



ENTORNO ECÓNOMICO Y SECTORIAL

- La economía mundial en 2011
- La economía española en 2011
- Consumo alimentario en 2011
- Gasto y consumo per cápita en los hogares
- Diferencias territoriales
- Evolución del consumo por productos
- Comercialización de alimentos y bebidas
- Gasto y consumo alimentario fuera del hogar
- Evolución de las ventas minoristas



LA ECONOMÍA INTERNACIONAL EN 2011

Durante el año 2011, la economía mundial atravesó una situación generalizada de debilidad que se tradujo especialmente en términos de reducido crecimiento y aumento del desempleo. El enfriamiento económico ha sido causado por la crisis de deuda y por los desajustes fiscales en las economías desarrolladas. Los países emergentes han alimentado el motor de la economía mundial y buscan minimizar los efectos negativos globales de la crisis financiera internacional.

La eurozona vivió el año 2011 con notable incertidumbre. A pesar del crecimiento del PIB del 1,5%, los indicadores de coyuntura mantuvieron una tendencia negativa: caídas en las ventas al por menor, disminución de la confianza de los consumidores y la balanza comercial continuó con saldo negativo. La atonía en la producción, la demanda o

el mercado laboral es reflejo del alto nivel de incertidumbre que afecta negativamente a las expectativas económicas de los agentes europeos.

Por su parte, la economía de Estados Unidos consolidó su recuperación en 2011 con un crecimiento del PIB del 1,7%, apoyándose en la mejora del mercado de trabajo y en la aportación del consumo privado; mientras que la economía japonesa estuvo marcada durante el año 2011 por el tsunami ocurrido en marzo, con una contracción del PIB para el conjunto del año del -0,9%. La atonía de la demanda interna japonesa vuelca todas las posibilidades de recuperación en el comercio exterior vía exportaciones.

La economía china continuó avanzando durante el año 2011, pero se advierte una ralentización con respecto a ejercicios anteriores; el PIB se incrementó un 9,2%, la producción industrial aumentó un 13,8% y la balanza comercial acumuló un notable saldo positivo. No obstante, la economía china se enfrenta a una subida considerable de precios (en alimentos ronda el 10%), a una progresiva elevación de los costes laborales y a un freno significativo en el sector inmobiliario.

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN 2011

Durante el año 2011, el PIB creció en España un 0,7%, aunque la economía continuó sumida en un proceso de elevada incertidumbre motivado por la crisis de la deuda soberana, la magnitud y la forma de ajuste del déficit fiscal y la evolución del precio de la energía.

En el último ejercicio, el consumo público descendió un 2,2% y la demanda de los hogares mostró un estancamiento que supuso un ligero retroceso del 0,1%. Mientras que la inversión en construcción continuó cayendo notablemente (-8,1%), las exportaciones de bienes y servicios consiguieron atenuar los efectos de esta recesión con un aumento importante durante el año 2011 (9,1%).

Entre los indicadores de oferta, la industria presenta una minoración del -1,4% en el índice de producción industrial y una caída del indicador de confianza del sector del -12,5%. Las cifras más negativas siguieron asociándose al sector de la construcción (por ejemplo, caída del -13% en los visados de obra nueva). En el sector servicios, el turismo mostró mejoras con respecto al año anterior en ingresos por turismo (8,8%) y llegadas de turistas extranjeros (7,6%).

En cuanto a los indicadores de demanda, el consumo presentó un descenso generalizado que alcanzó, entre otros, al crédito al consumo de bienes duraderos (-9,7%) o a la matriculación de automóviles (-17,7%). La inversión en producción de bienes de equipo creció ligeramente (0,7%). Finalmente, conviene resaltar la aportación del sector exterior que fue positiva durante el año 2011 con un incremento de las exportaciones del 15,4% respecto al año anterior, que dejan el saldo de la balanza comercial en negativo pero mejorando la tasa de cobertura (las exportaciones cubren el 82,2% de las importaciones).

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

Durante 2011, el índice de precios al consumo (IPC) aumentó un 2,4%, minorándose la tasa con respecto a la obtenida en el año anterior (3%). Los grupos de gasto que más crecieron fueron vivienda (5,8%), transporte (4,9%) y bebidas alcohólicas y tabaco (4,2%). Por el contrario, hubo dos grupos que

experimentaron descensos: medicina (-2,8%) y comunicaciones (-1,6%).

En 2011, los productos de alimentación sin elaboración registraron una variación de precios sensiblemente inferior a los productos de alimentación elaborados (0,7% y 3,1%, respectivamente). El comportamiento de este año difiere de 2010 y supone un regreso a la tendencia de ejercicios anteriores donde los precios de los alimentos sin elaborar habían tenido una variación inferior (en 2009, por ejemplo, -3,1% frente al 0,7%).

Entre los productos de alimentación destaca la elevación generalizada de precios en casi todos los bienes; en 2011, solamente disminuyeron sus precios los huevos (-1,1%), la leche (-0,2%) y las legumbres y hortalizas frescas (-0,4%). Durante este año aumentaron los precios en muchos grupos de alimentos y, en ciertos casos, de forma considerable, puesto que algunos incrementos sobrepasan el 10%; destaca, por ejemplo, la subida en partidas como azúcar (19,4%), café, cacao e infusiones (10,1%), o crustáceos, moluscos y preparados de pescado (4,6%).



Índice de precios al consumo de alimentación (base 2011)

	Variación de las medias anuales (%)		Variación acumulada (%)
	2010	2011	2005-2011
Cereales y derivados	0,3	3,1	19,8
Pan	-0,1	0,7	28,9
Carne de vacuno	1,0	1,6	24,2
Carne de ovino	-5,7	1,6	29,9
Carne de porcino	0,2	2,3	10,9
Carne de ave	1,0	4,3	21,4
Otras carnes	0,3	1,1	11,6
Pescado fresco y congelado	1,4	2,7	12,7
Crustáceos, moluscos y preparados de pescado	4,9	4,6	17,6
Huevos	-1,5	-1,1	11,6
Leche	-2,6	-0,2	11,4
Productos lácteos	0,2	3,4	15,2
Aceites y grasas	-6,6	0,4	16,3
Frutas frescas	1,8	1,0	12,3
Frutas en conserva y frutos secos	-0,3	0,9	21,0
Legumbres y hortalizas frescas	7,0	-0,4	16,2
Preparados de legumbres y hortalizas	0,1	2,3	16,2
Patatas y sus preparados	17,5	1,6	34,3
Café, cacao e infusiones	1,5	10,1	28,1
Azúcar	-9,5	19,4	6,5
Otros preparados alimenticios	0,1	2,1	15,7
Agua mineral, refrescos y zumos	-1,9	0,6	9,5
Bebidas alcohólicas	0,2	1,4	15,3
Tabaco	20,8	13,3	65,4

Fuente: INE (2012).

CONSUMO ALIMENTARIO EN 2011

Conforme a la información aportada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), a través de los Paneles de Consumo Alimentario, el gasto en los hogares españoles en alimentación y bebidas ascendió en 2011 a 67.520 millones de euros.

Durante el último año se produjo un incremento del gasto alimentario del 0,6% con respecto al año anterior.

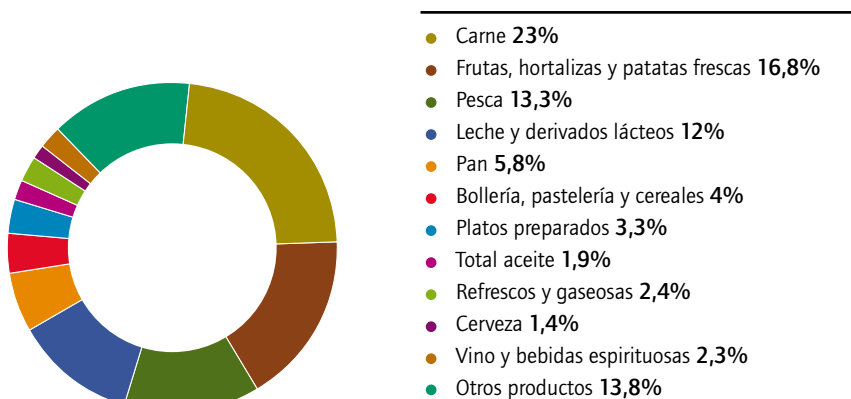
En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 23% sobre el gasto total, las patatas, frutas y hortalizas frescas un 16,8%, los pescados un 13,3% y el gasto en pan alcanza el 5,8%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4%), el aceite de oliva (1,9%) o los platos preparados (3,3%).

Evolución del consumo y del gasto en alimentación (hogares) 2010-2011

	Consumo	Gasto
INCREMENTO > 2%	Otras carnes (7,6%) Cafés e infusiones (2,3%) Tomates (7,9%) Otras hortalizas frescas (2,4%) Espumosos y cavas (6,5%) Cerveza (3,1%)	Carne de pollo fresca (4,9%) Otras carnes (9,2%) Pescado (3,1%) Otras leches (8,5%) Chocolates y cacao (3,9%) Café e infusiones (23%) Arroz (3,1%) Pastas (2,2%) Azúcar (17,3%) Aceite de girasol (18,4%) Patatas congeladas (4,9%) Platos preparados (2,3%) Espumosos y cavas (6,7%) Cerveza (3,1%)
DISMINUCIÓN > 2%	Carne de cerdo fresca (-3,8%) Carne de vacuno fresca (-2,5%) Carne de ovino/caprino fresca (-6,4%) Mariscos, moluscos, crustáceos (-4,3%) Leche líquida (-3,1%) Pan (-2,1%) Pastas (-2,5%) Aceite de girasol (-4,3%) Otros aceites (-7,5%) Patatas frescas (-3,7%) Patatas procesadas (-5,1%) Frutos secos (-6,6%) Frutas y hortalizas transformadas (-2,3%) Vino de mesa (-2,7%) Otros vinos (-3,6%) Bebidas espirituosas (-8,8%) Zumo y néctar (-6,3%) Agua mineral (-2,8%)	Carne de cerdo fresca (-5,9%) Carne de ovino/caprino fresca (-3,3%) Leche líquida (-3,7%) Aceite de oliva (-2,7%) Tomates (-6,6%) Cítricos (-9,7%) Frutos secos (-3,7%) Vino de mesa (-3,8%) Bebidas espirituosas (-4,0%) Zumo y néctar (-5,1%) Agua mineral (-3,1%)

Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2012).

Distribución del gasto en alimentación (hogares) 2011



Fuente: MAGRAMA (2012).

Consumo alimentario (hogares) en 2011

	Consumo		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total
Huevos (kilos)	376,9	8,2	1,2
Carne	2.416,3	52,7	8,0
Carne fresca	1.775,6	38,7	5,9
Carne congelada	80,2	1,7	0,3
Carne transformada	560,4	12,2	1,9
Pesca	1.230,2	26,8	4,1
Pescados	694,7	15,1	2,3
Mariscos, moluscos y crustáceos	343,5	7,5	1,1
Conservas pescado y moluscos	191,9	4,2	0,6
Leche líquida	3.418,9	74,5	11,3
Otras leches	32,4	0,7	0,1
Derivados lácteos	1.618,0	35,3	5,3
Pan	1.633,6	35,6	5,4
Bollería, pastelería, galletas y cereales	596,4	13,0	2,0
Chocolates y cacao	151,5	3,3	0,5
Arroz	178,8	3,9	0,6
Pastas	172,4	3,8	0,6
Azúcar	182,4	4,0	0,6
Legumbres	145,0	3,2	0,5
Aceite	610,0	13,3	2,0
Aceite de oliva	443,1	9,7	1,5
Aceite de girasol	154,1	3,4	0,5
Margarina	33,9	0,7	0,1
Aceitunas	102,7	2,2	0,3
Vinos	406,6	8,9	1,3
Espumosos	27,9	0,6	0,1
Cervezas	785,4	17,1	2,6
Sidra	15,1	0,3	0,0
Whisky	10,1	0,2	0,0
Ginebra	3,3	0,1	0,0
Ron	3,9	0,1	0,0
Zumo y néctar	537,5	11,7	1,8
Patatas	1.353,3	29,5	4,5
Hortalizas frescas	2.884,4	62,9	9,5
Frutas frescas	4.656,0	101,5	15,4
Frutos secos	121,9	2,7	0,4
Frutas y hortalizas transformadas	615,4	13,4	2,0
Platos preparados	546,1	11,9	1,8
Cafés e infusiones	78,5	1,7	0,3
Salsas	102,0	2,2	0,3
Agua de bebida envasada	2.362,6	51,5	7,8
Refrescos y gaseosas	2.135,1	46,5	7,1
Total alimentación	30.282,3	659,9	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

Gasto alimentario (hogares) en 2011

	Gasto		
	Millones euros	Euros per cápita	% sobre total
Huevos (kilos)	739,9	16,1	1,1
Carne	15.516,6	338,1	23,0
Carne fresca	10.441,7	227,5	15,5
Carne congelada	399,1	8,7	0,6
Carne transformada	4.675,9	101,9	6,9
Pesca	9.001,4	196,2	13,3
Pescados	4.717,2	102,8	7,0
Mariscos, moluscos y crustáceos	2.611,4	56,9	3,9
Conservas pescado y moluscos	1.672,8	36,5	2,5
Leche líquida	2.368,7	51,6	3,5
Otras leches	267,4	5,8	0,4
Derivados lácteos	5.720,8	124,7	8,5
Pan	3.917,6	85,4	5,8
Bollería, pastelería, galletas y cereales	2.719,5	59,3	4,0
Chocolates y cacao	961,0	20,9	1,4
Arroz	248,6	5,4	0,4
Pastas	302,0	6,6	0,4
Azúcar	179,3	3,9	0,3
Legumbres	214,7	4,7	0,3
Aceite	1.299,2	28,3	1,9
Aceite de oliva	1.090,1	23,8	1,6
Aceite de girasol	188,2	4,1	0,3
Margarina	121,3	2,6	0,2
Aceitunas	288,1	6,3	0,4
Vinos	908,5	19,8	1,3
Espumosos	145,3	3,2	0,2
Cervezas	925,7	20,2	1,4
Sidra	27,0	0,6	0,0
Whisky	129,5	2,8	0,2
Ginebra	39,7	0,9	0,1
Ron	49,3	1,1	0,1
Zumo y néctar	468,5	10,2	0,7
Patatas	1.024,3	22,3	1,5
Hortalizas frescas	4.496,5	98,0	6,7
Frutas frescas	6.178,5	134,6	9,2
Frutos secos	753,7	16,4	1,1
Frutas y hortalizas transformadas	1.272,3	27,7	1,9
Platos preparados	2.214,2	48,3	3,3
Cafés e infusiones	938,5	20,5	1,4
Salsas	354,4	7,7	0,5
Agua de bebida envasada	490,7	10,7	0,7
Refrescos y gaseosas	1.638,5	35,7	2,4
Total alimentación	67.519,9	1.471,4	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES

Durante 2011, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.471,4 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 122,6 euros.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 338,1 euros en los 52,7 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en pescado ascendió a 196,2 euros y supuso un consumo de 26,8 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2011, en términos medios, cada individuo consumió 101,5 kilos de frutas frescas, 85,4 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,4 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 134,6 euros, 113,2 euros y 27,7 euros, respectivamente.

El gasto y el consumo en leche y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona se cuantifica un consumo de 75,2 litros de leche y un gasto de 57,4 euros, mientras que los derivados lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 124,7 euros y un consumo de 35,3 kilos.

En términos medios, durante 2011, cada español consumió 35,6 kilos de pan, 13 kilos de bollería y pastelería y 11,9 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 85,4 euros, 59,3 euros y 48,3 euros, respectivamente.

El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. Durante 2011, cada español consumió 9,7 litros de aceite de oliva y gastó 23,8 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 8,9 litros y supuso un gasto de 19,8 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 16,1 euros y se corresponde con los 8,2 kilos de huevos consumidos, en términos medios, por cada español.

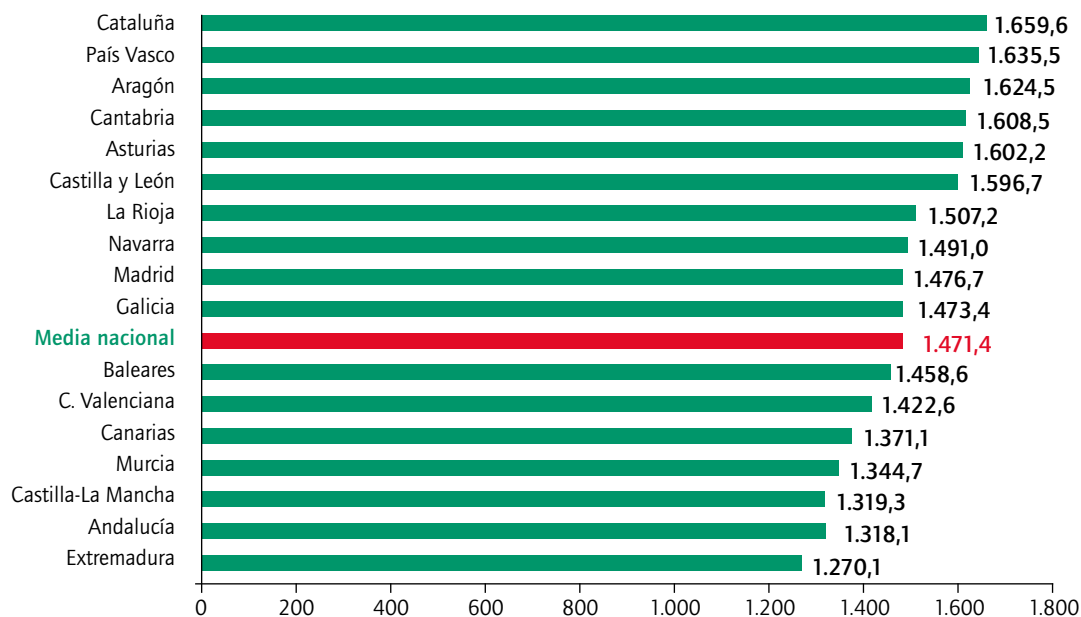
DIFERENCIAS TERRITORIALES

El gasto en alimentos y bebidas es dispar por comunidades autónomas. Así pues, la media de 1.471,4 euros per cápita a nivel nacional en 2011 se ve claramente excedida en Cataluña (1.659,6), País Vasco (1.635,5), Aragón (1.624,5) y Cantabria (1.608,5), mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.270,1), Andalucía (1.318,1) y Castilla-La Mancha (1.319,3).

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

- En carne, el mayor consumo se localiza en Aragón (65,8 kilos) y el menor en Canarias (43,8 kilos).
- Para el pescado, en Cantabria se consumen 35,6 kilos, mientras que en Canarias se llega a 18,7 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (13,8 litros) y la Comunidad Valenciana (6,7 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (90 kilos), mientras que Galicia tiene los registros más reducidos (47,3 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Castilla y León (127,5 kilos), mientras que el menor está en Canarias (81,9 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino consume (5,7 litros), mientras que Cataluña alcanza los valores más elevados (11,5 litros).

Gasto per cápita en alimentos y bebidas por comunidades autónomas (hogares) en 2011 (euros)



Fuente: MAGRAMA (2012).

Consumo per cápita de alimentos y bebidas por comunidades autónomas (hogares) en 2011

	Carne (kilos)	Pesca (kilos)	Aceite de oliva (litros)	Hortalizas frescas (kilos)	Frutas frescas (kilos)	Total vino (litros)
Cataluña	55,3	27,3	9,9	75,8	111,4	11,5
Aragón	65,8	29,5	10,4	90,0	115,9	8,3
Baleares	49,3	20,2	10,4	65,9	95,2	11,3
C. Valenciana	55,8	24,3	6,7	66,4	94,2	7,8
Murcia	47,5	23,8	7,6	61,2	84,5	6,8
Andalucía	47,0	24,8	9,2	58,4	90,6	7,4
Madrid	52,7	27,4	9,9	63,4	108,5	8,6
Castilla-La Mancha	53,5	27,6	7,3	52,2	90,9	7,8
Extremadura	47,8	22,8	10,0	51,7	87,1	5,7
Castilla y León	64,1	34,1	12,5	63,2	127,5	9,1
Galicia	52,0	30,1	12,1	53,6	102,8	10,4
Asturias	53,9	33,8	11,9	47,3	105,8	11,0
Cantabria	54,4	35,6	13,8	59,0	108,9	9,7
País Vasco	51,3	30,9	10,5	61,8	111,8	11,1
La Rioja	58,6	27,1	10,0	62,0	109,3	6,6
Navarra	51,5	27,1	8,7	52,5	105,7	9,1
Canarias	43,8	18,7	9,7	52,7	81,9	6,8
Media España	52,7	26,8	9,7	62,9	101,5	8,9

Fuente: MAGRAMA (2012).



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR PRODUCTOS

Carnes: El consumo medio de carne durante 2011 fue de 52,7 kilos per cápita, y su participación sobre el gasto total se mantuvo, al igual que en los últimos años, en torno al 23%.

Productos de la pesca: Los productos de la pesca son el segundo grupo en cuanto a porcentaje del gasto sobre el total de la alimentación y representan el 13,3% del gasto, con un consumo medio de 26,8 kilos per cápita.

Leche y productos lácteos: En 2011 se contabiliza un consumo medio de 35,3 kilos per cápita de derivados lácteos y de 75,2 litros de leche –esta familia de productos supone un 12,4% del gasto total en alimentación–.

Pan, bollería y pastelería: En 2011 se consumieron 35,6 kilos de pan por habitante, una cifra un -2% inferior a la del año anterior. Por otra parte, se ha producido un ligero descenso del consumo del -0,8% en bollería y pastelería, alcanzando en 2011 un consumo de 13 kilos por persona.

Aceite: En el grupo de aceites y grasas vegetales, en 2011, el aceite de oliva tuvo un consumo de 9,7 litros por persona.

En cuanto al aceite de girasol, el consumo per cápita se cifró en 3,4 litros y supuso una disminución del -4,3% respecto a 2010. Esta familia de productos alcanza casi el 2% del gasto total en alimentación.

Frutas y hortalizas: El consumo de hortalizas frescas llegó en 2011 a 62,9 kilos per cápita, tras crecer un 3,7% respecto al año anterior; este grupo representa en torno al 6,7% del gasto total realizado en alimentación. En cuanto a las frutas frescas, su consumo en 2011 fue de 101,5 kilos por persona, un -0,7% menor que en 2010 (representan el 9,2% del gasto total).

Conservas y platos preparados: En 2011 se observa un ligero descenso en el consumo de frutas y hortalizas transformadas, llegando a 13,4 kilos por persona y año. Por su parte, los platos preparados alcanzan los 11,9 kilos de consumo por persona. Esta tendencia se consolida año tras año y se debe a una serie de valores añadidos de estos productos que el consumidor aprecia; cabe señalar que el porcentaje del gasto de los platos preparados llega al 3,3% del gasto total en alimentación.

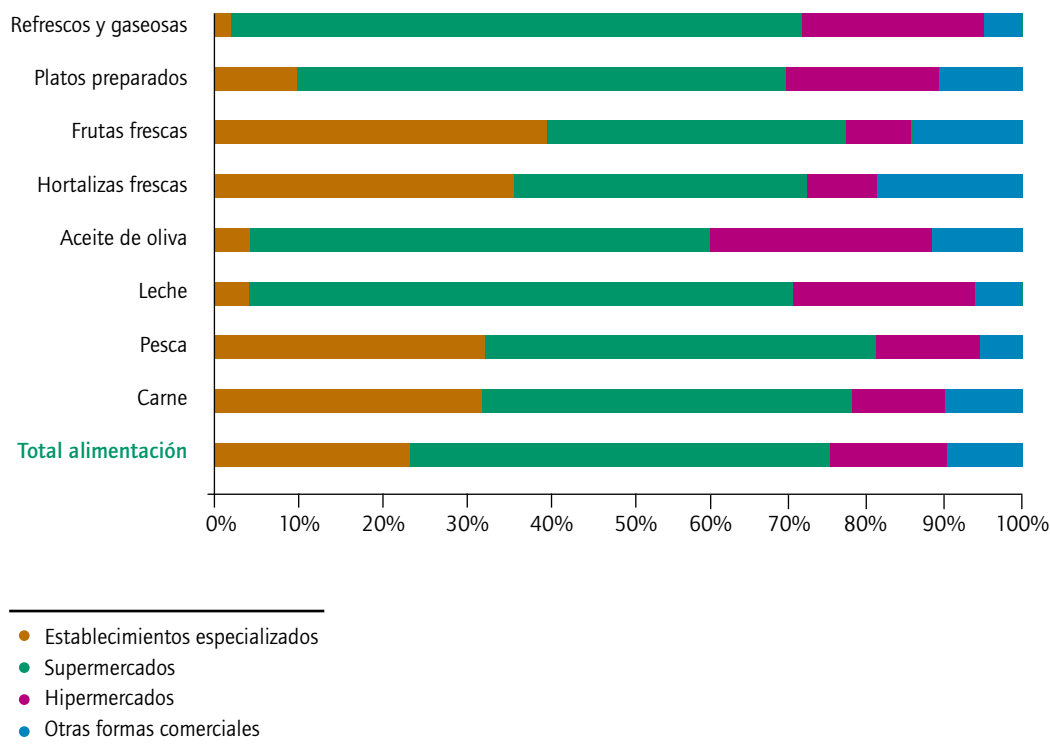
Vinos y otras bebidas: En 2011, el consumo de vino alcanzó casi 9 litros por persona. Los vinos tranquilos llegan a 3,1 litros per cápita, mientras que en los vinos de mesa se estabiliza la tendencia descendente de los últimos años, cifrándose la demanda en 4,9 litros por persona.

COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido destaca la importancia relativa de los supermercados (52,4% de cuota de mercado en 2011) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (24% de cuota), que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota cercana al 14,5%.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos por el comprador español (alcanza, por ejemplo, una cuota del 33% en la comercialización de carne o del 41,6% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de librería se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 69,5% de las ventas de leche o el 58,7% de las ventas de aceite de oliva).

Cuotas de mercado en la distribución de alimentos y bebidas en 2011



Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2012).

Con carácter general, los consumidores dedican un promedio de 3 horas a la semana para realizar la compra de alimentos y se rompe la tendencia de los últimos años de emplear menos tiempo en la realización de la compra. En este sentido, ante la crisis, los consumidores analizan con más detenimiento los productos que compran y los precios que pagan por estos productos (por ejemplo, en 2008 el tiempo medio dedicado era de 2 horas y 45 minutos).

A la hora de elegir el establecimiento de compra se prioriza la calidad (66,7%) por encima del precio (59,3%) y proximidad (40,4%), aunque estos últimos tienen un gran peso en la elección final. Para seleccionar los productos que se incluyen en la cesta de la compra, sigue existiendo una fidelidad a las marcas (un 72,8% de los entrevistados en el *Observatorio de Consumo y Distribución* manifiesta comprar siempre las mismas). No obstante, el precio cobra una mayor importancia y, por tanto, muchas veces se adquieren productos más baratos aunque la marca no sea conocida (el precio ha ido aumentando su importancia puesto que, por ejemplo, en 2007 sólo era mencionado por un 34,1% de los compradores).

Los consumidores que declaran que les gusta comprar siempre en el mismo establecimiento han bajado al 82,6% en 2011, mientras que, por el contrario, aquellos que suelen cambiar con frecuencia de establecimiento han subido al 21,8%.

El 41,6% de los consumidores realiza las compras de alimentación indistintamente entre días laborables y/o fines de semana, el 36,3% entre semana (de lunes a viernes, a mediodía) y el 22,1% restante el viernes tarde y el fin de semana. Internet, como canal de compra de productos de alimentación, es utilizado en alguna ocasión por un 8,5% de los consumidores (este porcentaje se eleva al 15,1% entre los jóvenes menores de 35 años y disminuye al 5% para los mayores de 50 años).

Durante 2011 siguió aumentando el consumo de marcas de distribuidor (el 92% de los consumidores entrevistados las adquiere en algún producto). El precio es la variable más

valorada en los productos con marca de distribuidor (7 sobre 10), aunque la calidad y el etiquetado también se consideran significativos (6,8 y 6,5 sobre 10, respectivamente). En el caso de las marcas líderes estas valoraciones se invierten: calidad (7,7 sobre 10) y etiquetado (7,5 sobre 10) se evalúan por encima del precio (5,6 sobre 10).

Finalmente, en cuanto a la forma de pago de las compras de alimentación, un 63,3% de los consumidores lo hace en efectivo y un 30,8% con tarjeta de crédito o débito (el resto utiliza tarjeta del propio establecimiento).

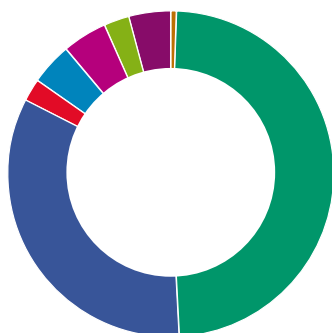
GASTO Y CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DEL HOGAR

Durante los últimos años se viene experimentando un descenso del consumo extradoméstico de alimentos en España. En este sentido, a pesar de la heterogeneidad de la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar, en 2011 los establecimientos de restauración tuvieron una reducción generalizada con respecto al ejercicio anterior en ventas (-3,8%), visitas (-2,9%) y tique medio (-0,8%).

En 2011, los datos de NPD Group contabilizan para los servicios de restauración en el mercado español unas ventas totales de 36.882 millones de euros, gastados en los 7.619 millones de visitas que han realizado los consumidores (el tique medio rondaría los 4,9 euros).

En el caso concreto de las bebidas, se tiende durante 2011 a una minoración del consumo extradoméstico del -7,9% en bebidas no alcohólicas, del -2,8% en bebidas alcohólicas de baja graduación y del -7,5% en bebidas alcohólicas de alta graduación (en ventas, los valores descienden un -6,1%, un -0,7% y un -6,6%, respectivamente).

Participación en la actividad de los servicios de restauración en 2011 (% sobre ventas)



- Restauración tradicional e internacional **48,4%**
- Restauración rápida (fast food) **33,4%**
- Hoteles **2,4%**
- Comercio y tiendas de conveniencia **4%**
- Instituciones y colectividades **4,4%**
- Automática (vending) **2,7%**
- Nocturno **3,9%**
- Transportes **0,8%**

Fuente: Elaboración propia con datos de NPD Group.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses de 2011 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una situación distinta para el *índice general* que para el *índice de alimentación*. En el primer caso hay una tendencia claramente descendente, mientras que para los productos de alimentación se observa una cierta estabilidad.

El *índice general* ha estado disminuyendo durante el año 2011, contando con tasas positivas únicamente en los meses de febrero (0,1%) y abril (2,7%). Las minoraciones han sido especialmente relevantes en marzo (-3,3%), junio (-3,8%), octubre (-3,3%), noviembre (-3,7%) y diciembre (-3,8%).

El *índice de alimentación* ha contado con una evolución desigual, alternando crecimientos con descensos. Los principales incrementos se han producido en los meses de abril (5%), agosto (1,8%) y septiembre (1,8%), mientras que las reducciones más importantes se asocian a marzo (-2,3%) y julio (-3,0%).

La coyuntura del comercio minorista en 2011

Índice de ventas general e índice de ventas de productos de alimentación. Precios corrientes (base 2005). CNAE-09

	Índice de ventas general		Índice de ventas de alimentación	
	Índice	% de variación anual	Índice	% de variación anual
Enero	102,8	-0,3	101,3	-0,4
Febrero	88,5	0,1	97,9	0,2
Marzo	97,4	-3,3	109,1	-2,3
Abril	99,9	2,7	112,0	5,0
Mayo	97,3	-1,6	107,9	0,4
Junio	100,5	-3,8	111,2	0,4
Julio	107,7	-2,3	115,8	-3,0
Agosto	95,0	-0,1	111,9	1,8
Septiembre	97,2	-1,3	110,6	1,8
Octubre	99,3	-3,3	112,1	0,5
Noviembre	94,7	-3,7	106,1	-0,8
Diciembre	118,5	-3,8	132,2	-0,1

Fuente: INE (2012).

