación ni bebidas, debido a que no todos los productos de alimentación tienen producción sin gluten. Por su parte, se muestran las categorías y productos que mantienen un peso significativo dentro del segmento.

Resultados totales

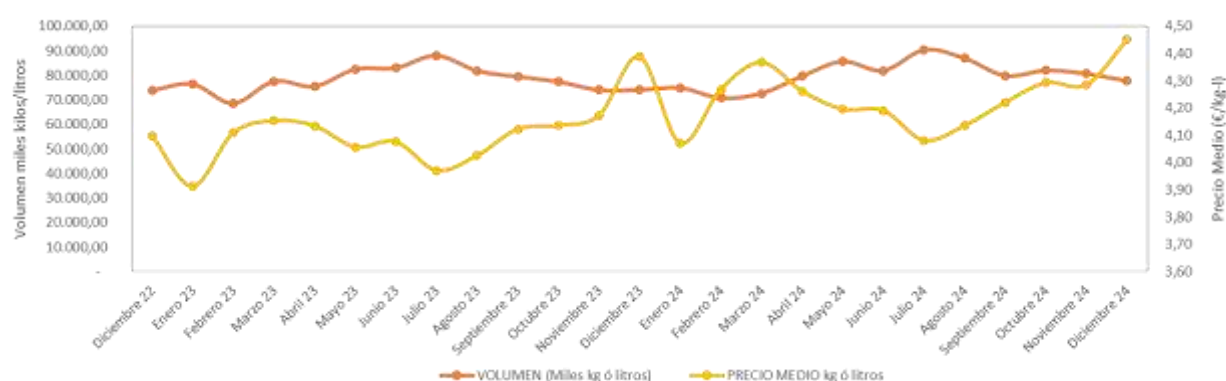
A cierre de año 2024, la alimentación sin gluten aumenta su presencia en los hogares españoles en un 2,6 % con respecto al año anterior. En valor, el crecimiento es de un 5,9 %, debido a que el precio medio cierra el año 2024 en 4,23 €/kilolitro, cifra un 3,2 % más alta que el año previo. El movimiento al alza del precio medio y de la demanda, se unen, haciendo que la diferencia en valor sea mayor. El encarecimiento del precio medio pagado por kilolitro de estos productos, supera al registrado en el total de la alimentación (2,8 %).

Los hogares españoles destinan a la compra de alimentación sin gluten el 4,86 % del presupuesto medio asignado a la compra de alimentación y bebidas, lo que equivale a realizar un gasto por persona de 86,92 € en el 2024, inversión un 4,5 % superior a la de 2023.

En volumen, el peso de la alimentación sin gluten en las cestas de los hogares españoles es del 3,59 %, lo cual se traduce en un consumo per cápita de 20,54 kilolitros de productos sin gluten por persona, lo que supone un incremento del 1,3 % frente al año anterior.

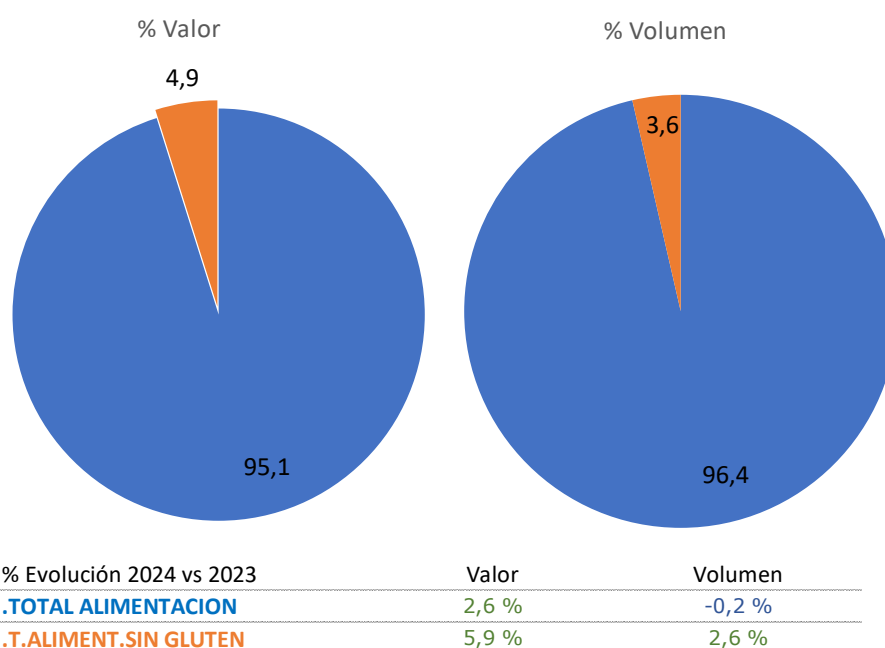
	Consumo doméstico de Alimentación sin Gluten	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg-l)	963.114,95	2,6 %
Valor (miles €)	4.075.830,70	5,9 %
Consumo x cápita (kg-l)	20,54	1,3 %
Gasto x cápita (€)	86,92	4,5 %
Parte de mercado volumen (%)	3,59	2,59
Parte de mercado valor (%)	4,86	3,86
Precio medio (€/kg-l)	4,23 €	3,2 %

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



La compra de productos sin gluten aumenta este año con respecto a 2022 en un 2,9 %, al igual que frente a 2023 (2,6 %), si bien la demanda de estos productos ha disminuido de forma progresiva a finales del año 2024, mientras que el precio medio sigue la tendencia contraria y crece mes a mes alcanzando un máximo en el mes de diciembre.

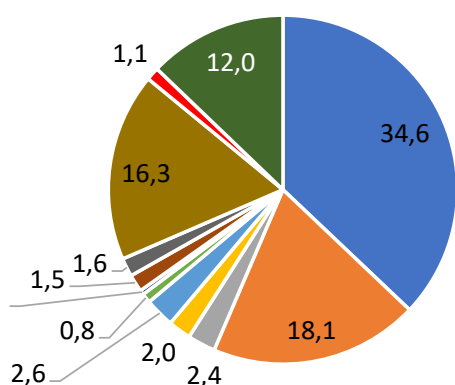
Importancia de los tipos de alimentos sin gluten



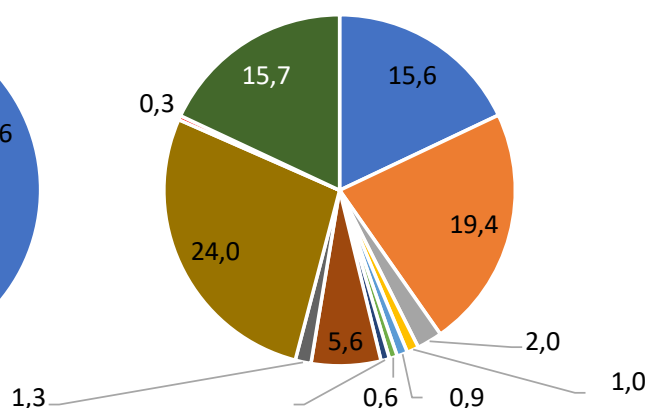
Durante el 2024, los productos de alimentación sin gluten representan el 3,6 % del volumen total de alimentación y expanden su demanda en un 2,6 %, mientras que el total alimentación presenta estabilidad con respecto a 2023.

En valor, esta categoría presenta un peso algo superior (4,9 %), dado que su precio medio es superior al del resto de la alimentación (4,23 €/kilolitro frente a 3,12 €/kilolitro). La evolución en facturación de productos sin gluten también es superior a la del total del mercado alimentario (5,9 %) pues, como se ha indicado con anterioridad, el encarecimiento en el precio medio de esta categoría es más alto.

% Cuota en Valor Prod.Sin gluten
sobre total Productos Sin gluten



% Cuota en Volumen Prod.Sin gluten
sobre total Productos Sin gluten



% Evolución 2024 vs 2023

	Valor	Volumen
.T.ALIMENT.SIN GLUTEN	5,9 %	2,6 %
TOTAL CARNE SIN GLUTN	7,2 %	4,5 %
DERIVADOS LACTEOS SG	0,7 %	-1,2 %
PAN SG	-7,2 %	-19,0 %
BOLL.PAST.GAL.CERE.SG	14,4 %	10,2 %
CHOC/CACAO/SUC.SG	15,2 %	8,3 %
TOTAL PASTAS SG	16,0 %	12,5 %
CERVEZAS SG	11,5 %	0,1 %
TOTAL ZUMO/NECTAR SG	-5,7 %	-10,2 %
T.FRUTA&HORTA.TRAN.SG	-9,1 %	-14,4 %
PLATOS PREPARADOS SG	12,2 %	9,5 %
CALDOS SIN GLUTEN	0,8 %	-3,3 %
RESTO PRODUCTOS SG	12,4 %	15,4 %

Dentro del segmento de alimentación sin gluten, los platos preparados representan el 24,0 % del volumen total, aunque en valor representan un 16,3 %. Hay que destacar que este tipo de productos crecen notablemente y lo hacen por encima de la media de la categoría, ganando un 9,5 % de compras adicionales con respecto al año anterior, ganancia que en valor se traduce en un 12,2 %.

En segundo lugar, se encuentran los derivados lácteos, con una cuota del mercado de alimentación sin gluten del 19,4 % en volumen y del 18,1 % en valor, pero que este año contraen su demanda en un 1,2 %.

La carne sin gluten, que ocupa el tercer lugar por porcentaje en volumen con una cuota del 15,7 %, es el producto que más parte del valor representa, el 34,6 %, ya que su precio medio es superior al del resto del segmento sin gluten (9,36 vs 4,23 €/kg respectivamente). No obstante, este producto crece frente al año anterior en un 4,5 %, incremento que resulta mayor al del total de la categoría.

Consumo per cápita de los tipos de alimentos sin gluten

	Consumo per cápita (kg-l)	
	2023	2024
.TOTAL ALIMENTACION	580,57	572,02
.T.ALIMENT.SIN GLUTEN	20,28	20,54
TOTAL CARNE SIN GLUTN	3,11	3,21
DERIVADOS LACTEOS SG	4,09	3,99
PAN SG	0,52	0,42
CHOC/CACAO/SUC.SG	0,16	0,18
TOTAL ZUMO/NECTAR SG	1,29	1,15
T.FRUTA&HORTA.TRAN.SG	0,31	0,26
PLATOS PREPARADOS SG	4,56	4,92
CALDOS SIN GLUTEN	0,07	0,07
SALSAS SIN GLUTEN	0,69	0,73
GASEOSAS&BEBID.REF.SG	1,94	1,66
HARINAS Y SEMOLAS SG	0,23	0,24
RESTO PRODUCTOS SG	4,01	3,22

A cierre de año 2024, cada individuo español ha consumido un promedio de 20,54 kilolitros de productos sin gluten, cifra un 1,3 % mayor a la de 2023, equivalente a consumir 0,26 kilolitros más por persona y periodo de estudio.

Dentro de estos productos, los platos preparados son los productos de alimentación sin gluten más consumidos, con 4,92 kilos por persona al año, un 8,1 % más con respecto al año previo (0,37 kilos más por individuo). Le siguen los derivados lácteos con un consumo per cápita de 4,09 kilolitros por persona y año, lo que supone, al contrario de platos preparados, un retroceso frente a 2023 (2,4 %).

Hay que destacar que, en un contexto de crecimiento del consumo per cápita de productos sin gluten, se reduce también el consumo de productos como pan sin gluten (20,1%), frutas u hortalizas transformadas sin gluten (15,5 %) o zumos sin gluten (11,4 %).

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)



En el año 2024, el supermercado ha representado el 65,9 % del total de las compras de los productos de alimentación sin gluten y ha ganado aún más relevancia para los hogares españoles, que han

aumentado sus compras en este canal en un 1,1 %. La siguiente plataforma en términos de cuota volumen es la tienda descuento con un 16,9 % del volumen y que registra el mayor avance frente a 2023 (12,7 %). Por su parte, el hipermercado distribuye el 12,2 % del volumen total de productos sin gluten e incorpora un 3,6 % de volumen adicional, variación también superior a la observada en el total de la categoría.

En contraposición, la tienda tradicional sufre una pronunciada caída del 28,6 % con respecto a 2023 y pasa a distribuir solo el 1,1 % del volumen total de este tipo de productos. El e-commerce, en contraste, sigue expandiéndose, sitúa su cuota volumen en un 2,4 % y registra el segundo mayor crecimiento de la categoría (10,9 %).

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de la alimentación sin gluten cierra el año 2024 en 4,23 €/kilolitro, un precio un 3,2 % más alto que en 2023. Este crecimiento es transversal a la mayoría de los canales, a excepción de hipermercados y tiendas de descuento, que reducen sus precios medios en un 1,1 % y un 2,4 %. Es lógico por tanto que estas plataformas, cierran con una evolución favorable en el volumen de las compras, tal como vimos en el anterior gráfico.

El precio medio de las tiendas de descuento es el menor de su entorno competitivo (3,99 €/kilolitro frente a 4,23 €/kilolitro). El encarecimiento del precio medio es especialmente abrupto en la tienda tradicional (15,6 %) supera de hecho la variación del total de la categoría y cierra con un precio medio muy superior al del mercado.

Demográficos

	% Poblacion	% Distribución Volumen kg-l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	20,5
NIVEL ALTO	22,5	25,5	17,2
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	15,2	19,7
NIVEL MEDIO	25,0	25,3	21,1
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	14,2	21,1
NIVEL BAJO	22,5	19,8	26,6
- 35 AÑOS	8,9	7,0	17,5
35 A 49 AÑOS	30,5	32,6	18,5
50 A 64 AÑOS	31,7	34,2	20,8
65 Y MAS AÑOS	29,0	26,2	25,1
CATALUÑA	16,3	17,6	23,1
ARAGÓN	2,9	2,8	20,0
ILLES BALEARS	2,4	2,4	24,0
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	12,1	22,4
REGIÓN DE MURCIA	3,0	3,4	23,0
ANDALUCÍA	17,5	18,9	20,9
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	13,4	19,4
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	4,4	19,5
EXTREMADURA	2,3	2,5	20,1
CASTILLA Y LEÓN	5,5	4,8	18,1
GALICIA	5,8	4,8	16,8
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,8	16,6
CANTABRIA	1,3	1,1	19,0
PAIS VASCO	4,9	4,3	18,5
LA RIOJA	0,7	0,5	15,4
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,1	17,3
CANARIAS	4,4	4,3	21,6
JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	3,7	29,1
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	7,2	5,7	19,2
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	9,6	14,9
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	20,0	18,4
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,8	12,9	18,0
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	8,7	18,7
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	12,0	23,2
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	5,9	32,6
RETIRADOS	24,9	21,7	26,6

El perfil más intensivo en la compra de productos sin gluten se corresponde a hogares con un nivel sociodemográfico alto, si bien el mayor consumo per cápita lo realizan individuos con un nivel socioeconómico bajo, con una ingesta anual de 26,60 kilos por persona, frente a los 20,54 kilos de la media nacional, consumo que también superan los hogares de nivel socioeconómico medio y medio-bajo.

Los hogares cuyo responsable de compras tiene entre los 35 y 49 y de entre 50 a 64 años son los más afines a la compra de estos productos, debido a que su porcentaje en el volumen de compras supera su peso en población (32,6 % vs 30,5 % y 34,2 % vs 31,7 %, respectivamente). No obstante, son los hogares cuyo responsable de compras tiene más de 65 años, los que mayor consumo per cápita registran (25,14 kilolitros por persona al año).

Por ciclo de vida, son los hogares con presencia de hijos, especialmente de edad media, los hogares más intensivos en la categoría. Sin embargo, son los adultos independientes los que mayor consumo per capita realizan de alimentos sin gluten, exactamente 32,65 kilos por persona y año, el equivalente a consumir 12,11 kilos más por persona más que la media nacional.

Por CCAA, la Región de Murcia, Andalucía y Comunitat Valenciana destacan en el mercado de la alimentación sin gluten, pues su peso en el total de compras de la categoría supera significativamente su cuota en la extensión de la población (en un 15,8 %, un 7,7 % y un 9,2 %, respectivamente). En términos de consumo per cápita, destaca las Illes Balears, por ser la comunidad autónoma con el consumo per cápita más alto, con una ingesta de 24,05 kilos por persona durante el 2024, 3,51 kilos por persona más que el promedio nacional.

4.24. ALIMENTOS ECOLÓGICOS

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación recoge desde el año 2020 la compra de productos ecológicos por parte de los hogares españoles. No están todas las categorías de alimentación ni bebidas desglosadas, debido a que no todos los productos de alimentación tienen producción ecológica. Únicamente se muestran las categorías y productos que mantienen un peso significativo dentro del segmento.

Se debe tener en cuenta que cuando se habla de alimentos ecológicos se hace referencia únicamente a los productos ecológicos comercializados como tales, sujetos a rigurosos procesos de certificación, únicos productos en los que se garantiza que el cumplimiento de las normativas y especificaciones técnicas para la regulación de la producción ecológica. Por tanto, quedan excluidos aquellos productos de autoconsumo que los panelistas declaran como “ecológicos”, por considerar que los han producido en condiciones similares a la producción ecológica.

Resultados totales

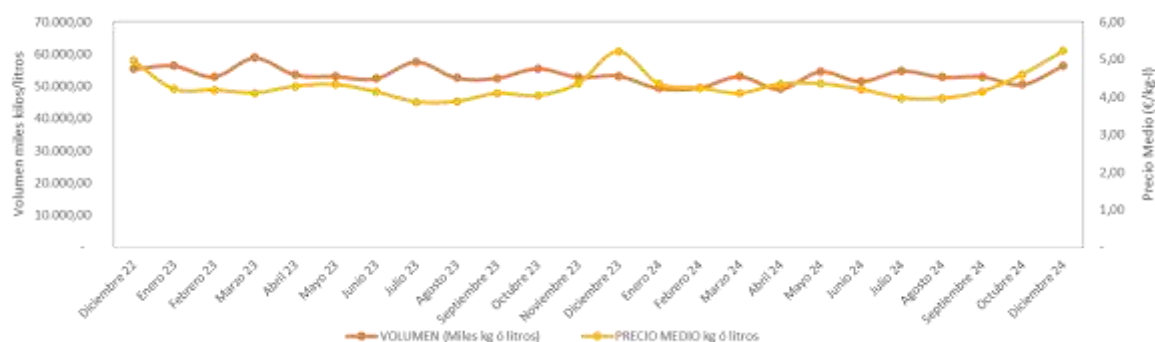
En 2024, los hogares españoles disminuyen en un 3,7 % la adquisición de productos ecológicos destinados al abastecimiento doméstico en comparación con el año anterior. Por otro lado, la facturación generada experimenta una contracción del 0,9 % ya que el encarecimiento del precio medio, que asciende un 3,0 % y se sitúa en 4,34 €/kilolitro, no contrarresta el retroceso en la demanda. Conviene resaltar en este punto que el precio medio de los productos ecológicos supera ampliamente al del resto de productos alimenticios, cuyo precio medio al cierre del año se establece en 3,12 €/litro.

En términos de distribución presupuestaria, los hogares españoles destinan el 3,25 % de su gasto en alimentación y bebidas para el hogar a la compra de productos ecológicos. Este porcentaje se traduce en un desembolso anual medio por persona de 58,09 €, que supone un decrecimiento del 2,2 % en relación con el 2023.

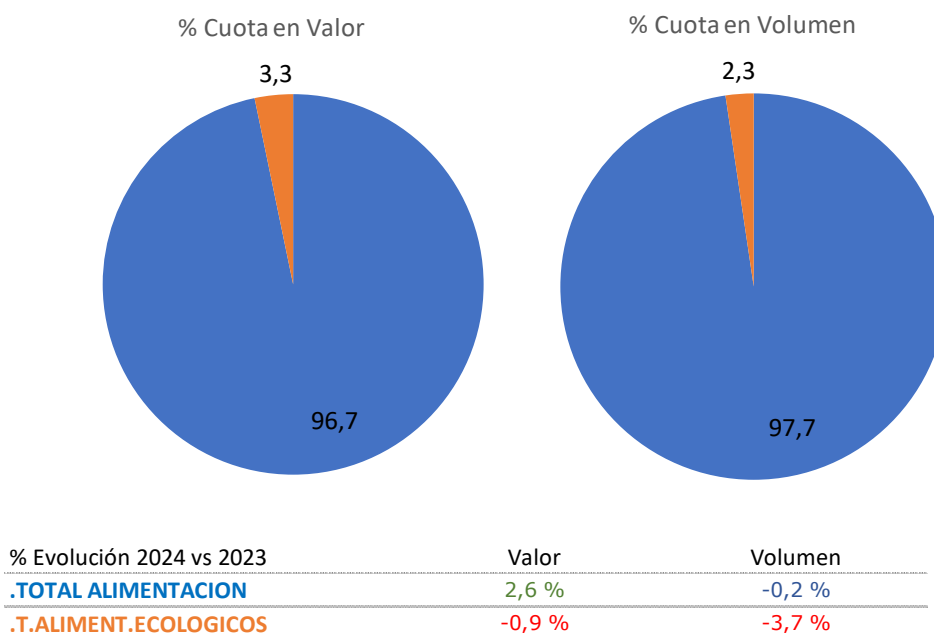
Por otra parte, estos alimentos representan un 2,34 % del total del volumen consumido en el total alimentación. Este dato implica que, durante 2024, cada español ha ingerido una media de 13,37 kilogramos de productos ecológicos, lo que supone un descenso del 5,0 % respecto al año previo.

	Consumo doméstico de .T.Aliment.Ecologicos	% Variación 2024 vs. 2023
Volumen (miles kg-l)	626.898,56	-3,7 %
Valor (miles €)	2.723.870,20	-0,9 %
Consumo x cápita (kg-l)	13,37	-5,0 %
Gasto x cápita (€)	58,09	-2,2 %
Parte de mercado volumen (%)	2,34	-0,09
Parte de mercado valor (%)	3,25	-0,11
Precio medio (€/kg-l)	4,34	3,0 %

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

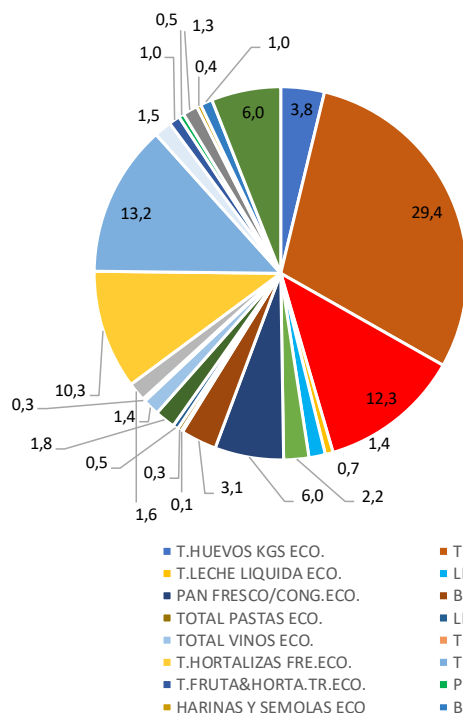
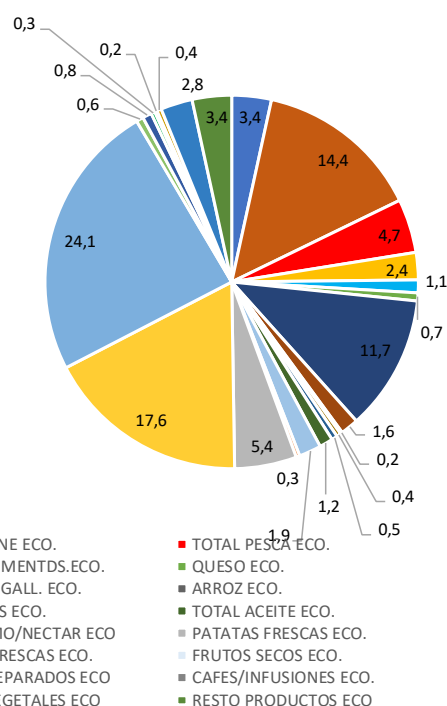


Importancia de los tipos de alimentos ecológicos



Al cierre de 2024, los productos ecológicos representan el 2,3 % del volumen total de alimentación. En términos de valor, su participación es ligeramente mayor y alcanza el 3,3 %, debido a un precio medio más elevado que el del resto de la alimentación (4,34 €/kg-l frente a 3,12 €/kg-l).

Respecto a la evolución frente a 2023, mientras el mercado agroalimentario permanece estable, la compra de alimentos ecológicos experimenta una caída del 3,7 %. Además, en términos de valor, el mercado de productos ecológicos frena su crecimiento (0,9 %), a diferencia de lo observado en el conjunto del mercado de alimentación y bebidas destinadas al consumo doméstico (2,6 %).

% Cuota Valor Prod.Ecológicos
sobre Total Productos Ecológicos% Cuota Volumen Prod.Ecológicos
sobre Total Productos Ecológicos

% Evolución 2024 vs 2023	Valor	Volumen
.T.ALIMENT.ECOLOGICOS	-0,9 %	-3,7 %
T.HUEVOS KGS ECO.	-4,1 %	-6,4 %
TOTAL CARNE ECO.	-1,4 %	-3,1 %
TOTAL PESCA ECO.	-5,1 %	-7,6 %
T.LECHE LIQUIDA ECO.	-17,1 %	-20,5 %
LECHES FERMENTDS.ECO.	2,0 %	-0,9 %
QUESO ECO.	-12,3 %	-14,6 %
PAN FRESCO/CONG.ECO.	1,0 %	-1,5 %
BOLL/PAST.GALL. ECO.	2,2 %	-7,8 %
ARROZ ECO.	-4,4 %	-6,9 %
TOTAL PASTAS ECO.	-14,3 %	-16,6 %
LEGUMBRES ECO.	-7,5 %	-7,7 %
TOTAL ACEITE ECO.	6,3 %	-8,7 %
TOTAL VINOS ECO.	27,0 %	44,5 %
TOTAL ZUMO/NECTAR ECO	-17,3 %	-27,8 %
PATATAS FRESCAS ECO.	-2,1 %	-9,1 %
T.HORTALIZAS FRE.ECO.	2,5 %	-0,5 %
T.FRUTAS FRESCAS ECO.	0,9 %	-3,9 %
FRUTOS SECOS ECO.	1,1 %	-1,2 %
T.FRUTA&HORTA.TR.ECO.	-5,3 %	-8,0 %
PLATOS PREPARADOS ECO	-2,3 %	-9,8 %
CAFES/INFUSIONES ECO.	-3,0 %	-0,1 %
HARINAS Y SEMOLAS ECO	-1,7 %	11,0 %
BEBIDAS VEGETALES ECO	-28,7 %	-27,8 %
RESTO PRODUCTOS ECO	10,5 %	28,5 %

Las frutas frescas ecológicas representan la parte mayoritaria del volumen de alimentos ecológicos (24,1 %), si bien el peso que tienen en valor es inferior (13,2 %). Este producto evoluciona ligeramente peor que la categoría en términos de volumen (3,9 % frente a 3,7 %), ya que presenta una caída en compras más acusada que el promedio, aunque la facturación, en este caso, se incrementa respecto

a 2023 (0,9 %). Las hortalizas frescas ecológicas son el segundo segmento que más volumen representa dentro de la alimentación ecológica (17,6 %), con un peso en valor del 10,3 %. Estos productos evolucionan mejor que la categoría, ya que presentan una caída en compras del 0,5 % frente al 3,7 % del total de productos ecológicos, y su facturación cierra en positivo (2,5 %).

La carne ecológica, a diferencia que las frutas y hortalizas ecológicas, presenta en valor una cuota superior a la que muestras en volumen (29,4 % vs 14,4 %) y esto se debe a que este producto cierra con un precio medio muy superior al del sector (8,90 vs 4,34 €/kg). Cabe señalar que este segmento pierde presencia en las cestas de los españoles (3,1 %) y reduce su valor en mayor medida que la categoría (1,4 % frente a 0,9 %).

En el cuarto lugar se sitúa el pan fresco/congelado ecológico, con una cuota de mercado del 11,7 % en volumen y del 6,0 % en valor y que, como se observaba en frutas frescas ecológicas, reducen su demanda (1,5 %), pero logran captar valor (1,0 %).

Consumo per cápita de los tipos de alimentos ecológicos

	Consumo per cápita (kg-l)	
	2023	2024
.T.ALIMENT.ECOLOGICOS	14,07	13,37
T.HUEVOS KGS ECO.	0,50	0,46
TOTAL CARNE ECO.	2,01	1,92
TOTAL PESCA ECO.	0,68	0,62
T.LECHE LIQUIDA ECO.	0,40	0,32
LECHES FERMENTDS.ECO.	0,15	0,15
QUESO ECO.	0,11	0,09
PAN FRESCO/CONG.ECO.	1,61	1,57
BOLL/PAST.GALL. ECO.	0,23	0,21
ARROZ ECO.	0,03	0,02
TOTAL PASTAS ECO.	0,06	0,05
LEGUMBRES ECO.	0,07	0,07
TOTAL ACEITE ECO.	0,17	0,16
TOTAL VINOS ECO.	0,18	0,26
TOTAL ZUMO/NECTAR ECO	0,06	0,04
PATATAS FRESCAS ECO.	0,80	0,72
T.HORTALIZAS FRE.ECO.	2,40	2,36
T.FRUTAS FRESCAS ECO.	3,40	3,22
FRUTOS SECOS ECO.	0,08	0,08
T.FRUTA&HORTA.TR.ECO.	0,12	0,10
PLATOS PREPARADOS ECO	0,05	0,04
CAFES/INFUSIONES ECO.	0,03	0,03
HARINAS Y SEMOLAS ECO	0,05	0,05
BEBIDAS VEGETALES ECO	0,52	0,37
RESTO PRODUCTOS ECO	0,36	0,46

En 2024, el consumo promedio de productos ecológicos por individuo en España es de 13,37 kilolitros, lo que representa un descenso del 5,0 % respecto a 2023, equivalente a 0,70 kilolitros menos por persona en comparación con el año anterior.

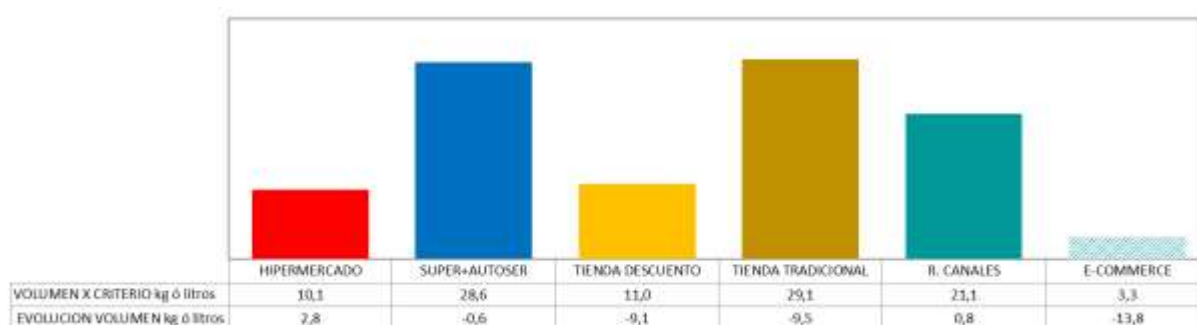
Este descenso en el consumo per cápita ha afectado a la mayoría de los productos ecológicos, a excepción de algunos segmentos como vinos ecológicos y harinas y sémolas ecológicas, cuyos niveles

de consumo por persona han aumentado en comparación con el año anterior (42,6 % y 9,5 %, respectivamente).

Las frutas y hortalizas frescas ecológicas, aunque se mantuvieron como las más consumidas con ingestas anuales de 3,22 y 2,36 kilos por persona al año, respectivamente, han registrado una disminución en su consumo, con caídas del 5,2 % y 1,8 %, respectivamente. Otros descenso de consumo destacados se han registrado en carne ecológica (4,3 %), pan fresco y congelado ecológico (2,8 %) y patatas frescas ecológicas (10,3 %), entre otros.

Canales

% Distribución y % evolución en volumen por canales (2024 vs. 2023)

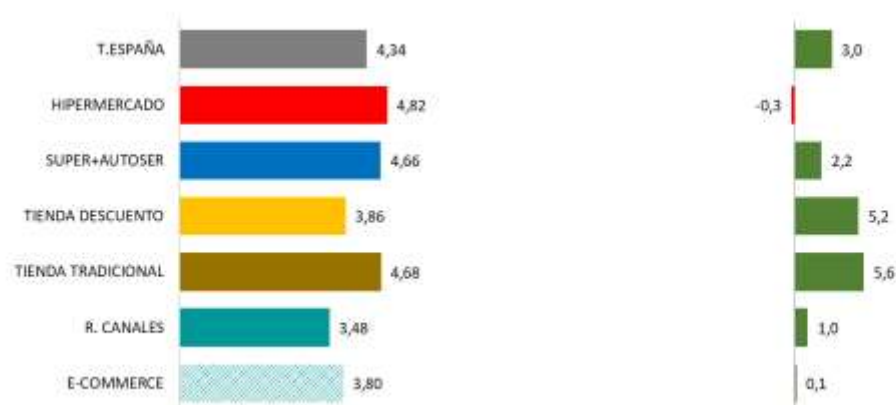


En el panorama actual del mercado alimentario, donde los supermercados y autoservicios predominan en la distribución de alimentos y bebidas, los productos ecológicos encuentran en la tienda tradicional su principal canal de distribución, con un 29,1 % del mercado. No obstante, este canal experimenta una caída del 9,5 % en la intensidad de compra, la segunda disminución más pronunciada, solo superada por la registrada en el e-commerce (13,8 %).

Los supermercados y autoservicios representan el segundo mayor canal de distribución de alimentos ecológicos, con un 28,6 % del volumen, pero que pierden algo de relevancia para los hogares españoles (0,6 %).

En tercera posición, el conjunto de otros canales distribuye un 21,1 % del volumen total de productos ecológicos, una cifra notablemente superior al 9,1 % que representan en la distribución total de alimentos, y expanden su demanda en un 0,8 %. Mientras tanto, los hipermercados y las tiendas de descuento tienen una cuota del 10,1 % y 11,0 %, respectivamente, cifras por debajo de su participación en la distribución total de alimentos. No obstante, mientras las tiendas de descuento pierden volumen de compras (9,1 %), hipermercados logra un 2,8 % de volumen adicional con productos ecológicos.

Precio medio (€/kg) y % evolución por canales (2024 vs. 2023)



El precio medio de productos ecológicos en España cierra en 2024 en los 4,34 €/kilo, un precio medio un 3,0 % superior al del 2023. Este crecimiento es transversal a todos los canales, con la salvedad de hipermercados, y destaca el incremento en tiendas de descuento (5,2 %) y tiendas tradicionales (5,6 %), que cierran en este último caso con el precio medio más alto del mercado (4,68 €/kilolitro). También superan el precio medio del mercado los hipermercados y supermercados y autoservicios, con precios de 4,82 € y 4,66 € por kilolitro, respectivamente.

Por su parte, la tienda descuento cierra con el precio medio más bajo del canal dinámico (3,86 €/kilolitro), pese haberlo incrementado por encima de la media. También cierra con un precio medio inferior al promedio el canal e-commerce (3,80 €/kilolitro).

	% Población	% Distribución Volumen kg-l	Consumo x cápita
T.ESPAÑA	100,0	100,0	13,4
NIVEL ALTO	22,5	24,8	10,9
NIVEL MEDIO-ALTO	15,0	16,7	14,1
NIVEL MEDIO	25,0	26,2	14,2
NIVEL MEDIO-BAJO	15,0	13,5	13,1
NIVEL BAJO	22,5	18,7	16,4
- 35 AÑOS	8,9	5,1	8,3
35 A 49 AÑOS	30,5	23,9	8,9
50 A 64 AÑOS	31,7	36,6	14,5
65 Y MAS AÑOS	29,0	34,3	21,4
CATALUÑA	16,3	21,0	18,0
ARAGÓN	2,9	1,9	8,9
ILLES BALEARS	2,4	3,0	19,8
COMUNITAT VALENCIANA	11,1	10,4	12,5
REGIÓN DE MURCIA	3,0	2,2	9,5
ANDALUCÍA	17,5	17,9	12,9
COMUNIDAD DE MADRID	13,9	11,5	10,9
CASTILLA - LA MANCHA	4,3	2,9	8,3
EXTREMADURA	2,3	2,6	13,9
CASTILLA Y LEÓN	5,5	4,7	11,7
GALICIA	5,8	7,4	16,8
PRINCIPADO DE ASTURIAS	2,4	1,9	11,6
CANTABRIA	1,3	1,5	16,6
PAIS VASCO	4,9	5,9	16,5
LA RIOJA	0,7	1,4	27,0
C. FORAL DE NAVARRA	1,4	1,4	15,1
CANARIAS	4,4	2,4	7,9
JOVENES INDEPENDIENTES	6,5	3,6	18,3
PAREJ.JOVENES SIN HIJOS	7,2	3,8	8,3
PAREJ.CON HIJOS PEQUEÑOS	8,7	6,7	6,8
PAREJ.CON HIJOS EDAD MEDIA	14,2	15,5	9,3
PAREJ.CON HIJOS MAYORES	9,8	13,3	12,1
HOGARES MONOPARENTALES	7,8	5,9	8,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11,8	14,8	18,7
ADULTOS INDEPENDIENTES	9,2	6,8	24,6
RETIRADOS	24,9	29,7	23,6

per cápita más alto, con una ingesta de 27,0 kilolitros por persona durante el año 2024, lo que equivale a 13,61 kilolitros por persona más que la media nacional.

Demográficos

El perfil intensivo en la compra de productos ecológicos se corresponde con hogares de nivel socioeconómico alto, media alto y medio, pues sus proporciones en el volumen total de la categoría de productos ecológicos son superiores a sus cuotas demográficas en un 10,4 %, 11,5 % y 4,9 %, respectivamente. No obstante, el mayor consumo per cápita corresponde a individuos con un nivel socioeconómico bajo, con una ingesta per cápita de 16,4 kilolitros al año.

El responsable de las compras más intensivo de la categoría supera los 50 años, ya que consume un 17,0 % más de lo que cabría esperar en función del peso que representan en población. Además, son estos individuos los que mayor ingesta realizan: 14,5 kilolitros en la franja de edad de 50 a 64 años y 21,4 kilolitros en el caso de los mayores de 65 años.

El perfil más intensivo de la categoría se corresponde con hogares formados por parejas adultas sin hijos, retirados, pero también por parejas adultas con hijos de edad media o mayores. No obstante, son los adultos independientes los que mayor consumo per cápita realizan de alimentos ecológicos, exactamente 24,6 kilolitros por persona durante el año, 11,22 kilolitros por persona más que la media nacional.

Son los hogares de las CCAA de Illes Balears, Galicia, La Rioja y País Vasco los más afines a la compra de este tipo de alimentación, dado que su proporción en compra, supera su peso en población. En términos de consumo per cápita, destacan los individuos de La Rioja, por ser quienes mantienen el consumo

5. CONSUMO EXTRADOMÉSTICO

RESULTADOS TOTALES DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO

Los datos de este apartado buscan dar una perspectiva global del panel de consumo extra doméstico al medir la demanda individual de alimentos, bebidas y aperitivos.

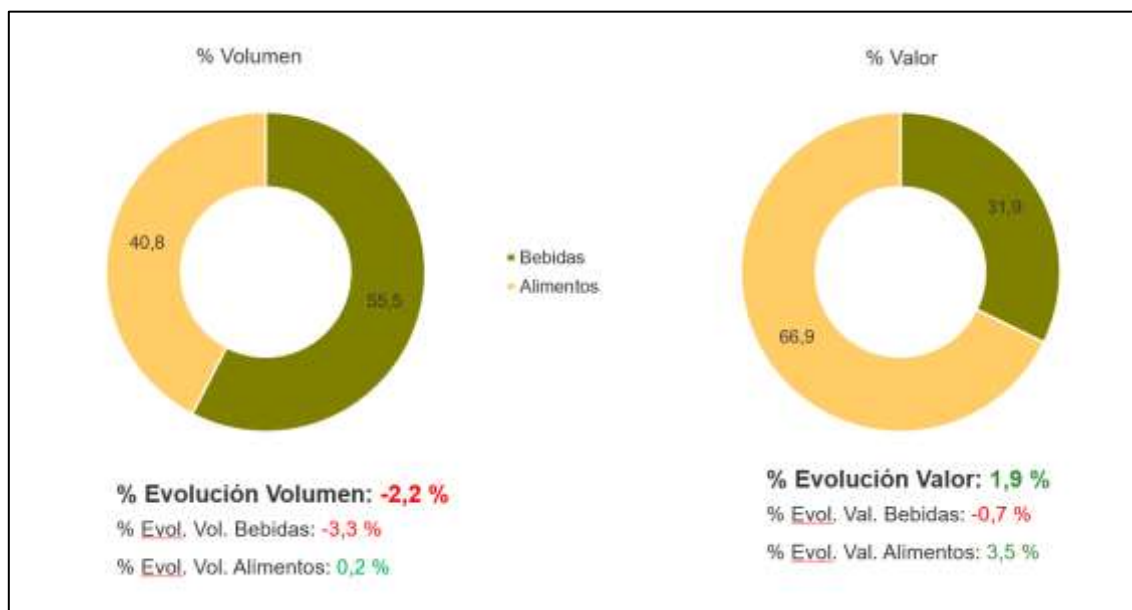
Los individuos residentes en España han consumido durante el año 2024 la cantidad **de 3.845,22 millones de kilos o litros de alimentación y bebidas** fuera de casa, a través de **12.493,50 millones de consumiciones** (un 2,2 % menos que hace un año).

Si tenemos en cuenta los datos volumétricos, observamos estabilidad en el consumo ya que este se ha reducido solo 0,2 % con respecto al año 2023, lo que suponen del orden de 9,25 millones de kilos o litros de alimentación y bebidas menos. La diferencia que se produce entre la evolución en el número de consumiciones y en el volumen consumido viene determinado por que, durante el año 2024, se consumen un menor número de consumiciones (2,2 %), pero con un gramaje ligeramente superior al año pasado.

El gasto realizado en el mercado agroalimentario fuera del hogar ha sido durante el año 2024 de **35.872,40 millones de euros**. Esta cantidad es un 1,9 % superior a lo gastado durante el ejercicio anterior, del 2023, lo que suponen 678,95 millones de euros más.

Este crecimiento en valor, a pesar de la menor demanda es consecuencia del incremento que se produce en el **precio medio pagado por kilo o litro de alimentación y bebidas fuera de casa, que crece un 2,2 %** y que cierra en el año **2024 en 9,33 €/kilolitro**, lo que supone pagar 0,2 € más por kilo o litro comprado con respecto a 2023.

% Cuota y evolución del volumen y gasto en alimentación y bebidas fuera del hogar (año 2024).



Si tenemos en cuenta la distribución por segmentos de los alimentos y bebidas fuera de casa, podemos ver como **el reparto cambia dependiendo de si tenemos en cuenta volumen o valor**. El segmento **mayoritario en volumen se corresponde con las bebidas con una cuota del 55,5 %**, mientras que el peso que mantienen en valor es menor con una proporción del 31,9 %. Por su parte, **los alimentos pesan menos si tenemos en cuenta el volumen total del mercado (40,8 %)**, pero **tienen una mayor proporción de valor** con aproximadamente dos tercios (66,9 %).

El gasto per cápita realizado por individuo fuera de casa durante el año 2024 asciende a 1.010,51 €, una cantidad un 0,46 % superior a la gastada durante el 2023, donde el gasto por persona era de 1.005,90 €. Sin embargo, **la cantidad consumida por persona y año se reduce un 1,68 %** siendo la cifra durante el año 2023 **de 108,32 kilos o litros consumidos por persona**.

Si realizamos una comparativa con respecto al periodo antes de la pandemia, es decir el año 2019, el consumo fuera de casa realizado durante 2024 aún no está recuperado. Las métricas de volumen y valor, se sitúa por debajo de las cifras obtenidas en el año 2019, con retrocesos del 23,4 % y 3,4 % respectivamente. El indicador de precio medio cierra en los 9,33 €/kg-l, lo que implica una variación del 26,1 % en positivo, ya que si tenemos en cuenta el precio medio pagado por kilo litro de alimentación en el año 2019 era de 7,40 €/kg-l.

Si tomamos como referencia el consumo realizado per cápita, durante el año de análisis se han consumido 39,68 kilos o litros menos que durante el año 2019. El gasto realizado por cada residente en España en el ámbito extra doméstico alcanza los 1.010,51 € por persona, cantidad que es 84,63 € más baja que en 2019. Podemos afirmar que el consumo extra doméstico aún tiene un importante marco de mejora y por ende de crecimiento. Tal como hemos visto, (los indicadores son más bajos que los registrados en el año 2019) es importante mencionar que en este análisis solo se tiene en cuenta el comportamiento de compra de los residentes en España y no del turismo.

5.1. TOTAL ALIMENTACIÓN

Los datos de este apartado buscan dar una perspectiva global del panel de consumo extradoméstico al medir la demanda de alimentos, bebidas y aperitivos.

Resultados totales de la alimentación

El año 2024 no es positivo para el consumo extra doméstico. Los individuos españoles han consumido fuera de casa un 2,2 % menos de volumen si lo comparamos con la cifra del año 2023. El año 2024 ha estado marcado por múltiples movimientos, especialmente los relacionados con el aumento de los precios medios, la inflación etc..., factores que puede haber condicionado el consumo fuera de casa. El precio medio pagado por kilo o litro de alimentos y bebidas fuera del hogar es un 2,2 % superior al de hace un año. Por tanto, genera que la menor demanda de volúmenes se compense con el aumento de los precios medios pagados y por tanto la variación del sector agroalimentario español fuera de casa y por los residentes en España, en valor resulte relativamente estable a cierre de año 2024 (0,2 %).

Aunque el consumo fuera de los hogares es masivo, en 2024 hay un menor porcentaje de individuos que salen a consumir (95,19 %) y suponen 0,74 puntos porcentuales menos que hace un año. Estos individuos, además, realizan una menor compra media, siendo un 2,8 % más baja.

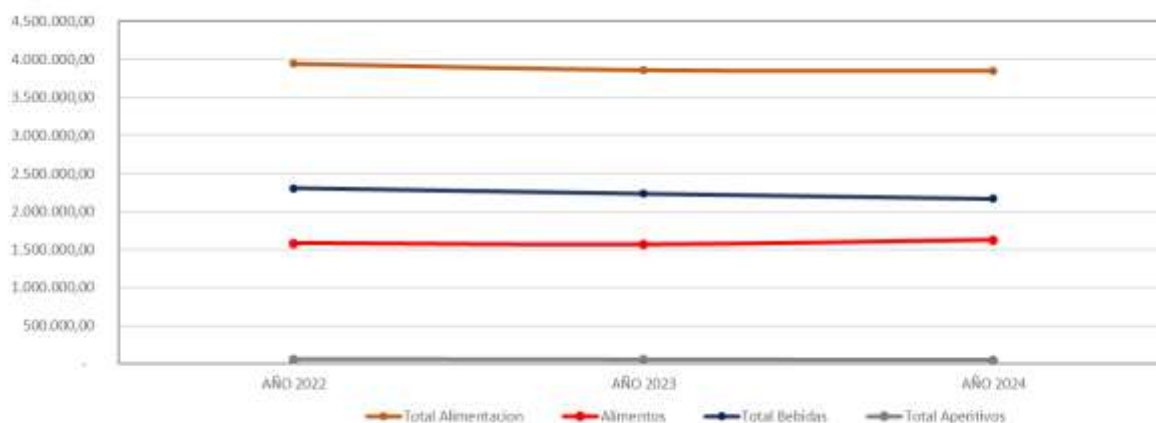
Los individuos españoles también salen menos veces a consumir fuera de casa, por tanto, la frecuencia de compra y consumo se reduce en un 2,5 %, siendo de 110,92 veces a cierre de periodo. Se incorporan un promedio de 3,33 consumiciones en cada acto de consumo fuera de casa.

La ingesta promedio de cada residente en España es de 108,32 kilos o litros durante el año 2024, con un gasto personal de 1.010,51 €.

	Consumo extradoméstico de alimentación en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	12.493.500,00	-2,2 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	3.845.224,67	-0,2 %
VALOR (miles Euros)	35.872.350,00	1,9 %
PENETRACION (%)	95,19	-0,74
FRECUENCIA COMPRA (actos)	110,92	-2,5 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	369,72	-2,8 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	3,33	-0,3 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	108,32	-1,7 %
GASTO PER CAPITA (€ por individuo)	1.010,51	0,5 %
PRECIO MEDIO (kg ó litros)	9,33	2,2 %

Evolución anual de total compras (millones kg o l) por tipos

Si tenemos en cuenta la evolución del consumo fuera del hogar durante los últimos 3 años, para dimensionar el mismo con relación al censo del INE del año 2021, se observa un decrecimiento del 2,5 % a nivel total. Los alimentos, sin embargo, ganan presencia y consiguen crecer un 2,5 % con relación al año 2023, mientras que disminuye la compra de aperitivos y bebidas. Por tanto, 2024 cierra en negativo en el medio plazo (vs 2022) debido al menos consumo de bebidas y aperitivos fuera de casa, a pesar de que haya un mayor consumo de alimentos.



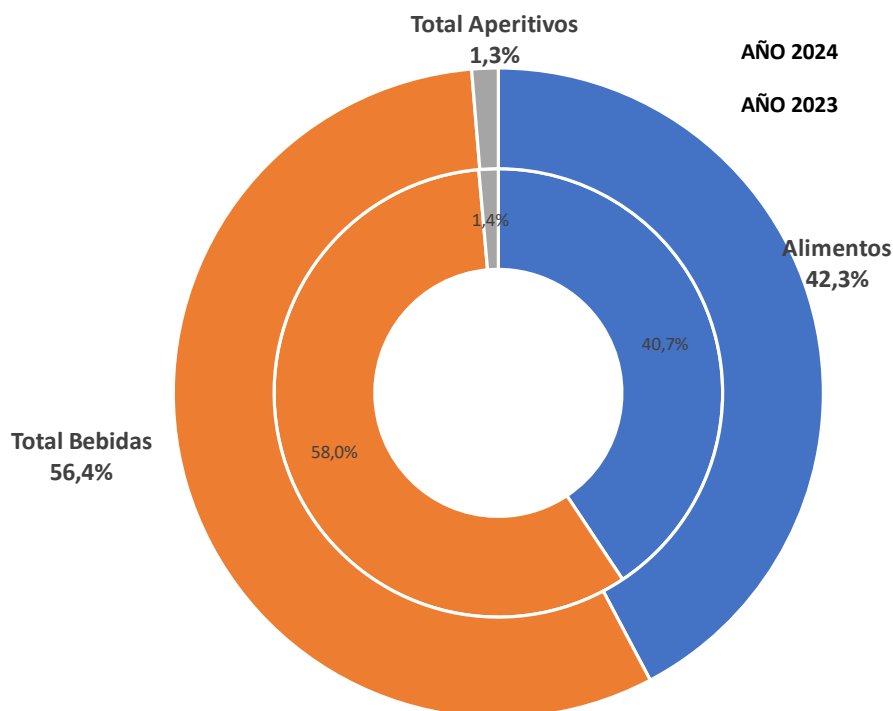
Importancia por tipos de alimentación

Existe una estructura estable si consideramos los segmentos de alimentos y bebidas fuera de casa durante el año 2024, sin apenas variaciones con respecto al año anterior.

Las bebidas representan la parte mayoritaria del consumo fuera del hogar con más de 1 de cada 2 kilolitros consumidos fuera de casa (56,2 %). Si bien, tal como ilustra el gráfico, pierden importancia en el sector, debido a que el año 2023, su cuota de participación era superior (58,0 %).

Los alimentos son el segundo sector con más importancia fuera de casa con cerca del 42,3 % del volumen total consumido. Estos, sin embargo, consiguen acaparar una mayor participación de volumen que con respecto al año anterior, cuando su peso era del 40,7 %.

Si consideramos el segmento referente a los aperitivos, su cuota de participación dentro del mercado alimentario español es del 1,3 %, ligeramente inferior al 1,4 % de hace un año.



Consumo per cápita de los tipos de alimentación

A cierre de año 2024 cada individuo realizó una ingesta fuera de casa de 108,32 kilos o litros de alimentación y bebidas, una cantidad inferior en un 1,7 % a la ingerida en el ejercicio previo, equivalente a consumir cerca de 1,850 kilolitros menos.

Sin embargo, este movimiento a la baja, no se produce de igual manera, si analizamos los diferentes segmentos, puesto que se retrae para bebidas y aperitivos, pero no para los alimentos.

La cuantía más alta de consumo se produce en el segmento de bebidas, con 61,12 litros por persona y periodo de estudio, cantidad inferior a los 63,85 litros del año anterior, supone por tanto un 4,3 % de variación.

Cada español consume del orden de 45,78 kilos de alimentos fuera de casa, siendo una cantidad superior a la ingerida un año antes, donde el consumo se estableció en 44,78 kilogramos por habitante, siendo la diferencia del orden 0,992 kilogramos más por persona y año.

Total Alimentacion

Alimentos

Total Bebidas

Total Aperitivos

Consumo per cápita (kg ó
litros por individuo)

Año 2023

Año 2024

110,17

108,32

44,78

45,78

63,85

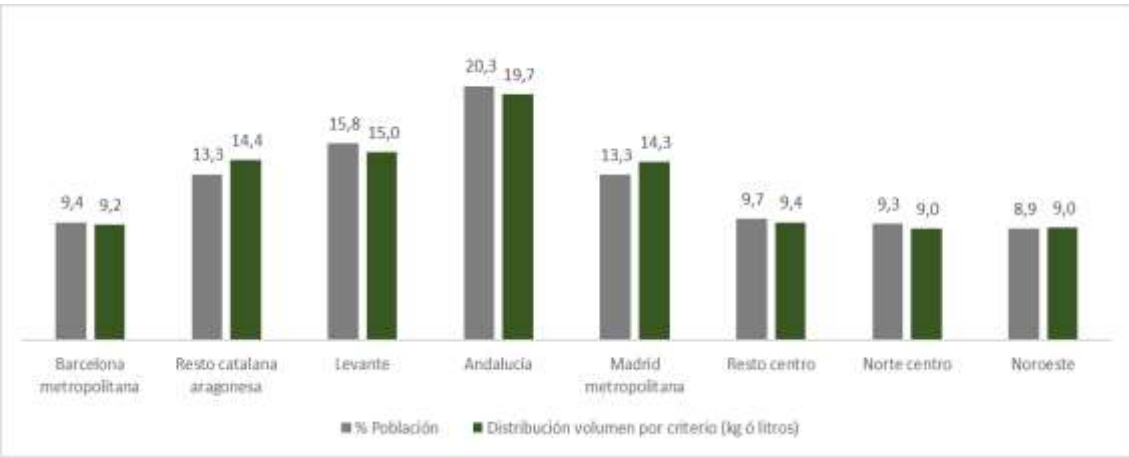
61,12

1,53

1,42

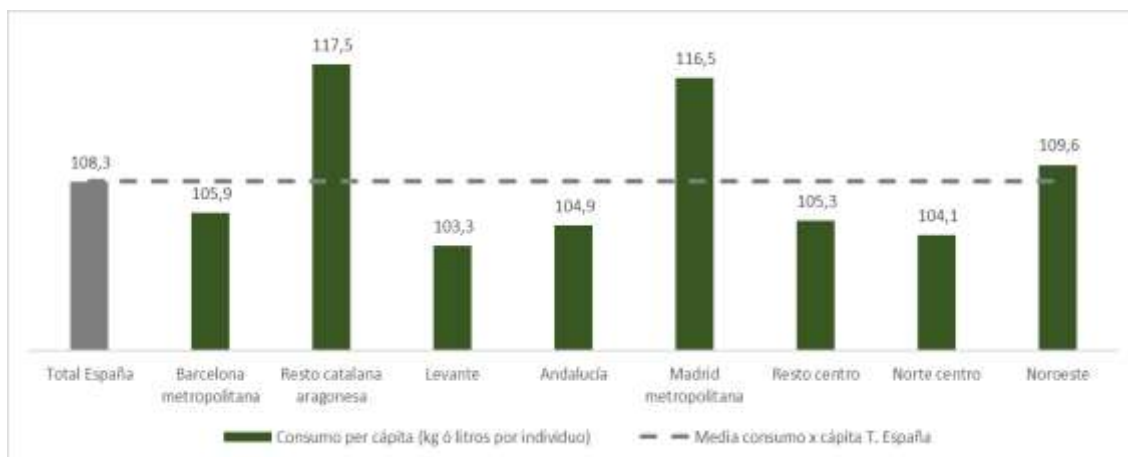
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)



Madrid metropolitana y la región Resto catalana aragonesa son las regiones más intensivas en el consumo de alimentación fuera del hogar debido a que la distribución que tienen de volumen supera al porcentaje de población que representan. Andalucía, a pesar de no ser región intensiva en consumo, mantiene una proporción de 1 de cada 5 kilos consumidos fuera de casa (19,7 %).

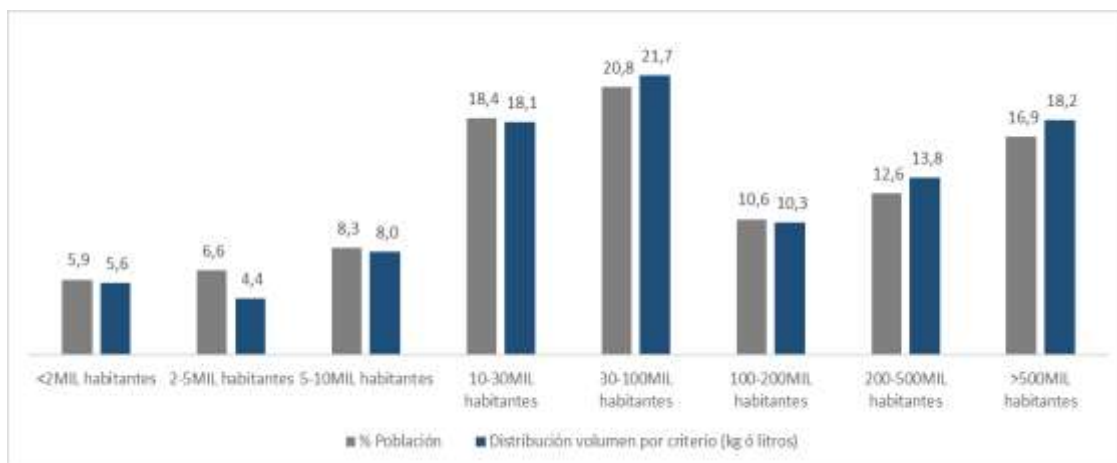
Consumo per cápita por regiones (2024)



Tal como podemos observar, el consumo per cápita cierra en el año 2024 en 108,32 kilolitros ingeridos por persona y año. Esta cantidad se supera por los individuos residentes en Madrid metropolitana y de la región resto catalana aragonesa con ingestas de 116,5 y 117,5 kilolitros por individuo, más que el promedio del mercado.

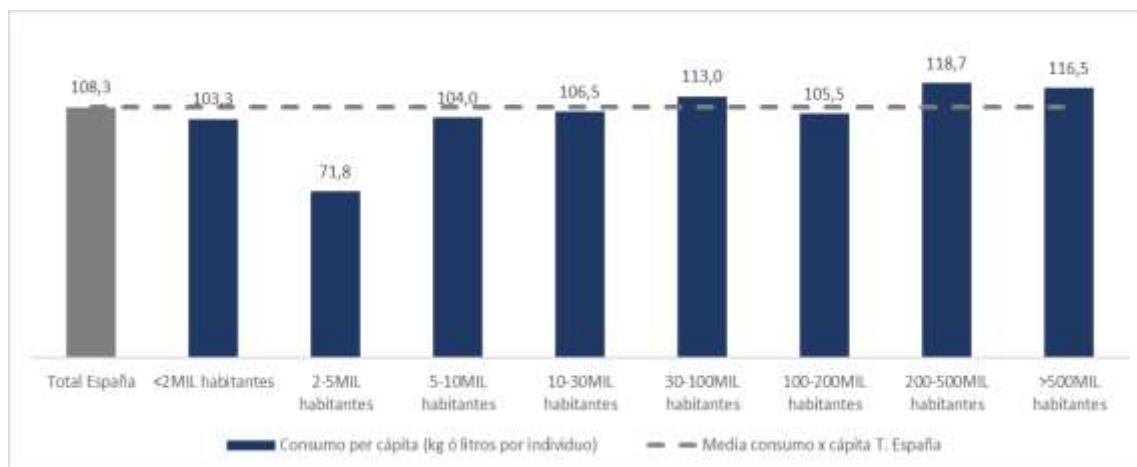
Levante, es la región que establece el menor consumo per cápita a cierre de 2024, con 103,3 kilolitros de alimentos y bebidas consumidos fuera de casa. Con menos cantidad que el promedio, también encontramos individuos de Andalucía, Norte centro y Resto centro entre otros.

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2024)



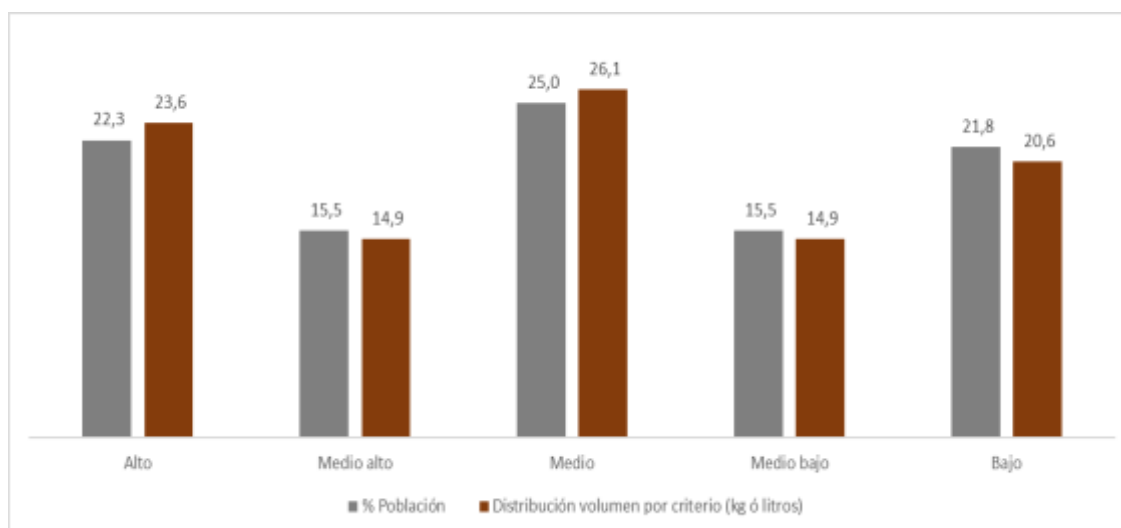
Las poblaciones de ente 30 y 100 mil habitantes, son responsables del consumo de 1 de cada 5 kilos (21,7 %) de alimentos y bebidas fuera de casa. Son además intensivas en consumo, debido a que la participación en volumen de las compras supera el peso que representan en términos de población (20,8 % vs 21,7 %). Además, las poblaciones con más de 200 mil habitantes también consumen alimentos y bebidas fuera de los hogares de manera más intensiva, debido a que la distribución y participación que tienen en volumen supera lo esperado si tenemos en cuenta el peso de porcentaje que representan en población.

Consumo per cápita por hábitat (2024)

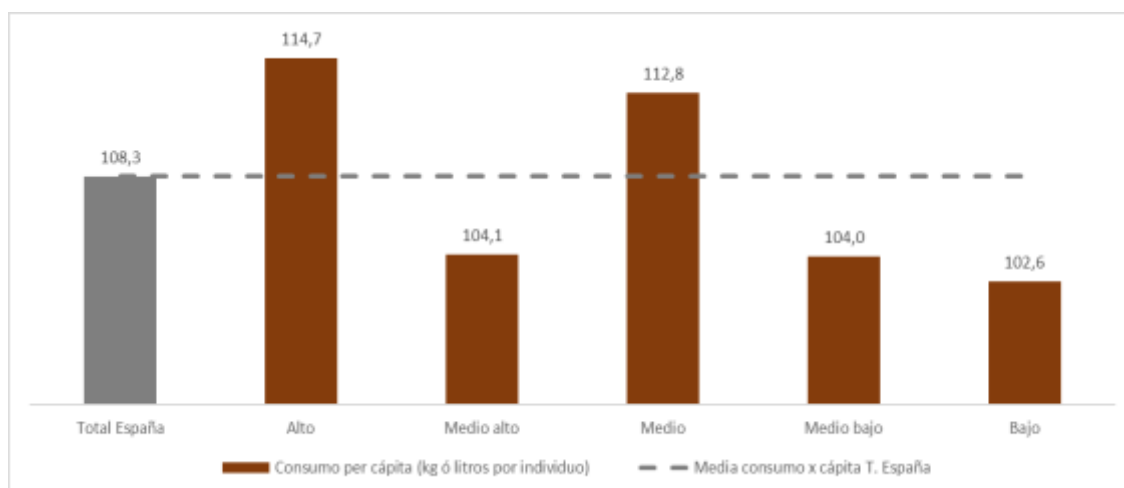


Las grandes ciudades, formadas por más de 200 mil habitantes, y las que tienen entre 30 y 100 mil habitantes, tienen mayor consumo per cápita a cierre de año 2024, superando el promedio nacional del mercado que es de 108,3 kilogramos por persona y periodo de estudio. Las poblaciones de entre 2-5 mil habitantes realizan una ingesta promedio por persona de 71,8 kilos o litros durante el año, siendo la cantidad más baja, lejos del promedio del mercado.

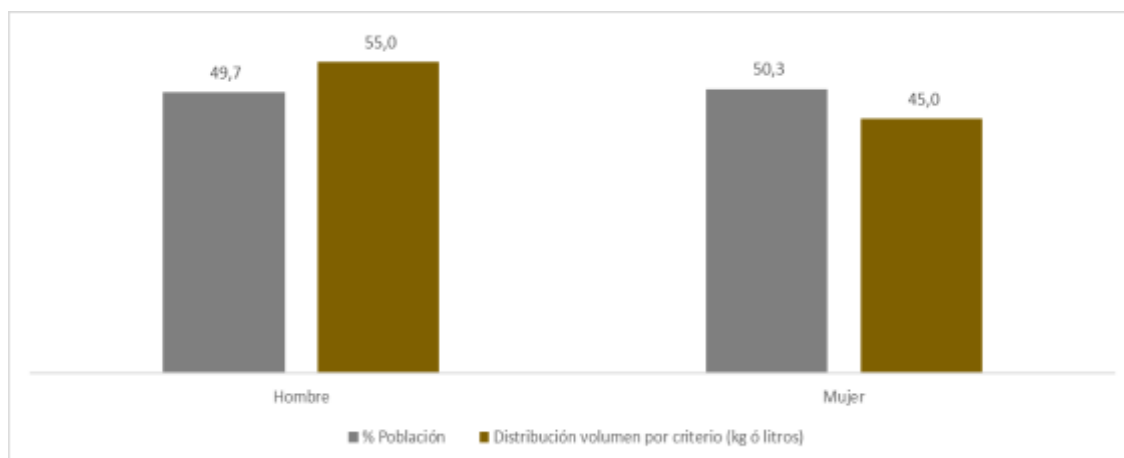
% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



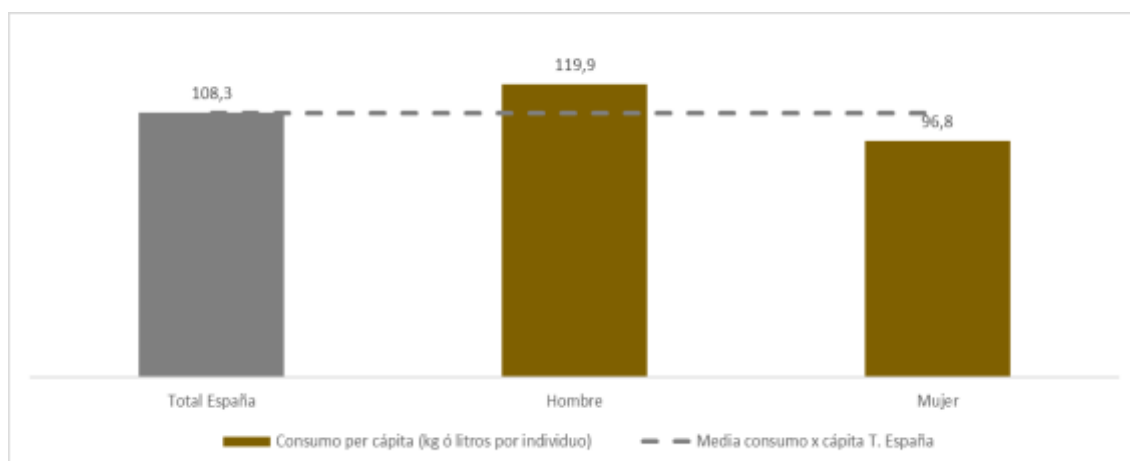
El nivel socioeconómico alto y medio consume alimentos y bebidas fuera del hogar de forma más intensiva, ya que en ambos casos el porcentaje de compras que representan superan lo esperado, si tenemos en cuenta el peso que tienen en términos de población. En el caso del nivel socioeconómico alto, su consumo es un 5,9 % superior a lo esperado, mientras que alcanza el 4,2 % para los individuos de nivel socioeconómico medio.

Consumo per cápita por clase socioeconómica (2024)

Los individuos de nivel socioeconómico medio y alto, superan la media nacional en consumo per cápita que cierra en 108,2 kilos y litros durante el año 2024, con ingestas de 114,7 y 112,8 respectivamente. Por su parte, con una cantidad inferior al promedio del mercado, quedan los individuos de nivel socioeconómico medio alto, medio bajo y bajo. En este último caso, la ingesta realizada fuera de casa asciende a 102,6 kilolitros por persona y año, cantidad inferior en casi 6 kilos al promedio nacional.

% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2024)

Si existe un consumidor intensivo fuera de casa, teniendo en cuenta el género, podemos afirmar que se corresponde con el hombre. El hombre representa el 55,0 % del volumen total de alimentación comprado y consumidor fuera de casa, cuando su cuota de participación en población es de un 49,7 %. Las mujeres mantienen un porcentaje más alto en población que alcanza el 50,3 % que no se corresponde con el volumen consumido, siendo inferior (45,0 %) en el ejercicio 2024.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2024)

El consumo per cápita de alimentación fuera del ámbito doméstico a cierre de año 2024 alcanza los 108,3 kilolitros por persona. Si analizamos el consumo desde el punto de vista del sexo del comprador, tenemos que considerar que el hombre mantiene un consumo per cápita superior a la mujer con cerca de 119,9 kilolitros consumidos a cierre de año, siendo el de la mujer de 96,8 kilolitros, cantidad que es inferior a la del cierre del mercado (108,3 kilolitros por persona y año).

Momentos de consumo

El establecimiento es el lugar favorito para el consumo de alimentación y bebidas fuera del hogar durante el año 2024. Su cuota de mercado se extiende hasta el 71,7 %, siendo ligeramente inferior al año anterior, donde representaba el 72,0 % del volumen consumido. Lugares como la casa propia y la casa de otras personas, siguen siendo importantes para el consumo extra doméstico, con cuotas del 10,5 % y 5,4 % respectivamente.

DISTRIBUCION VOLUMEN
X CRITERIO (kg ó litros)

	Año 2023	Año 2024
En la calle	4,5	4,1
En casa de otros	4,6	5,4
En el establecimiento	72,0	71,7
En el trabajo	5,5	5,5
En colegio/instituto/univ.	0,2	0,2
En mi casa	10,5	10,5
En otro lugar	2,7	2,6
Desayuno	10,7	10,4
Aperitivo/Antes de comer	10,6	10,1
Comida	37,2	38,3
Tarde/Merienda	9,4	9,0
Antes de cenar	5,4	5,4
Cena	20,7	20,8
Despues de la cena	1,6	1,6
Durante el dia	4,4	4,4
Con amigos	26,1	25,6
Con clientes	0,4	0,5
Con compañeros de trabajo	5,6	5,9
Con compañeros de clase	0,3	0,3
Con familia	34,9	35,4
Con la pareja	18,2	18,1
Estaba solo/a	14,0	13,7
Otros	0,6	0,5
Estar trabajando	9,6	9,3
Comida de negocios	0,2	0,3
Por placer/relax	17,5	17,6
Tener hambre/sin planificar	25,0	24,2
Estar de compras	2,9	3,0
No cocinar en casa	6,4	6,3
Celebracion/fiesta/salir tomar	31,4	31,5
Viendo deportes	1,2	1,5
Otros motivos	5,8	6,3

Los momentos principales del día como son la comida y la cena son los momentos de consumo favoritos para alimentación fuera de casa, con más de 1 de cada 2 kilolitros. El momento comida crece en participación dentro del mercado, pasando del 37,2 % al 38,3 % en un año, mientras que el momento cena se mantiene ligeramente más estable, con una cuota del 20,8 %. El momento desayuno y aperitivo antes de comer, también tienen una participación algo superior al 10 % del consumo total.

El consumo fuera del hogar tiene un fuerte componente social, debido a que más de un tercio del volumen se realiza con la familia, siendo del 25,6 % el realizado con amigos. Por su parte, el consumo extra doméstico realizado con la pareja o en soledad, también acumula una gran concentración de compras con el 18,1 % y 13,7 % del volumen respectivamente.

El motivo que acumula mayor cuota de consumo fuera de casa es la celebración, fiesta y salir a tomar algo con el 31,5 % del volumen. En segundo lugar,

TOTAL ALIMENTACIÓN

con casi 1 de cada 4 kilolitros (24,2 %) encontramos los momentos sin planificar o por tener hambre, y con un 17,6 % las ocasiones que se hacen por placer y relax.

5.1.1. TOTAL ALIMENTOS Y APERITIVOS

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 y aperitivos

Los individuos españoles compran un 3,4 % más de volumen de alimentos fuera de casa durante el año 2024. Se consumen un 3,4 % más de kilolitros de alimentos y aperitivos en España fuera de casa, si lo comparamos con el volumen consumido en el año 2023. El número de consumiciones, sin embargo, es algo menor (0,7 %), por tanto, existen menos consumiciones, pero son de mayor gramaje, dado que existe diferencia entre las dos métricas analizadas (0,7 % vs 3,4 %).

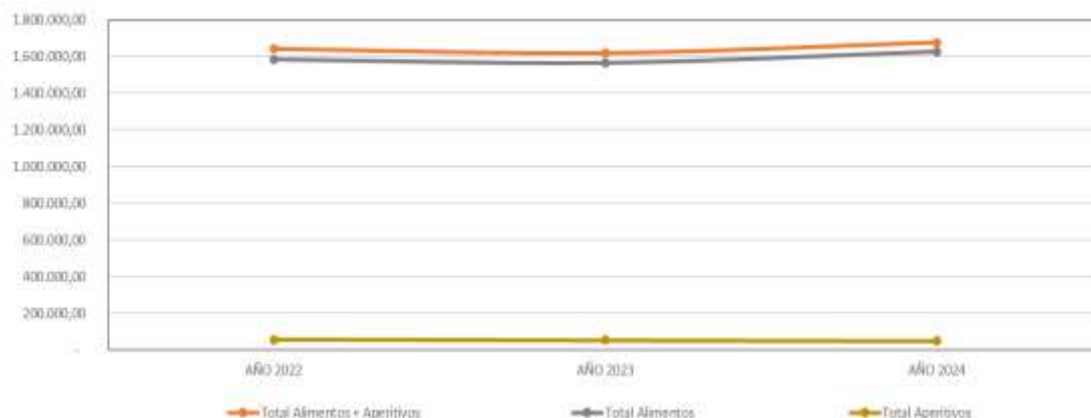
El valor del mercado cierra en positivo y crece un 3,2 % como consecuencia directa del incremento producido en la demanda (3,4 %) y no tanto en precio medio. Este movimiento rompe con la inercia del consumo extra doméstico, donde vimos que se consume ligeramente menos (0,2 %) y suben los precios medios (2,2 %).

Cada individuo realiza una ingesta promedio de 47,20 kilos de alimentos y aperitivos fuera del hogar, una cantidad un 1,9 % superior a la ingerida un año antes, lo que supone consumir del orden de 0,880 kilolitros más de estos productos. El gasto invertido por cada individuo durante el año ha sido de 688,33 €, cantidad superior al ejercicio 2023 (1,7 %).

	Consumo extradoméstico de alimentos + aperitivos en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	5.562.940,90	-0,7 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	1.675.530,00	3,4 %
VALOR (miles Euros)	24.435.212,60	3,2 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	110,43	-0,1 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	3,03	0,7 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	47,20	1,9 %
GASTO PER CAPITA (€ por individuo)	688,33	1,7 %
PRECIO MEDIO (kg ó litros)	14,58	-0,2 %

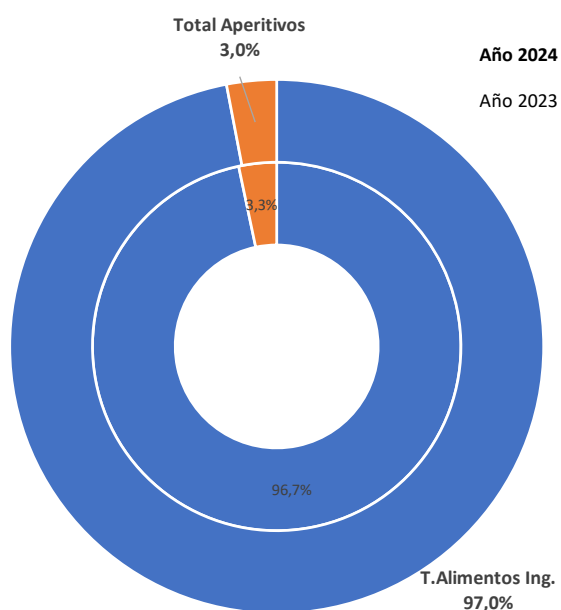
Evolución anual de total compras (millones kg o l) por tipos

Si analizamos el largo plazo, la recuperación del consumo extra doméstico de alimentos y aperitivos iniciada en 2022 sigue su curso, puesto que se consume un 2,0 % más de estos productos. Si bien, la recuperación proviene de los alimentos, debido a que los aperitivos pierden en torno al 11,7 % del volumen con respecto al año 2022.



Importancia por tipos de alimentos

Si tenemos en cuenta como se estructura el mercado en función de los diferentes segmentos, podemos observar dos hechos. Por un lado, que no se aprecian grandes cambios en la distribución del volumen, y por otro lado que los alimentos siguen representando la parte mayoritaria de volumen de la categoría, con el 97,0 % de los kilos, cifra muy similar a la de un año antes, donde entonces su participación era del 96,7 %. Los aperitivos representan el 3,0 % del volumen restante, aproximado a los datos de 2023.



Consumo per cápita de los tipos de alimentos

El consumo per cápita de cada residente en España fuera de casa durante el año 2024 es de 47,20 kilolitros, cantidad que supera los 46,32 kilolitros de hace un año, lo que supone una ingesta superior del 1,9 %, equivalente a 0,880 kilolitros más consumidos por persona y periodo de estudio. La mayor parte del consumo se realiza de alimentos (45,78 kilolitros/persona/año) mientras que de aperitivos la ingesta es de 1,42 kilos/persona/año. Es importante, ver como aumenta la ingesta promedio de alimentos, mientras que decrece la de aperitivos con variaciones del 2,2 % y 7,2 % respectivamente.

	Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)	
	Año 2023	Año 2024
Total Alimentos + Aperitivos	46,32	47,20
Total Alimentos	44,78	45,78
Total Aperitivos	1,53	1,42

5.1.1.1. ALIMENTOS

Incluimos dentro de alimentos los diferentes grupos de alimentos o categorías: 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 consumo de alimentos fuera del ámbito doméstico es masivo en España, donde el 88,8 % de los españoles ha consumido alimentos fuera de casa durante el año 2024, cantidad ligeramente más baja (1,39 %) a la del año 2023.

El consumo de alimentos fuera de casa crece un 3,7 %, mientras que las consumiciones crecen de forma más moderada (0,2 %). Estas métricas, nos indican, por tanto, que las consumiciones durante el año 2024 han sido más grandes en volumen, es decir mismo número de consumiciones pero con un mayor gramaje y volumen por consumición. El valor del mercado también cierra en positivo (3,5 %), debido a que nuevamente la demanda compensa la estabilidad del precio medio, que cierra con una leve disminución del 0,2 %.

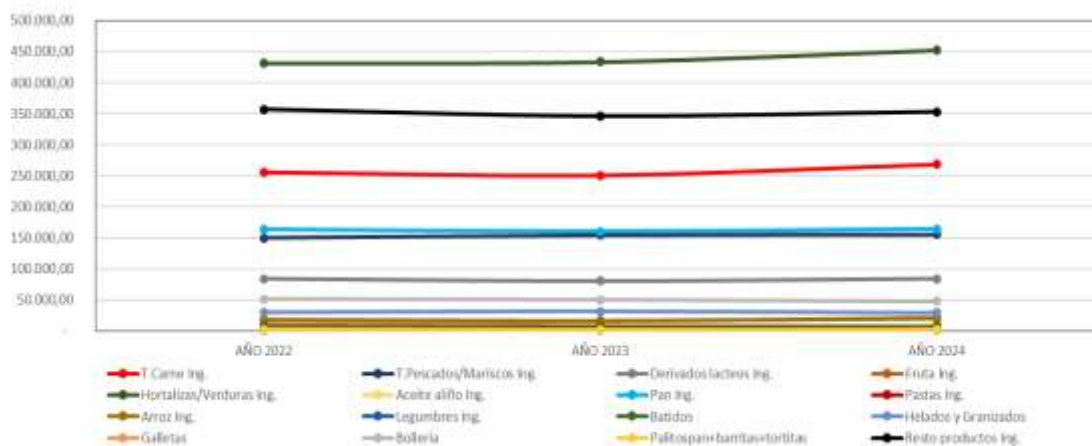
A cierre de año 2024 el 88,83 % de los individuos españoles salen a consumir alimentos fuera de casa, realizando una compra media de 161,64 consumiciones, que resultan de un promedio de 3,18 consumiciones realizada en cada acto de compra, saliendo a consumir en torno a 50,78 veces durante el año.

En líneas individuales, cada residente en España ha realizado durante el año de estudio una ingesta promedio de 45,78 kilos de alimentos fuera de casa, cantidad superior al año 2023 (2,2 %). Por su parte, el gasto per cápita cierra en 676,17 € por persona y año, nuevamente una cantidad superior a la del año 2023, que era de 663,03 €.

	Consumo extradoméstico de alimentos en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	5.097.085,00	0,2 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	1.624.980,08	3,7 %
VALOR (miles Euros)	24.003.410,00	3,5 %
PENETRACION (%)	88,83	-1,39
FRECUENCIA COMPRA (actos)	50,78	-0,2 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	161,64	0,3 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	3,18	0,5 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	45,78	2,2 %
GASTO PER CAPITA (€ por individuo)	676,17	2,0 %
PRECIO MEDIO (kg ó litros)	14,77	-0,2 %

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos

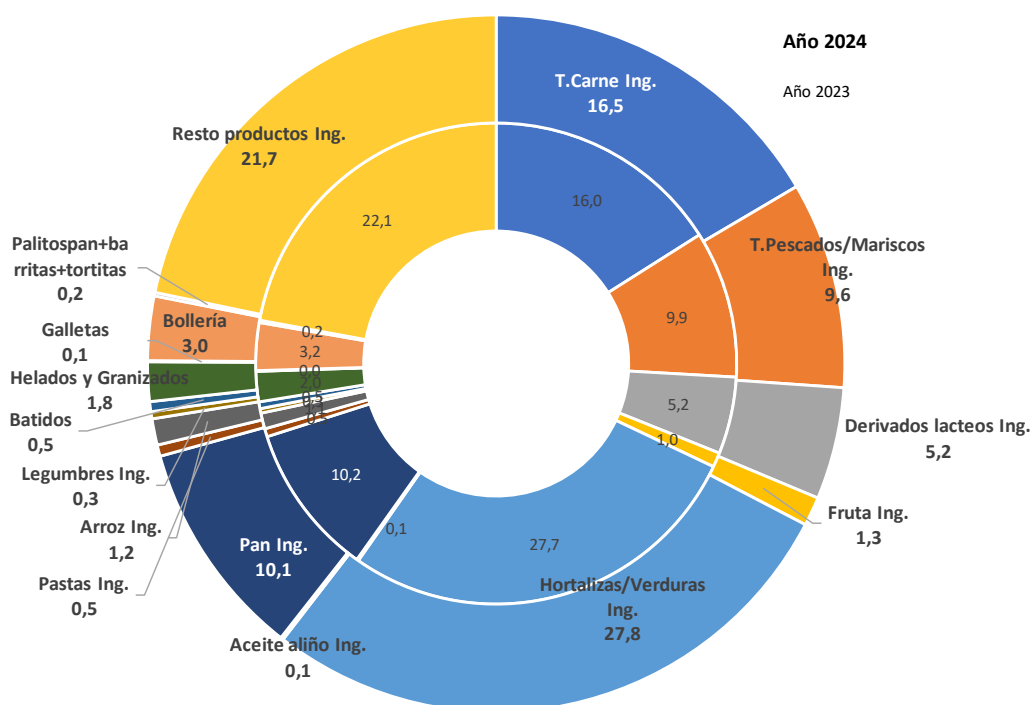
Si analizamos la variación del consumo desde el año 2022 hasta el año de estudio, se aprecia la progresiva recuperación del año 2023 y 2024. De hecho, se consumen del orden de un 2,5 % más de alimentos fuera de casa. La recuperación, no se traslada de manera homogénea a todos los productos, donde, por ejemplo, decrece la compra de pastas ing (2,3 %), helados y granizados (2,7 %) o bollería y palitos de pan, barritas y tortitas. Sin embargo, crecen por encima del promedio de los alimentos otros productos como carne ing. (4,8 %), pescados y mariscos ing. (4,2 %) o fruta ing. y aceite aliño ing. entre otras.



Importancia por tipos de alimentos

Si analizamos los diferentes productos de alimentos en función de la cuota en volumen que representan fuera de casa, podemos concluir diciendo que las hortalizas y verduras son el alimento más consumido durante el año 2024. Estos concentran el 27,8 % del volumen total consumido, siendo ligeramente superior al año anterior.

Por orden de importancia, le sigue la carne con una cuota de participación sobre el mercado del 16,5 % siendo superior al dato registrado hace un año, donde entonces era del 16,0 %. El pan, se consolida como el tercer producto de alimentación más importante fuera de casa, con una proporción del total de las compras del 10,1 %. Muy cerca, se posicionan los pescados/mariscos que concentran un 9,6 % del volumen total de alimentos consumidos fuera de casa. Con una proporción entre el 5,0 % y el 10,0 % también encontramos productos como derivados lácteos (5,2 %).



Consumo per cápita de los tipos de alimentos

Si tenemos en cuenta el consumo per cápita de alimentos fuera de casa, el año 2024 cierra con una ingesta superior a los 44,8 kilolitros del año 2023, supone una mejora del 2,2 % con respecto al año 2023. Por tanto, se consumen 0,992 kilolitros más por persona y año, siendo la cantidad total de 45,8 kilolitros en el año 2024.

El alimento que cuenta con la mayor ingesta fuera de casa son las hortalizas y verduras, con un consumo per cápita de 12,7 kilos, siendo superior a los 12,4 % del año 2023. La carne, es el segundo grupo de alimentos, que cuenta con mayor consumo fuera de los hogares durante el año 2024, siendo la cantidad ingerida de 7,6 kilos/persona/año, resultando también superior a la ingerida en 2023 (7,2 kilos/persona/año). Los pescados y mariscos y el pan son productos que se consumen fuera de casa por los individuos españoles, con una ingesta promedio muy cercana a los 5 kilos (4,4 y 4,6 kilos/persona/año respectivamente).

Es importante tener en cuenta que no todos los productos de alimentación se consumen en la misma proporción que en 2023, por ejemplo, se retrae ligeramente un 0,9 % la ingesta de pescados y mariscos, también es menor la ingesta de pastas (1,1 %) e incluso se contrae la cantidad de helados y granizados un 8,0 % a cierre de año 2024.

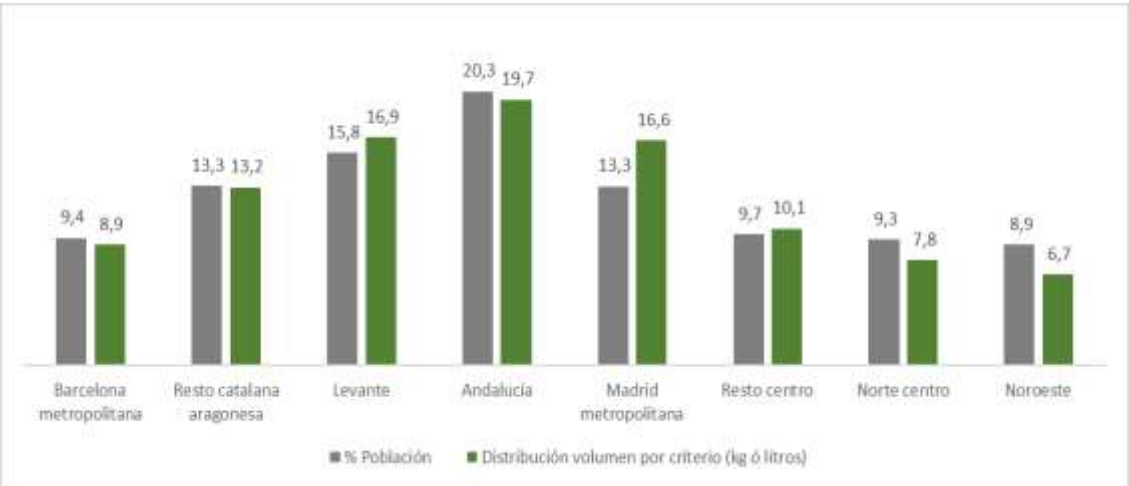
T.Alimentos Ing.

T.Carne Ing.
T.Pescados/Mariscos Ing.
Derivados lacteos Ing.
Fruta Ing.
Hortalizas/Verduras Ing.
Aceite aliño Ing.
Pan Ing.
Pastas Ing.
Arroz Ing.
Legumbres Ing.
Batidos
Helados y Granizados
Galletas
Bollería
Palitospan+barritas+tortitas
Resto productos Ing.

Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)	
Año 2023	Año 2024
44,8	45,8
7,2	7,6
4,4	4,4
2,3	2,4
0,4	0,6
12,4	12,7
0,1	0,1
4,6	4,6
0,2	0,2
0,5	0,6
0,1	0,2
0,2	0,2
0,9	0,8
0,0	0,0
1,4	1,4
0,1	0,1
9,9	9,9

Demográficos

% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)



Madrid metropolitana, Levante y Resto centro son las regiones territoriales más intensivas en el consumo de alimentos fuera del hogar durante el año 2024. Podemos llegar a esta confirmación, si tenemos en cuenta que el porcentaje de volumen que representan supera el porcentaje de población que representan, realizando por tanto un consumo superior al que cabría esperar en

6.7. FRUTA

Resultados totales de la fruta

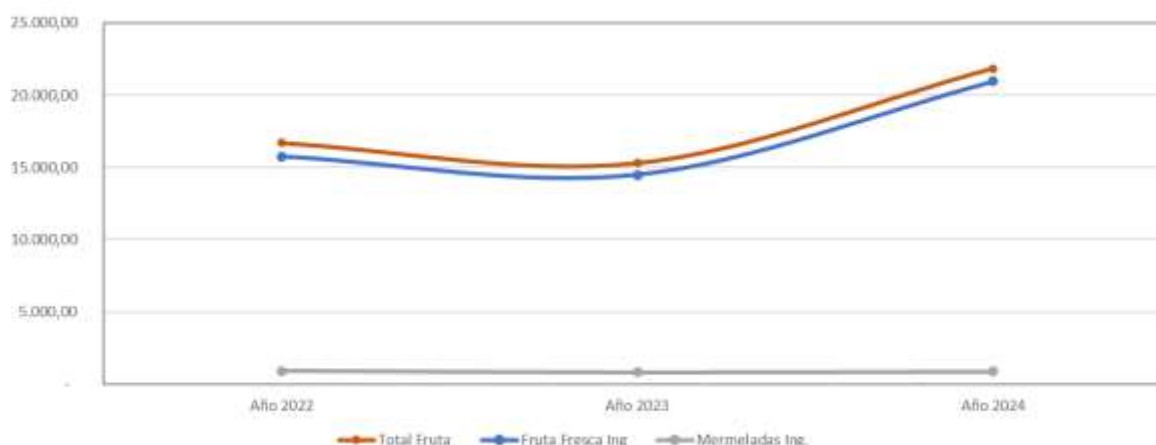
Desde una perspectiva general, podemos observar que aproximadamente 1 de cada 3 individuos en España consume fruta fuera del entorno doméstico. Aunque no es la categoría más baja en número de compradores (en comparación, por ejemplo, a legumbres con un 18,01 %), está aún algo lejos de alcanzar otras categorías como derivados lácteos (79,84 %) o pan (84,95 %). El crecimiento en volumen de estos productos fuera de casa alcanza un 42,6 %, cifra superior al incremento de volumen en consumiciones (31,3 %). Por tanto, se consumen más consumiciones con un mayor gramaje asociado.

Del mismo modo, es notable el crecimiento registrado en intensidad de compra, apoyado principalmente por unos consumidores más asiduos (con un aumento del 22,3% en frecuencia) esto significa que se consuma fruta fuera de casa en torno a 7,26 veces al año. También se ha incrementado modestamente las cantidades por consumición (con un 3,9 %).

En resumen, más del 30 % de individuos consumen fruta fuera del entorno doméstico aproximadamente 7 veces al año, consumiendo cerca de 0,62 kilos por individuo, un entorno de retroceso del consumo total extradoméstico.

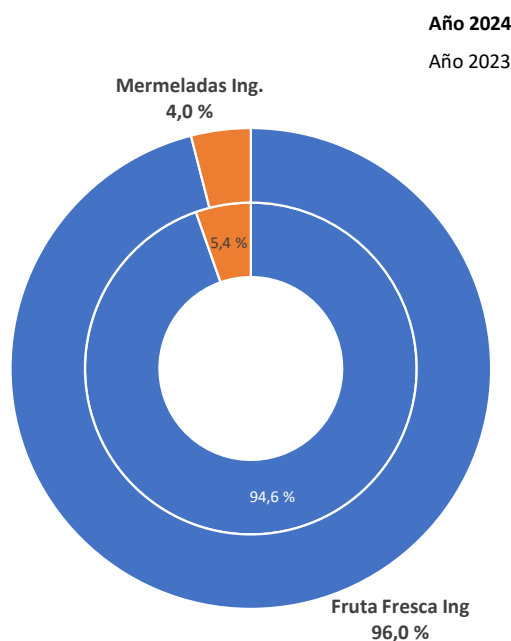
	Consumo extradoméstico de Total Frutas en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	143.728,30	31,3 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	21.834,40	42,6 %
PENETRACION (%)	30,86	0,5
FRECUENCIA COMPRA (actos)	7,26	22,3 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	13,12	27,2 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	1,81	3,9 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	0,62	40,5 %

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos



En el gráfico se puede constatar una reversión de la tendencia acumulada hasta finales de 2023. Los máximos en volumen han sido superados por una evolución paralela de la fruta fresca. Aunque las mermeladas alcanzan un crecimiento en volumen del 6,3 % (más detallado en el capítulo de mermeladas), no alcanzan el volumen de fruta fresca.

Importancia por tipos de fruta



Se observa el predominio de fruta fresca, representando un 96,0 % del volumen total en el año 2024. Este segmento ha incrementado su cuota en volumen en comparación con el año anterior, ganando así 1,4 puntos porcentuales adicionales. Por otro lado, las mermeladas han experimentado una disminución en su participación de mercado, pasando del 5,4 % en el año 2023 al actual 4,0 %, lo cual indica una pérdida de importancia relativa dentro del mercado analizado.

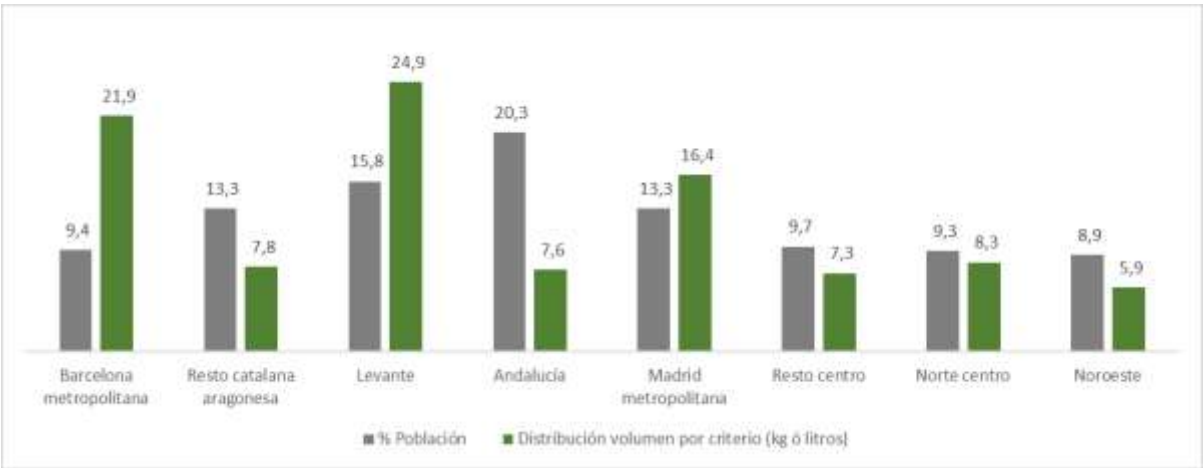
Consumo per cápita de los tipos de fruta

Si analizamos los datos de la tabla del consumo per cápita se puede detectar un incremento de 0,18 kg sobre el consumo de fruta fresca/individuo/año. En otras palabras, fruta fresca incrementa su intensidad de ingesta ante la lateralidad y estabilidad de mermeladas.

	Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)	
	Año 2023	Año 2024
	0,44	0,62
Total Fruta		
Fruta Fresca Ing	0,41	0,59
Mermeladas Ing.	0,02	0,02

Demográficos

% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)

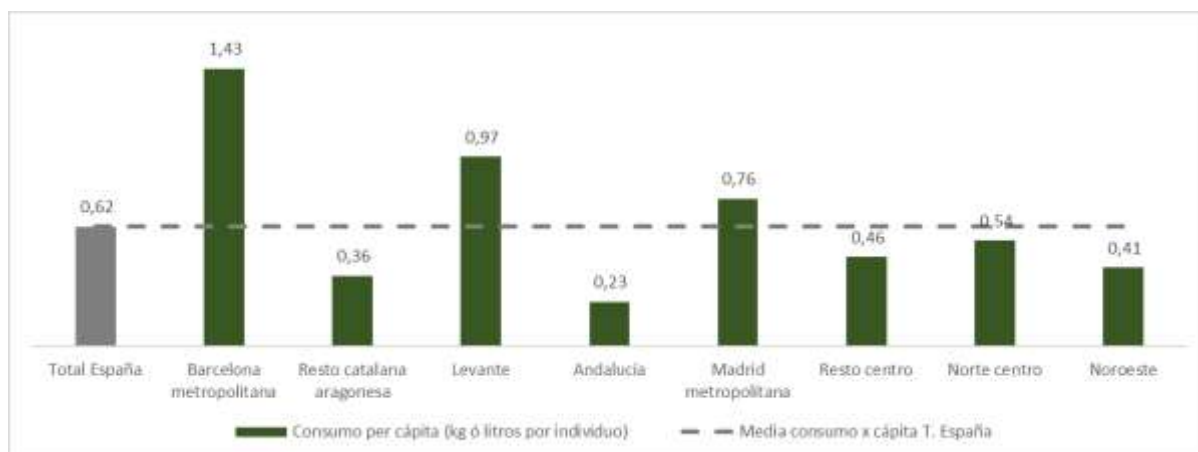


La región de Levante destaca con una distribución del volumen de consumo de frutas del 24,9 %, superando el valor estimado del peso demográfico (del 15,8 %), es decir, realizan un 9,1 % más de consumo de lo que cabría esperar por su representatividad poblacional. En la misma línea, el área metropolitana de Barcelona se sitúa en segunda posición con un 21,9 % del volumen total. Además, representa la mayor diferencia en relación con su valor estimado por peso poblacional, es decir, consumen un 12,5 % más de lo que cabría esperar. En la misma línea, el área metropolitana de Madrid se sitúa en tercera posición con mayor peso en volumen (del 16,4 %), con una diferencia del 3,1 % respecto al valor estimado por su peso sobre la población española.

Andalucía obtiene una distribución en volumen por debajo de lo estimado, por tanto, es una región que no consume fruta fuera de casa, al menos en la proporción que les correspondería, si tenemos en cuenta su extensión demográfica. Las regiones de Resto Centro, Norte Centro y Noroeste también tienen una participación menor de lo esperado, aunque con una menor diferencia en comparación a la región de Andalucía.

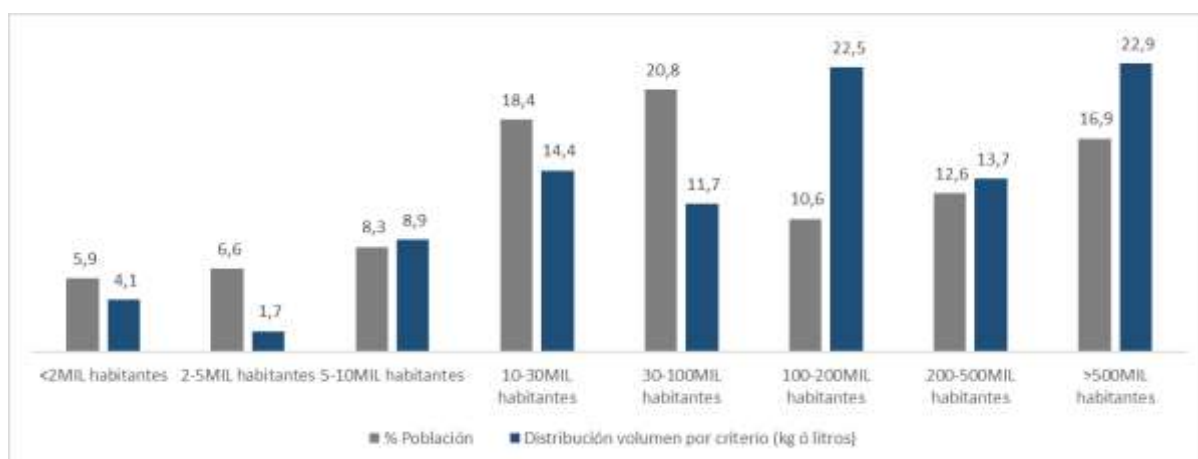
A modo de conclusión, es posible afirmar que el peso poblacional no es, en todos los casos, determinante para un mayor peso en volumen sobre el consumo total de fruta fuera del hogar. Ejemplo de ello se halla en la región de Andalucía, con la mayor representatividad poblacional, aunque con un volumen inferior en comparación a otras regiones con menor peso demográfico.

Consumo per cápita por regiones (2024)



Con un enfoque desde el consumo por individuo, el área metropolitana de Barcelona destaca significativamente entre las demás regiones del territorio nacional, duplicando aproximadamente en proporción a la media del país. En segunda posición encontramos la región de Levante (con 0,97 kg), siguiéndole de cerca el área metropolitana de Madrid (con 0,76 kg). La región con menor consumo per cápita es Andalucía, aproximadamente la mitad respecto a la media nacional. Otras regiones como el Resto de la región Catalano-aragonesa, Resto Centro, Norte Centro y Noroeste tampoco superan la media nacional.

% Población y % distribución del volumen por hábitat (2024)

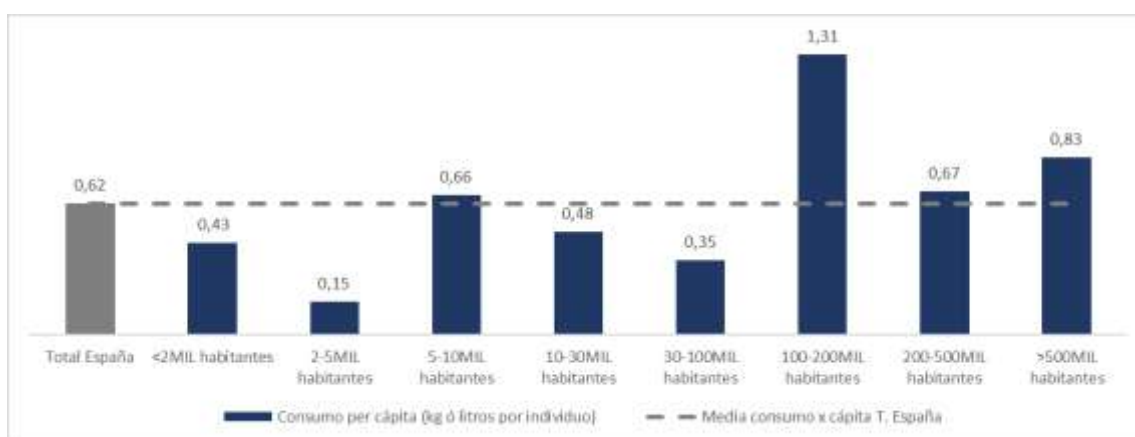


En relación con el gráfico anterior, el peso poblacional es factor condicionante, aunque no determinante para un mayor peso en volumen. Es notable la diferencia en el consumo en municipios entre 100-200 mil habitantes, duplicando valores respecto al estimado según su representatividad demográfica. Aunque es el tipo de municipio con una diferencia más destacada, no obtiene el mayor peso en volumen en territorio nacional. Grandes urbes con más de 500 mil habitantes representan un

peso mayor en volumen, con un 22,9 % y una diferencia del 6 % respecto al valor estimado. Municipios entre 200-500 mil y 5-10 mil habitantes también consumen por encima de lo que cabría esperar, aunque lejos de alcanzar los valores registrados por los municipios entre 100-200 mil habitantes. En contraposición, los municipios entre 2-5 mil habitantes son los menos intensivos, con tan solo un 1,7 % respecto al total nacional.

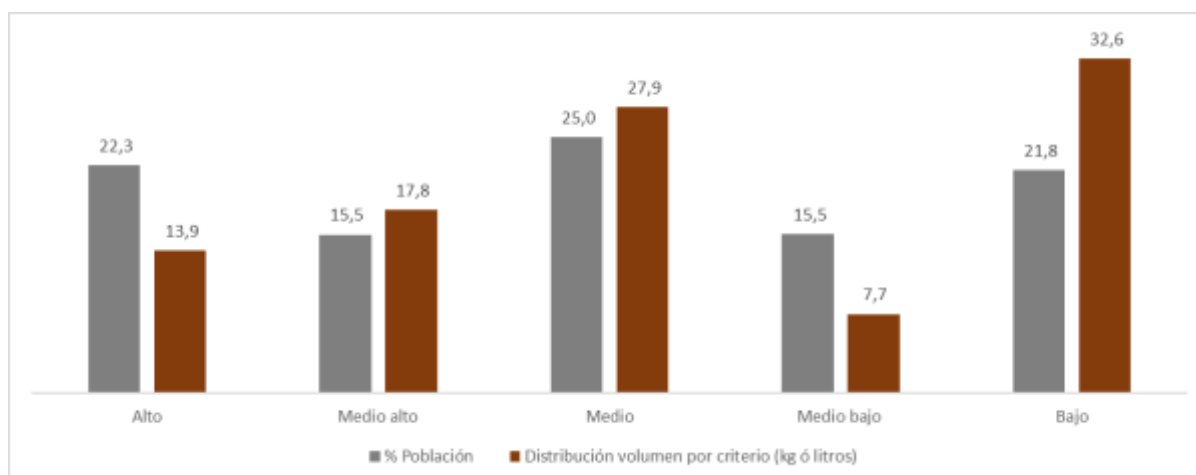
A rasgos generales, se puede identificar un mayor consumo a medida que aumenta el tamaño del municipio, siendo los municipios más pequeños los que obtienen un consumo inferior de fruta fuera de casa.

Consumo per cápita por hábitat (2024)



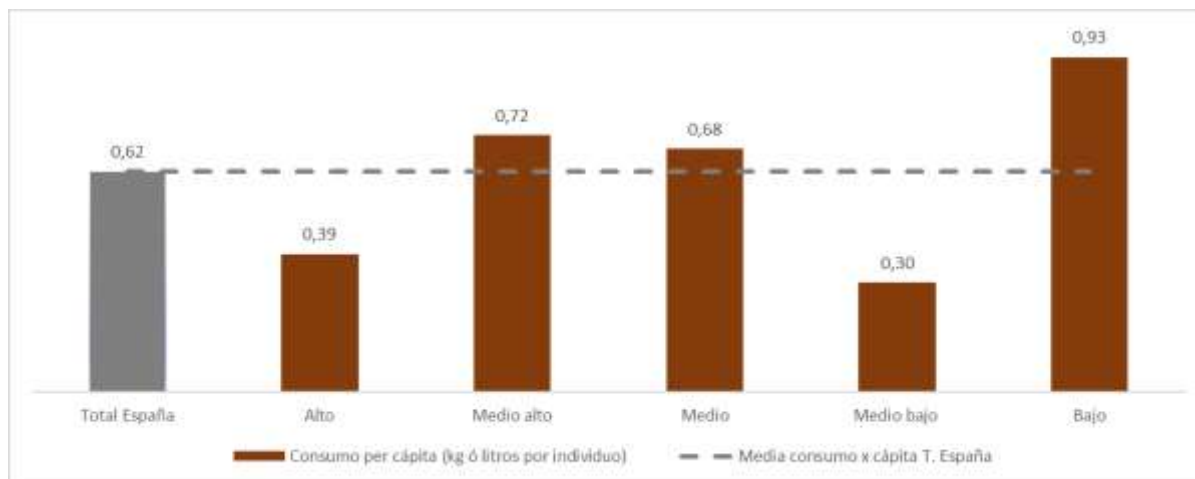
Con la información anterior, destacan los municipios entre 100-200 mil habitantes, duplicando el consumo por individuo respecto a la media nacional (1,31 vs 0,62 kilos por persona y año). Los municipios entre 200-500 mil y más de 500 mil habitantes también se sitúan por encima de la media, situada en 0,62 kg por individuo. En contraposición, los municipios entre 2-5 mil habitantes consumen por individuo hasta cuatro veces menos respecto a la media nacional, por tanto, existe una amplia mejora.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



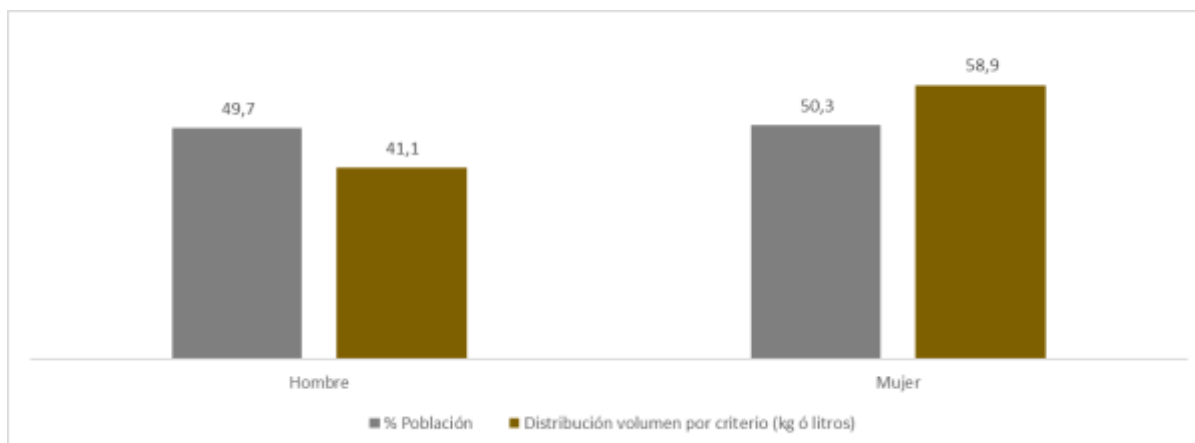
Analizando el perfil intensivo en la compra de fruta fuera de casa, en función del nivel socioeconómico, podemos ver que destacan los colectivos de nivel socioeconómico bajo, medio y medio alto, debido a que, en los tres casos, el porcentaje de compras que representan superan la cuota demográfica.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



El nivel socioeconómico bajo tiene un consumo per cápita de fruta fuera de casa que asciende a 0,93 kilos, cantidad que supera ampliamente los 0,62 kilos de la media del mercado. Por su parte, individuos de nivel alto y medio bajo, no superan esta cantidad.

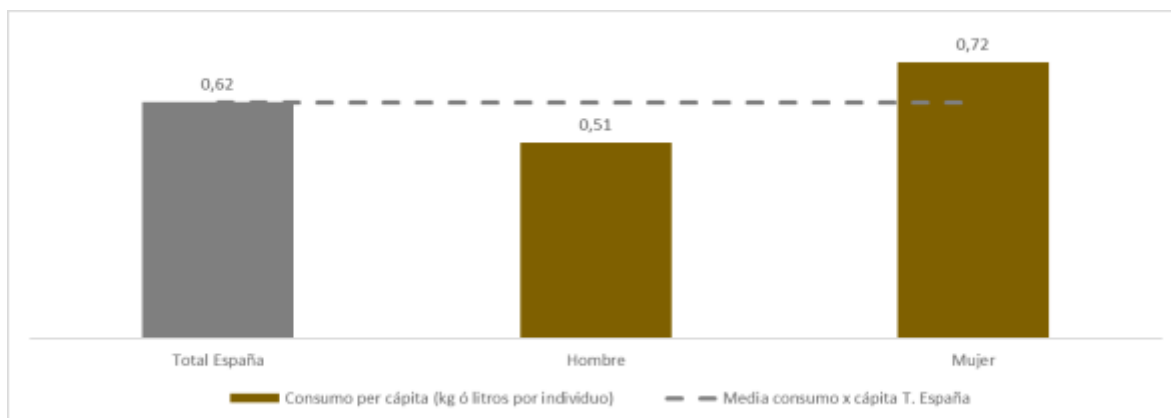
% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2024)



Analizando la intensidad de consumo desde un prisma de género, las mujeres contribuyen un 8,6 % más de lo esperado al consumo de fruta fuera de casa según su peso poblacional. En contraposición, los hombres representan el 41,1 % del volumen total consumido, por debajo de su estimación del 49,7 %, que es su representatividad poblacional.

Como conclusión, las mujeres no solo consumen por encima del valor estimado según su peso demográfico, sino que lo hacen significativamente más en diferencia a la población masculina.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2024)



Las mujeres consumen de manera individual más fruta fuera de casa, con un promedio de 0,72 kilos/persona/año, cifra ligeramente superior al promedio del mercado, que es de 0,62 kilos. Por lo contrario, la población masculina consume menos fruta por individuo respecto a la media española.

6.7.1. FRUTAS FRESCAS

Incluidos dentro del apartado de fruta fresca se encuentran diferentes tipos: Manzana, plátano, naranja/mandarina, melón/sandía, fresa/fresón, piña y resto frutas.

Resultados totales de fruta fresca

Analizando el consumo de fruta fresca, podemos identificar un crecimiento en volumen, tanto en miles de consumiciones como en miles de kg. Por tanto, el año 2024 es un año, favorable para el consumo de estos productos frescos fuera del ámbito doméstico.

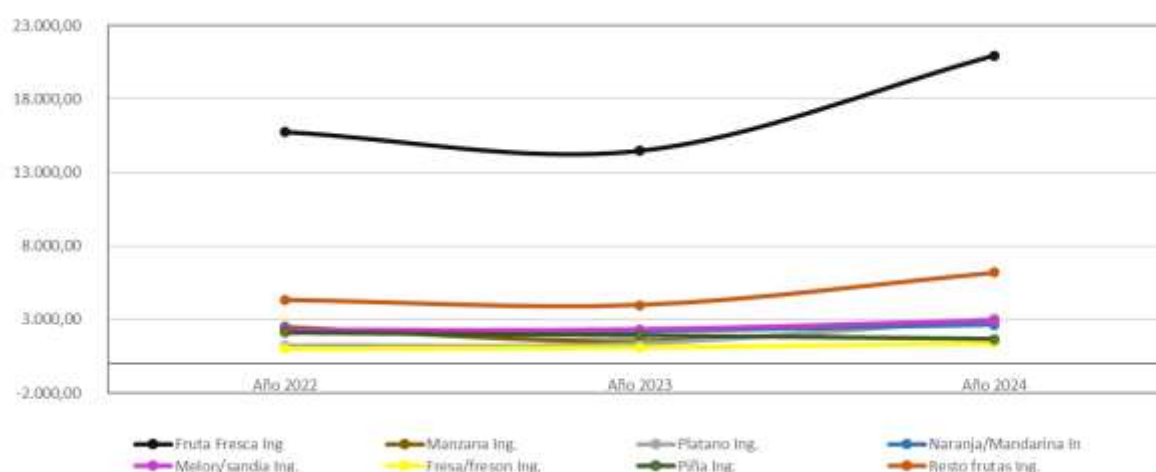
A diferencia del escenario visto en el total frutas, la variación en volumen entre kg y consumiciones se mantiene más parejo, con ambos valores entre un intervalo de 40-45 % de incremento respecto a 2023. En líneas generales, 1 de cada 4 españoles ha consumido fruta fuera de casa en 2024, en torno a 6,27 veces por año.

Sin embargo, desde un criterio de intensidad de consumo, se puede apreciar una evolución favorable, teniendo en consideración indicadores en crecimiento como el consumo per cápita (un 42,6 % respecto al año anterior). Este escenario difiere de la situación analizada en el total de entorno extradoméstico, donde se podía comprobar una tendencia decreciente en intensidad.

En promedio, el consumo per cápita cierra en torno a los 0,59 kilos por persona y año, cantidad superior en un 42,6 % a la ingerida un año antes.

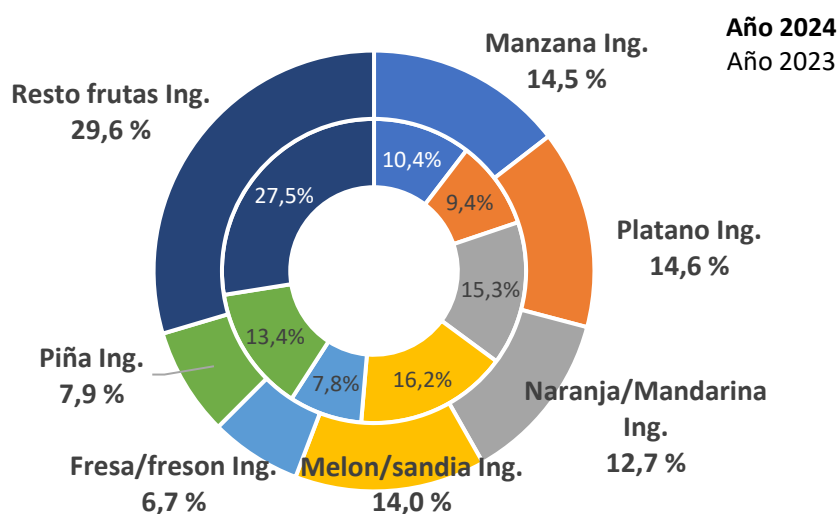
	Consumo extradoméstico de fruta fresca en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	110.396,90	42,6 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	20.958,91	44,7 %
PENETRACION (%)	24,24	-0,6
FRECUENCIA COMPRA (actos)	6,27	29,3 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	12,83	44,1 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	2,05	11,5 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	0,59	42,6 %

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos



Tras una tendencia de retroceso observada entre 2022-2023, el panorama entre 2023-2024 está marcado por una recuperación creciente, superando el histórico de 2022. Dicho crecimiento se ha visto respaldado por el aumento de compras del melón/sandía y naranja/mandarina. Acompañando, tenemos un crecimiento más moderado en fresas/fresones.

Importancia por tipos de fruta fresca



En este gráfico se evidencia el aumento de la diversidad de consumo, representada por el segmento “Resto frutas”. En otras palabras, otros tipos de fruta (representados en este gráfico como Resto frutas) obtienen mayor peso en volumen respecto al año anterior (29,6 % vs 27,5 %), sin representar de forma individual un volumen significativo.

Ahora bien, si abogamos por los tipos específicos de frutas, el plátano es la fruta fresca más consumida con una proporción del 14,6 % total de los kilos del mercado. Cuenta, además, con la mayor diferencia en cuota volumen respecto al año anterior (5,2 puntos). En segunda posición, la manzana concentra el 14,5 % del volumen de fruta total consumido fuera de casa, con un incremento de 4,1 puntos porcentuales. El melón/sandía tiene una proporción del 14,0 % del volumen, si bien, se aprecia una reducción de cuota con respecto al 16,2 % que aglutinaba hace un año. Mismo escenario que se repite en piña, que pasa del 13,4 % del volumen al actual 7,9 % del año 2024.

Consumo per cápita de los tipos de fruta fresca

Con la siguiente información, se puede apreciar un consumo 180 gramos más en fruta fresca respecto a 2023, siento la cantidad total ingerida de 0,59 kilos por persona y año.

Esta variación al alza y por tanto incremento del consumo per cápita se traslada a casi todas las frutas, exceptuando la piña, retrocediendo 0,01 kg por individuo. La manzana y el plátano tienen el consumo por individuo más alto, con 0,09 kg per cápita. En contraposición, fresa/fresón y la piña obtienen la menor intensidad de compra.

Fruta Fresca Ing

Manzana Ing.
 Platano Ing.
 Naranja/Mandarina In
 Melon/sandía Ing.
 Fresa/freson Ing.
 Piña Ing.
 Resto frutas Ing.

Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)	
Año 2023	Año 2024
0,41	0,59
0,04	0,09
0,04	0,09
0,06	0,07
0,07	0,08
0,03	0,04
0,06	0,05
0,11	0,17

Demográficos

De esta forma, las regiones con un peso en volumen por encima de su valor estimado en cuota demográfica son: Levante, el área metropolitana de Barcelona y el área metropolitana de Madrid. El conjunto de estas 3 áreas explica el 64,1 % de cuota en volumen de fruta fresca.

FRUTA FRESCA	% Población	Distribución volumen por criterio (kg ó litros)	Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)
Total España	100,0	100,0	0,59
Barcelona metropolitana	9,4	22,7	1,42
Resto catalana aragonesa	13,3	8,0	0,36
Levante	15,8	24,7	0,93
Andalucía	20,3	6,8	0,20
Madrid metropolitana	13,3	16,7	0,74
Resto centro	9,7	7,1	0,43
Norte centro	9,3	8,0	0,51
Noroeste	8,9	6,0	0,39
<2MIL habitantes	5,9	4,2	0,42
2-5MIL habitantes	6,6	1,7	0,15
5-10MIL habitantes	8,3	9,2	0,65
10-30MIL habitantes	18,4	14,1	0,45
30-100MIL habitantes	20,8	11,4	0,32
100-200MIL habitantes	10,6	22,6	1,26
200-500MIL habitantes	12,6	13,5	0,63
>500MIL habitantes	16,9	23,4	0,82
De 15 a 19 años	6,9	0,4	0,03
De 20 a 24 años	6,8	2,3	0,20
De 25 a 34 años	14,4	4,6	0,19
De 35 a 49 años	29,0	28,6	0,58
De 50 a 59 años	19,9	17,4	0,52
De 60 a 75 años	23,0	46,8	1,20
Alto	22,3	13,3	0,35
Medio alto	15,5	18,1	0,70
Medio	25,0	28,1	0,65
Medio bajo	15,5	7,2	0,27
Bajo	21,8	33,2	0,91
Hombre	49,7	40,6	0,48
Mujer	50,3	59,4	0,70

Analizado desde una perspectiva por edad, se puede observar que los perfiles de más de 50 años representan el 64,3 % de la cuota en volumen de fruta fresca, obteniendo además la mayor intensidad. Concretamente, los perfiles entre 60-75 años llegan a duplicar el consumo por individuo medio en territorio nacional.

A modo de conclusión, se puede identificar una mayor intensidad de consumo de fruta fuera de casa, en perfiles de edad más avanzados, y una mayor concentración de volumen en mujeres. Todo ello, en paralelo a un peso en volumen fragmentado desde la perspectiva regional y por tamaño de municipio. Adicionalmente, con una distribución en volumen más

concentrada en niveles socioeconómicos medios y bajos. No obstante, a nivel de niveles socioeconómicos, los niveles bajos llegan a duplicar el consumo por individuo respecto a la media nacional, lo que los convierte en los más intensivos.

6.7.2. MERMELADAS

En el siguiente estudio solo se analiza la mermelada.

Resultados totales de las mermeladas

A rasgos generales, es posible destacar una intensidad de consumo menor de los consumidores de mermeladas respecto a los de fruta fresca. Si bien, estos productos se consumen en un 4,1 % más de ocasiones, siendo su mejora volumétrica del 6,3 %, es decir, se consumen 6,3 % más de kilos de mermelada que hace un año fuera de casa.

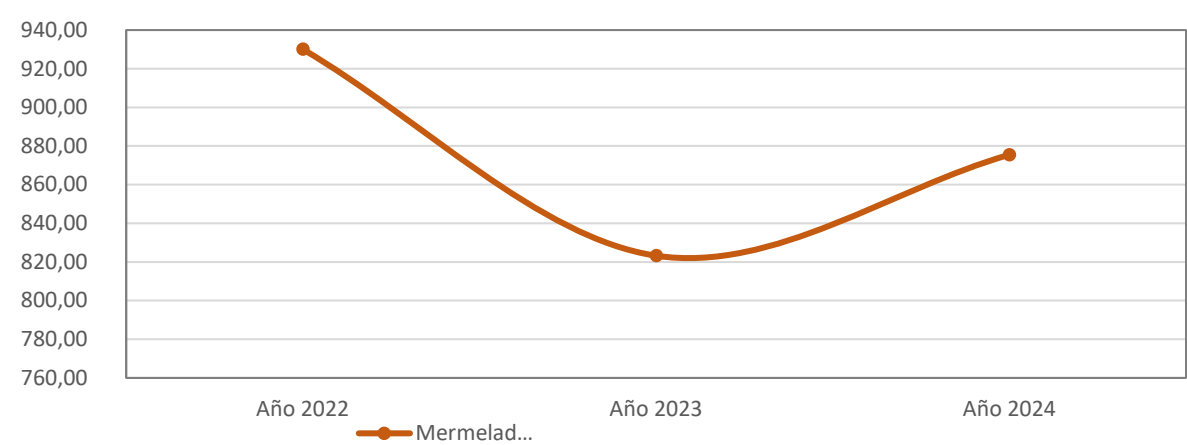
La mermelada se consume por más de 1 de cada 10 individuos fuera de casa, siendo su mejora de 1,3 puntos porcentuales con respecto a 2023. Esta es sin duda, una cifra que no alcanza los casi 24 puntos de penetración de fruta fresca, pero la tendencia como vemos es favorable.

No obstante, los valores de frecuencia en actos obtenidos por los consumidores de mermeladas son próximo a los obtenidos por los consumidores de fruta fresca (ambos con aproximadamente 6,49 actos de consumo fuera del hogar por año).

Como conclusión, las mermeladas llegan a un menor número de individuos respecto a la fruta fresca y también lo hacen con una ligera menor intensidad de consumo. No obstante, presentan una dinámica de crecimiento respecto al volumen en consumiciones, kilos y consumo per cápita.

	Consumo extradoméstico de mermeladas en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	33.331,35	4,1 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	875,48	6,3 %
PENETRACION (%)	11,15	1,3
FRECUENCIA COMPRA (actos)	6,49	6,9 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	8,42	-9,4 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	1,30	-15,3 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	0,02	4,8 %

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos



Las mermeladas consiguen recuperar compras durante el transcurso de 2024. No obstante, debe consolidar crecimiento si quiere revertir tendencia, hasta alcanzar los 940 millones de kg registrados en 2022. Se puede identificar, por lo tanto, un escenario de recuperación, aunque con margen de crecimiento.

Demográficos

MERMELADAS	% Población	Distribución volumen por criterio (kg ó litros)	Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)
Total España	100,0	100,0	0,02
Barcelona metropolitana	9,4	2,7	0,01
Resto catalana aragonesa	13,3	3,1	0,01
Levante	15,8	30,1	0,05
Andalucía	20,3	26,2	0,03
Madrid metropolitana	13,3	8,1	0,02
Resto centro	9,7	11,2	0,03
Norte centro	9,3	14,0	0,04
Noroeste	8,9	4,6	0,01
<2MIL habitantes	5,9	2,1	0,01
2-5MIL habitantes	6,6	1,4	0,01
5-10MIL habitantes	8,3	2,1	0,01
10-30MIL habitantes	18,4	22,3	0,03
30-100MIL habitantes	20,8	19,7	0,02
100-200MIL habitantes	10,6	21,9	0,05
200-500MIL habitantes	12,6	19,5	0,04
>500MIL habitantes	16,9	11,0	0,02
De 15 a 19 años	6,9		
De 20 a 24 años	6,8	0,8	0,00
De 25 a 34 años	14,4	0,9	0,00
De 35 a 49 años	29,0	14,0	0,01
De 50 a 59 años	19,9	47,1	0,06
De 60 a 75 años	23,0	37,2	0,04
Alto	22,3	29,5	0,03
Medio alto	15,5	10,7	0,02
Medio	25,0	22,5	0,02
Medio bajo	15,5	19,1	0,03
Bajo	21,8	18,3	0,02
Hombre	49,7	53,9	0,03
Mujer	50,3	46,1	0,02

Regionalmente, se observa una concentración de volumen en Andalucía y y Levante (con 26,2 % y 30,1 % de su peso en relación al total mermerladas, respectivamente). Levante, además, concentra la mayor intensidad en consumo por individuo (0,05 kg). Estas dos regiones llegan a explicar el 56,3 % de la cuota volumen en mermeladas. A nivel de tamaño de municipio podemos hallar diferencias respecto a lo visto en frutas. Ejemplo de ello es un menor peso de grandes urbes (más de 500 mil habitantes), en relación al valor estimado según su peso demográfico.

En la misma línea, la mayor cuota en volumen se halla en

municipios de 10-30 mil habitantes, con un 22,3 %. En frutas, en cambio, tan solo representaban el

14,4 % del peso en volumen de la categoría, situándose en tercera posición respecto a otros municipios.

Desde un enfoque por edades, se encuentra una mayor concentración en perfiles de más edad, a diferencia del escenario visto en frutas. Concretamente, el 84,3 % del volumen se aglutina alrededor de los perfiles de más de 50 años. En frutas, en cambio, los individuos entre 35-49 tenían un peso mayor que en mermeladas (en frutas, su peso era del 28 %, mientras que en mermeladas es del 14 %).

Del mismo modo, si analizamos los niveles socioeconómicos, podemos ver una diferencia significativa en la mayor representatividad de niveles altos, en relación al escenario de frutas analizado. En frutas, el peso en volumen de éstos era de 13,9 %, mientras que en mermeladas son el grupo mayoritario, con un 29,5 %.

En la misma línea, los hombres son grupo mayoritario de consumo (con un 53,9 %), al contrario de frutas (con un 8,6 % por debajo de su valor estimado según su peso en territorio nacional). Por el contrario, las mujeres tan solo explican el 46,1 % del total sobre el volumen consumido.

A modo de resumen, Andalucía y Levante son las regiones con mayor peso en volumen en la categoría, respaldado principalmente por perfiles de edad más avanzados (más de 50 años). No obstante, sí pueden hallarse diferencias respecto a frutas o fruta fresca, como las ya mencionadas.

6.8. GALLETAS

En este capítulo se analiza la categoría galletas.

Resultados totales de galletas

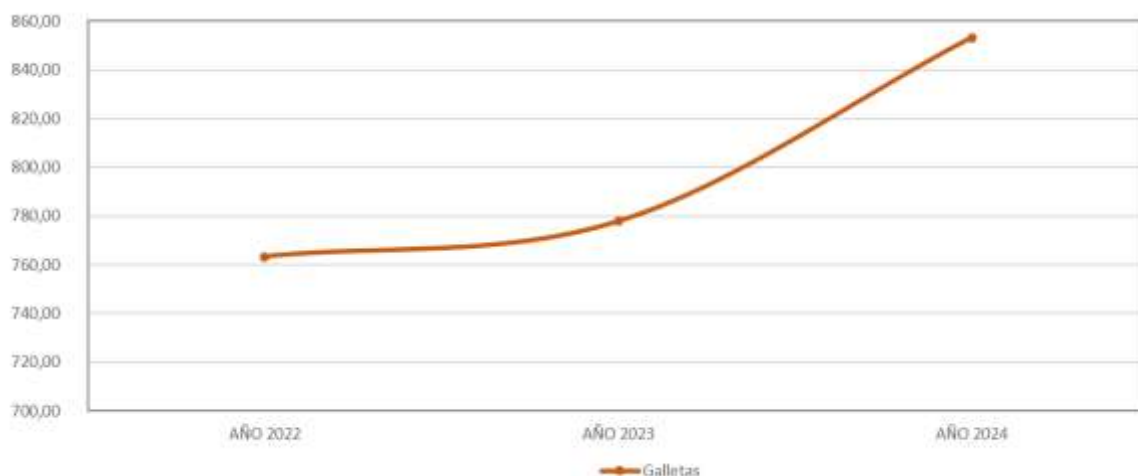
Durante el 2024 se ha incrementado el volumen de consumo de galletas fuera del hogar en un 9,7 %. Este incremento se debe a una mayor frecuencia de compra, que ha incrementado en el último año en un 16,2 %, donde los individuos españoles han consumido galletas fuera del hogar en promedio 4,67 veces durante el año. Aunque hay menos individuos que han consumido galletas fuera del hogar, el 17 % de los individuos españoles han consumido galletas fuera del hogar durante el 2024 en comparación con el 17,7 % que lo hicieron durante 2023. Y además han consumido menor cantidad en cada ocasión de consumo, donde la cantidad ha descendido en un 3,3 %.

A pesar de la reducción de la cantidad consumida de galletas por ocasión, pero con el incremento de la frecuencia se observa un incremento la cantidad de galletas consumidas por individuo fuera de casa en un 8,1 %, situándose en 0,02 kilos per cápita.

	Consumo extradoméstico de galletas en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	42.659,15	9,7 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	853,18	9,7 %
PENETRACION (%)	17,00	-0,7
FRECUENCIA COMPRA (actos)	4,67	16,2 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	7,07	12,4 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	1,51	-3,3 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	0,02	8,1 %

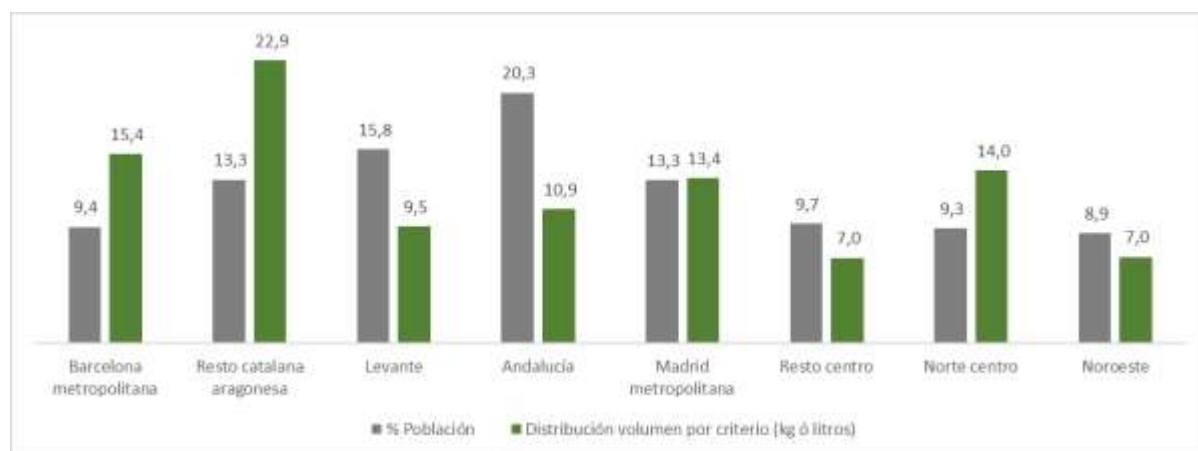
Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos

El volumen de galletas compradas en extradoméstico durante el 2024 ha crecido por encima del volumen de los 2 últimos años, situándose en 853 mil kilos.



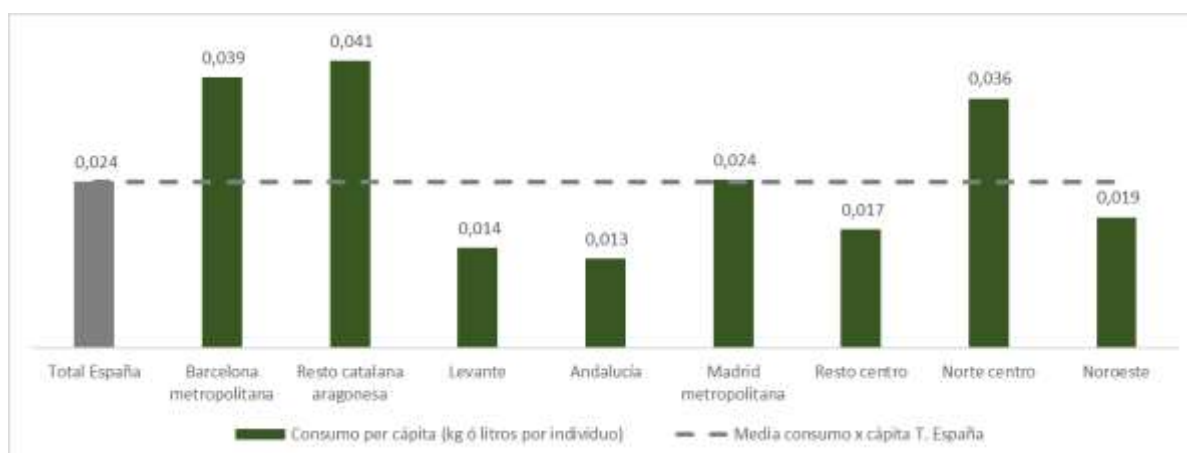
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)



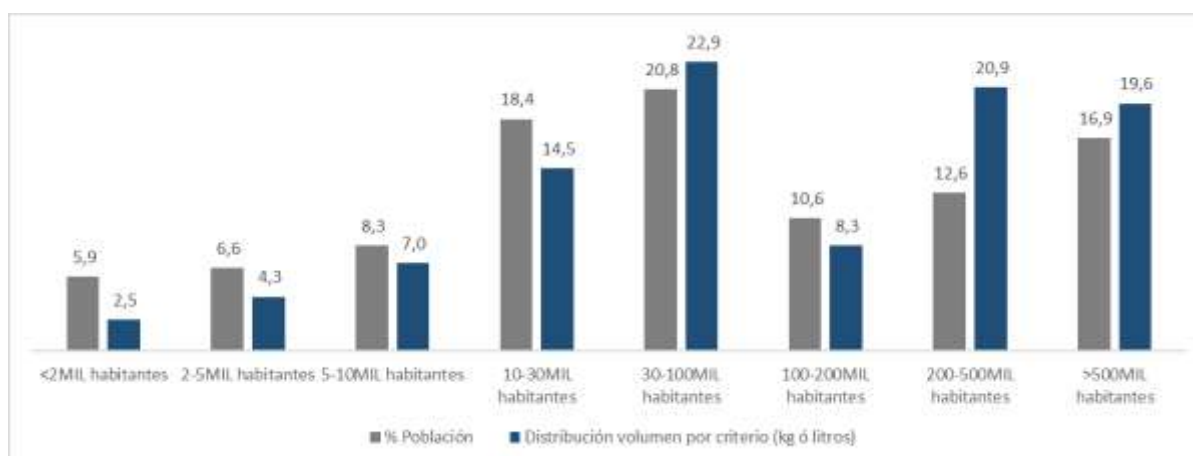
Barcelona metropolitana junto con el área geográfica Resto catalana aragonesa y Norte Centro donde se consumen galletas fuera del hogar de forma más intensivas. Ya que tienen una distribución del volumen de galletas por encima de su peso poblacional, es decir Barcelona metropolitana representa el 15,4 % del volumen de la categoría y en población representa el 9,4 %, Resto catalana aragonesa representa un 22,9 % del volumen de galletas contra un 13,3 % que representa poblacionalmente y Norte Centro supone un 14,0 % del volumen vendido de galletas fuera del hogar y solo un 9,3 % en población. Sin embargo, en el otro lado con un consumo menos intensivo está Levante, Andalucía, Resto centro y Noroeste que tienen una distribución de volumen menor a la que representan poblacionalmente.

Consumo per cápita por regiones (2024)



El área territorial de Resto catalana aragonesa lidera el consumo de galletas per cápita fuera del hogar, con un consumo de 0,041 kilos per cápita al año. Seguido de Barcelona metropolita con 0,039 kilos per cápita y el área Norte centro con 0,036 kilos per cápita. Sin embargo, Andalucía y Levante son las regiones con un menor consumo por individuo de galletas fuera del hogar, 0,013 kilos y 0,014 kilos respectivamente.

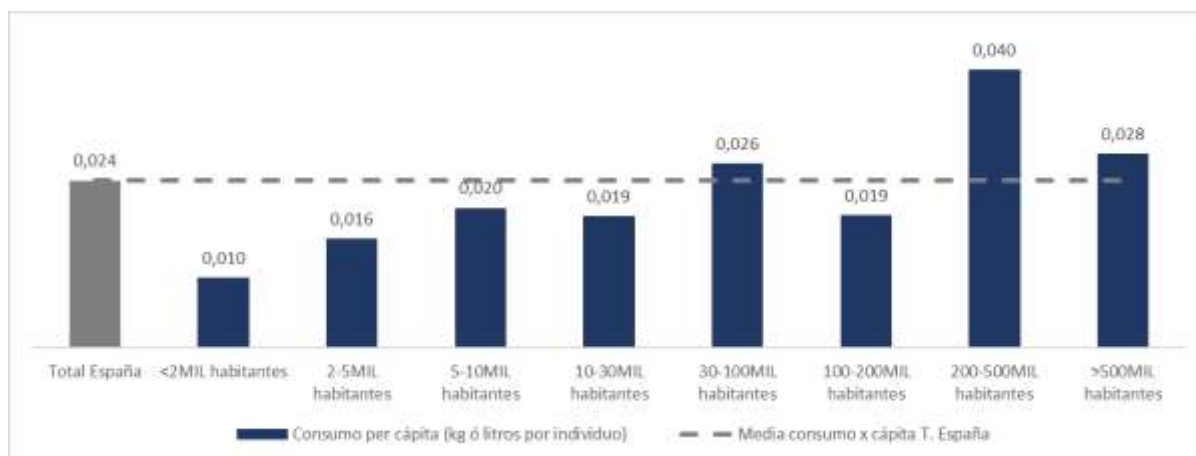
% Población y % distribución del volumen por hábitat (2024)



Las poblaciones más grandes consumen galletas fuera de casa de forma más intensiva. Un 20,9 % del volumen consumido de la categoría se realiza en poblaciones entre 200 mil y 500 mil habitantes, donde poblacionalmente representan solo el 12,6 %. Las poblaciones de más de 500 mil habitantes representan el 19,6 % del volumen consumido de galletas fuera de casa y poblacionalmente pesan un 16,9 %. Y también tienen un consumo por encima de lo esperado las poblaciones entre 30 y 100 mil habitantes, representando el 22,9 % del volumen de galletas.

Sin embargo, las poblaciones más pequeñas consumen galletas con menor intensidad. Las poblaciones con menos de dos mil habitantes representan el 2,5 % del volumen de la categoría y poblacionalmente suponen el 5,9 %. Las de entre dos mil y cinco mil habitantes representan el 4,3 % del volumen y las de 5 mil y 10 mil habitantes representan el 7,0 % del volumen y las de entre 10 mil y 30 mil habitantes representan el 14,5 % del volumen. Todas por debajo de su peso poblacional.

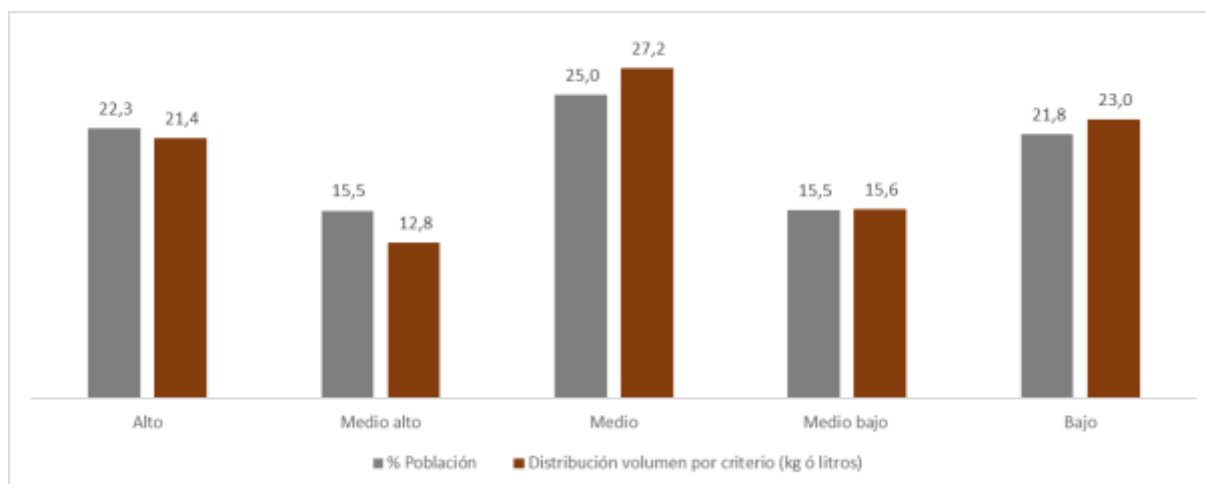
Consumo per cápita por hábitat (2024)



Las poblaciones entre 200 mil y 500 mil habitantes donde se consume mayor cantidad de galletas fuera del hogar por individuo, con una ingesta per cápita de 0,04 kilos al año. En las poblaciones de entre 30 mil y 100 mil y más de 500 mil habitantes también se consume una cantidad de galletas por individuo mayor al promedio nacional, con 0,026 kilos y 0,028 kilos respectivamente en comparación con 0,024 kilos que se consumen en el promedio nacional.

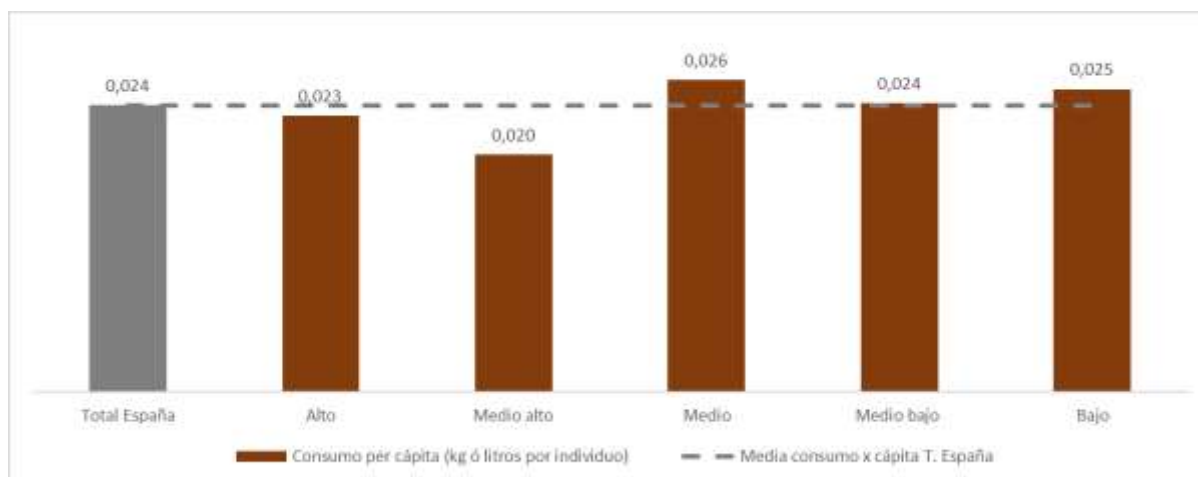
Y son las poblaciones con menos de dos mil habitantes donde se realiza un menor consumo per cápita de galletas fuera del hogar, consumiéndose 0,01 kilos por individuo.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



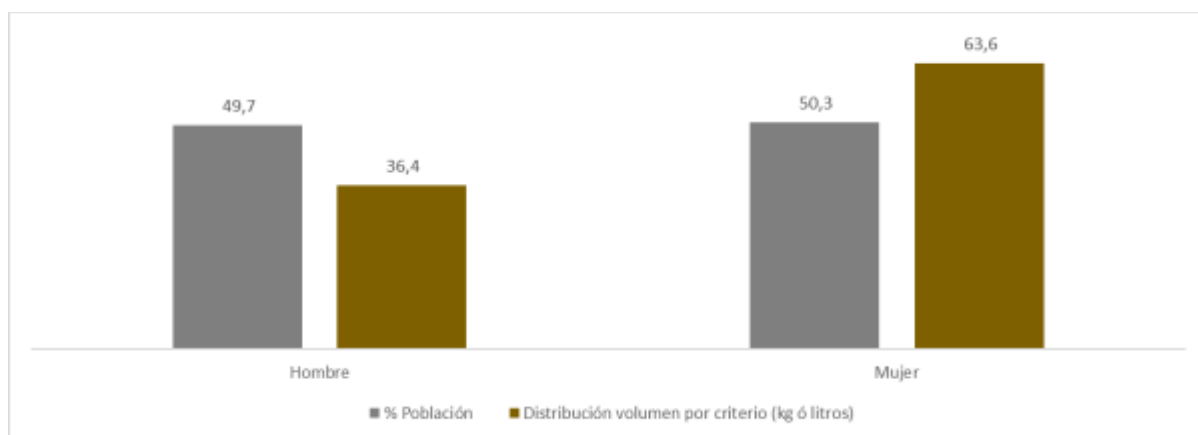
El nivel socioeconómico medio junto con el bajo son los niveles que consumen galletas fuera del hogar de forma más intensiva. El nivel medio representa un 27,2 % del volumen y poblacionalmente un 25 % y el nivel bajo representa el 23 % del volumen consumido de la categoría y sobre la población representa un 21,8 %. Sin embargo, los niveles alto y medio alto los que consumen menos de lo que le correspondería por su peso poblacional, especialmente el nivel medio alto que solo representa el 12,8 % del volumen y población un 15,5 %.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



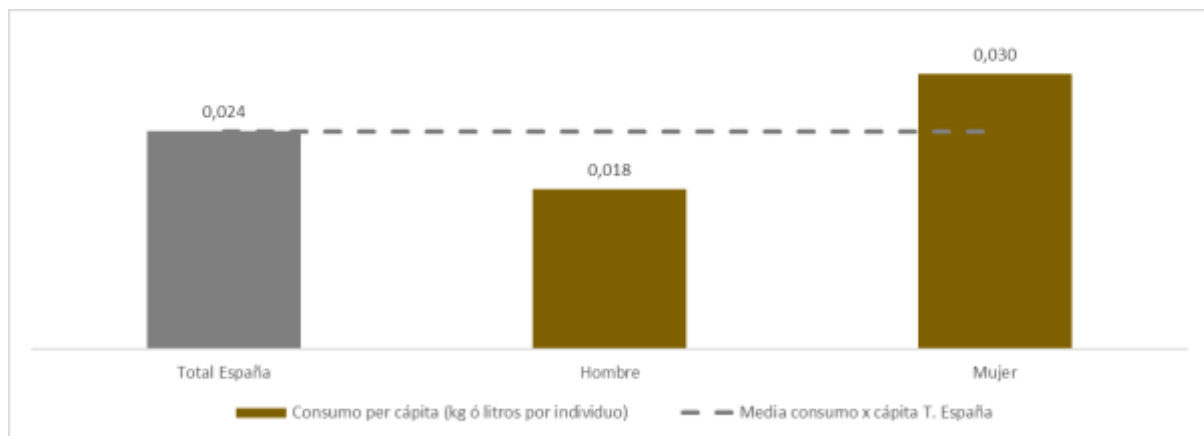
Los individuos con un nivel socioeconómico medio son los que tienen un mayor consumo de volumen de galletas fuera del hogar per cápita, consumiendo en promedio 0,026 kilos por individuo, muy cercano al consumo que realizan los individuos de un nivel socioeconómico bajo, que es 0,025 kilos. Sin embargo, los individuos con un nivel medio alto son los que menos volumen consumen de galletas fuera de casa, 0,02 kilos por individuo.

% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2024)



Las mujeres consumen galletas fuera del hogar de forma más intensiva que los hombres, representan un 63,6 % del volumen de la categoría frente al 50,3 % que representan poblacionalmente. Sin embargo, los hombres tan solo representan el 36,4 % del volumen de la categoría y un 49,7 % poblacionalmente.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2024)



Las mujeres tienen un consume per cápita de galletas fuera del hogar más alto que el de los hombres. Donde la mujer en promedio ha consumido durante el 2024, 0,03 kilo per cápita de galletas fuera de casa y sin embargo los hombres en promedio han consumido 0,018 kilos por individuo.

6.9. HELADOS Y GRANIZADOS

Resultados totales de helados y granizados

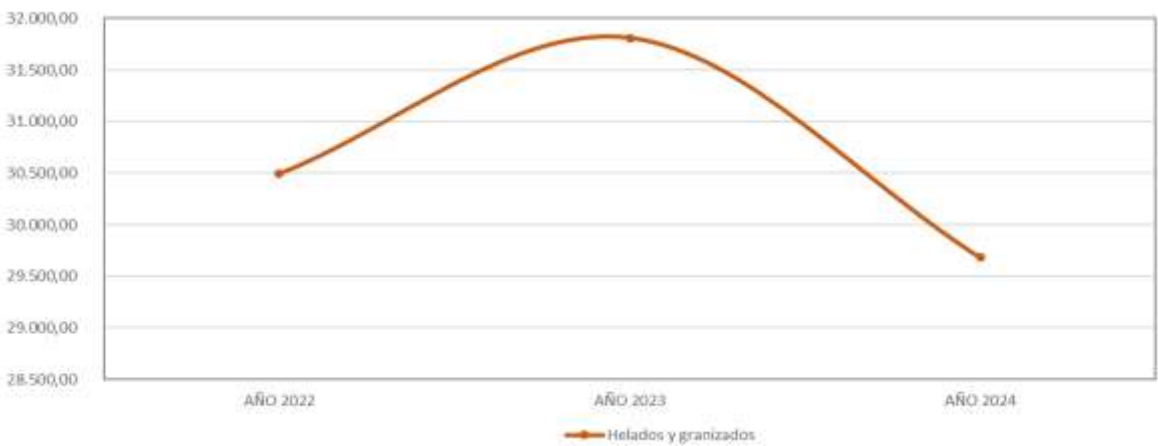
Durante el 2024 los individuos españoles han consumido un 6,7 % menos de helados y granizados fuera del hogar. Han sido menos individuos consumiendo la categoría, un 56,17 % frente al 58,97 % que consumieron la categoría durante 2023. Y además se ha reducido la compra media por individuo, debido a una menor frecuencia de compra (-2 %), consumiéndose 6,46 veces la categoría al año. Y menos consumiciones en cada acto, reduciéndose un 1,5 %.

Lo que ha llevado a una reducción del 8 % del consumo per cápita de helados y granizados fuera del hogar. Donde durante el 2024 se han consumido en promedio 0,84 litros de helados y granizados por individuo.

	Consumo extradoméstico de helados y granizados en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	247.371,40	-6,7 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	29.684,57	-6,7 %
PENETRACION (%)	56,17	-2,8
FRECUENCIA COMPRA (actos)	6,46	-2,0 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	12,41	-3,5 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	1,92	-1,5 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	0,84	-8,0 %

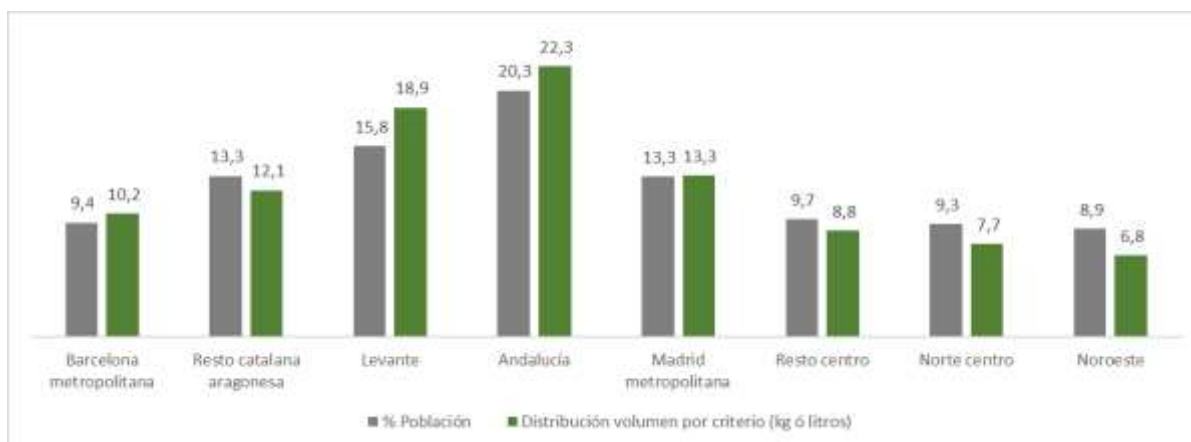
Evolución anual de total compras (miles kg-l) por tipos

Helados y granizados en extradoméstico ha cerrado el 2024 con una tendencia negativa, se han reducido los litros consumidos un -6,7 % en comparación con 2023. Donde no solo se han reducido los litros consumidos con respecto a 2023, también en comparación con 2022.



Demográficos

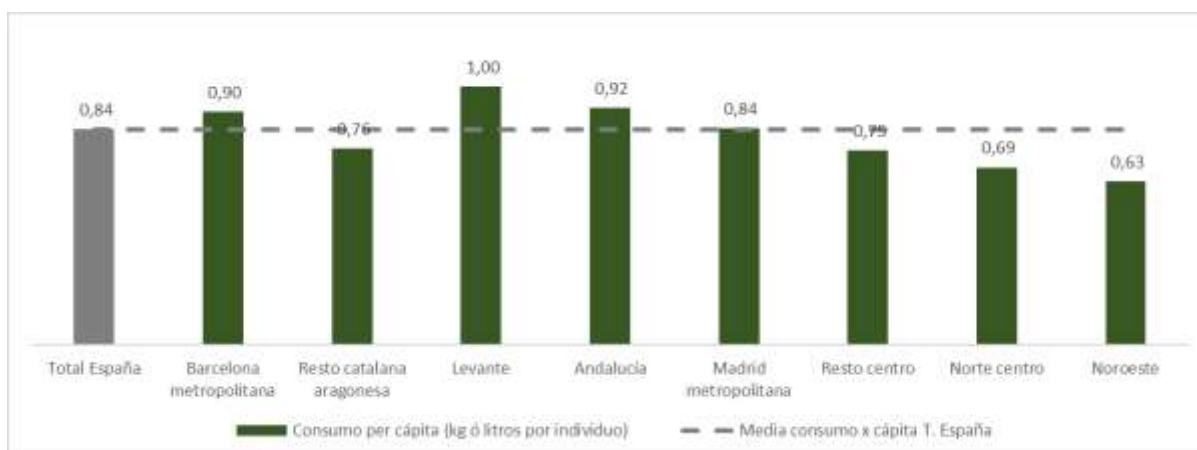
% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)



La región de Levante y Andalucía junto con el área territorial de Barcelona metropolitana donde se realiza un consumo más intensivo de helados y granizados fuera de casa. Estas cadenas tienen una proporción de volumen consumido de la categoría mayor del peso que tienen poblacionalmente. Destaca especialmente Andalucía con un 22,3 % del volumen consumido de helados y granizados fuera de casa frente al 20,3 % del peso población y también, Levante que representa un 18,9 % del volumen consumido de la categoría mientras que su peso población es del 15,8 %.

Sin embargo, las regiones Norte centro, Noroeste, Resto centro y Resto catalana aragonesa zonas donde el consumo de helados y granizados es menos intensivo.

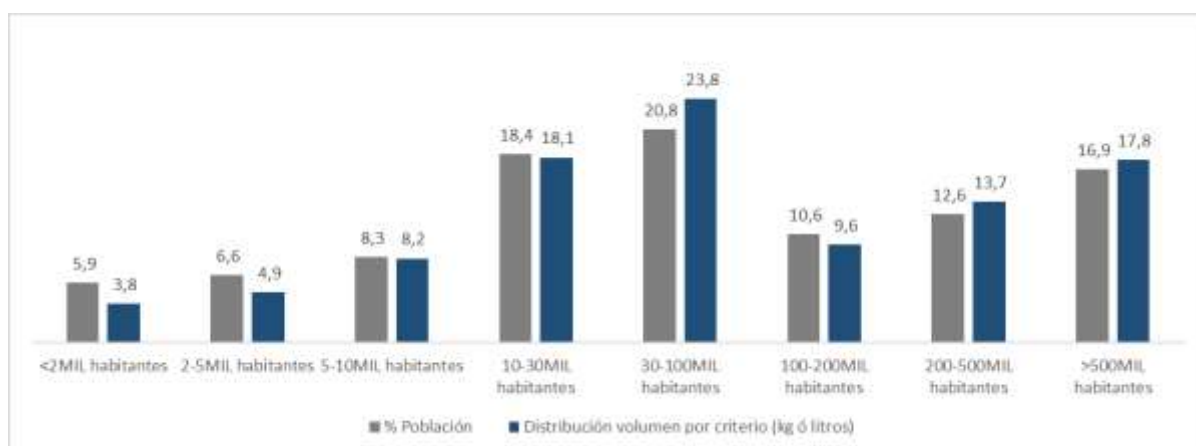
Consumo per cápita por regiones (2024)



Levante lidera el consumo per cápita de helados y granizados fuera de casa, donde en promedio cada individuo ha consumido 1 litro de helado y granizado durante el 2024, 0,16 litros por encima del promedio nacional. Andalucía y Barcelona metropolitana también tienen un consumo per cápita por encima del promedio nacional con un consumo de 0,92 litros y 0,9 litros respectivamente.

Sin embargo, la región del Noroeste es donde se realiza menos consumo per cápita de helado y granizado fuera de casa, donde se consume 0,63 litros por individuo.

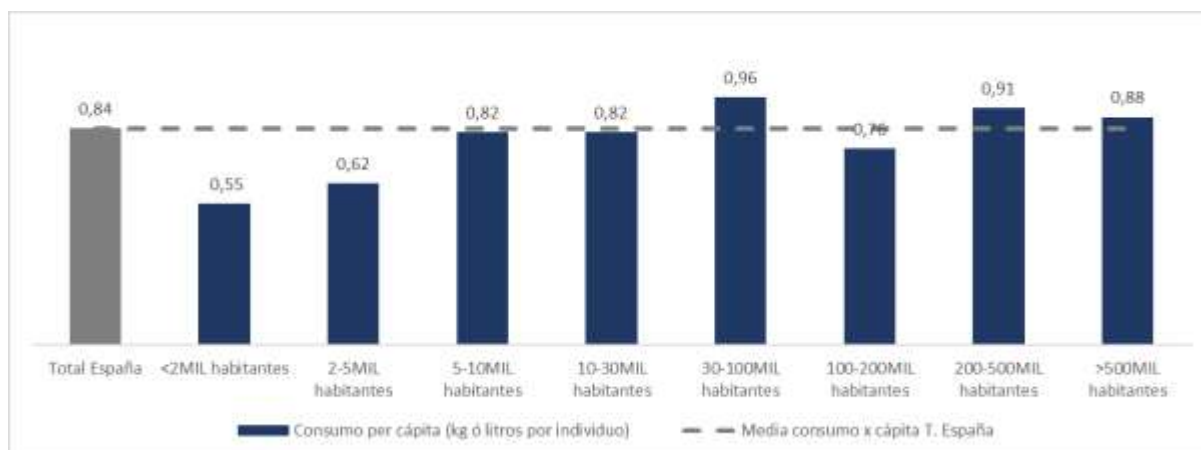
% Población y % distribución del volumen por hábitat (2024)



La población entre 30 mil y 100 mil habitantes junto con la de más de 200 mil habitantes, es donde se realiza un consumo de helados y granizados por encima de lo esperado, teniendo en cuenta su peso poblacional. Donde el 23,8 % del volumen consumido de helados y granizados fuera de casa lo han consumido poblaciones de entre 30 mil y 100 mil habitantes y poblacionalmente solo representan el 20,8 %.

En cambio, las poblaciones más pequeñas con menos de cinco mil habitantes junto con las poblaciones entre 100 mil y 200 mil habitantes donde se realiza un consumo de helados y granizado por debajo de lo que cabría esperar por su peso poblacional.

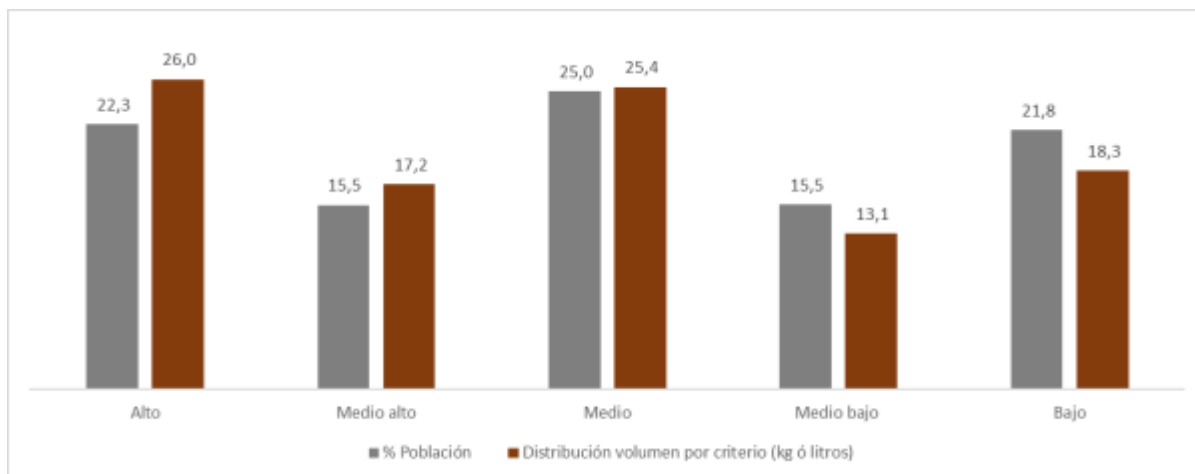
Consumo per cápita por hábitat (2024)



Las poblaciones entre 30 mil y 100 mil habitantes lidera el consumo de helados y granizados per cápita, donde en promedio cada individuo consume 0,96 litros de la categoría, por encima del promedio nacional que es de 0,84 litros. Las poblaciones con entre 200 mil y 500 mil habitantes y más de 500 mil habitantes también tienen un consumo per cápita por encima del promedio nacional, 0,91 litros y 0,88 litros respectivamente.

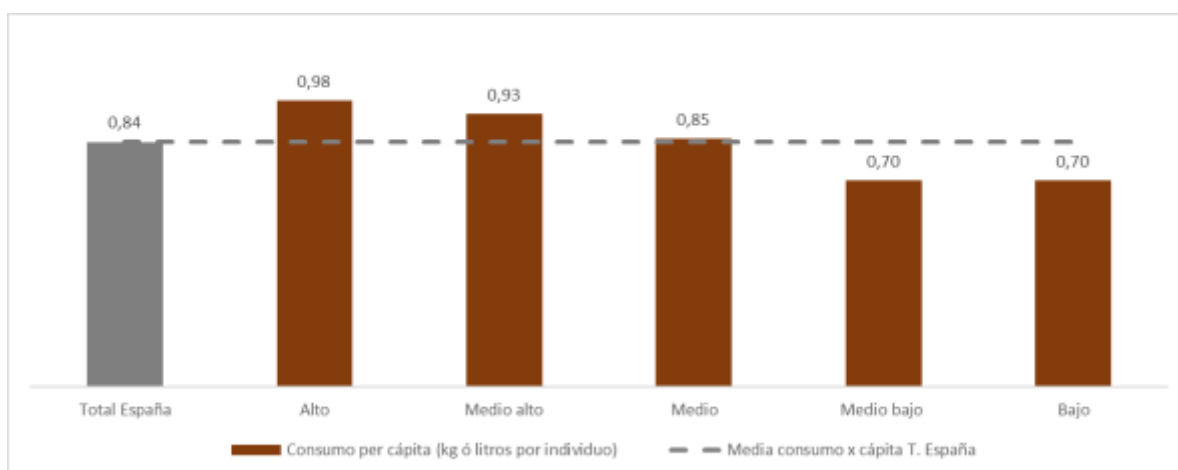
Sin embargo, las poblaciones con menos de dos mil habitantes realizan un menor consumo de helados y granizados fuera de casa que el promedio nacional, consumiendo 0,55 litros por individuo frente a los 0,84 litros que se consumen en promedio en el país.

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



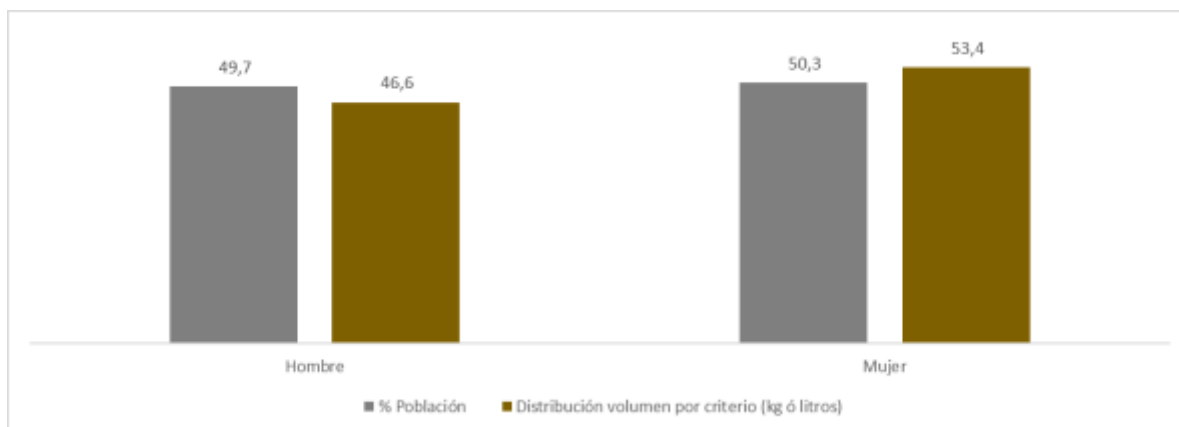
El 26 % del volumen de helados y granizados que se consumen fuera del hogar lo han consumido individuos que pertenecen a un nivel socioeconómico alto, grupo que consume la categoría por encima de lo que cabría esperar debido al peso poblacional que tienen (22,3 %). Los individuos de nivel socioeconómico alto también consumen la categoría de forma intensiva, representan en volumen un 17,2 % y un 15,5 % en población. Sin embargo, los niveles socioeconómicos medio bajo y bajo tiene una distribución de volumen por debajo a la que tienen en población. Donde el nivel medio supone el 13,1 % del volumen vendido de la categoría y el bajo un 18,3 %.

Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



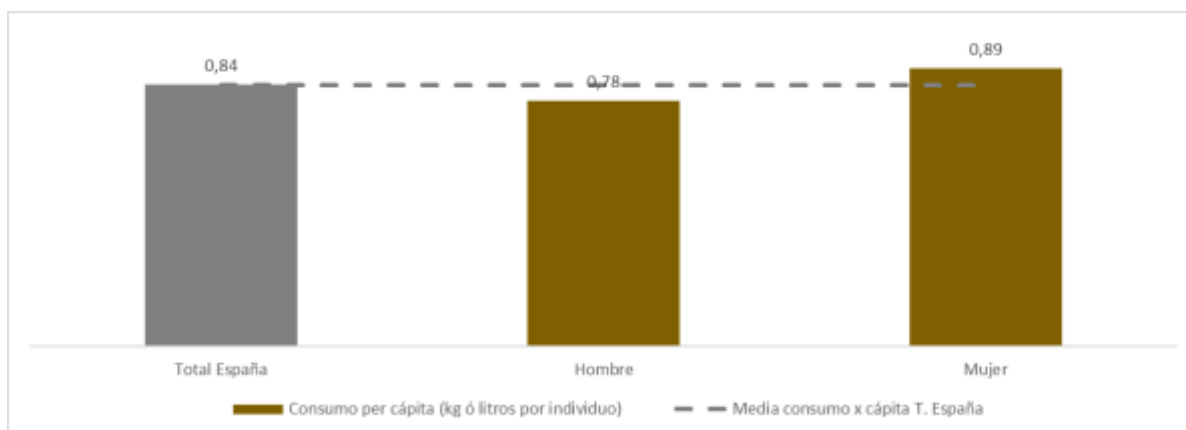
Los niveles socioeconómico medio bajo y bajo tienen un consumo per cápita de helados y granizados por debajo del promedio nacional, consumiendo 0,7 litros por individuo en comparación de los 0,84 litros que se consumen en promedio nacional. Y son los individuos con un nivel socioeconómico alto quien más helados y granizados consumen, 0,98 litros per cápita.

% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2024)



A nivel de género, las mujeres consumen ligeramente de forma más intensiva la categoría de lo que cabría esperar por su peso poblacional. El 53,4 % del volumen consumido de helados y granizados fuera de casa lo han consumido las mujeres frente al 50,3 % que pesan poblacionalmente. Y los hombres representan el 46,6 % del volumen consumido de la categoría ligeramente por debajo de su peso poblacional, que es de un 49,7 %.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2024)



Fuera de casa las mujeres han consumido 0,89 litros per cápita de helado y granizado, ligeramente por encima de la cantidad consumida en el promedio nacional, que es de 0,84 litros. Sin embargo, los hombres tienen un consumo per cápita de 0,78 litros.

6.10. HORTALIZAS Y VERDURAS

La categoría de hortalizas y verduras recoge los diferentes tipos: Tomates, judías verdes, patatas, cebollas, pimientos, lechugas, setas, espárragos y otras hortalizas que no están desglosadas.

Resultados totales de las hortalizas y verduras

A pesar de la tendencia a la baja en el consumo extra doméstico a cierre de año 2024 (0,2 %), la categoría de hortalizas y verduras consigue cerrar en positivo en este año. Se consumen del orden de un 4,6 % más de consumiciones de estos productos frescos fuera de casa, a través de 1.621,3 millones de consumiciones. El volumen en kilos también es mayor en un 4,3 %, por tanto, la diferencia del volumen entre consumiciones y kilos, evidencia que hay una disminución en el consumo de verduras y hortalizas de un gramaje superior, es decir, hay más raciones (consumiciones), pero son algo más pequeñas en cantidad.

Algo más del 82,0 % de los españoles consumen hortalizas y verduras fuera del entorno doméstico, un porcentaje 1,3 puntos porcentuales menor que con respecto al año 2023. Se aprecia una tendencia positiva en el incremento en la compra media en consumiciones del 4,7 %, por su parte también aumenta la frecuencia de compra siendo muy cercana a 26,65 actos al año, cantidad superior en un 7,3 % al año 2023. Si embargo, se reduce el volumen por acto en consumiciones un 2,4 % respecto al periodo anterior.

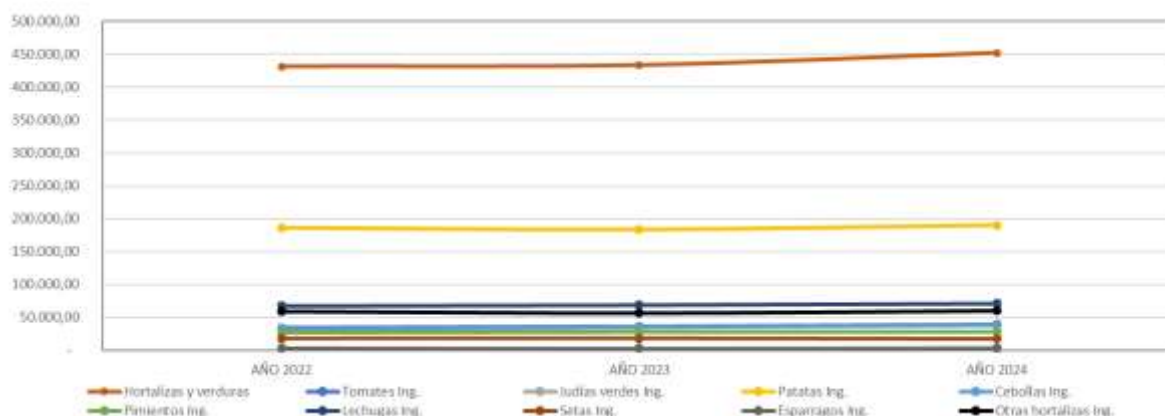
El consumo per cápita de verduras y hortalizas, se incrementa un 2,8 % con respecto al 2023, cerrando en una cifra de 12,73 kilos por persona y año.

	Consumo extradoméstico de hortalizas y verduras en 2024	% Variación 2024 vs. 2023
VOLUMEN (miles consumiciones)	1.621.277,00	4,6 %
VOLUMEN (miles kg ó litros)	452.062,49	4,3 %
PENETRACION (%)	82,30	-1,3
FRECUENCIA COMPRA (actos)	26,65	7,3 %
COMPRA MEDIA (consumiciones)	55,50	4,7 %
VOLUMEN POR ACTO (consumiciones)	2,08	-2,4 %
CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo)	12,73	2,8 %

Evolución anual de total compras (millones kg-l) por tipos

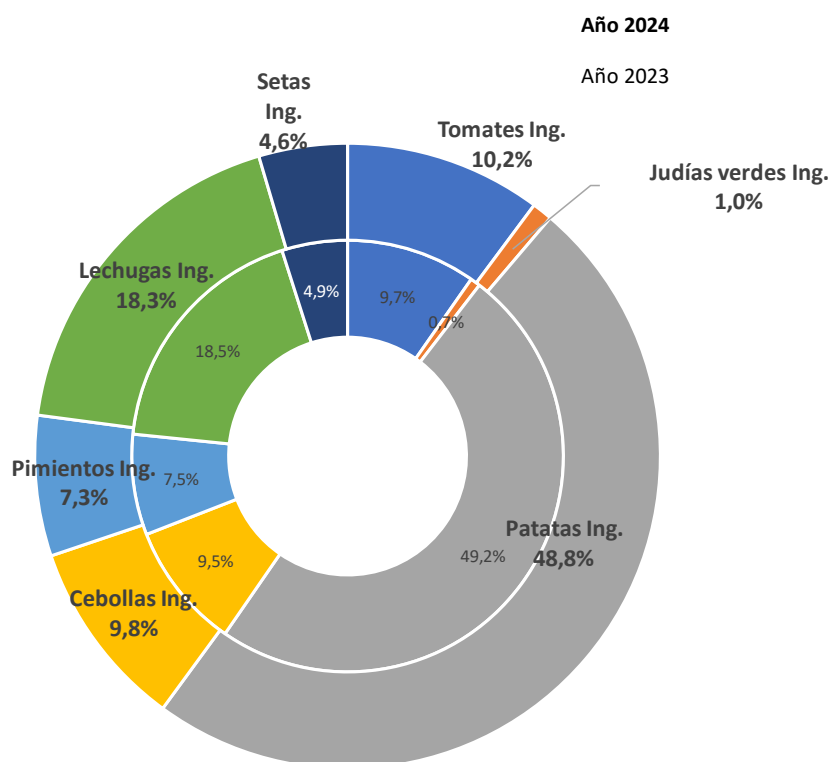
La recuperación del consumo de verduras y hortalizas se mantiene constante y creciente durante la serie histórica reflejada en el siguiente gráfico. Si comparamos los datos del año 2024 vs los del año 2022, existe un mayor consumo fuera de casa de hortalizas y verduras 4,8 %. Este movimiento favorable para la categoría proviene de un aumento del consumo de tomates, judías verdes, patatas,

cebollas o pimientos, entre otros. Si bien, retrocede ligeramente para otros tipos como son setas y espárragos.



Importancia por tipos de las hortalizas y verduras

Si observamos la composición de la categoría en relación con los tipos de hortalizas durante el año 2023 y 2024, se aprecia que la estructura apenas varía entre los dos años de estudio. La patata es el tipo de hortaliza que cuenta con la mayor proporción de volumen con casi 1 de cada 2 kilos sobre el total del mercado consumidos fuera de casa. La lechuga, es el segundo producto por cuota en volumen con un 18,3 % del mercado, dato ligeramente estable con respecto al 18,5 % del año anterior. El tomate también concentra algo más del 10,0 % del volumen del mercado, siendo por tanto el tercer producto fresco más consumido fuera de casa. Con cuotas algo menores, encontramos cebollas (9,8 %), pimientos (7,3 %) o setas con una proporción que no alcanza el 5,0 % del mercado (4,6 %).



Consumo per cápita de las hortalizas y verduras

El consumo individual de hortalizas y verduras fuera de casa durante el año 2024 alcanza la cifra de 12,73 kilos. Esta cantidad es superior a los 12,39 kilos ingeridos un año antes. El aumento del consumo se extiende a casi todos los tipos de hortalizas y verduras tal como puede observarse en la tabla, si bien, productos como setas o pimientos no siguen la tendencia del mercado, pues reducen la ingesta ligeramente en 2024. El producto que cuenta con una mayor proporción del consumo es la patata, siendo la cantidad ingerida por persona y año de 5,35 kilos fuera de casa. El tomate, también consigue superar la cifra de kilo con una ingesta per cápita de 1,11 kilos. Las lechugas, consiguen crecer un 1,8 % con respecto al consumo realizado un año antes, siendo la cantidad total consumida por individuo de 2,01 kilos.

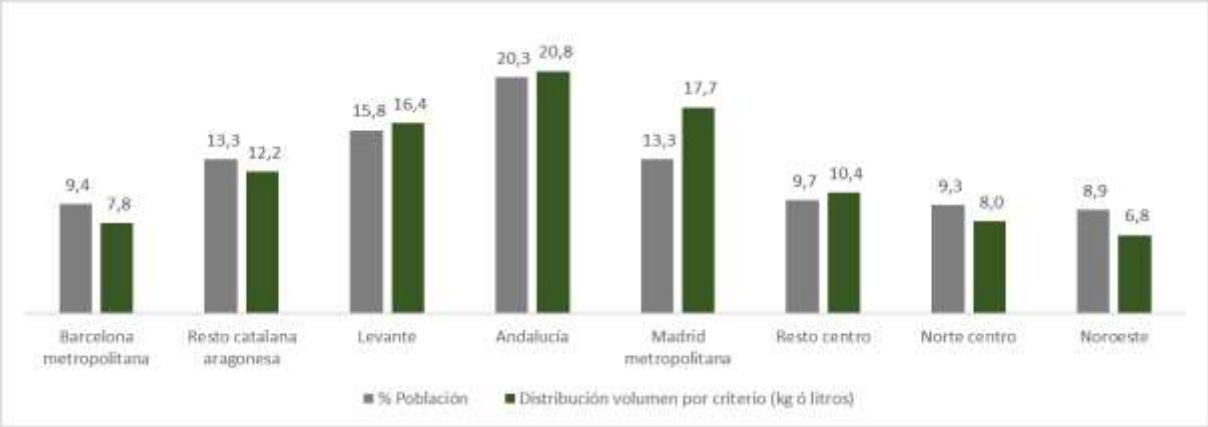
Hortalizas y verduras

- Tomates Ing.
- Judías verdes Ing.
- Patatas Ing.
- Cebollas Ing.
- Pimientos Ing.
- Lechugas Ing.
- Setas Ing.
- Espárragos Ing.
- Otras hortalizas Ing.

Consumo per cápita (kg ó litros por individuo)	
Año 2023	Año 2024
12,39	12,73
1,04	1,11
0,08	0,11
5,25	5,35
1,01	1,07
0,81	0,80
1,97	2,01
0,53	0,50
0,08	0,08
1,62	1,70

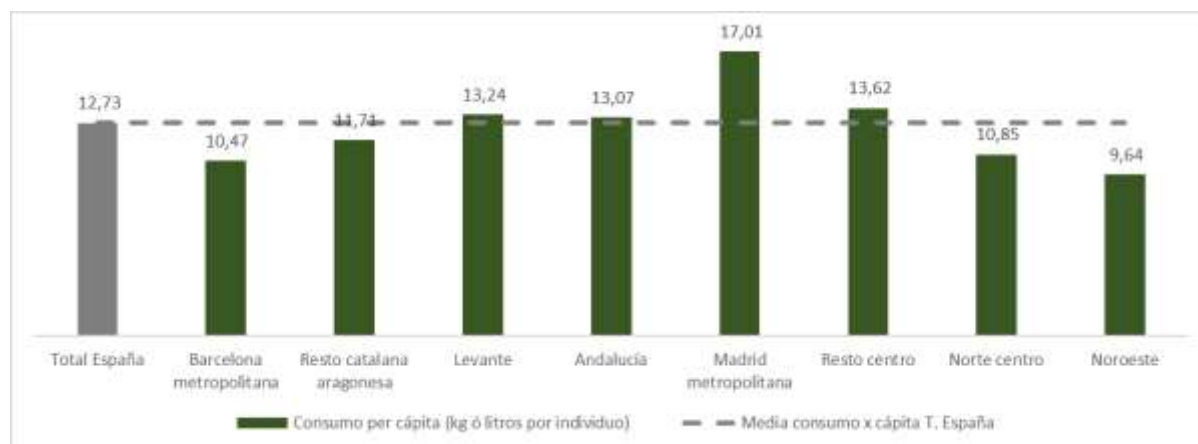
Demográficos

% Población y % distribución del volumen por regiones (2024)



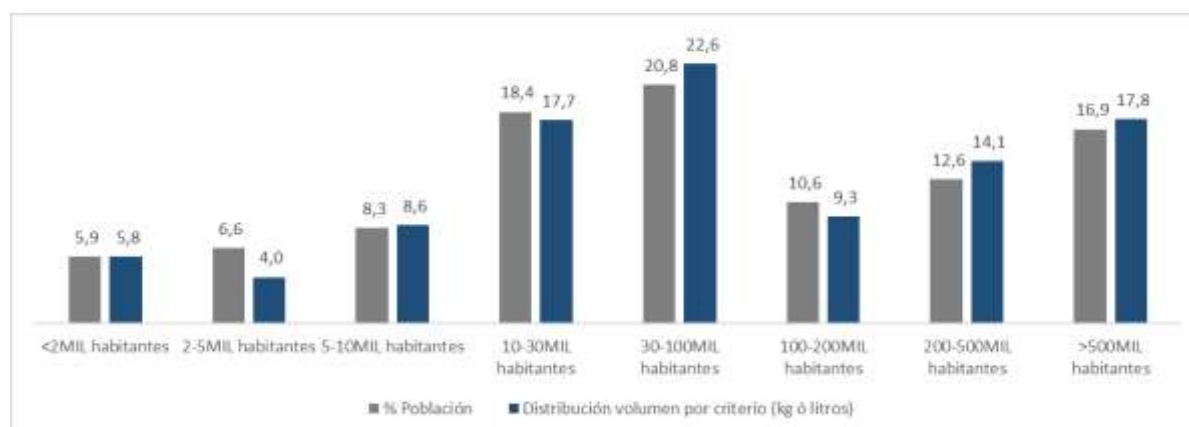
Las regiones de Levante, Andalucía, Resto centro y Madrid metropolitana, son las grandes consumidoras de la categoría fuera de casa. Llegamos a esta conclusión debido a que el peso en compras que representan supera la extensión demográfica. Por tanto, al consumir por encima de este indicador, se asume que realizan un consumo más alto al esperado. En el caso de Madrid metropolitana, consumen un 33,6 % más de lo que cabría esperar. Por su parte, el resto de las regiones no mencionadas anteriormente, quedan ligeramente por debajo en consumo de hortalizas y verduras fuera de casa.

Consumo per cápita por regiones (2024)



El consumo per cápita de la categoría de estudio, cierra en 12,73 kilos por persona y año. Esta cantidad se supera ampliamente en el caso de individuos que residen en Madrid metropolitana, siendo su ingesta de 17,01 kilos, es decir realizan un consumo que supera el promedio en 4,3 kilos más persona y periodo de estudio. Superan el promedio del mercado también individuos que viven en Levante, Andalucía y Resto centro. Por su parte, los individuos residentes en la parte Noroeste son quienes realizan la menor ingesta por persona fuera de casa, siendo la cantidad de 9,64 kilos.

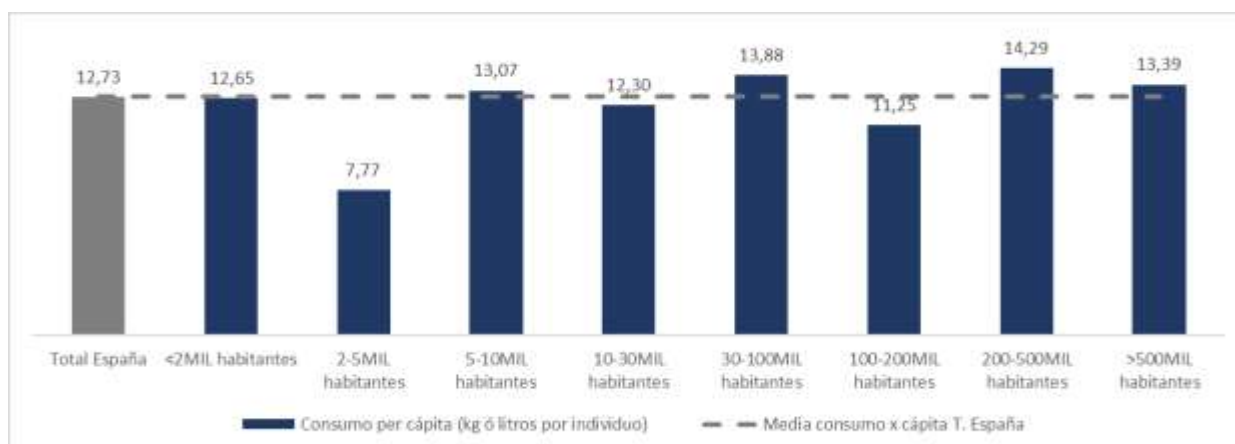
% Población y % distribución del volumen por hábitat (2024)



Durante el año 2024, las ciudades de entre 30 y 100 mil habitantes consumen más de 1 de cada 5 kilos de hortalizas y verduras fuera de casa (22,6 %), se conforman además como intensivas en el consumo de estos productos, debido a que esta cantidad supera lo esperado, si tenemos en cuenta el porcentaje de población que representan (20,8 %). Las poblaciones con una menor densidad de

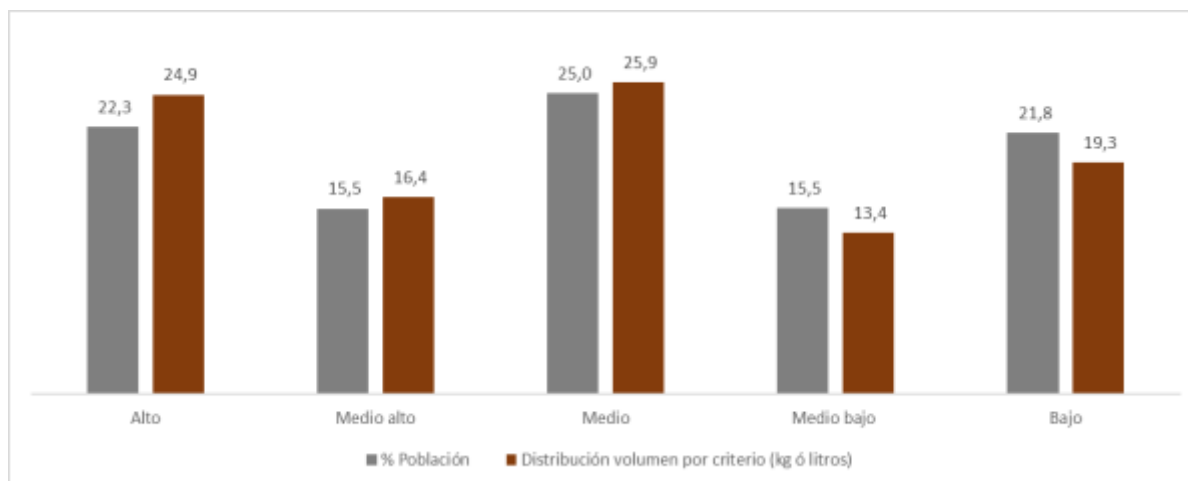
población, como las menores a 5 mil habitantes, realizan un menor consumo de esta categoría fuera de casa.

Consumo per cápita por hábitat (2024)



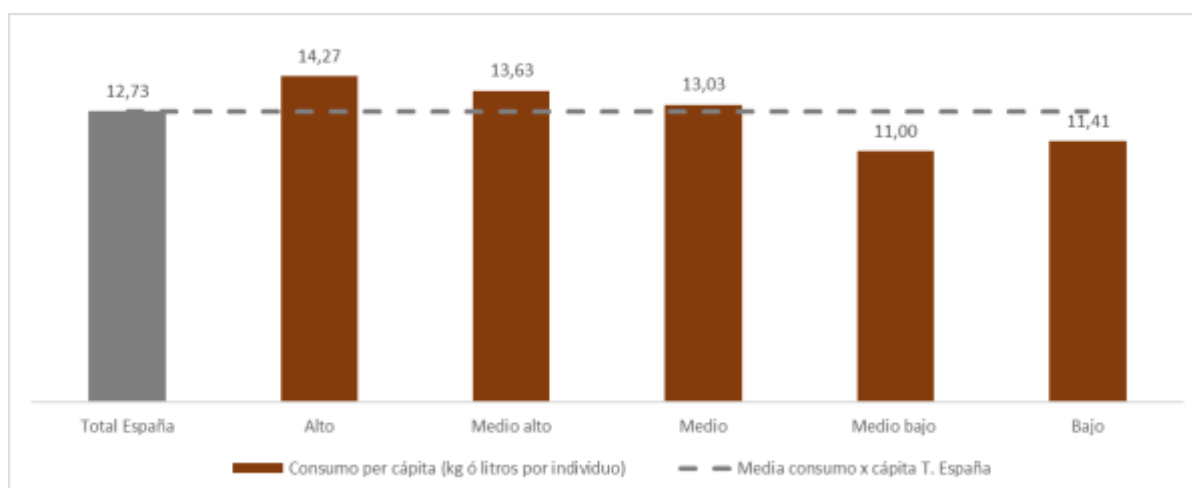
El año 2024 cierra con una ingesta de 12,73 kilos de verduras y hortalizas fuera de casa. Esta cantidad se supera en el caso de hábitats de entre 5 y 10 mil habitantes. También en el caso de hábitats de entre 30 y 100 mil habitantes y las que superan los 200 mil habitantes. Los individuos que residen en hábitat de entre 2 y 5 mil habitantes, por el contrario, son quienes realizan la menor ingesta per cápita de la categoría, con una cantidad que es de 7,77 kilos, lejos del cierre del mercado (12,73 kilos).

% Población y % distribución del volumen por nivel socioeconómico (2024)



A cierre de año 2024, existe una diversificación en el consumo de hortalizas y verduras fuera de casa, siendo más intensivo el consumo en individuos de nivel socioeconómico alto, medio y medio alto. Esto se debe a que en los tres casos descritos anteriormente, la proporción de compras que mantienen supera la proporción de población que representan. Por su parte, los individuos de nivel socioeconómico medio bajo y bajo, mantienen una situación contraria, ya que no consumen lo que les correspondería si tenemos en cuenta el indicador de población que representan.

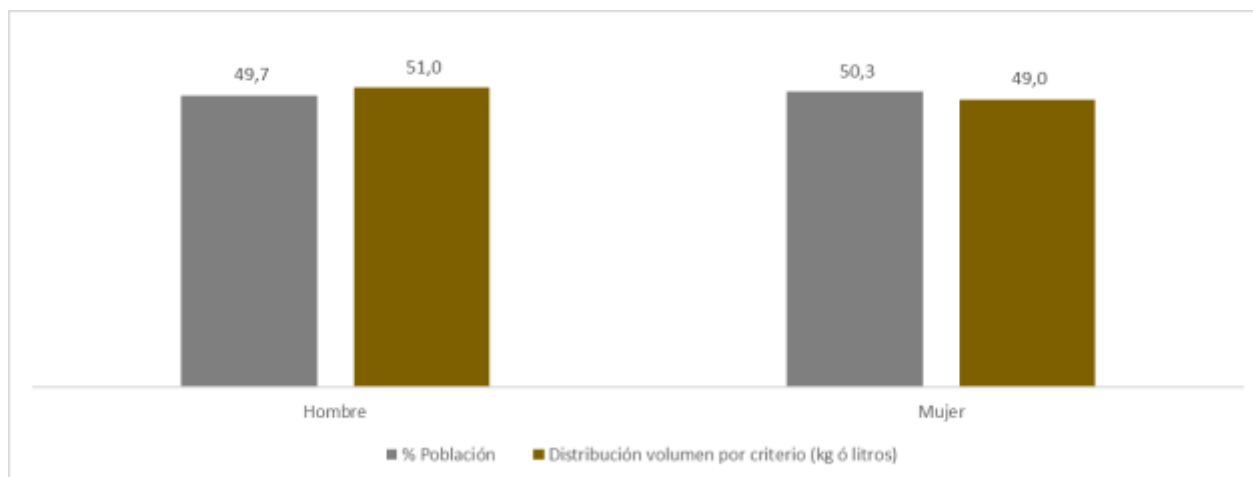
Consumo per cápita por nivel socioeconómico (2024)



El consumo per cápita de los individuos de nivel socioeconómico alto, medio alto y medio, supera los 12,73 kilos ingeridos por persona y año del promedio, donde el resto de los cortes sociodemográficos se mantienen ligeramente por debajo de la media del mercado.

Ahora bien, los individuos de nivel socioeconómico alto son quienes tienen la ingesta más alta de estos productos fuera de casa, con 14,27 kilos consumidos por persona y año. Por su parte, individuos de nivel socioeconómico medio bajo, se quedan en 11,0 kilos por persona.

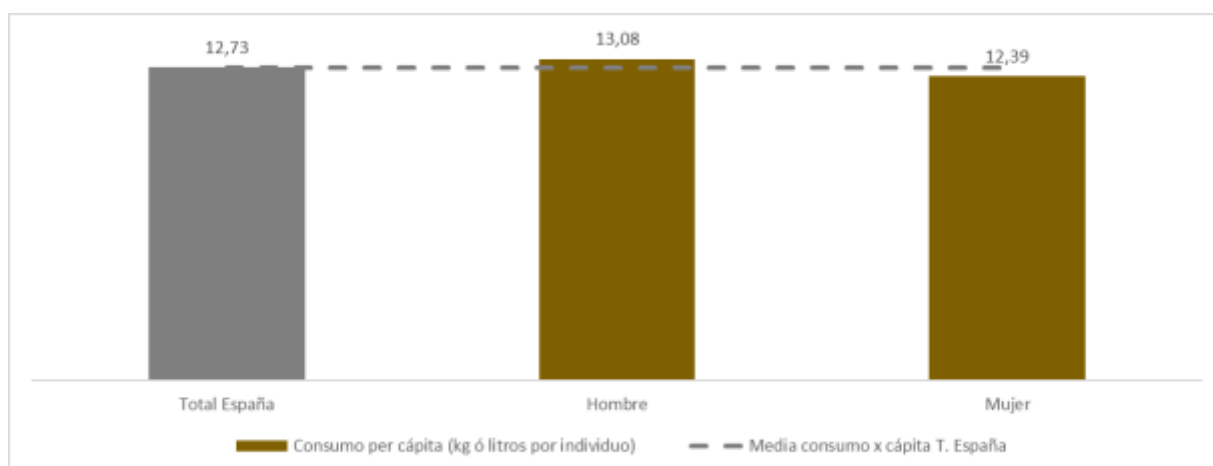
% Población y % distribución del volumen por sexo del comprador (2024)



La distribución del consumo de hortalizas y verduras fuera de casa durante el año 2024 apenas arroja diferencias si tenemos en cuenta el sexo del comprador.

Se aprecia que los hombres consumen ligeramente por encima si tenemos en cuenta la diferencia entre volumen y extensión de población (51,0 % y 49,7 % respectivamente). Por su parte, la mujer es ligeramente menos intensiva, debido a que guarda una proporción contraria, es decir, compra menos kilos de la categoría de los que le correspondería si tenemos en cuenta la extensión de población.

Consumo per cápita por sexo del comprador (2024)



El hombre tiene un consumo por individuo ligeramente superior a la media del mercado que es de 12,73 kilos durante el año 2024. La mujer, sin embargo, consume ligeramente menos kilos, siendo la ingesta promedio a cierre de año de 12,39 kilos.

8. NOTAS METODOLÓGICAS

8.1. 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, Baleares y Canarias, sin incluir Ceuta y Melilla (18.169.526 en 2014, 18.304.544 en 2015, 18.326.032 en 2016, 18.396.384 en 2017, 18.465.718 en 2018, 18.582.890 en 2019, 18.716.109 en 2020, 18.682.670 en 2021, 18.623.516 en 2022, 18.903.935 en 2023 y 19.167.173 en 2024).

El universo utilizado para calcular los años desde 2013 hasta 2021 (ambos incluidos) del informe se actualizó con el censo del año 2011 establecido por el INE. Si bien, desde el año 2022 los informes están adaptados al nuevo censo de población publicado por el INE (censo 2021), por tanto, los datos pueden sufrir alguna ligera variación respecto de los anteriormente publicados.

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.

Muestra³: 12.500 hogares que registran diariamente sus compras con un lector óptico o con un smartphone. 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.

³ A partir del mes de marzo de 2016.

- 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: Nivel Alto, Nivel Medio-Alto, Nivel Medio, Nivel Medio-Bajo, Nivel Bajo.
- 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.
 - Número de personas en el hogar: 1 persona, 2 personas, 3 personas, 4 personas 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 $\leq$ 45 años),
 - parejas jóvenes sin hijos (tamaño familiar $\geq$ 2, edad responsable de compra $\leq$ 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 $\geq$ 2, edad ama de casa $>$ 45 años y $\leq$ 65 años, sin niños menores 30 años inclusive),
 - adultos independientes (tamaño familiar = 1, edad responsable de compra $>$ 45 y $\leq$ 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).

8.2. 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 extra doméstico desde el punto de vista del consumidor final residente en España peninsular y Baleares, 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 extra doméstico. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Los individuos residentes en España peninsular e Islas Baleares 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.

Muestra⁴: 10.500 panelistas de entre 15 y 75 años que colaboran en continuo y declaran cada día el consumo que realizan fuera del hogar. De los cuales, 3.000 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 tique. 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 extra doméstico, 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.

A raíz de la pandemia la forma del consumo se transformó, dando más peso y relevancia en el sector de consumo fuera del hogar a la comida pedida a domicilio y la comida pedida para llevar. Durante el año 2022 se llevó a cabo un proceso de revisión, mejora y formación de los panelistas para identificar y reducir posibles olvidos y errores de declaración afectados por el lugar de consumo.

A raíz del análisis, se observó una mayor cuota de ocasiones realizadas en el lugar de consumo fuera del establecimiento, ya sea pedido a domicilio o a recoger/para llevar. De estas nuevas ocasiones

⁴ A partir de 2016

observadas tenían mayor peso aquellas que contenían productos de alimentos, lo que conllevó a un volumen en kg y valor mayor.

A colación de esta mejora en la recogida durante el año 2022, el dato no solo actual, sino el dato histórico desde el año 2018, se cambió observándose un incremento en el valor proporcional a todas las categorías. No obstante, la tendencia es la misma que la seguida en los datos anteriormente entregados.

8.3. 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 y uso de las mismas que los hogares elaboran cada día. Para ello se aplica la siguiente metodología:

Universo: Todos los hogares de la Península y Baleares. El universo utilizado para el cálculo de los años que van desde el año 2013 hasta el año 2021 del presente informe están actualizados con el censo establecido por el INE en el año 2011. Si bien, se toma como referencia el nuevo censo del INE publicado en 2021, para recalcular los datos del año 2022, 2023 y actualizar los de 2024. Por tanto, los datos del año 2022 y 2023 podría sufrir alguna variación con respecto a lo publicado.

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 online está diseñado para que, con simples clics, 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.



EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN