

preferencia en primavera/verano por el tentempié de media mañana y el desayuno, mientras que durante otoño/invierno, la cena, la comida-almuerzo y el aperitivo tienen una mayor participación.

- La distribución de las visitas entre los distintos lugares de consumo extracomunitario plantea que en primavera/verano se prefieren heladerías, máquinas expendedoras, tiendas de conveniencia, cantinas de empresa y restaurantes de comida rápida. Por el contrario, en otoño/invierno aumenta la participación de bares/tabernas, autoservicios, restaurantes a la carta, restaurantes de menú y cafeterías.
- El gráfico 11 clasifica los motivos de consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar diferenciando la época del año. Por tanto, en otoño/invierno se acude a establecimientos de restauración básicamente por comida de trabajo, salir en pareja, salir con amigos y falta de tiempo. En primavera/verano tienen más importancia otros motivos como, por ejemplo, celebraciones, salir con los niños, placer o capricho, lejanía a casa o comodidad.

#### NOTAS FINALES

A pesar de que la alimentación se encuadra entre las partidas básicas del gasto en los hogares españoles, resulta posible identificar divergencias en la demanda de alimentación y bebida en función del momento temporal en que se desarrollan.

Este trabajo ha planteado un análisis cuantitativo con el objetivo de delimitar las principales variaciones mensuales en la demanda de alimentos y bebidas en el mercado español tomando como referencia los datos de los Paneles Alimentarios del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Como principal conclusión puede advertirse la discontinuidad en la demanda de ciertos alimentos y bebidas, tanto para consumo en el hogar como en el sector de la restauración, que llevan a identificarlos con temporadas específicas, incluso meses, del año. ■

#### BIBLIOGRAFÍA

- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- MARM (2011): *Consumo Alimentario en España*, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid. [www.marm.es](http://www.marm.es)
- MARM (varios años): *Estudio Consumo Alimentario Extradoméstico en España: Hábitos del Consumidor*, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid. [www.marm.es](http://www.marm.es)
- MARTIN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MERCASA (2010): *Alimentación en España 2009. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.



[www.anuga.com](http://www.anuga.com)

Colonia, del 8 al 12.10.2011

TASTE THE FUTURE



10 ferias monográficas bajo un mismo techo

# Más

contactos de negocios de los que puede atender con las tarjetas de visita de que dispone.

Alrededor de 6.500 expositores le presentarán a usted y a otros cerca de 150.000 visitantes la actual oferta mundial de alimentos y bebidas. Ningún otro certamen le ofrece más sugerencias, ideas de negocios y contactos comerciales.

¡Adquiera ahora sus pases de entrada y ahorre hasta un 42%!

SGM Ferias & Servicios S.L.  
Calle del Arenal, 20-3º izq., 28013 Madrid  
Tel. 91 359 81 41  
91 359 84 55  
Fax 91 350 04 76  
[info@koelnmesse.es](mailto:info@koelnmesse.es)

