



Balance del mercado alimentario español

Veinte tendencias del consumo en el hogar y en el sector de la restauración

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense Madrid.

RESUMEN

Este artículo analiza, basándose principalmente en distintos estudios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), las cifras más relevantes del mercado alimentario tanto en el consumo doméstico como en el sector de la restauración. El objetivo de este trabajo es, por un lado, realizar un balance entresacando las principales tendencias cuantitativas que se han producido durante el último ejercicio pero, adicionalmente, ofrecer mediante cuadros y gráficos información minuciosa que permita ampliar cada uno de los veinte puntos propuestos. El trabajo revisa, desde la perspectiva doméstica, la importancia relativa en consumo y gasto de las principales partidas de alimentos y bebidas, algunas diferencias en la demanda entre comunidades autónomas y el reparto de las cuotas de mercado entre formatos comerciales. En el consumo extra-doméstico, también se analiza la participación relativa de alimentos y bebidas incluyendo, además, información específica sobre la elección de la compañía, el momento y los lugares para el consumo alimentario fuera del hogar.



PALABRAS CLAVE: Alimentos, bebidas, hogares, restauración, tendencias alimentarias, comercio especializado, supermercados, hipermercados, bares, cafeterías, restaurantes.

La información aparecida a lo largo del año 2019, principalmente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), permite repasar las características cuantitativas más significativas del mercado alimentario tanto en el hogar como en el sector de la restauración. A modo de balance, este artículo recoge veinte tendencias asociadas a los últimos meses que sirven para hacer una radiografía de la situación de la demanda de alimentos y bebidas.

El cuadro 1 recoge las veinte tendencias que se detallan a lo largo de este trabajo presentando, además, el valor añadido de que todas ellas se apoyan bien en un cuadro o bien en un gráfico para facilitar, si fuera preciso, el nivel de análisis. A modo de avance sobre el análisis

CUADRO 1

Veinte tendencias del mercado de alimentos y bebidas

 ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR	ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR 
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se mantiene el reparto de la demanda de alimentos y bebidas con dos tercios del gasto asociado al hogar. 2. Los productos frescos son los protagonistas de la cesta de alimentos y bebidas de los hogares españoles. 3. El consumo y el gasto es variado y está fragmentado en el mercado de alimentos y bebidas. 4. Aumenta tanto el consumo como el gasto en alimentos y bebidas asociados a un mayor valor añadido. 5. Las características de los hogares condicionan el consumo y el gasto en el mercado alimentario. 6. Se estima una diferencia de 531,4 euros en el gasto per cápita anual en alimentos y bebidas entre País Vasco y Extremadura. 7. Por comunidades autónomas, las principales familias de alimentos y bebidas también presentan notables diferencias en la demanda. 8. Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. 9. Las actividades minoristas de alimentación tienen una notable significatividad en el conjunto de la estructura distributiva. 10. En la elección de los hogares españoles, la versatilidad y capacidad de adaptación de los supermercados les ha convertido en el formato más importante del librespervicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 11. El consumo alimentario fuera del hogar se estima en un tercio sobre el total del gasto que además, se encuentra fragmentado en distintos canales. 12. La demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar es heterogénea aunque supone cifras muy importantes de consumo, gasto y penetración. 13. En cuanto a los alimentos consumidos fuera del hogar, se advierte una notable fragmentación por familias de productos. 14. Cerveza, agua envasada y bebidas refrescantes son las familias con mayor consumo fuera del hogar. 15. La expansión del sector horeca está muy vinculada a los negocios de franquicia. 16. Las características del consumidor marcan la demanda de alimentos fuera del hogar. 17. El consumo de bebidas fuera del hogar varía notablemente en función de las características del consumidor. 18. Tanto para alimentos como para bebidas, la familia es la compañía más habitual en la demanda extradoméstica. 19. La comida es el momento de consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar con una mayor significatividad. 20. Entre las distintas opciones de demanda, los restaurantes concentran el mayor porcentaje de consumo de alimentos y los bares y cafeterías, el de bebidas.

Fuente: Elaboración propia.

realizado, se presentan los dos escenarios siguientes:

- En la vertiente doméstica, se mantiene el reparto de la demanda de alimentos y bebidas con dos tercios del gasto asociado al hogar. Los productos frescos son los protagonistas de la cesta de alimentos y bebidas de los hogares españoles aunque el consumo y el gasto es variado y está fragmentado. Durante el último ejercicio, ha aumentado tanto el consumo como el gasto en alimentos y bebidas asociados a un mayor valor añadido aunque las características de los hogares condicionan el consumo y el gasto en el mercado alimentario. En términos de gasto, se estima una diferencia de 531,4 euros per cápita

anual en alimentos y bebidas entre País Vasco y Extremadura; también por comunidades autónomas, las principales familias de alimentos y bebidas presentan notables diferencias en la demanda. Como viene siendo habitual, los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas aunque en su elección, la versatilidad y capacidad de adaptación de los supermercados, les ha convertido en el formato más importante del librespervicio.

- Fuera del hogar, el consumo alimentario se estima en un tercio sobre el total del gasto. Con carácter general, la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas es heterogénea aunque supone cifras muy importantes de consumo,

gasto y penetración. En cuanto a los alimentos consumidos, se advierte una notable fragmentación por familias de productos mientras que cerveza, agua envasada y bebidas refrescantes son las familias con mayor consumo fuera del hogar.

Tanto para alimentos como para bebidas, la familia es la compañía más habitual en la demanda extradoméstica mientras que la comida es el momento de consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar con una mayor significatividad. Entre las distintas opciones de demanda, los restaurantes concentran el mayor porcentaje de consumo de alimentos y los bares y cafeterías de bebidas.

1. SE MANTIENE EL REPARTO DE LA DEMANDA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS CON DOS TERCIOS DEL GASTO ASOCIADO AL HOGAR.



El gasto total en alimentación y bebidas asciende a 103.077,4 millones de euros, según el MAPA. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 68.538,1 millones de euros –un 66,5%. El gráfico 1 detalla el reparto del gasto en los distintos canales destacando supermercados (60,1%), comercio especializado (17,3%) e hipermercados (13,3%).



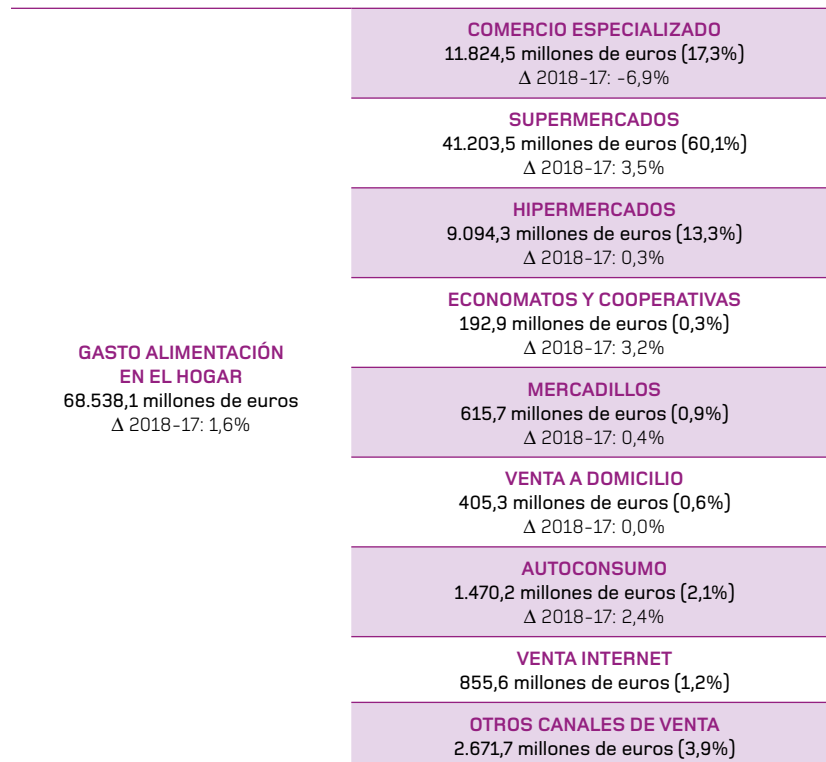
2. LOS PRODUCTOS FRESCOS SON LOS PROTAGONISTAS DE LA CESTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LOS HOGARES ESPAÑOLES.



La carne supone un 20,6% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,2%; los pescados un 13,0%; y, el gasto en pan alcanza el 5,0% (gráfico 2). Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,3% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (2,0%) o los platos preparados (4,2%).

GRÁFICO 1

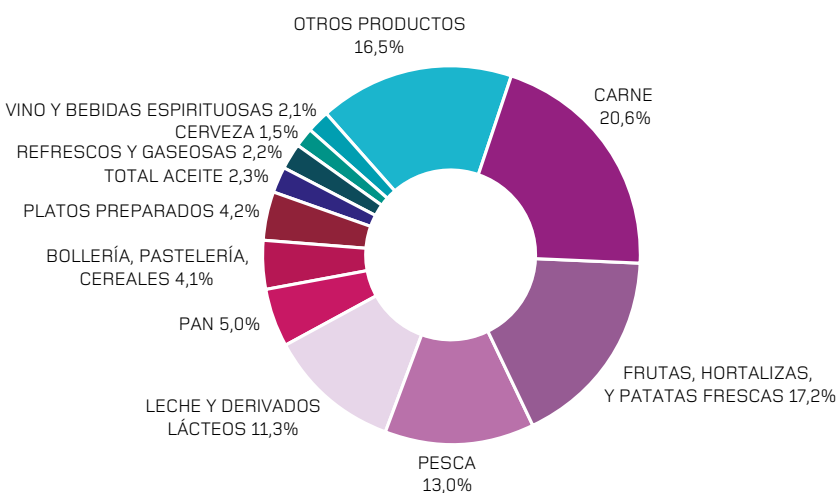
Distribución por formatos y canales del gasto en alimentación en los hogares



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2019).

GRÁFICO 2

Distribución por productos del gasto en alimentación de los hogares



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2019).

3. EL CONSUMO Y EL GASTO ES VARIADO Y ESTÁ FRAGMENTADO EN EL MERCADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.



La riqueza y heterogeneidad de la dieta alimentaria de los hogares españoles ofrece una diversidad notable de alimentos y bebidas consumidos (cuadro 2). Por ejemplo, la carne es el producto más demandado y cada español gasta 309,0 euros en los 46,2 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos

del mar asciende a 194,2 euros y supone un consumo de 23,1 kilos por persona. Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable y, en términos medios, cada individuo consume 90,5 kilos de frutas frescas, 85,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 12,9 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supone 139,4 euros, 126,4 euros y 28,0 euros, respectivamente. Además, por persona, se cuantifica un consumo de 69,8 litros de leche y

un gasto de 48,2 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 124,5 euros y un consumo de 35,5 kilos.

4. EN EL ÚLTIMO EJERCICIO HA AUMENTADO TANTO EL CONSUMO COMO EL GASTO EN ALIMENTOS Y BEBIDAS ASOCIADOS A UN MAYOR VALOR AÑADIDO.



Destaca, en este sentido, el consumo creciente con respecto al año anterior

CUADRO 2

Consumo y gasto alimentario (hogares), 2018

	CONSUMO			GASTO		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	385,5	8,4	1,3	888,3	19,4	1,3
CARNE	2.114,8	46,2	7,3	14.145,1	309,0	20,6
CARNE FRESCA	1.532,8	33,5	5,3	9.306,0	203,3	13,6
CARNE CONGELADA	50,4	1,1	0,2	225,8	4,9	0,3
CARNE TRANSFORMADA	531,5	11,6	1,8	4.613,3	100,8	6,7
PESCA	1.056,3	23,1	3,7	8.889,9	194,2	13,0
PESCADOS	573,6	12,5	2,0	4.408,4	96,3	6,4
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	278,1	6,1	1,0	2.433,9	53,2	3,6
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	204,7	4,5	0,7	2.047,6	44,7	3,0
LECHE LÍQUIDA	3.196,8	69,8	11,1	2.206,6	48,2	3,2
OTRAS LECHES	29,3	0,6	0,1	213,0	4,7	0,3
DERIVADOS LÁCTEOS	1.623,9	35,5	5,6	5.701,5	124,5	8,3
PAN	1.454,5	31,8	5,0	3.485,3	76,1	5,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	618,5	13,5	2,1	2.822,9	61,7	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	164,9	3,6	0,6	1.168,4	25,5	1,7
ARROZ	176,9	3,9	0,6	289,5	6,3	0,4
PASTAS	189,1	4,1	0,7	359,4	7,9	0,5
AZÚCAR	151,3	3,3	0,5	137,2	3,0	0,2
LEGUMBRES	146,6	3,2	0,5	284,3	6,2	0,4
ACEITE	547,1	12,0	1,9	1.579,6	34,5	2,3
ACEITE DE OLIVA	355,2	7,8	1,2	1.352,0	29,5	2,0
ACEITE DE GIRASOL	172,9	3,8	0,6	184,3	4,0	0,3
MARGARINA	29,4	0,6	0,1	93,5	2,0	0,1
ACEITUNAS	115,5	2,5	0,4	351,2	7,7	0,5
VINOS Y DERIVADOS	381,1	8,3	1,3	1.114,2	24,3	1,6
ESPUMOSOS	23,8	0,5	0,1	125,6	2,7	0,2
CERVEZAS	830,4	18,1	2,9	1.048,8	22,9	1,5
SIDRA	16,0	0,3	0,1	36,4	0,8	0,1
WHISKY	6,4	0,1	0,0	85,7	1,9	0,1
GINEBRA	4,7	0,1	0,0	66,0	1,4	0,1
RON	3,4	0,1	0,0	40,7	0,9	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	393,7	8,6	1,4	420,7	9,2	0,6
PATATAS	1.290,2	28,2	4,5	1.107,8	24,2	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	2.604,0	56,9	9,0	4.679,3	102,2	6,8
FRUTAS FRESCAS	4.142,6	90,5	14,4	6.383,4	139,4	9,3
FRUTOS SECOS	143,3	3,1	0,5	1.067,2	23,3	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	589,7	12,9	2,0	1.283,0	28,0	1,9
PLATOS PREPARADOS	671,4	14,7	2,3	2.870,0	62,7	4,2
CAFÉS E INFUSIONES	78,7	1,7	0,3	1.200,0	26,2	1,8
SALSAS	120,1	2,6	0,4	446,3	9,7	0,7
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.873,2	62,8	10,0	600,2	13,1	0,9
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.818,4	39,7	6,3	1.514,1	33,1	2,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	28.827,0	629,7	100,0	68.538,1	1.497,1	100,0

Fuente: MAPA (2019).

de leche enriquecida con calcio (373,7%), frutas de IV gama (134,6%), zumo enriquecido con calcio (105,8%), verduras de IV gama (56,1%) y otros platos preparados (24,1%). Desde la perspectiva del gasto, se observa un incremento en leche enriquecida con calcio (315,9%), zumo enriquecido con calcio (137,6%), frutas de IV gama (116,7%), verduras de IV gama (38,6%), tortillas refrigeradas (30,7%) y otros platos preparados (30,0%). El cuadro 3 detalla estos resultados.

CUADRO 3

Evolución del consumo y del gasto en alimentación en los hogares, 2018-2017

PRINCIPALES INCREMENTOS 2018-2017	
CONSUMO	Leche enriquecida con calcio (373,7%)
	Frutas IV Gama (134,6%)
	Zumo enriquecido con calcio (105,8%)
	Frutas congeladas (70,2%)
	Carne de avestruz (70,1%)
	Vinos con IGP (59,5%)
	Verduras de IV Gama (56,1%)
	Paleta ibérico entera (28,0%)
	Aguacate (27,0%)
	Otros platos preparados (24,1%)
GASTO	Leche enriquecida con calcio (315,9%)
	Zumo enriquecido con calcio (137,6%)
	Frutas IV Gama (116,7%)
	Carne de avestruz (94,0%)
	Frutas congeladas (62,8%)
	Vinos con IGP (57,9)
	Verduras de IV Gama (38,6%)
	Sidras (37,6%)
	Tortillas refrigeradas (30,7%)
	Otros platos preparados (30,0%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2018-2017	
CONSUMO	Aceite de soja (-100,0%)
	Batidos con cereal (-65,8%)
	Queso fresco con calcio (-44,2%)
	Salchichas congeladas (-41,2%)
	Aceite de orujo (-27,6%)
	Fruta escarchada (-22,7%)
	Cola sin cafeína (-22,6%)
	Crema de chocolate (-22,4%)
	Pan fresco integral (-21,6%)
	Vinos de aguja (-21,5%)
GASTO	Aceite de soja (-100,0%)
	Batidos con cereal (-59,7%)
	Salchichas congeladas (-41,0%)
	Queso fresco con calcio (-32,3%)
	Coliflor (-27,2%)
	Yogurt con aditivos (-26,9%)
	Aceite de orujo (-24,6%)
	Pan fresco integral (-22,0%)
	Crema de chocolate (-19,2%)
	Cola sin cafeína (-18,3%)

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

5. LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS HOGARES CONDICIONAN EL CONSUMO Y EL GASTO EN EL MERCADO ALIMENTARIO.



El consumo de alimentos y bebidas refleja las características que tienen los individuos que realizan su demanda (gráfico 3). Las desviaciones positivas de consumo alimentario se observan principalmente en hogares de renta alta y media alta



FRIO PAQ i2GOURMET

Servicios especializados en alimentación

RED PROPIA DE DISTRIBUCIÓN

En España, Portugal y Andorra

TRANSPORTE A EUROPA DE PALETS

A temperatura controlada

E-COMMERCE

Los alimentos de la web a su destino: la entrega domiciliaria en frío

ALMACENES CON REGISTRO SANITARIO

Trazabilidad - Control de la temperatura

DISTRIBUCIÓN CAPILAR ECO

Sostenible medioambientalmente



DESCARGA LA APP



DISPONIBLE EN



Sostenible
Integra2
Logista

integra2@integra2.es • www.integra2.es

¡SÍGUENOS EN
INSTAGRAM!
@rutaintegra2



(13,1%), con niños entre 6 y 15 años (45,1%), con compradores no activos en el mercado laboral (12,2%), con edades de 65 o más años (40,3%), que viven en hogares de un miembro (58,1%), en ciudades de 100.000 a 500.000 habitantes (0,9%) o cuentan con algún adulto independiente (62,5%).

6. SE ESTIMA UNA DIFERENCIA DE 531,4 EUROS EN EL GASTO PER CÁPITA ANUAL EN ALIMENTOS Y BEBIDAS ENTRE PAÍS VASCO Y EXTREMADURA.

El gasto en alimentos y bebidas es dispar por comunidades autónomas (gráfico 4). En este sentido, la media de 1.497,1 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.752,3), Cataluña (1.717,5), Galicia (1.625,1), Asturias (1.606,7) y Cantabria (1.576,1) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.220,9), Andalucía (1.332,4), Andalucía (1.332,4), Castilla-La Mancha (1.343,8) y Canarias (1.368,6).

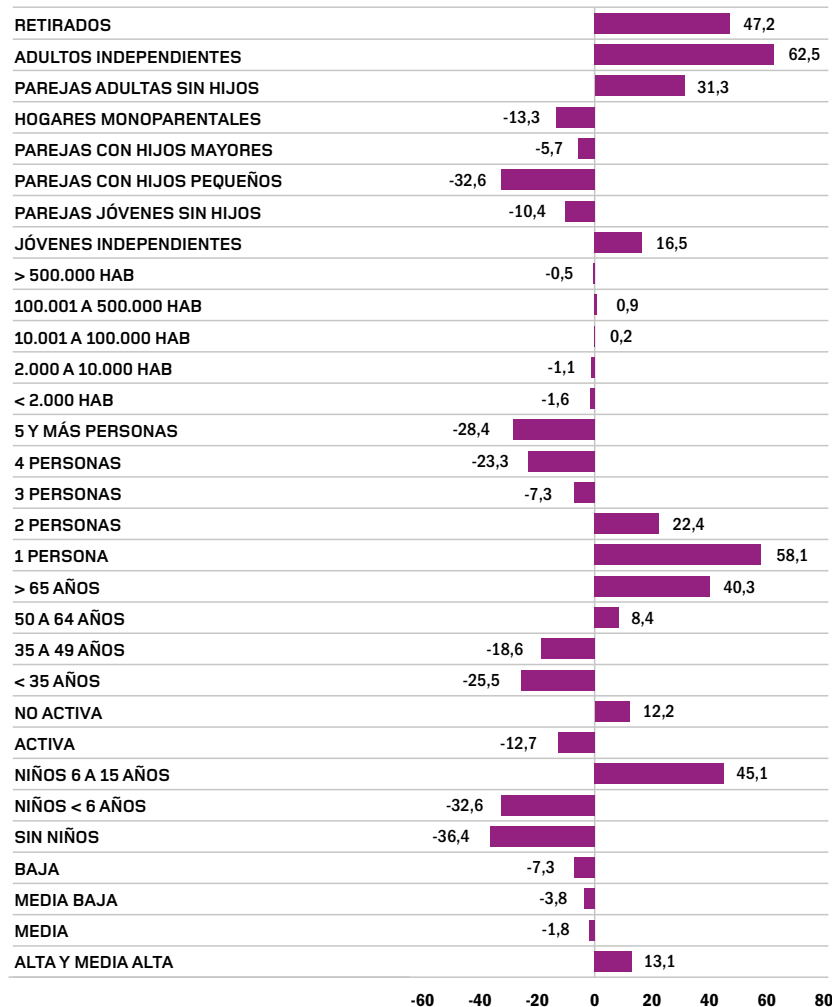
7. POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, LAS PRINCIPALES FAMILIAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS TAMBIÉN PRESENTAN NOTABLES DIFERENCIAS EN LA DEMANDA.

El consumo per cápita de los principales grupos de alimentación ofrece diferencias notables entre las distintas comunidades autónomas tal y como refleja detalladamente el cuadro 4:

- En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (52,9 kilos) y el menor en Extremadura (38,1 kilos).
- Para el pescado, en Galicia se consumen 29,6 kilos mientras que en Canarias se llega a 16,1 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (11,8 litros) y Extremadura y Comunidad Valenciana (5,3 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (74,3 kilos) mientras que Asturias tiene los registros más reducidos (44,9 kilos).

GRÁFICO 3

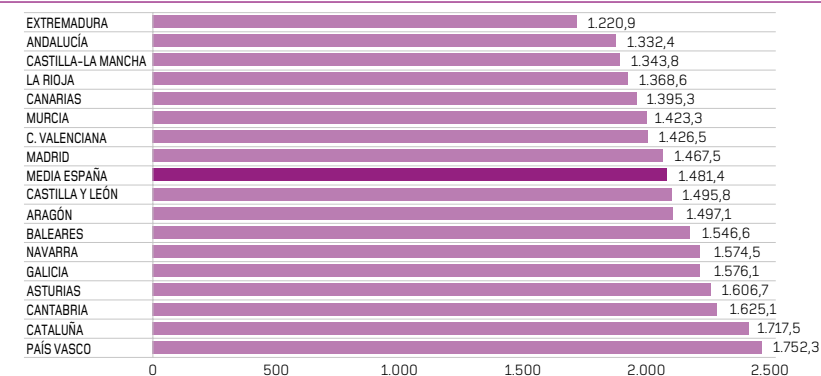
Consumo per cápita de alimentación en hogares. (% desviación con respecto a la media nacional)



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

GRÁFICO 4

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



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).



MÁLAGA
3 / 4 / 5
FEB 2020

FYCMA
PALACIO DE FERIAS
Y CONGRESOS
DE MÁLAGA

SALÓN DE INNOVACIÓN EN HOSTELERÍA



HOTELERÍA

GASTRONOMÍA

SERVICIOS

ENOLOGÍA

ORGANIZA:



PROMOTORES INSTITUCIONALES:



PARTNERS:



PROMOTORES SECTORIALES:



COLABORADORES:



#salonHyT

www.salonhyt.com

CUADRO 4

Consumo per cápita de alimentos y bebidas en los hogares por comunidades autónomas

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO (litros)
CATALUÑA	48,5	23,7	8,7	67,7	97,1	12,0
ARAGÓN	51,8	23,6	7,6	74,3	94,1	6,1
BALEARES	45,1	18,4	8,8	59,9	89,0	12,8
C. VALENCIANA	47,8	21,9	5,3	60,4	84,2	7,0
REGIÓN DE MURCIA	42,4	21,1	5,4	57,4	86,1	6,7
ANDALUCÍA	42,8	21,1	7,2	51,1	77,4	7,1
COMUNIDAD DE MADRID	45,7	23,6	7,8	54,3	92,7	7,5
CASTILLA-LA MANCHA	50,0	22,6	5,6	48,6	84,5	6,1
EXTREMADURA	38,1	19,9	5,3	54,7	84,9	5,7
CASTILLA Y LEÓN	52,9	26,1	9,0	51,2	99,0	7,3
GALICIA	49,9	29,6	10,5	55,2	108,5	10,2
ASTURIAS	43,9	27,7	8,9	44,9	99,9	11,5
CANTABRIA	46,8	26,4	11,8	49,5	94,2	8,8
PAÍS VASCO	48,0	28,5	9,9	61,4	109,5	9,2
LA RIOJA	44,7	23,1	8,1	53,4	85,4	6,4
NAVARRA	42,3	19,8	6,9	56,2	93,0	5,2
CANARIAS	38,3	16,1	8,3	54,2	83,0	7,5
MEDIA ESPAÑA	46,2	23,1	7,8	56,9	90,5	8,3

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2019).

- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a País Vasco (109,5 kilos) mientras que el menor está en Andalucía (77,4 kilos).
- Navarra es la comunidad que menos vino y derivados consume (5,2 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (12,8 litros).

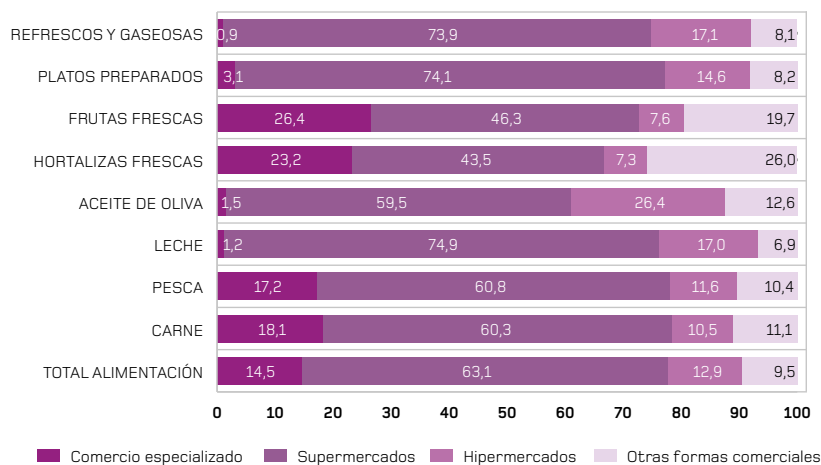
8. LOS HOGARES ESPAÑOLES UTILIZAN DISTINTOS FORMATOS PARA ADQUIRIR LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS.



Destaca la importancia relativa de los supermercados (48,1% de cuota de mercado considerando, además, un 15,9% adicional de los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (13,7% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 12,7% y se estima que el comercio electrónico representa un 1,2% en el total de la alimentación.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los esta-

GRÁFICO 5

Cuotas de mercado en la distribución de alimentos y bebidas

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

blecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca (gráfico 5). Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 18,1% en la comercialización de carne, del 17,2% en pescado o

del 26,4% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de librespervicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 74,9% de las ventas de leche o el 59,5% de las ventas de aceite de oliva).

Si eres un profesional de la alimentación tu sitio es **mercamadrid**

+2.700.000 de Tm.
productos comercializados

Área de influencia:
500 km.

12 mill. consumidores

Diariamente acceden:

20.000 personas

15.000 vehículos

Superficie:

2.215.060 m²



9. LAS ACTIVIDADES MINORISTAS DE ALIMENTACIÓN TIENEN UNA NOTABLE SIGNIFICATIVIDAD EN EL CONJUNTO DE LA ESTRUCTURA DISTRIBUTIVA.

Se advierte la significativa participación de las actividades minoristas de alimentación en el conjunto de la estructura distributiva. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 21,3% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019); revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 110.078 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,4 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (3,0 locales/1.000 habitantes), La Rioja (2,8 locales/1.000 habitantes) y Cataluña, Navarra y Castilla y León (todas ellas con 2,7 locales/1.000 habitantes).

CUADRO 5

Comercio al por menor de alimentos y bebidas en establecimientos especializados

Nº EMPRESAS	96.258
Nº LOCALES	110.078
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	22.115.052
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	5.817.992
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	246.430
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	235.837
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	144.038

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2019).



10. EN LA ELECCIÓN DE LOS HOGARES ESPAÑOLES, LA VERSATILIDAD Y CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS LES HA CONVERTIDO EN EL FORMATO MÁS IMPORTANTE DEL LIBRESERVICIO.

Los establecimientos de libreservicio aumentan su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la superficie de venta (cuadro 6). En este sentido, se contabilizan 22.864 establecimientos de libreservicio (22.377 supermercados y 487 hipermercados) que alcanzan una superficie comercial de 13.581.500 m².

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libreservicio en Andalucía (18,1%), Cataluña (16,1%), Comunidad Valenciana (12,1%) y Comunidad de Madrid (11,0%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (373,5 m²/1.000 habitantes), Galicia (348,1 m²/1.000 habitantes), Cantabria (345,6 m²/1.000 habitantes) y Comunidad

Valenciana (330,9 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (227,0 m²/1.000 habitantes), País Vasco (271,9 m²/1.000 habitantes), Murcia (278,7 m²/1.000 habitantes), y Castilla-La Mancha (285,8 m²/1.000 habitantes).

11. EL CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DEL HOGAR SE ESTIMA EN UN TERCIO SOBRE EL TOTAL DEL GASTO QUE ADEMÁS, SE ENCUENTRA FRAGMENTADO EN DISTINTOS CANALES.

Cómo se indicaba anteriormente, el gasto total en alimentación y bebidas asciende a 103.077,4 millones de euros. La participación en este gasto asociada a la demanda extradoméstica (principalmente en establecimientos del sector horeca) alcanza los 34.539,3 millones de euros –un 33,5%. Tal y como se detalla en el gráfico 6, la fragmentación del gasto es notable con una mayor representatividad de bares y cafeterías (41,4%) y restaurantes (18,6%).

CUADRO 6

Establecimientos en régimen de libreservicio

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m ²	%	m ²	%
HIPERMERCADOS	487	1.811.975	13,3	905.988	8,8
Hipermercado pequeño	309	357.113	2,6	178.557	1,7
Hipermercado grande	148	1.454.862	10,7	727.431	7,0
SUPERMERCADOS	22.377	11.769.525	86,7	9.415.620	91,2
Hasta 399 m ²	12.289	2.283.775	16,8	1.827.020	17,7
De 400 m ² a 999 m ²	5.978	3.799.384	28,0	3.039.507	29,4
Más de 1.000 m ²	4.110	5.686.366	41,9	4.549.093	44,1
TOTAL	22.864	13.581.500	100,0	10.321.608	100,0

(*) Se ha considerado la superficie que, según el tipo de establecimiento, se dedica a productos de alimentación y bebida (hipermercados: 50% y supermercados: 80%).

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019).





MERCAVALÈNCIA

¿CUIDAS DE TU NEGOCIO?
NOSOTROS TAMBIÉN

VEN A MERCAVALÈNCIA
CUIDAMOS DE TI



TENEMOS MUCHO QUE CONTARTE

 @mercavalencia

 @mercavalencia1

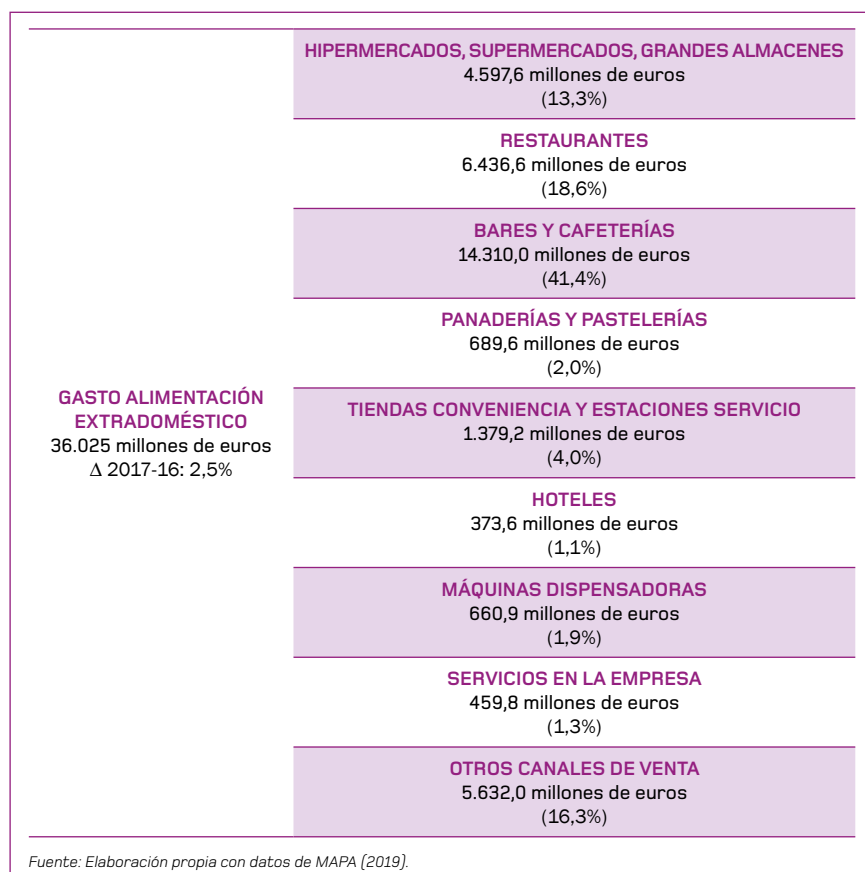
 @mercavalencia_

 www.mercavalencia.es

DIRECCIÓN: V-30, SALIDA 1 - TEL: 34 963 241 500 - INFO@MERCAVALENCIA.ES

GRÁFICO 6

Distribución del gasto en alimentación



12. LA DEMANDA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR ES HETEROGÉNEA AUNQUE SUPONE CIFRAS MUY IMPORTANTES DE CONSUMO, GASTO Y PENETRACIÓN.

CUADRO 7

Consumo alimentario extradoméstico

	ALIMENTOS	BEBIDAS FRÍAS	BEBIDAS CALIENTES	APERITIVOS	TOTAL ALIMENTACIÓN
CONSUMICIONES (Millones)	5.621,8	6.093,3	3.693,2	1.024,0	16.432,3
CONSUMICIONES PER CÁPITA	173,3	184,4	122,2	40,4	520,3
VOLUMEN (Millones kilos/litros)	293,5	2.842,3	366,1	90,0	3.591,9
CONSUMO PER CÁPITA (Kilos/litros)	22,7	86,0	12,1	3,6	124,4
VALOR (Millones euros)	19.629,4	10.160,5	3.983,3	766,1	34.539,3
GASTO PER CÁPITA (Euros)	584,9	302,7	118,7	22,8	1.029,1
PENETRACIÓN (% POB 15-75 AÑOS)	96,7	98,5	90,0	75,5	99,6

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

El Panel de consumo extradoméstico elaborado por el MAPA (2019), contabiliza un total de 16.432,2 millones de consumiciones de alimentos y bebidas fuera del hogar (cuadro 7). Además, sobre el total del valor extradoméstico consumido, un 56,8% son alimentos; un 29,4% bebidas frías (principalmente, cerveza, vino, espumosos, refrescos, agua, zumos y espirituosas); y, un 11,5% bebidas calientes (café, infusiones y leche, básicamente). En términos per cápita, se consumen 22,7 kilos de alimentos y se dedican 584,9 euros; 86,0 litros de bebidas frías con un gasto de 260,3 euros; y, 12,1 litros de bebidas calientes que llegan a 118,7 euros.



MERCAMURCIA

Alimentos de Calidad a su Alcance




El Centro de **Distribución Logística**
Alimentaria más importante
del sureste de **España**

-  Complejo **Cárnico**
-  Mercado de **Frutas y Hortalizas**
-  Mercado de **Pescado**
-  Mercado de **Flores y Plantas**
-  Zona de **Actividades Complementarias**
-  Y mucho más...



mercamurcia.es

 [@mercamurciainfo](https://twitter.com/mercamurciainfo)

 [/mercamurcia](https://facebook.com/mercamurcia)

 [/mercamurcia](https://linkedin.com/company/mercamurcia)

 [@mercamurcia](https://instagram.com/mercamurcia)



13. EN CUANTO A LOS ALIMENTOS CONSUMIDOS FUERA DEL HOGAR, SE ADVIERTE UNA NOTABLE FRAGMENTACIÓN POR FAMILIAS DE PRODUCTOS.



La mayor repercusión en cuanto al consumo per cápita de alimentos fuera del hogar recae en hortalizas y verduras (11,3 kilos), carne (6,1 kilos), pan (4,5 kilos) y bollería (2,3 kilos) que, además, coincide con el número de consumiciones per cápita más elevado (44,6 en hortalizas y verduras; 44,3 en carne; 55,1 en pan; y, 34,7 bollería).

El cuadro 8 también indica que, en cuanto a las tasas de penetración, las partidas de carne, derivados lácteos, hortalizas y verduras y pan superan el porcentaje del 80%.

14. CERVEZA, AGUA ENVASADA Y BEBIDAS REFRESCANTES SON LAS FAMILIAS CON MAYOR CONSUMO FUERA DEL HOGAR.



El cuadro 9 muestra que la cerveza concentra más de 2.580 millones de consumiciones fuera del hogar y, por tanto, se convierte en la bebida más demanda. Además, llega a casi 1.000 millones de litros consumidores con un gasto cercano a los 4.000 millones de euros y una tasa de penetración del 85,5%.

CUADRO 8

Consumo de alimentos fuera del hogar por familias

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos, litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Kilos, litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CARNE	204,1	6,08	1.351,2	44,3	90,8
CARNE FRESCA	179,8	5,36	997,0	34,0	87,4
CARNE TRANSFORMADA	24,4	0,73	439,9	16,1	81,2
PESCADOS Y MARISCOS	132,1	3,94	697,6	27,0	76,9
PESCADOS	56,7	1,69	402,3	17,0	70,7
MARISCOS	75,4	2,25	298,1	14,2	62,7
DERIVADOS LÁCTEOS	62,8	1,87	705,0	25,4	82,6
FRUTAS	26,2	0,78	154,8	11,9	38,6
FRUTA FRESCA	25,4	0,76	131,1	12,2	32,0
MERMELADAS	0,8	0,02	23,7	5,6	12,7
HORTALIZAS Y VERDURAS	380,6	11,34	1.336,7	44,6	89,4
ACEITE ALIÑO	2,3	0,07	229,0	13,4	51,1
PAN	152,6	4,55	1.722,9	55,1	93,2
PASTAS	7,0	0,21	80,4	5,7	42,3
ARROZ	12,9	0,38	162,4	9,4	51,8
LEGUMBRES	3,6	0,11	36,7	5,1	21,7
BATIDOS	9,7	0,29	38,8	4,1	28,5
HELADOS Y GRANIZADOS	39,7	1,18	330,6	14,8	66,7
BOLLERÍA	75,8	2,26	841,8	34,7	72,2

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).



CUADRO 9

Consumo de bebidas fuera del hogar por familias

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CAFÉ	89,2	2,66	1.596,4	47,6	1.528,6	60,6	75,2
LECHE	243,4	7,25	2.056,7	61,3	1.902,5	72,2	78,5
INFUSIONES	22,1	0,66	190,5	5,7	176,9	11,5	45,8
BEBIDAS DE VINO	202,6	6,04	1.404,6	41,9	457,9	23,2	58,9
SIDRA	26,2	0,78	91,1	2,7	39,6	8,9	13,3
CERVEZA	999,9	29,79	3.886,7	115,8	2.581,6	89,9	85,5
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	64,3	1,92	1.468,6	43,8	396,9	21,5	55,0
ZUMO	66,6	1,98	307,6	9,2	205,3	10,5	58,4
AGUA ENVASADA	928,8	27,68	909,0	27,1	943,9	34,1	82,4
BEBIDAS REFRESCANTES	553,9	16,50	2.093,0	62,4	1.468,1	48,1	90,9

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).



**Un espacio para
dar a conocer
tu producto de
manera eficaz.**

Más que un anuncio.
Contáctanos.

Nuestros soportes en la red de distribución
más importante del país:

Mupis, Vallas
Lonas interiores
Lonas de gran formato

Banderolas
Pantallas digitales
Acciones especiales

Contáctanos:
Madrid: 914 26 38 80
Barcelona: 932 38 75 40

info@014media.com
www.014media.com

15. LA EXPANSIÓN DEL SECTOR HORECA ESTÁ MUY VINCULADA A LOS NEGOCIOS DE FRANQUICIA.



La franquicia se ha desarrollado en la restauración de servicio rápido mediante la transmisión de conocimientos comunes y específicos a un conjunto de establecimientos con el objetivo de prestar el servicio de alimentación y bebida conforme a un saber-hacer predeterminado. Los datos del Informe Franquicia en España (Asociación Española de Franquiciadores, 2019) indican que en el sector de la restauración operan 203 enseñas con 9.104 establecimientos que consiguen una facturación de 5.923,5 millones de euros y ofrecen empleo a casi 68.172 trabajadores (cuadro 10).



16. LAS CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR MARCAN LA DEMANDA DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR.



Las desviaciones positivas más significativas se asocian a hombres (0,5%), clase alta y media alta (26,9%), edad de 60 a 75 años (29,2%) y residencia en población de 2.000 a 5.000 habitantes. El gráfico 7 recoge esta información atendiendo a distintas variables socioeconómicas.

CUADRO 10

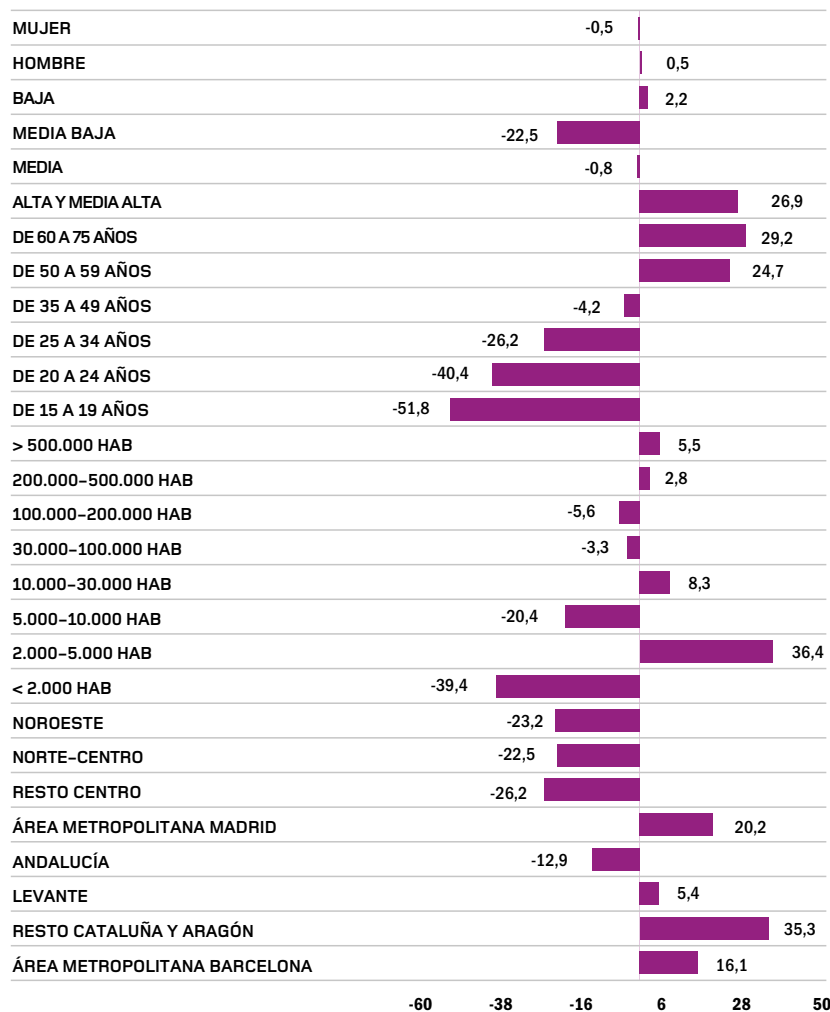
Consumo de alimentos fuera del hogar por familias

	ENSEÑAS	ESTABLECIMIENTOS	FACTURACIÓN (Millones euros)	EMPLEO
CAFETERÍAS Y CHOCOLATERÍAS	29	659	159,9	2.824
CERVECERÍAS Y SIDRERÍAS	11	433	102,3	1.862
COMIDA RÁPIDA	48	3.469	2.790,9	34.872
HELADERÍAS Y YOGURTERÍAS	25	635	123,1	1.581
RESTAURANTES	60	3.002	2.485,2	22.834
ESTABLECIMIENTOS TAPAS	23	916	262,2	4.199

Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Española de Franquiciadores (2019).

GRÁFICO 7

Consumo per cápita de alimentación fuera del hogar



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).



17. EL CONSUMO DE BEBIDAS FUERA DEL HOGAR VARÍA NOTABLEMENTE EN FUNCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR.



El consumo de bebidas aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el nivel socioeconómico o la edad son variables que intervienen significativamente en esta demanda tal y como recoge el gráfico 8.

Las desviaciones positivas más significativas se asocian a hombres (12,3%), clase alta y media alta (14,1%), edad de 60 a 75 años (39,7%) y residencia en población de 10.000 a 30.000 habitantes.

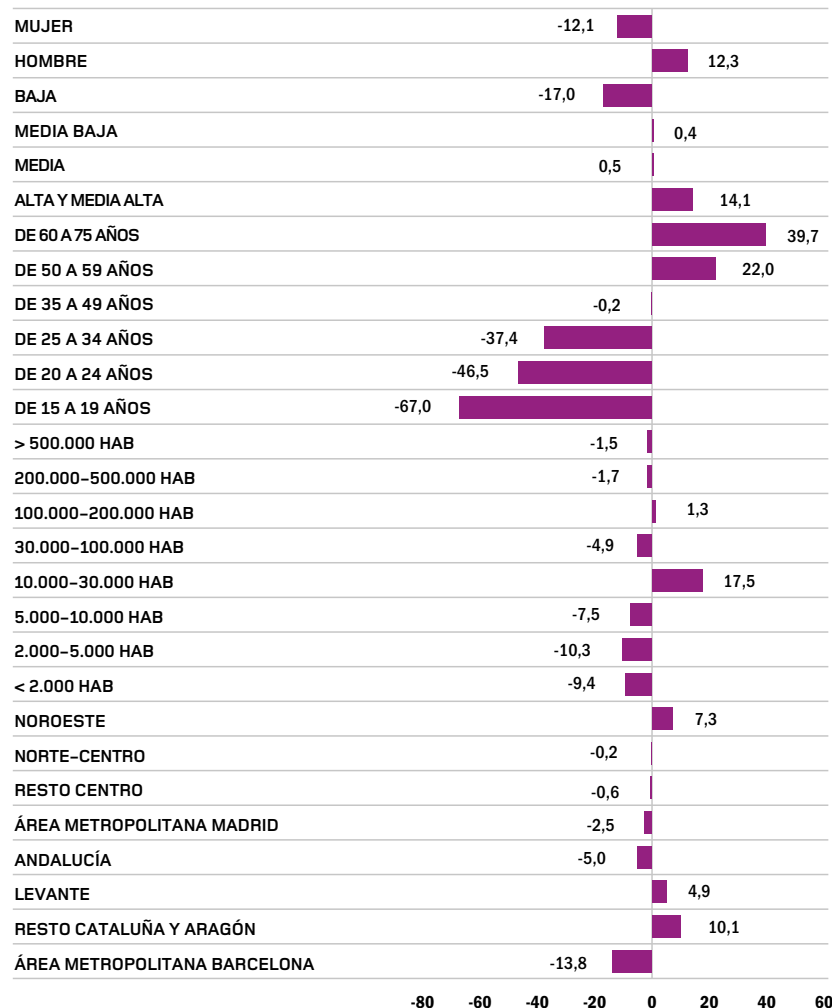
18. TANTO PARA ALIMENTOS COMO PARA BEBIDAS, LA FAMILIA ES LA COMPAÑÍA MÁS HABITUAL EN LA DEMANDA EXTRADOMÉSTICA.



El consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar con la familia supone el 40,1% en el primer caso y el 30,8% en el segundo (gráfico 9). La siguiente opción en importancia es el consumo fuera del hogar con amigos: 21,7% para alimentos y el 30,4% para bebidas.

GRÁFICO 8

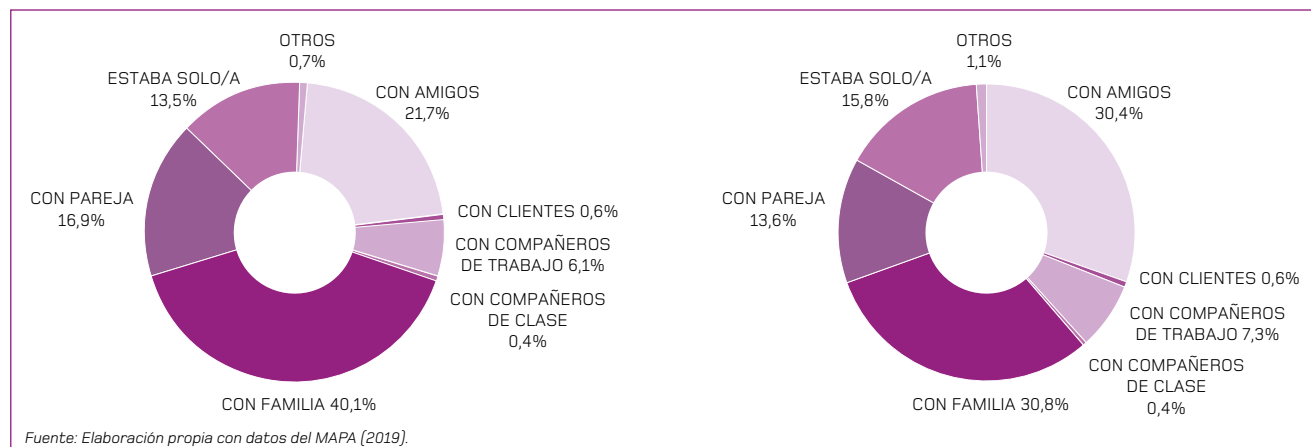
Consumo per cápita de bebidas fuera del hogar.
(% desviación con respecto a la media nacional)



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

GRÁFICO 9

Distribución del consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar por compañía (%)



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

19. LA COMIDA ES EL MOMENTO DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR CON UNA MAYOR SIGNIFICATIVIDAD.



El consumo de alimentos fuera del hogar se asocia principalmente a los momentos de la comida (48,0%) y de la cena (23,9%). En el caso de las bebidas demandadas fuera de casa, la comida también es el momento más importante (25,8%) seguido del aperitivo antes de comer (15,8%) tal y como refleja el gráfico 10.



20. ENTRE LAS DISTINTAS OPCIONES DE DEMANDA, LOS RESTAURANTES CONCENTRAN EL MAYOR PORCENTAJE DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y LOS BARES Y CAFETERÍAS, EL DE BEBIDAS.



Los lugares de consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar son diversos y presentan alternativas muy diferentes tal y como se recoge en el gráfico 11. Para el caso de los alimentos, destacan los restaurantes (28,9%), bares y cafeterías (24,4%) y establecimientos de librerías como supermercados y grandes almacenes (7,0%). Para las bebidas, aparecen en primer lugar bares y cafeterías (46,2%) seguidos de restaurantes (16,7%) y establecimientos de librerías como supermercados y grandes almacenes (13,8%).

GRÁFICO 10

Distribución del consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar por momento (%)

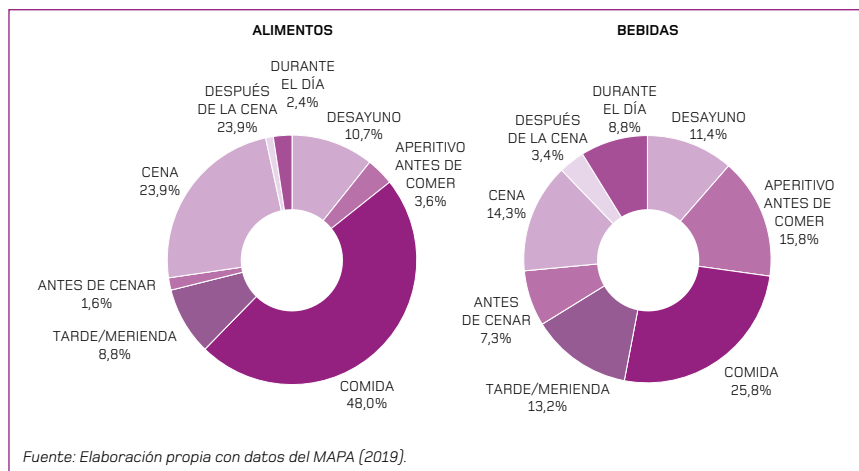
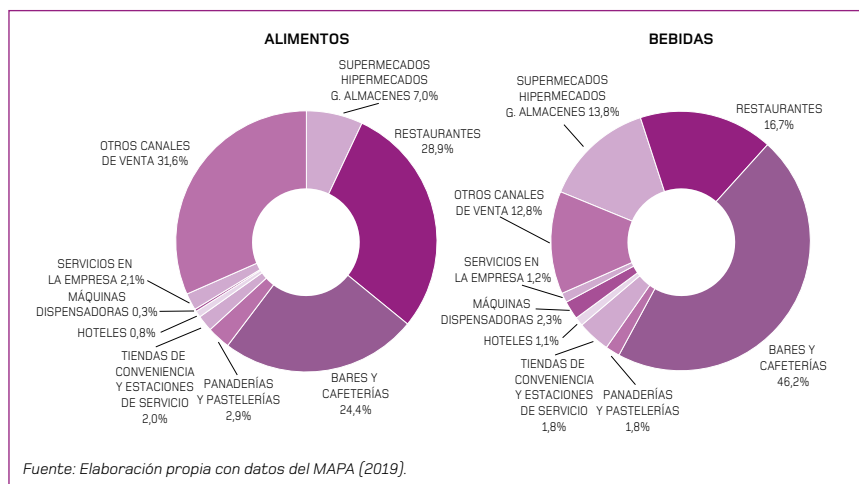


GRÁFICO 11

Distribución del consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar por lugar (%)



Referencias bibliográficas

- ALIMARKET (2019): "Informe 2019 sobre la Distribución Alimentaria en España por superficie", Revista Alimarket, Marzo 2019.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES (2019): Informe Franquicia en España 2019, Servicio Estadístico de la Asociación Española de Franquiciadores, Disponible en <http://www.franquiciadores.com/wp-content/uploads/2019/03/Informe-La-Franquicia-en-Espa%C3%B1a-2019.pdf>, consultado el 27/11/2019.
- INE (2019): Explotación estadística del Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Madrid. Disponible en https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=resultados&idp=1254735576550, consultado el 27/11/2019.
- MAPA (2019): Informe del consumo alimentario en España 2018, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid. Disponible en https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807_informede-consumo2018pdf_tcm30-512256.pdf, consultado el 27/11/2019.
- MERCASA (2019): Alimentación en España 2019. Producción, Industria, Distribución y Consumo, Mercasa, Madrid. Disponible en www.alimentacionenespana2019.es, consultado el 27/11/2019.