

Consumo alimentario

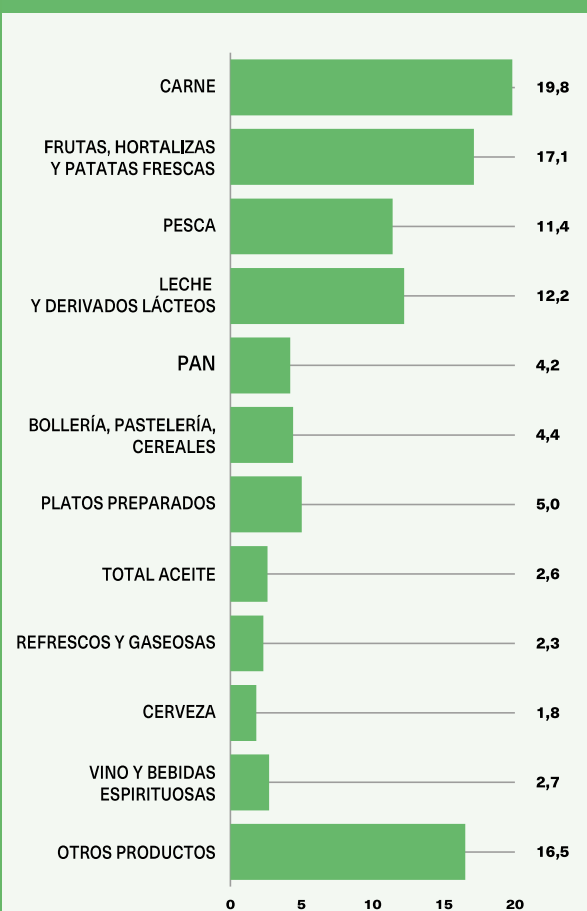


La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 115.917,4 millones de euros en 2023. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 80.975,7 millones de euros –un 69,9%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 34.941,7 millones de euros –un 30,1%–.

Durante el año 2023 se produjo un ascenso notable del gasto alimentario con respecto al año anterior (7,5%), como consecuencia del mayor precio pagado tanto fuera como dentro de los hogares. Respecto al año anterior, el gasto en la alimentación en el hogar se eleva un 9,6% mientras que el gasto extradoméstico se incrementó un 3,1%. Atendiendo a las cifras de volumen consumido, las variaciones son negativas: un -0,4% en el consumo dentro del hogar y un -2,5% en el consumo fuera de los hogares.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles siguen primando los productos frescos; así pues, la carne supone un 19,8% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,1%; los pescados un 11,4%; y, el gasto en pan alcanza el 4,2%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12,2% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,4%), el aceite de oliva (2,1%) o los platos preparados (5,0%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2023



Fuente: MAPA (2024).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2023

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 115.917,4 millones de euros Δ 2023-22: 7,5%	GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR 80.975,7 millones de euros Δ 2023-22: 9,6%	COMERCIO ESPECIALIZADO 12.338,1 millones de euros (15,2%) Δ 2023-22: 3,5%
		SUPERMERCADOS 50.383,8 millones de euros (62,2%) Δ 2023-22: 12,3%
		HIPERMERCADOS 10.959,1 millones de euros (13,4%) Δ 2023-22: 11,9%
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 255,3 millones de euros (0,3%) Δ 2023-22: 3,0%
		MERCADILLOS 758,5 millones de euros (0,9%) Δ 2023-22: 10,2%
		VENTA A DOMICILIO 440,7 millones de euros (0,5%) Δ 2023-22: -15,8%
		AUTOCONSUMO 1.297,7 millones de euros (1,6%) Δ 2023-22: 13,6%
		VENTA INTERNET 1.710,3 millones de euros (2,1%) Δ 2023-22: 7,5%
		OTROS CANALES DE VENTA 2.932,2 millones de euros (3,6%) Δ 2023-22: -8,7%
		GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 34.941,7 millones de euros Δ 2023-22: 3,1%
	RESTAURANTES 12.334,4 millones de euros (35,3%) Δ 2023-22: 3,7%	
	BARES Y CAFETERÍAS 14.326,1 millones de euros (41,0%) Δ 2023-22: 4,4%	
	PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 419,3 millones de euros (1,2 %) Δ 2023-22: 3,1%	
	TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.642,3 millones de euros (4,7%) Δ 2023-22: 46,8%	
HOTELES 174,7 millones de euros (0,5%) Δ 2023-22: -14,0%		
	MÁQUINAS DISPENSADORAS 524,1 millones de euros (1,5%) Δ 2023-22: 3,1%	
	SERVICIOS EN LA EMPRESA 384,4 millones de euros (1,1%) Δ 2023-22: -5,4%	
	OTROS CANALES DE VENTA 2.236,3 millones de euros (6,4%) Δ 2023-22: -20,7%	

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2023						
	CONSUMO			GASTO		
	Millones de kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones de euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	405,9	8,7	1,5	1.304,1	27,9	1,6
CARNE	1.923,3	41,1	7,2	16.038,3	342,8	19,8
CARNE FRESCA	1.386,7	29,6	5,2	10.408,1	222,5	12,9
CARNE CONGELADA	53,1	1,1	0,2	282,2	6,0	0,3
CARNE TRANSFORMADA	483,6	10,3	1,8	5.348,0	114,3	6,6
PESCA	868,3	18,6	3,2	9.287,5	198,5	11,5
PESCADOS	456,5	9,8	1,7	4.519,7	96,6	5,6
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	225,3	4,8	0,8	2.386,1	51,0	2,9
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	186,5	4,0	0,7	2.381,7	50,9	2,9
LECHE LIQUIDA	2.942,7	62,9	11,0	2.872,6	61,4	3,5
OTRAS LECHES	23,8	0,5	0,1	199,5	4,3	0,2
DERIVADOS LACTEOS	1.496,2	32,0	5,6	6.977,4	149,1	8,6
PAN	1.279,5	27,4	4,8	3.365,9	71,9	4,2
BOLLERIA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	590,2	12,6	2,2	3.553,8	76,0	4,4
CHOCOLATES Y CACAOS	148,7	3,2	0,6	1.347,5	28,8	1,7
ARROZ	175,4	3,8	0,7	394,5	8,4	0,5
PASTAS	193,7	4,1	0,7	495,4	10,6	0,6
AZUCAR	119,6	2,6	0,4	187,0	4,0	0,2
LEGUMBRES	152,5	3,3	0,6	332,1	7,1	0,4
ACEITE	461,1	9,9	1,7	2.092,3	44,7	2,6
ACEITE DE OLIVA	285,6	6,1	1,1	1.730,5	37,0	2,1
ACEITE DE GIRASOL	156,0	3,3	0,6	290,1	6,2	0,4
MARGARINA	23,8	0,5	0,1	119,8	2,6	0,1
ACEITUNAS	108,8	2,3	0,4	435,1	9,3	0,5
VINOS Y DERIVADOS	396,6	8,5	1,5	1.237,1	26,4	1,5
CERVEZAS	902,1	19,3	3,4	1.472,1	31,5	1,8
SIDRA	15,0	0,3	0,1	44,4	0,9	0,1
WHISKY	6,9	0,1	0,0	98,7	2,1	0,1
GINEBRA	5,2	0,1	0,0	80,1	1,7	0,1
RON	3,7	0,1	0,0	51,6	1,1	0,1
ZUMO Y NECTAR	298,8	6,4	1,1	401,2	8,6	0,5
PATATAS	1.226,2	26,2	4,6	1.553,9	33,2	1,9
HORTALIZAS FRESCAS	2.288,7	48,9	8,5	5.375,0	114,9	6,6
FRUTAS FRESCAS	3.672,8	78,5	13,7	7.508,7	160,5	9,3
FRUTOS SECOS	159,4	3,4	0,6	1.319,8	28,2	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	545,1	11,7	2,0	1.534,2	32,8	1,9
PLATOS PREPARADOS	768,5	16,4	2,9	4.071,5	87,0	5,0
CAFES E INFUSIONES	81,9	1,8	0,3	1.480,9	31,7	1,8
SALSAS	130,2	2,8	0,5	668,1	14,3	0,8
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	3.030,7	64,8	11,3	683,8	14,6	0,8
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.676,8	35,8	6,2	1.886,5	40,3	2,3
TOTAL ALIMENTACION	26.866,5	574,3	100,0	80.975,7	1.730,9	100,0

Fuente: MAPA (2023).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2022-2023

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2021-2022	Zumo concentrado (760,7%)	Zumo concentrado (818,4%)
	Bacaladilla (700,8%)	Carne despojos (786,8%)
	Vinagre de vino (491,7%)	Bacaladilla (553,0%)
	Aceite de orujo (103,5%)	Vinagre (190,5%)
	Almendra con cáscara (77,7%)	Aceite de orujo (151,4%)
	Paleta ibérica entera (58,7%)	Almendra con cáscara (77,9%)
	Batido de yogur sin lactosa (49,4%)	Patatas congeladas (58,9%)
	Algas (38,5%)	Paleta ibérica entera (54,9%)
	Flanes sin gluten (33,6%)	Leche condensada (42,1%)
	Berberechos congelados (33,4%)	Aceite de oliva virgen (41,5%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2021-2022	Verduras y hortalizas de cuarta gama (-72,9%)	Carne de avestruz (-99,8%)
	Vinagre balsámico (-66,5%)	Aceite de soja (-65,5%)
	Aceite de soja (-61,0%)	Despojos de cerdo (-47,6%)
	Leche botella vidrio (-42,9%)	Leche de bolsa (-38,3%)
	Anís (-42,3%)	Aceite de maíz (-28,2%)
	Aceite ecológico (-33,7%)	Sushi (-24,4%)
	Chorizo de pavo (-33,4%)	Plato preparado arroz (-22,6%)
	Salchichas congeladas (-31,9%)	Salchichas congeladas (-22,4%)
	Alcachofas (-31,6%)	Infusiones granel (-22,1%)
	Plato preparado arroz (-31,4%)	Salchichón de pavo (-20,6%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

MÁS CONTIGO

MÁS SOSTENIBILIDAD, MÁS DIGITALIZACIÓN
Y MÁS INNOVACIÓN PARA AVANZAR MÁS.
MÁS CONOCIMIENTO... PARA COMPARTIRLO,
PARA CRECER JUNTOS.

MÁS A TU LADO. ESTANDO MÁS CERCA.
MÁS CONTIGO.

ESTÁ EN NUESTRO ADN, AGRO Y COOPERATIVO.

 **cajamar**
CAJA RURAL

Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.



Gasto y consumo per cápita en hogares

Durante el año 2023, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.730,9 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 144,2 euros, notablemente superior al del ejercicio anterior como consecuencia de la elevación de los precios en alimentos y bebidas.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 342,8 euros en los 41,1 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 198,5 euros y supone un consumo de 18,6 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda. Durante 2023, en términos medios, cada persona consumió 78,5 kilos de frutas frescas, 75,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 11,7 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 160,5 euros, 148,1 euros y 32,8 euros, respectivamente.

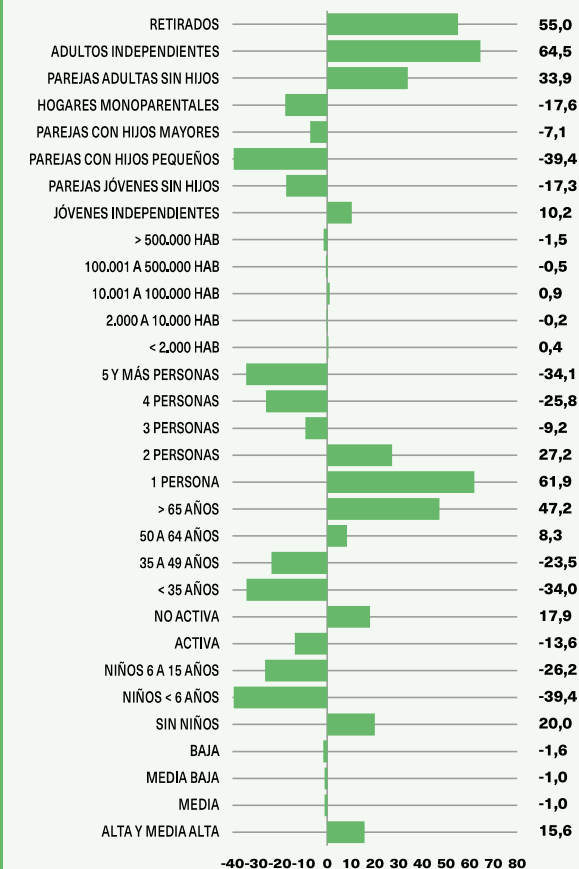
El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 62,9 litros de leche y un gasto de 61,4 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 149,1 euros y un consumo de 32,0 kilos.

En términos medios, durante 2022 cada español consumió 27,4 kilos de pan, 12,6 kilos de bollería y pastelería y 16,4 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 71,9 euros, 76,0 euros y 87,0 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. En 2023 cada español consumió 6,1 litros de aceite de oliva y gastó 37,0 euros en este producto; el consumo per cápita de vino y derivados ascendió a 8,5 litros y supuso un gasto de 26,4 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 27,9 euros y se corresponde con los 138 huevos consumidos de media por persona.

El consumo alimentario aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

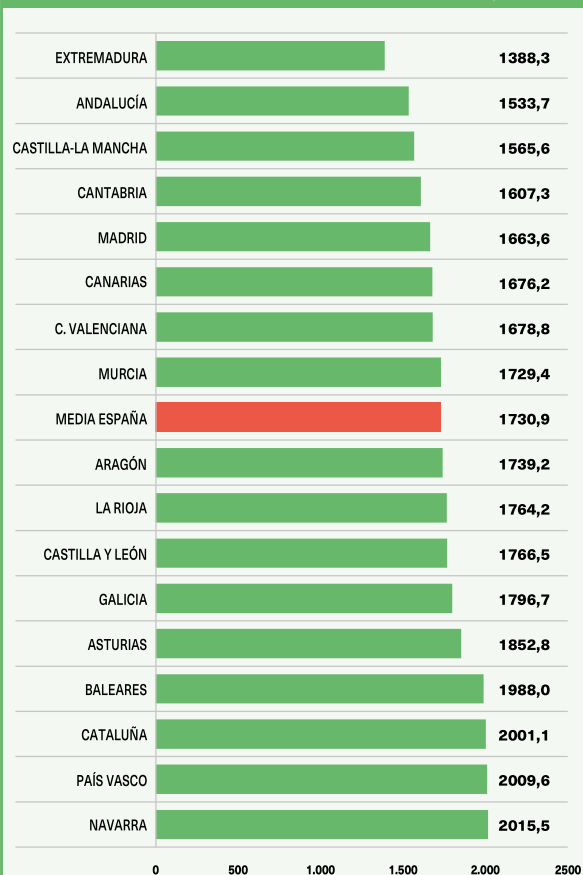
población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas.

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2023. Así pues, la media de 1.730,9 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Navarra (2.015,5), País Vasco (2.009,6), Cataluña (2.001,1), Baleares (1.988,0) y Asturias (1.852,8) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.388,3), Andalucía (1.533,7), Castilla-La Mancha (1.565,6), Cantabria (1.607,3), Madrid (1.663,6) y Canarias (1.676,2). ■

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 Navarra (49,2 kilos) y el menor en Extremadura (34,6 kilos).
- Para el pescado, en Asturias se consumen 24,2 kilos mientras que en Canarias se llega a 14,6 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (8,4 litros) y Castilla-La Mancha (4,0 litros).
- Navarra es la comunidad que más hortalizas frescas consume (78,1 kilos) mientras que Cantabria tiene los registros más reducidos (36,8 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (108,9 kilos) mientras que el menor está en Extremadura (64,8 kilos).
- La Rioja es la comunidad que más vino consume (11,8 litros) mientras que Extremadura alcanza los valores menos elevados (5,9 litros).

GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2023



Fuente: MAPA (2024).

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2023

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO Y DERIVADOS (litros)
CATALUÑA	43,4	19,1	6,8	59,1	85,3	11,6
ARAGÓN	44,7	18,5	5,4	57,4	78,6	6,9
BALEARES	44,7	18,5	7,7	55,2	86,3	10,6
C. VALENCIANA	41,6	16,7	4,6	49,9	73,6	8,1
REGIÓN DE MURCIA	41,4	18,6	4,5	49,6	79,6	7,7
ANDALUCÍA	36,8	17,3	6,0	43,6	70,2	8,5
COMUNIDAD DE MADRID	39,9	17,5	5,5	44,4	75,0	7,3
CASTILLA-LA MANCHA	44,6	17,5	4,0	44,5	72,5	6,3
EXTREMADURA	34,6	15,3	4,6	43,1	64,8	5,9
CASTILLA Y LEÓN	48,3	21,7	6,3	49,5	89,2	6,7
GALICIA	42,0	23,1	8,4	45,9	86,5	8,4
ASTURIAS	40,3	24,2	7,4	40,2	87,0	11,2
CANTABRIA	35,0	16,9	7,8	36,8	69,4	9,3
PAÍS VASCO	45,5	23,3	8,3	55,1	91,5	8,5
LA RIOJA	47,8	19,4	8,2	38,6	78,4	11,8
NAVARRA	49,2	22,1	6,8	78,1	108,9	8,0
CANARIAS	34,8	14,6	6,1	45,0	75,5	6,7
MEDIA ESPAÑA	41,1	18,6	6,1	48,9	78,5	8,5

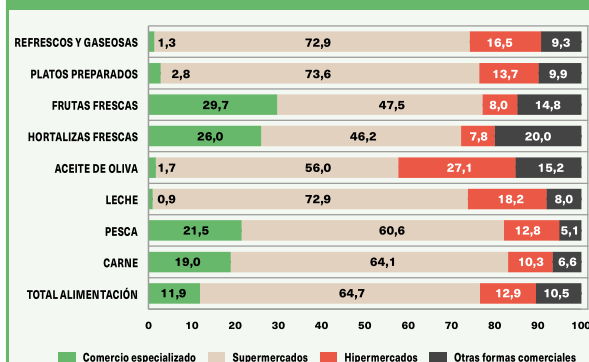
Fuente: MAPA (2024).

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 (64,7% de cuota de mercado incluyendo a los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (11,9% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 12,9% y se estima que el comercio electrónico representa un 2,2% en el total de la alimentación.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consu-

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El *Panel de usos de los alimentos* tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día, así como el destinatario final y el momento de consumo de los productos adquiridos para el consumo doméstico. A través de esta información y como perspectiva complementaria a la compra de alimentación y bebidas que realizan los hogares españoles, se analizan los principales hechos que explican la forma en la que utilizan dichos alimentos para consumo doméstico, así como su evolución respecto a años anteriores.

Durante el año 2023, se realizan 22,5 ingestas semanales por persona en el hogar, lo que supone un incremento de 0,2 ingestas con respecto al año anterior. Esto es consecuencia del trasvase del consumo de fuera de casa a dentro producido durante el último año. Como resultado, el número de ingestas se acerca a niveles previos a la prepandemia. Las ocasiones de consumo semanales dentro de casa crecen un 1,2% con respecto al 2022, en un escenario donde el consumo fuera de casa se reduce un -2,3%. No obstante, el balance entre el crecimiento del consumo doméstico y la reducción del consumo extradoméstico es ligeramente positivo (0,7%). Es importante mencionar que el freno del consumo fuera del hogar pone de manifiesto el gran margen de recuperación que presenta, siendo actualmente un 25,0% inferior al realizado en 2019.

El cambio de tendencia del año 2023 deja un escenario de reducción del “consumo de entre horas”, ya sea dentro o fuera de casa, y se mantienen básicamente las comidas, cenas y desayunos dentro del hogar. Es importante mencionar que el momento “cogido de casa para consumir fuera”, que quedó muy penalizado durante y después de la pandemia, se recupera generando hoy 1 de cada 10 ocasiones de consumo dentro de casa. Esto supone una amenaza al consumo estrictamente extradoméstico, ya que los momentos de consumo elegidos para “tomar un alimento o bebida de casa para consumir fuera” son los “consumos de entre horas”, principalmente.

Con respecto a las motivaciones de consumo, el 2022 trajo consigo nuevos hábitos dejando atrás comportamientos propios de la pandemia. Ahora, en el año 2023, los consumidores buscan más practicidad y conveniencia en sus consumos. Evidencia de esto son los cambios que hay en las comidas principales, donde se ve una tendencia creciente hacia el plato único o a emplear menos tiempo en la preparación (por ejemplo, se vuelve a los desayunos de antes de las 8 de la mañana, con menos tiempo para elaboraciones complejas).

Independientemente de los cambios que se puedan producir en los usos y tipologías de consumo, la población española generalmente mantiene patrones básicos de la dieta mediterránea a lo largo de la semana: gran parte de la población consume a diario lácteos, frutas, harinas y grasas.

En cuanto a otros tipos de dieta, en 2023 aumenta un 0,7% el porcentaje de población que se considera flexitariano, con una menor ingesta de carne a la semana; mientras que los consumidores vegetarianos y veganos siguen siendo muy minoritarios, un 3,5% del total en 2023.

Durante 2023 el desayuno aumenta un 1,6% las ocasiones de consumo, debido a la incorporación de nuevos consumidores semanales. Actualmente, el 94,0% de los españoles desayunan en casa un promedio de 6 veces a la semana. Es importante recalcar que el desayuno representa un cuarto del consumo que se hace en casa (28,0%), por lo que se convierte en responsable de un 38,0% del crecimiento del consumo doméstico.

Las comidas y cenas representan más de la mitad de las ocasiones de consumo que realizan los españoles dentro del hogar. De hecho, el 95,6% de los españoles realiza comidas principales (comidas y cenas) en casa un promedio de 10,7 veces a la semana. Es evidente que el consumo hoy es diferente al que era en 2019, y esto se refleja en la manera de cocinar durante la semana. A pesar de que durante el año 2023 crece el tiempo dedicado a la cocina precisamente por el traslado del consumo de fuera a dentro del hogar, aún está lejos del tiempo destinado a cocinar en prepandemia.

Las preparaciones caseras son las que disminuyen más ocasiones de consumo en el largo plazo y los hogares españoles están optando cada vez más por utilizar ayudas culinarias (por ejemplo, salsas prefabricadas, caldos envasados, etc.) o incluso consumiendo más platos industriales (platos que son para calentar y están listos para comer).

En cuanto a los modos de preparación, los hogares españoles optan cada vez más por preparaciones a la plancha o sin cocinar/en frío, muy en línea con la búsqueda de practicidad y el menor tiempo dedicado a la cocina. Adicionalmente, es importante recalcar que el frito es el modo de preparación más afectado y que más relevancia está perdiendo, tendencia que está relacionada con el incremento del precio del aceite y la preocupación por la salud. Aparecen otros modos de preparación como la freidora de aire, como alternativas a otras prácticas tradicionales.

El consumo de platos dentro de casa incorpora ocasiones de manera positiva, creciendo un 2,4% respecto a 2022. En el corto plazo hay un crecimiento transversal de todos los platos salvo platos de verduras y pizzas. Platos de huevo, pasta y legumbre son los que presentan la evolución más positiva en este último año. Los platos de pescado, de cuchara y de verduras son los más penalizados en el largo plazo, en contraposición con los platos de legumbres, arroz o huevo, la única proteína de origen animal cuyo precio se ha mantenido más estable.

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

midor 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 (alcanza, por ejemplo, una cuota del 19,0% en la comercialización de carne, del 21,5% en pescado o del 29,7% en las frutas frescas).

Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 72,9% de las ventas de leche o el 56,0% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 27,9% de la alimentación fresca y el 2,2% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 38,8% de la alimentación fresca y el 57,9%

de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 11,1% y 15,8%, 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.

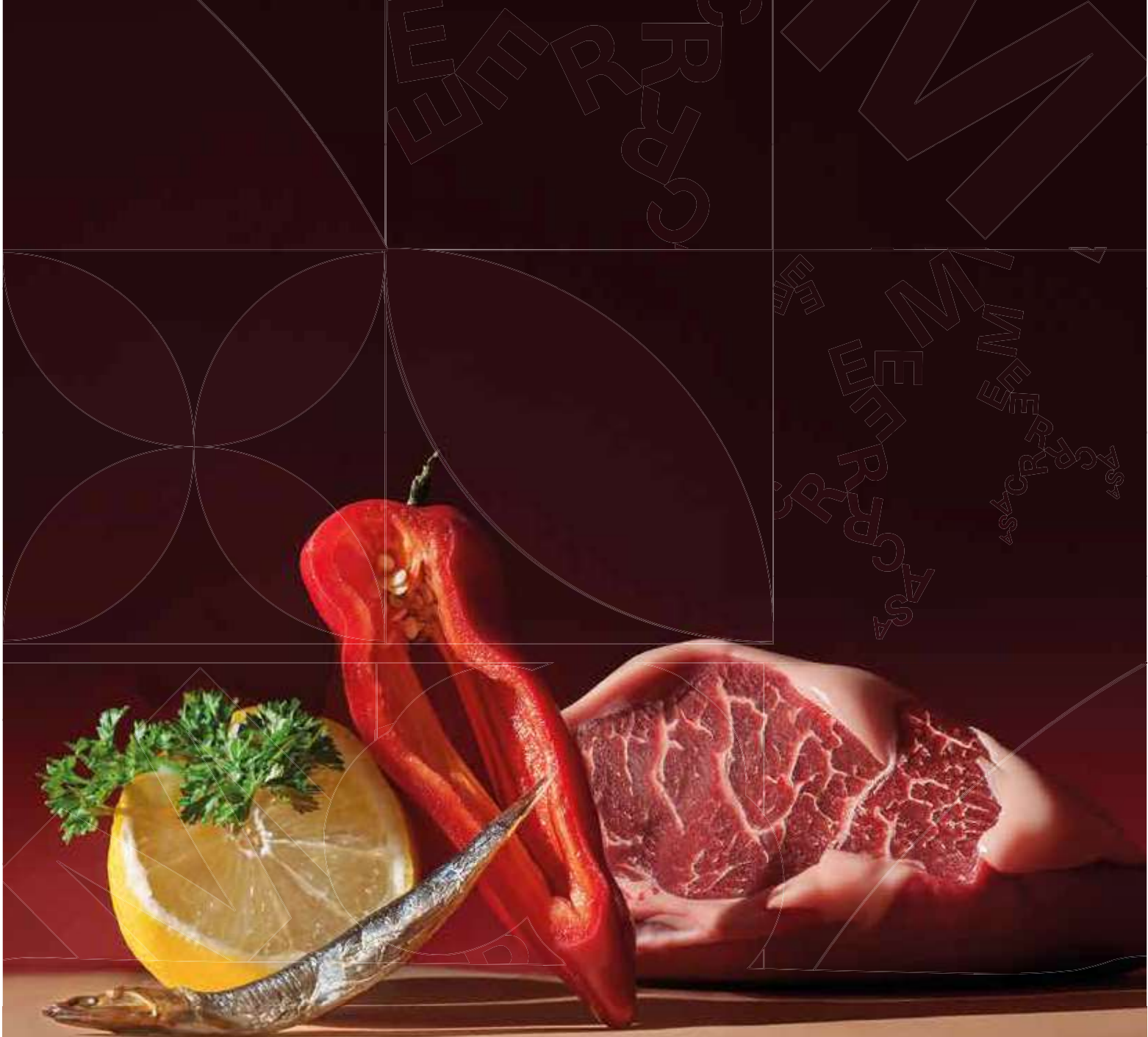
Los datos proceden de 10.500 panelistas (8.500 personas al trimestre), con edades entre 15 y 75 años, que han recogido información sobre sus consumiciones mediante una aplicación de su móvil y una declaración manual guiada por categorías. En la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar recopilada 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.

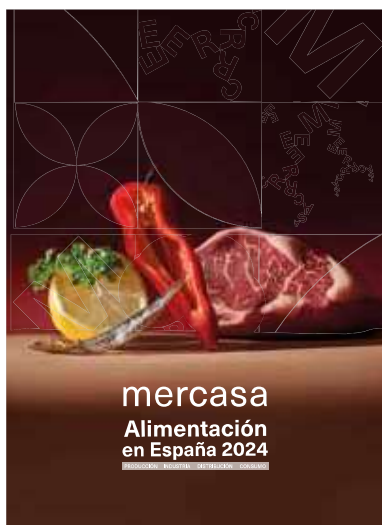
Finalmente, en cuanto a las variables territoriales, la información disponible se recoge agregada en las siguientes regiones: AMB (Área metropolitana de Barcelona); Resto Cataluña y Aragón (Zaragoza, Huesca, Lérida, Islas Baleares, Tarragona y Gerona); Levante (Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y 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). ■



mercasa

Alimentación en España 2024

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DISTRIBUCIÓN CONSUMO



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

27ª EDICIÓN 2024/2025

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ MIÑONES CONDE

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y PERSONAS: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro. La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.

En esta edición, Mercasa agradece especialmente las facilidades para la realización de fotografías en el Mercado Municipal La Paz y el Mercado de Chamartín, ambos en Madrid, así como el hipermercado Alcampo en el Centro Comercial Getafe 3.