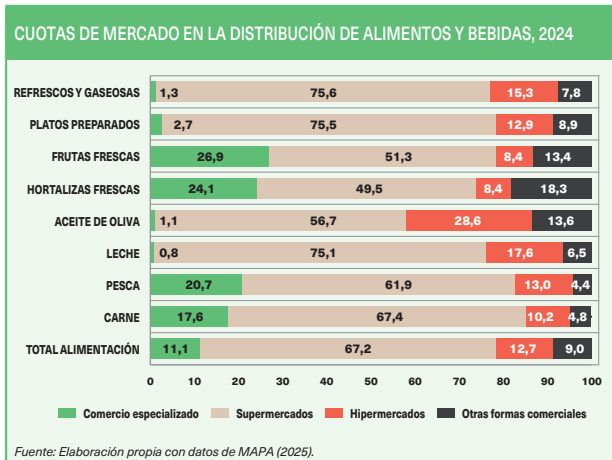


mentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 17,6% en la comercialización de carne, del 20,7% en pescado o del 26,9% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de librería se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 75,1% de las ventas de leche o el 56,7% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 25,8% de la alimentación fresca y el 2,1% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 41,4% de la alimentación fresca y el 59,6% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 11,8% y 16,1%, respectivamente). ■



Consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar

El *Panel de consumo alimentario fuera de los hogares* es un estudio elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) que tiene por objeto conocer la demanda total de alimentos y bebidas en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final identificando, además, los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios fuera de casa y conociendo la importancia de los distintos tipos de establecimientos donde se realiza el consumo.

Los datos proceden de 10.500 panelistas (8.500 personas al trimestre), con edades entre 15 y 75 años, que han recogido información sobre sus consumiciones mediante una aplicación de su móvil y una declaración manual guiada por categorías. En la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar recopilada no se incluye el consumo realizado por el turismo, puesto que el estudio se ciñe al consumo per cápita real de los residentes en España. Tampoco se contabiliza la demanda de estos productos realizada en las Islas Canarias ni en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

La recogida de información se realiza en el momento de consumo y, por tanto, no se puede asignar un valor económico concreto a todos los productos, sino que se obtiene un dato global de facturación del conjunto (en el caso de productos que se adquieren por unidades, como pueden ser bebidas, resulta posible asignar un valor de adquisición). Esto supone que las fichas de alimentos y

bebidas que se han elaborado no recogen la misma información sobre gasto en todas las familias de productos aunque, en cada caso, se incluye el mayor nivel de detalle posible.

A partir del año 2022 se ha llevado 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. Por tanto, desde el cuarto trimestre de 2022, el dato no solo actual sino también histórico habrá cambiado, observándose un incremento en el valor absoluto en todas las categorías. No obstante, la tendencia es la misma que la seguida en el dato anteriormente entregado.

Finalmente, en cuanto a las variables territoriales, la información disponible se recoge agregada en las siguientes regiones: AMB (Área Metropolitana de Barcelona); Resto Cataluña y Aragón (Zaragoza, Huesca, Lérida, Islas Baleares, Tarragona y Gerona); Levante (Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y Albacete); Andalucía (Cádiz, Málaga, Granada, Almería, Jaén, Córdoba, Sevilla, Huelva y Badajoz); AMM (Área Metropolitana de Madrid); Resto Centro (Zamora, Valladolid, Soria, Segovia, Salamanca, Ávila, Guadalajara, Teruel, Cuenca, Ciudad Real, Toledo y Cáceres); Norte-Centro (Cantabria, Palencia, Burgos, La Rioja, Álava, Navarra, Vizcaya y Guipúzcoa); y, Noroeste (La Coruña, Pontevedra, Orense, Lugo, Asturias y León). ■