

III. La alimentación española en el 2004

LA ALIMENTACIÓN TOTAL (Hogares+Hostelería+Instituciones) EN 2004

Valor de las compras

El gasto total en alimentación durante el año 2004 en España ha sido de 74.752 millones de euros (12,4 billones de pesetas). Esta cifra comprende el gasto doméstico y el extradoméstico, representa 5.346 millones de euros más que el año anterior, un 7,7% de aumento en moneda corriente respecto a 2003, que se convierte en un 4% cuando se refieren a valor constante, deflactado con respecto al pasado año. El aumento del gasto total, se debe al aumento de los tres sectores, el de Hostelería y Restauración (en adelante H/R) ha sido de un 10%, el de Instituciones un 8% y el de Hogares de un 7%.

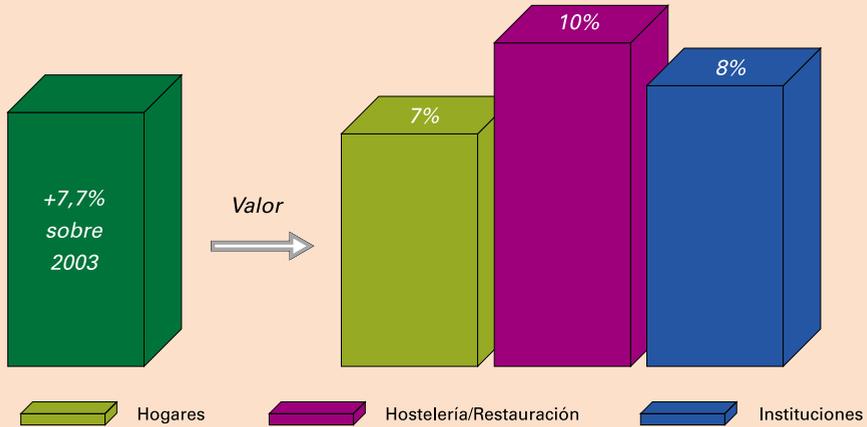


EVOLUCIÓN DEL VALOR DE COMPRA DE LOS ALIMENTOS

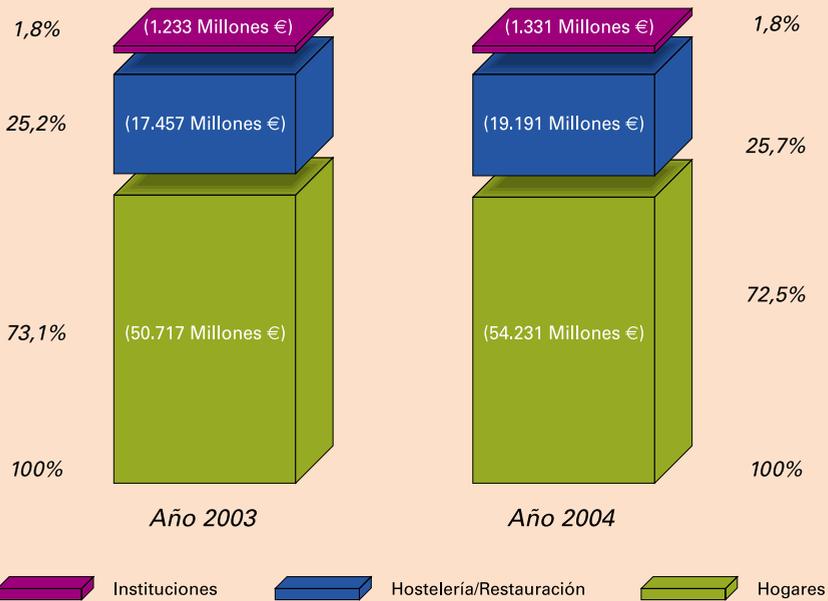
	Millones de euros						04/03 %	04/99 TVI
	1999	2000	2001	2002	2003	2004		
HOGARES	38.068,53	40.741,30	44.738,14	48.509,04	50.716,53	54.230,88	6,9	7,3
HOSTEL. Y RESTAU.	13.973,35	14.866,56	15.547,08	16.485,06	17.456,76	19.190,54	9,9	6,6
INSTITUCIONES	1.050,63	1.107,61	1.155,40	1.247,85	1.232,90	1.330,67	7,9	4,8
TOTAL	53.092,51	56.715,47	61.440,62	66.241,95	69.406,19	74.752,09	7,7	7,1

EVOLUCIÓN 04/03(%)

GASTO TOTAL = HOGARES + HOSTELERÍA/RESTAURACIÓN + INSTITUCIONES



DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN Año 2003/2004



DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

	Porcentajes (%)					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HOGARES	71,7	71,8	72,8	73,2	73,1	72,5
HOSTEL. Y RESTAU.	26,3	26,2	25,3	24,9	25,2	25,7
INSTITUCIONES	2,0	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

PARTICIPACIÓN DE CADA SECTOR EN EL VALOR TOTAL

Porcentaje%

Productos	2004		
	Hogares	Hostelería y Restauración	Instituciones
HUEVOS	78,5	18,8	2,7
CARNES Y TRANSFORMADOS	80,1	17,9	2,0
PRODUCTOS DE LA PESCA	75,4	22,9	1,7
LECHE LÍQUIDA	85,9	12,2	1,9
DERIVADOS LÁCTEOS	81,8	16,3	1,8
PAN	83,1	15,3	1,6
GALLETAS,BOLLERÍA Y PAST.	85,0	13,5	1,6
CHOCOLATES Y CACAOS	94,8	4,1	1,1
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	39,2	59,6	1,2
ARROZ	83,3	13,3	3,4
PASTAS ALIMENTICIAS	86,2	9,9	3,9
AZÚCAR	50,8	47,5	1,8
MIEL	96,7	3,0	0,3
LEGUMBRES SECAS	79,8	14,7	5,5
ACEITES	76,4	21,3	2,3
MARGARINA	77,2	20,7	2,1
PATATAS	72,3	23,8	4,0
HORTALIZAS FRESCAS	84,9	13,0	2,1
FRUTAS FRESCAS	92,5	5,6	1,9
ACEITUNAS	73,4	25,9	0,7
FRUTOS SECOS	82,4	17,3	0,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	82,5	13,3	4,3
PLATOS PREPARARADOS	92,1	3,6	4,3
VINOS	31,8	67,7	0,5
CERVEZAS	19,8	79,9	0,3
SIDRAS	20,7	78,9	0,4
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	17,3	82,4	0,3
ZUMOS	49,0	48,8	2,3
AGUAS MINERALES	53,3	44,9	1,8
GASEOSAS Y REFRESCOS	42,7	56,5	0,8
OTROS	80,5	17,9	1,6
TOTAL	72,5	25,7	1,8

VALOR GASTADO EN ALIMENTACIÓN EN EL AÑO 2004

Millones de euros

Productos	2004				2004/03	
	Hogares	Hostelería y Restaurac.	Instituciones	Total	Euros Cápita	% Moneda corriente
HUEVOS	716,66	171,81	24,89	913,37	21,63	6,36
TOTAL CARNE	12.898,33	2.876,91	319,86	16.095,10	381,15	7,04
TOTAL PESCA	7.547,64	2.295,83	168,55	10.012,02	237,10	5,34
TOTAL LECHE LÍQUIDA	2.359,40	334,19	53,55	2.747,14	65,06	4,22
TOTAL OTRAS LECHE	178,94	26,33	0,63	205,90	4,88	6,83
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	4.142,73	835,07	96,37	5.074,17	120,16	12,49
PAN	3.902,30	718,61	75,37	4.696,28	111,21	9,90
BOLL. PAST. GALLET. CERE	1.981,36	314,17	36,73	2.332,25	55,23	9,26
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	664,43	28,79	7,63	700,85	16,60	13,14
CAFÉS E INFUSIONES	514,20	782,73	15,55	1.312,48	31,08	5,33
ARROZ	223,85	35,70	9,18	268,73	6,36	4,95
TOTAL PASTAS	213,83	24,55	9,64	248,01	5,87	3,23
AZÚCAR	176,78	165,25	6,21	348,24	8,25	2,87
MIEL	107,86	3,35	0,38	111,59	2,64	20,48
LEGUMBRES	198,41	36,45	13,68	248,54	5,89	0,66
TOTAL ACEITE	1.358,36	378,83	40,46	1.777,66	42,10	14,54
ACEITE DE OLIVA	1.182,70	233,88	22,82	1.439,41	34,09	16,75
ACEITE DE GIRASOL	137,77	121,19	16,23	275,19	6,52	6,03
MARGARINA	83,25	22,27	2,26	107,78	2,55	6,82
PATATAS FRESCAS	640,67	198,90	33,74	873,32	20,68	22,48
PATATAS CONGELADAS	38,25	41,14	8,13	87,52	2,07	21,92
PATATAS PROCESADAS	187,06	44,92	5,74	237,72	5,63	2,79
TOTAL HORTALIZAS FRES	3.251,81	495,77	80,51	3.828,09	90,65	2,14
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.709,27	284,89	95,34	5.089,50	120,53	6,45
ACEITUNAS	265,73	93,83	2,58	362,14	8,58	2,75
FRUTOS SECOS	558,68	117,39	2,04	678,11	16,06	7,74
T.FRUTA Y HORTA.TRANSF.	1.012,50	162,83	52,57	1.227,90	29,08	7,61
PLATOS PREPARADOS	1.589,04	62,01	73,47	1.724,52	40,84	17,61
CALDOS	58,67	2,68	2,36	63,71	1,51	-1,91
SALSAS	192,00	99,21	3,76	294,97	6,99	9,74
VINO C.P.R.D.	368,55	1.167,33	4,21	1.540,10	36,47	28,53
VINO DE MESA	327,42	577,17	6,25	910,84	21,57	3,64
ESPUMOSOS	120,94	100,95	2,08	223,97	5,30	-2,58
OTROS VINOS	73,19	46,87	0,08	120,15	2,85	4,15
CERVEZAS	640,47	2.584,11	8,36	3.232,94	76,56	9,27
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	332,94	1.582,66	4,93	1.920,53	45,48	1,95
SIDRA	19,92	75,99	0,35	96,27	2,28	3,23
TOTAL ZUMO Y NECTAR	374,94	373,35	17,25	765,53	18,13	1,95
AGUA MINERAL	376,26	317,29	12,50	706,05	16,72	9,15
GASEOSAS Y BEBID.REFR	1.229,50	1.624,36	22,57	2.876,43	68,12	7,80
OTROS PROD. EN PESO	467,55	72,40	8,51	548,46	12,99	6,36
OTROS PROD. EN VOLUMEN	127,20	13,63	2,38	143,21	3,39	-9,23
TOTAL ALIMENTACION	54.230,88	19.190,54	1.330,67	74.752,09	1.770,22	7,70

Los Hogares han gastado 54.231 millones de euros, un 72,5% del gasto total en alimentación, la H/R con un gasto de 19.191 millones de euros, ha representado un 25,7% de dicho gasto aumentando su importancia en 0,5 puntos, con respecto al porcentaje tenido en el año 2003. Las Instituciones han gastado 1.331 millones de euros, manteniéndose cercano al porcentaje del año anterior con un 1,8% del total.

El mayor gasto corresponde al capítulo de carnes y productos cárnicos, al que se han destinado 16.095 millones de euros, algo menos de la cuarta parte del gasto total en alimentación (21,5%), seguido por los productos pesqueros con 10.012 millones de euros, (casi el 14% del gasto total), situándose a continuación las frutas frescas y los derivados lácteos con algo más 5.000 millones (7%).

El valor de estos grupos tiene mayor o menor peso dentro del gasto que realiza cada sector, según se localice en el consumo doméstico o extradoméstico. Destacar la gran importancia de cervezas, vinos, “otras bebidas alcohólicas”, gaseosas y los refrescos en el sector hotelero, donde representan en su conjunto el 44% del gasto total, mientras que en el hogar alcanzan tan solo el 7% (de lo que gastan los Hogares), y el 5% en las Instituciones, que tienen una estructura del gasto más parecida a la de los hogares.

La evolución del valor de las compras en los cinco últimos años ha sido de un incremento del 7% medio anual, medido por la tasa interanual de variación, siendo algo superior el de los Hogares 7,3%, mientras que en el sector de Hostelería/Restauración y en las Instituciones es algo menor, con un incremento medio del 6,6% y del 4,8%.

Evolución del gasto en el último año

Los únicos productos que han tenido disminución del gasto en el 2004 han sido: los vinos espumosos (-2,6%) y los caldos (-2%). Todos los demás, o se han mantenido o han subido.

Mayor incremento de gasto >15%

- El vino de calidad, que con un 28,5% es el producto que ha experimentado mayor aumento del gasto en el 2004.
- Las patatas frescas 22,5%
- Las patatas congeladas 21,9%
- Los platos preparados 17,6%
- El aceite de oliva 16,7%

Incremento de gasto entre 1 2% < >1 5%

- Chocolates/cacaos/sucedáneos 13,1%
- Derivados lácteos 12,5%

Incrementos de gasto entre 5 < > 10%

• El pan	9,9%
• La cerveza	9,3%
• La bollería/pastelería	9,3%
• El agua mineral	9,2%
• Las gaseosas/bebidas refrescantes	7,8%
• Los frutos secos	7,7%
• Las frutas/hortalizas transformadas	7,6%
• La carne	7,0%
• Las frutas frescas	6,5%
• Los huevos	6,4%
• El aceite de girasol	6,0%
• La pesca	5,3%
• El café/infusiones	5,3%

Incrementos de gasto < 5%

• El arroz	4,9%
• la leche líquida	4,2%
• el vino de mesa	3,6%
• las pastas alimenticias	3,2%
• el azúcar	2,9%
• las patatas procesadas	2,8%

Es de destacar que el aumento o disminución del gasto en estos productos, no indica sólo un mayor o menor consumo, sino que también está relacionado con los precios, es decir, un aumento del gasto puede ser debido solamente a un aumento de los precios.

Cantidades compradas

La demanda real de alimentos queda reflejada por la cantidad comprada en total por cada uno de los sectores de consumo.

Si bien una cifra global de cantidades compradas no tiene un significado concreto, puesto que está integrada por elementos diferentes y medida en unidades diversas (kilogramos o litros), tiene un valor indicativo para cuantificar la evolución.

Las cantidades compradas han subido un 3,5% si las comparamos con las de 2003. Este aumento es debido a que se incrementan las cantidades prin-

VALOR TOTAL DE LOS ALIMENTOS COMPRADOS

Millones de euros

	1999*		2000*		2001*		2002		2003		2004				
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Hogares	Hostelería y Restaur.	Institu- ciones	Total	Hogares	Hostelería y Restaur.	Institu- ciones	Total	
HUEVOS	712,56	771,52	773,00	624,17	135,68	19,47	779,31	684,15	149,82	24,82	888,79	716,66	171,81	24,89	913,37
CARNES Y TRANSFORMADOS	11.786,23	12.355,10	13.550,21	12.042,67	2.360,53	322,65	14.725,85	12.222,23	2.502,62	312,31	15.037,16	12.888,33	2.876,91	319,86	16.095,10
PRODUCTOS DE LA PESCA	6.988,55	7.584,84	8.440,33	6.754,52	2.244,73	163,58	9.162,83	7.170,25	2.183,32	190,73	9.504,30	7.547,64	2.295,83	168,55	10.012,02
LECHE LÍQUIDA	2.303,55	2.376,61	2.643,15	2.310,95	337,40	52,23	2.700,59	2.249,76	337,94	48,24	2.635,94	2.359,40	334,19	53,55	2.747,14
DERIVADOS LÁCTEOS/OTRAS LECHES	3.524,26	3.543,52	3.986,67	3.600,09	710,04	80,47	4.390,60	3.819,55	803,12	81,01	4.703,68	4.321,67	861,40	97,00	5.280,07
PAN	3.451,50	3.829,65	3.984,17	3.695,34	579,77	71,14	4.346,25	3.621,83	581,86	69,59	4.273,28	3.902,30	718,61	75,37	4.686,28
GALLINAS, BOLLERÍA Y PAST.	1.517,49	1.683,33	1.931,04	1.812,24	221,83	34,74	2.068,81	1.851,44	248,65	34,57	2.134,66	1.961,36	314,17	36,73	2.332,25
CHOCOLATES Y CACAOS	517,74	524,08	534,95	542,74	30,14	6,34	579,21	586,64	27,36	5,48	619,47	664,43	28,79	7,63	700,85
CARNE Y OTRAS INFUSIONES	1.042,49	1.086,76	1.143,13	490,92	666,58	18,56	1.176,06	493,94	734,11	17,99	1.246,04	514,20	782,73	15,55	1.312,48
ARROZ	228,13	235,57	248,31	213,08	32,69	8,44	254,21	213,98	33,46	8,63	256,07	223,85	35,70	9,18	268,73
PASTAS ALIMENTICIAS	285,83	291,61	295,10	181,70	133,04	6,15	320,89	179,17	153,29	6,07	338,53	176,78	165,25	6,21	348,24
MIEL	71,41	64,39	67,63	80,81	2,41	0,23	83,45	88,25	4,01	0,37	92,62	107,86	3,35	0,38	111,59
LEGUMBRES SECAS	281,17	238,44	254,35	187,57	43,85	12,12	243,55	193,71	38,84	14,36	246,90	198,41	36,45	13,68	248,54
ACEITES	1.523,47	1.427,96	1.330,66	1.134,11	310,38	39,21	1.483,70	1.177,60	337,17	37,20	1.551,97	1.358,36	378,83	40,46	1.777,66
MARGARINA	93,40	83,37	90,40	84,30	9,94	1,80	96,04	81,53	17,56	1,80	100,89	83,25	22,27	2,26	107,78
PATATAS	917,46	886,96	949,69	721,43	243,70	48,72	1.013,86	727,07	247,86	41,34	1.016,07	865,98	284,96	47,61	1.198,55
HORTALIZAS FRESCAS	2.655,12	2.712,65	2.917,57	2.935,33	330,29	72,66	3.398,28	3.226,60	443,24	78,19	3.748,03	3.251,81	495,77	80,51	3.628,09
FRUTAS FRESCAS	2.989,90	3.296,00	3.839,05	3.870,49	219,76	93,73	4.183,98	4.442,20	241,97	97,13	4.781,00	4.709,27	284,89	95,34	5.089,50
ACEITUNAS	262,69	258,26	299,61	235,59	105,73	4,49	345,81	250,10	97,42	4,91	352,43	265,73	93,83	2,58	362,14
FRUTOS SECOS	301,31	417,10	490,79	497,50	84,65	1,36	583,50	521,59	106,54	1,28	629,42	558,68	117,39	2,04	678,11
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	979,25	994,24	1.034,39	935,54	123,38	45,69	1.104,61	946,06	146,85	48,18	1.141,09	1.012,50	162,83	52,57	1.227,90
PLATOS PREPARADOS	788,31	891,12	1.070,03	1.203,72	41,25	61,28	1.306,25	1.352,87	52,69	60,75	1.466,31	1.588,04	62,01	73,47	1.724,52
VINOS	2.266,82	2.460,77	2.414,01	867,37	1.583,35	10,31	2.461,02	848,36	1.561,85	12,17	2.422,38	880,11	1.892,33	12,63	2.795,06
CERVEZAS	2.375,06	2.469,10	2.459,09	512,33	2.125,00	7,61	2.844,94	591,39	2.361,59	5,81	2.959,79	640,47	2.594,11	8,36	3.232,94
SIDRAS	87,51	98,21	102,57	21,13	84,01	0,15	105,29	20,50	72,42	0,34	93,25	19,92	75,99	0,35	96,27
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1.311,66	1.683,66	1.839,10	336,12	1.369,24	4,00	1.699,35	334,91	1.543,76	5,06	1.883,74	332,94	1.582,86	4,93	1.920,53
ZUMOS	584,83	646,58	713,08	355,30	396,70	12,94	764,94	352,33	384,74	13,82	750,88	374,94	373,35	17,25	765,53
AGUAS MINERALES	469,37	458,74	532,66	289,48	293,92	7,61	601,01	335,53	302,73	8,60	646,86	376,26	317,29	12,50	706,05
GASEOSAS Y REFRESCOS	1.946,11	2.230,40	2.330,45	965,77	1.449,70	14,25	2.449,71	1.098,65	1.553,47	16,08	2.669,20	1.229,50	1.624,36	22,57	2.876,43
OTROS	632,36	890,78	967,20	775,79	146,20	17,67	939,65	822,62	166,30	18,25	1.007,18	845,41	187,92	17,02	1.050,34
TOTAL	53.082,51	56.715,48	61.440,41	48.509,04	16.485,06	1.247,85	66.241,95	50.716,53	17.456,76	1.232,90	69.406,19	54.230,88	19.130,54	1.330,67	74.752,09

* Las cifras de estos tres años dadas en el libro con las cifras de 2003 hubo un error en la transcripción de datos. Las cifras correctas son las aparecidas en libro con los datos del 2002 y las de este año.

CANTIDAD COMPRADA TOTAL

	Millones de kg						Evolución	
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	04/03 %	04/99 TVI
HOGARES	25.200,1	25.489,7	25.908,78	26.464,40	26.947,77	27.842,84	3,3	2,0
HOSTEL. Y RESTAU.	8.135,4	8.227,8	8.307,92	8.429,70	8.666,27	9.028,17	4,2	2,1
INSTITUCIONES	873,6	890,1	910,71	887,33	905,42	914,34	1,0	0,9
TOTAL	34.209,4	34.607,6	35.127,41	35.781,42	36.519,46	37.785,36	3,5	2,0
TOTAL/CÁP.	855,8	862,5	871,41	882,02	891,07	894,80	0,4	0,9

DISTRIBUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA

	Porcentajes (%)					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HOGARES	73,7	73,7	73,8	74,0	73,8	73,7
HOSTEL. Y RESTAU.	23,8	23,8	23,7	23,6	23,7	23,9
INSTITUCIONES	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

principalmente en Hostelería-Restauración. En este sector, la cifra es mayor a la total con un 4,2%, en Hogares el aumento es similar al experimentado por el total alimentación (3,3%), siendo el incremento menor para las Instituciones con un 1%. El incremento del consumo per cápita se ha cifrado en un 0,4%, como es habitual, algo menor que el total medido en millones de kg., ya que en esta cifra influye el aumento de población que en los últimos años está superando las previsiones, fundamentalmente debido al aumento de la población inmigrante.

En el conjunto del período 1999-04 la compra de alimentos ha subido un 2% medio anual, con cifras muy similares para los tres sectores en la evolución del quinquenio.

La distribución de las compras entre los tres sectores tiene cifras que varían algo con las encontradas para el valor pagado por los alimentos comprados, sobre todo para el sector Extradoméstico. Las compras en los Hogares representan 73,7 % (algo más de 1 que el del valor), la H/R tiene el 23,9% (1,8 punto menos que el del valor) y las Instituciones un 2,4% (0,6% más que el peso del valor). Al tener menos peso la cantidad que el valor en el sector de la Hostelería/Restauración, indica que los precios a los que compra la H/R son más altos que los de los otros dos sectores.

CANTIDAD COMPRADA. AÑO 2004

	Hogares millones de kg/l/u	Host./Rest. millones de kg/l/u	Instituciones millones de kg/l/u	Total millones de kg/l/u	kg/l/u/cápita	% 04/03
HUEVOS	6.534,73	2.030,81	323,95	8.889,49	210,52	-0,1
TOTAL CARNE	2.228,53	480,07	90,87	2.799,47	66,29	1,1
TOTAL PESCA	1.199,14	332,32	37,30	1.568,77	37,15	4,8
TOTAL LECHE LÍQUIDA	3.793,88	553,06	95,31	4.442,26	105,20	0,1
TOTAL OTRAS LECHE	29,00	10,87	0,24	40,10	0,95	-0,4
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.344,30	246,77	57,59	1.648,66	39,04	11,5
PAN	1.970,15	365,52	44,98	2.380,65	56,38	2,0
BOLL. PAST. GALLET. CERE	507,88	73,85	9,90	591,63	14,01	5,4
CHOCOLATES/CACAOS/SUC	130,90	5,11	1,68	137,68	3,26	6,7
CAFÉS E INFUSIONES	72,16	93,13	1,99	167,29	3,96	3,9
ARROZ	200,17	37,59	10,33	248,09	5,88	3,0
TOTAL PASTAS	157,78	23,92	10,90	192,61	4,56	5,2
AZÚCAR	196,10	103,11	4,73	303,94	7,20	-2,2
MIEL	20,89	0,86	0,09	21,84	0,52	11,2
LEGUMBRES	153,65	27,36	12,38	193,39	4,58	2,0
TOTAL ACEITE	634,32	231,98	29,19	895,49	21,21	5,0
ACEITE DE OLIVA	442,93	91,47	9,04	543,44	12,87	4,1
ACEITE DE GIRASOL	161,98	119,30	18,62	299,90	7,10	6,3
MARGARINA	31,79	7,09	0,92	39,79	0,94	0,5
PATATAS FRESCAS	1.034,51	391,77	81,83	1.508,12	35,71	3,6
PATATAS CONGELADAS	33,18	42,04	8,70	83,92	1,99	16,9
PATATAS PROCESADAS	52,47	9,52	1,93	63,93	1,51	-3,6
TOTAL HORTALIZAS FRES	2.372,99	418,17	87,24	2.878,39	68,16	5,4
TOTAL FRUTAS FRESCAS	3.917,59	290,61	110,38	4.318,58	102,27	4,7
ACEITUNAS	117,35	36,50	1,29	155,14	3,67	-0,9
FRUTOS SECOS	111,14	25,58	0,35	137,06	3,25	3,1
T.FRUTA Y HORTA. TRANSF.	566,60	127,80	52,49	746,89	17,69	4,6
PLATOS PREPARADOS	415,61	25,86	29,59	471,06	11,04	12,7
CALDOS	8,37	1,00	0,62	9,99	0,24	3,9
SALSAS	74,17	43,47	1,70	119,33	2,83	5,0
VINO C.P.R.D.	103,84	241,65	1,22	346,70	8,21	13,6
VINO DE MESA	327,82	434,80	5,62	768,24	18,19	-0,3
ESPUMOSOS	25,93	19,40	0,42	45,75	1,08	-1,7
OTROS VINOS	25,75	11,33	0,02	37,09	0,88	7,2
CERVEZAS	654,61	1.834,51	6,80	2.495,92	59,11	6,0
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	40,92	153,70	0,46	195,08	4,62	-0,1
SIDRA	14,25	56,29	0,26	70,80	1,68	-4,5
TOTAL ZUMO Y NÉCTAR	487,37	272,40	19,05	778,82	18,44	0,8
AGUA MINERAL	2.044,03	732,36	37,54	2.813,93	66,64	3,8
GASEOSAS Y BEBID. REFR	1.754,49	1.015,55	17,41	2.787,45	66,01	2,5
OTROS PROD. EN PESO	257,26	66,39	9,73	333,37	7,89	0,6
OTROS PROD. EN VOLUMEN	107,77	16,81	2,84	127,42	3,02	-5,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	27.842,84	9.028,17	914,34	37.785,36	894,69	3,5

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA TOTAL

Kilos/Litros/Unidades (Huevos)

	1999		2000		2001		2002		2003		2004		2004/03	
	Millones	kg/un. per capita	Millones	kg/un. per capita	Millones	kg/un. per capita	kg/un. per capita	%						
HUEVOS	8.846,6	221,3	8.920,8	222,4	8.669,5	215,1	8.567,1	211,2	8.901,78	217,2	8.889,49	210,51	210,51	-0,1
CARNES Y TRANSFORMADOS	2.937,7	64,9	2.629,1	65,5	2.663,4	66,1	2.770,5	68,3	2.769,91	67,6	2.799,47	66,29	66,29	1,1
PRODUCTOS DE LA PESCA	1.352,3	31,3	1.301,5	32,5	1.422,1	35,3	1.486,0	36,6	1.497,21	36,5	1.568,77	37,15	37,15	4,8
LECHE LÍQUIDA	4.837,9	116,0	4.665,9	116,3	4.557,8	113,1	4.522,2	111,5	4.437,61	108,3	4.442,26	105,20	105,20	0,1
DERIVADOS LÁCTEOS/OTRAS LECHES	1.388,0	35,0	1.435,1	35,8	1.425,6	35,4	1.464,8	36,1	1.518,65	37,1	1.688,77	39,99	39,99	11,2
PAN	2.322,0	58,1	2.340,5	58,4	2.340,6	58,1	2.362,2	58,2	2.334,71	57,0	2.380,65	56,38	56,38	2,0
GALLETAS, BOLLERÍA Y PAST.	464,8	11,6	496,4	12,4	522,0	12,9	542,2	13,4	561,54	13,7	591,63	14,01	14,01	5,4
CHOCOLATES Y CACAOS	126,0	3,2	126,1	3,1	127,0	3,2	126,9	3,1	129,07	3,1	137,68	3,26	3,26	6,7
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	145,0	3,6	146,9	3,7	153,4	3,8	155,0	3,8	161,01	3,9	167,29	3,96	3,96	3,9
ARROZ	256,0	6,4	243,9	6,1	243,4	6,0	240,9	5,9	240,85	5,9	246,09	5,87	5,87	3,0
PASTAS ALIMENTICIAS	199,7	5,0	163,5	4,1	167,6	4,2	176,6	4,4	183,03	4,5	192,61	4,56	4,56	5,2
AZÚCAR	293,9	7,4	289,7	7,2	300,2	7,4	303,2	7,5	310,64	7,6	303,94	7,20	7,20	-2,2
MIEL	21,6	0,5	19,5	0,5	20,6	0,5	20,9	0,5	19,63	0,5	21,84	0,52	0,52	11,2
LEGUMBRES SECAS	224,1	5,6	195,0	5,0	192,6	4,8	186,4	4,6	189,56	4,6	193,39	4,88	4,88	2,0
ACEITES	839,1	21,0	830,9	20,7	835,6	20,7	842,3	20,8	853,08	20,8	895,49	21,21	21,21	5,0
MARGARINA	442	1,1	379,9	0,9	390	1,0	38,6	1,0	39,60	1,0	39,79	0,94	0,94	0,5
PATAÑAS	2.018,8	50,5	1.931,5	48,2	1.830,5	45,4	1.886,8	46,5	1.858,74	45,4	1.911,67	45,27	45,27	2,8
HORTALIZAS FRESCAS	2.467,1	61,7	2.502,9	62,4	2.537,5	62,9	2.634,1	64,9	2.730,55	66,6	2.878,39	68,16	68,16	5,4
FRUTAS FRESCAS	3.375,3	84,4	3.758,6	93,7	3.800,8	96,5	3.985,5	98,2	4.125,59	100,7	4.318,58	102,27	102,27	4,7
ACEITUNAS	121,1	3,0	129,4	3,2	141,9	3,5	157,4	3,9	156,55	3,8	155,14	3,67	3,67	-0,9
FRUTOS SECOS	69,9	1,7	103,8	2,6	115,0	2,9	125,2	3,1	133,00	3,2	137,06	3,25	3,25	3,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	667,8	16,7	654,0	16,3	686,3	17,0	707,5	17,4	714,36	17,4	746,89	17,69	17,69	4,6
PLATOS PREPARADOS	287,1	7,2	301,0	7,5	325,5	8,1	379,4	9,4	413,67	10,1	471,06	11,16	11,16	13,9
VINOS	1.371,7	34,3	1.310,5	32,7	1.233,5	30,6	1.193,3	29,6	1.156,83	28,2	1.197,79	28,36	28,36	3,5
CERVEZAS	2.196,6	54,9	2.203,0	54,9	2.191,5	54,4	2.191,8	54,0	2.355,39	57,5	2.495,92	59,11	59,11	6,0
SIDRAS	77,0	1,9	77,0	1,9	79,8	2,0	80,4	2,0	80,4	2,0	80,4	1,88	1,88	-4,5
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	163,9	4,1	194,7	4,9	202,1	5,0	181,3	4,5	195,19	4,8	195,08	4,62	4,62	-0,1
ZUMOS	693,1	17,3	693,9	17,3	756,1	18,8	748,1	18,4	773,01	18,9	778,32	18,44	18,44	0,8
AGUAS MINERALES	2.324,7	58,2	2.171,5	54,1	2.398,3	59,5	2.571,0	63,4	2.710,29	66,1	2.813,93	66,64	66,64	3,8
GASEOSAS Y REFRESCOS	2.354,7	63,9	2.614,6	65,2	2.659,2	66,0	2.600,0	64,1	2.720,05	66,4	2.787,45	66,01	66,01	2,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	34.209,4	855,8	34.607,6	862,8	35.127,4	871,4	35.781,4	882,0	36.519,46	891,1	37.785,36	894,80	894,80	3,5

Evolución de las cantidades compradas en el último año

Los incrementos de las cantidades compradas en 2004 al compararlas con las de 2003 han sido:

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO TOTAL (H+H/R+I) Porcentaje de Variación 2004/2003

Mayor crecimiento > 5%

• Aceite de Oliva Virgen	14,5%	(3,4 l/cápita)
• Vino V.C.P.R.D.	13,6%	(8,2 l/cápita)
• Platos Preparados	12,7%	(11 kg/cápita)
• Derivados Lácteos	11,5%	(39 kg/cápita)
• Aceite de Girasol	6,3%	(7 l/cápita)
• Cervezas	6,0%	(59 l/cápita)
• Hortalizas Frescas	5,4%	(68 kg/cápita)
• Total Pastas	5,2%	(4,6 kg/cápita)

Crecimiento Moderado 1% <> 5%

• Pesca	4,8%	(37 kg/cápita)
• Frutas Frescas	4,7%	(102 kg/cápita)
• Frutas/Hort. Transf.	4,6%	(17,7 kg/cápita)
• Aceite Oliva	4,1%	(13 l/cápita)
• Agua Mineral	3,8%	(66,6 l/cápita)
• Patatas Frescas	3,6%	(35,7 kg/cápita)
• Gas./Beb. Refresc.	2,5%	(66 l/cápita)
• Legumbre	2,0%	(4,6 kg/cápita)
• Pan	2,0%	(56,4 kg/cápita)
• Carne	1,1%	(66,3 kg/cápita)

Sin variación 1% <> -1%

• Total Zumo de Frutas	0,8%	(18,4 l/cápita)
• Leche Líquida	0,1%	(105 l/cápita)
• Bebidas Alta Graduación	-0,1%	(4,6 l/cápita)
• Huevos (Unidades/cap.)	-0,1%	(210,5)
• Vino de mesa	-0,3%	(18 l/cápita)
• Aceitunas	-0,9%	(3,7 kg/cápita)

Decrecientes < -1%

• Espumosos/Cavas	-1,7%	(1 l/cápita)
• Azúcar	-2,2%	(7 kg/cápita)
• Patatas Procesadas	-3,6%	(1,5 kg/cápita)
• Sidra	-4,5%	(1,7 l/cápita)

PARTICIPACIÓN DE CADA SECTOR EN LA CANTIDAD TOTAL

Porcentaje %

Productos	2004		
	Hogares	Hostelería y Restauración	Instituciones
HUEVOS	73,5	22,8	3,6
CARNES Y TRANSFORMADOS	79,6	17,1	3,2
PRODUCTOS DE LA PESCA	76,4	21,2	2,4
LECHE LÍQUIDA	85,4	12,5	2,1
DERIVADOS LÁCTEOS	81,3	15,3	3,4
PAN	82,8	15,4	1,9
GALLETAS, BOLLERÍA Y PAST.	85,8	12,5	1,7
CHOCOLATES Y CACAOS	95,1	3,7	1,2
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	43,1	55,7	1,2
ARROZ	80,7	15,2	4,2
PASTAS ALIMENTICIAS	81,9	12,4	5,7
AZÚCAR	64,5	33,9	1,6
MIEL	95,7	3,9	0,4
LEGUMBRES SECAS	79,4	14,1	6,4
ACEITES	70,8	25,9	3,3
MARGARINA	79,9	17,8	2,3
PATATAS	69,6	25,2	5,2
HORTALIZAS FRESCAS	82,4	14,5	3,0
FRUTAS FRESCAS	90,7	6,7	2,6
ACEITUNAS	75,6	23,5	0,8
FRUTOS SECOS	81,1	18,7	0,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	75,9	17,1	7,0
PLATOS PREPARADOS	88,2	5,5	6,3
VINOS	40,4	59,0	0,6
CERVEZAS	26,2	73,5	0,3
SIDRAS	20,1	79,5	0,4
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	21,0	78,8	0,2
ZUMOS	62,6	35,0	2,4
AGUAS MINERALES	72,6	26,0	1,3
GASEOSAS Y REFRESCOS	62,9	36,4	0,6
OTROS	14,1	83,7	2,2
TOTAL	73,7	23,9	2,4

Se observa que los mayores aumentos de las compras se producen en productos de calidad como el aceite de oliva virgen y los vinos con denominación de origen, así como productos de conveniencia tales como los platos preparados y los derivados lácteos. También es de destacar que hay aumentos relativamente importantes de las hortalizas frescas, frutas frescas y de la pesca.

Profundizando más en los dos productos que han tenido mayores aumentos se encuentra que el consumo de aceite de oliva virgen ha aumentado a pesar de haber subido el precio un 9%, probablemente debido a que el aceite de oliva ha subido un 15% y el precio de ambos se han aproximado más que en años anteriores y el consumidor se inclina por el de más calidad, como es el virgen e incluso por el virgen extra, lo que es indicio de que se va teniendo un público cada vez mejor informado y más preocupado por una alimentación de más calidad.

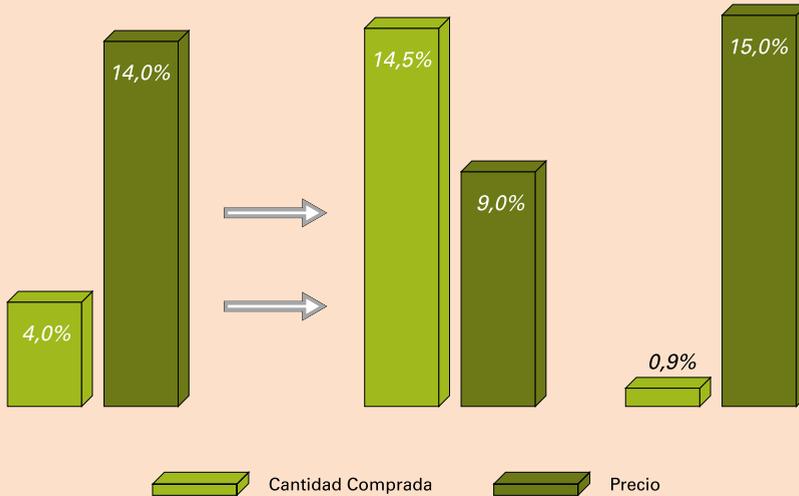
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO TOTAL Y DEL PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA (H+H/R+I)

Porcentaje de variación 2004/2003

ACEITE DE OLIVA TOTAL
(12,9 l/Cápita)

ACEITE DE OLIVA VIRGEN
(3,5 l/Cápita)

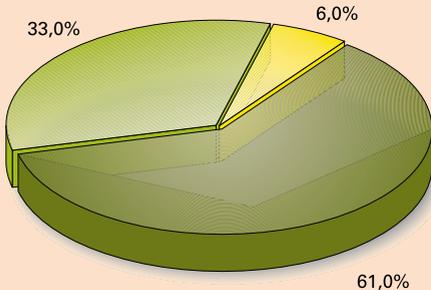
ACEITE DE OLIVA
(9,4 l/Cápita)



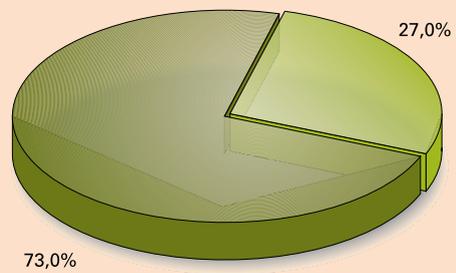
CONSUMO TOTAL (HOGARES+EXTRADOMÉSTICO)

Año 2004

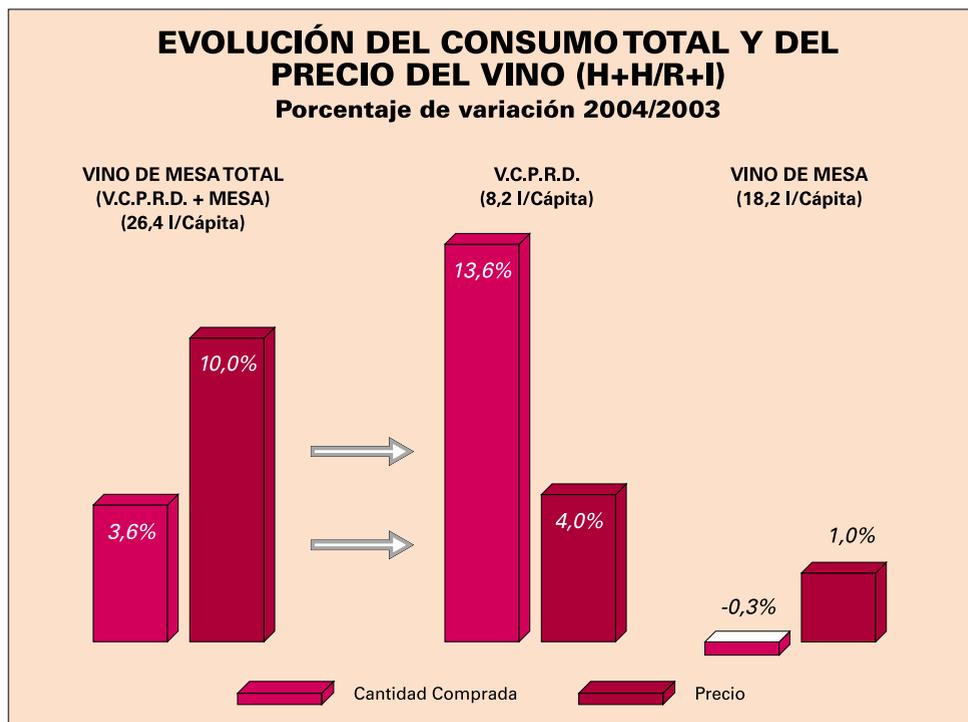
Distribución del Consumo del Total de Aceites



Distribución del Consumo del Aceites de Oliva



La estructura del consumo del aceite es análoga a la de años anteriores, oliva representa el 61% del consumo total, girasol el 33% y un 6% para los “otros aceites”, lo que varía es la proporción de aceite de oliva virgen, respecto al oliva total, que en el año 2003 era el 24,3% y este año ha llegado al 27%, subiendo casi 3 puntos.



Análoga conclusión se obtiene al analizar los vinos con Denominación de Origen (D.O.), ya que aunque el vino de calidad ha subido de precio un 4% frente al de mesa sin D.O., que sólo lo ha hecho un 1% el que verdaderamente ha aumentado sus compras ha sido el primero con un incremento del 13,6%, que ha hecho que aumente la cantidad comprada de vino después de continuas bajadas en los últimos años.

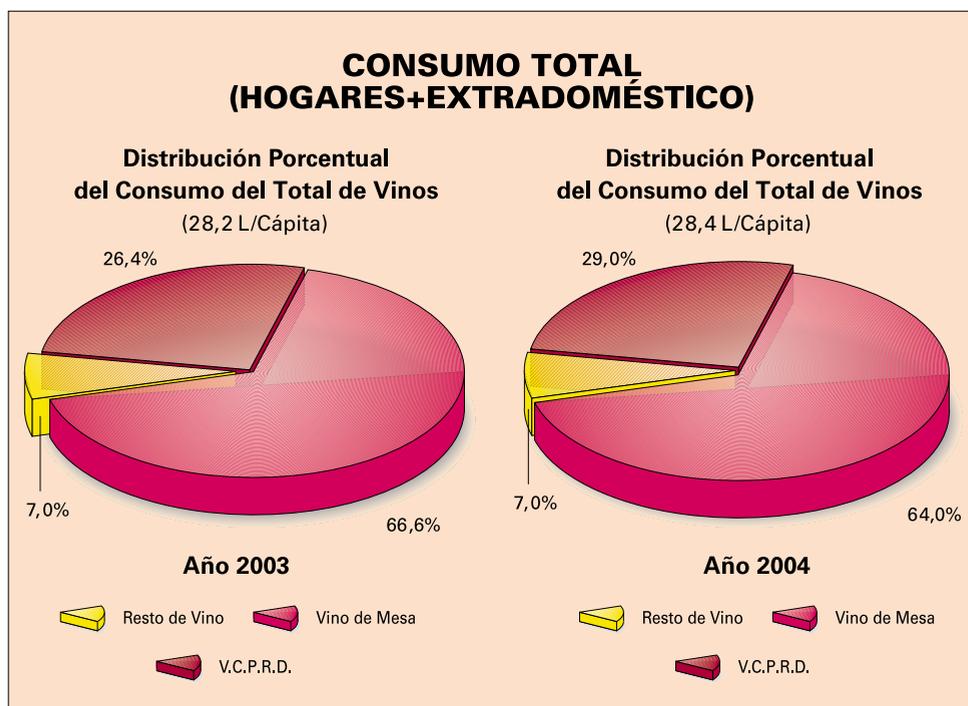
La paradoja que se encuentra en el resultado del incremento de precio en el total (10%), sea superior al encontrado en cualquiera de los componentes: V.C.P.R.D. (4%) y el de mesa (1%), se debe a que el precio reflejado es la cifra media que pagan los hogares que compran en establecimientos normales de

distribución (no se tiene en cuenta el precio que paga el sector Extradoméstico). En Hogares se ha encontrado disminución del consumo de vinos total, con un incremento grande del valor, debido a que el de calidad ha aumentado bastante la cantidad comprada y arrastra al gasto total, lo que hace que la diferencia entre la bajada de consumo y la subida del gasto se debe a que ha aumentado de precio. Téngase en cuenta que si el incremento encontrado para la cantidad fuera igual que el encontrado para el gasto sería indicio de que el precio no ha subido.

INCREMENTO DE VOLUMEN, VALOR Y PRECIO DEL VINO EN HOGARES

Porcentaje 2004/2003

	Volumen % 04/03	Valor % 04/03	Precio % 04/03
VINO C.P.R.D.	16,3	20,9	4,0
VINO DE MESA (V.C.P.R.D. + MESA)	-11,1	-10,2	1,0
	-5,7	4,0	10,3



En cuanto a la estructura de la cantidad comprada de vino se observa como el de calidad con un 29% del total vinos aumenta casi tres puntos con respecto a la distribución del año 2003, que hace que con un 64% el de mesa sin D.O disminuya en la misma cifra, ya que los otros vinos y espumosos siguen representando el 7%.

Evolución de las compras de los principales grupos de alimentos en el quinquenio (1999-2004)

Mayor crecimiento de cantidades compradas 10% <> 15% (Media anual)	
• Frutos Secos	14,4%
• Platos preparados	10,4%
Incremento de cantidades compradas 5% <> 10% (Media anual)	
• Patatas congeladas	6,7%
• Aceitunas	5,1%
• Frutas frescas	5,1%
Descenso de cantidades compradas ≤ -2% (Media anual)	
• Espumosos	-1,8%
• Patatas frescas	-2,0%
• Legumbres	-2,9%
• Vinos de mesa	-4,8%

Se calcula la evolución media anual por la Tasa de Variación Interanual (ver Metodología).

Los productos que han tenido mayor aumento de cantidades compradas han sido lo frutos secos, y también los platos preparados por la facilidad y rapidez de su preparación así como por el grado de calidad alcanzado en la industria alimentaria que permiten tener un plato cocinado con unas condiciones organolépticas muy aceptables.

Al igual que en el ranking de incrementos de compras del último año, se tienen las frutas frescas, las hortalizas frescas, la pesca y los derivados lácteos con aumentos relativamente altos.

Evolución de las cantidades per cápita en el último quinquenio

En este apartado se pone de manifiesto las evoluciones de las cantidades compradas per cápita, que como ya se ha dicho anteriormente los porcentajes de variación son menores que cuando se analizan los millones de kgs o litros, ya que parte del aumento del consumo se debe al incremento de la población y

no realmente a que se consuma mucho más. Se inserta también la evolución de las distintas rúbricas que hay dentro de cada grupo importante de alimentos.

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CARNES CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO

	2004			1999			% 2004/1999 TVI
	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	
TOTAL CARNES	66,3		100,0	64,9		100,0	0,4
TOTAL CARNES FRESCAS Y CONGEL.	51,3	100,0	77,3	48,8	100,0	75,2	1,0
<i>CARNES FRESCAS</i>	49,7	96,9		47,4	97,0		1,0
VACUNO	10,1	19,7		9,6	19,6		1,0
POLLO	16,6	32,4		16,0	32,9		0,7
CONEJO	1,7	3,3		2,2	4,4		-4,7
OVINO Y CAPRINO	3,4	6,7		3,1	6,3		2,2
CERDO	13,6	26,6		12,9	26,5		1,0
DESPOJOS	1,3	2,6		1,7	3,5		-4,8
OTRAS CARNES	2,9	5,7		1,8	3,8		9,7
<i>CARNES CONGELADAS</i>	1,6	3,1		1,5	3,0		1,7
TOTAL TRANSFORMADAS	15,0	100,0	22,7	16,1	100,0	24,8	-1,3
SALAZONES (1)	4,6	30,4		4,6	28,7		-0,2
TOCINOS/MANTECAS	0,2	1,6		0,2	1,1		5,6
PRODUCTOS CURADOS (2)	3,9	26,1		4,0	24,9		-0,4
SALCHICHAS FRANK.	1,2	8,2		1,6	10,2		-5,6
COCIDOS Y OTROS (3)	5,1	33,8		5,6	35,1		-2,1

(1) Jamón curado, lomo embuchado, cecina, costilla y tocino salado.

(2) Chorizo, salchichón, fuet, longaniza, salami y bacon.

(3) Familia jamones tipo york, mortadela, chopped, pavo, cabeza jabalí, patés y morcillas.

Carne

El incremento medio anual del consumo de carne ha sido de un 0,4%, siendo la carne congelada la que ha tenido un aumento mayor (1,7%), seguida de las carnes frescas (1%) y por último las transformadas que han tenido un descenso del -1,3%.

Dentro de las carnes frescas las que han tenido un mayor aumento han sido las “otras carnes” (9,7%), que incluyen todos los volátiles que no son pollo, más los nuevos tipos que se están introduciendo últimamente (avestruz, canguro, etc.). Las de mayor descenso han sido los despojos y la carne de conejo con más de un -4,5% anual cada una.

Dentro de las carnes transformadas, no todos sus componentes han contribuido en igual medida al descenso del consumo. Así, el consumo de los tocinos y las mantecas ha aumentado un 5,6%, no hay que olvidar que estos son productos de bajo consumo con lo que sus variaciones pueden ser poco representativas. En cambio, el consumo de salchichas frankfurt y de “cocidos y otros”

ha tenido un descenso medio del -5,6% y del -2,1% anual, respectivamente. Tanto las salazones como los productos han tenido un ligerísimo descenso cifrado en un -0,2% y -5,6% respectivamente.

En este quinquenio ha variado la proporción del consumo entre las carnes frescas y congeladas, y las carnes transformadas. Las primeras representaban el 75,2% del "total carnes" y las transformadas el 24,6%; en la actualidad, las cifras son el 77,3% para las carnes frescas y el 22,7% para las transformadas.

Al analizar por especies, se observa que se mantiene prácticamente el peso relativo de cada una a excepción de las "otras carnes frescas" que aumentan casi 2 puntos y la de conejo que baja 1 punto del consumo.

La estructura de las carnes transformadas también varía, aumentando el peso de las salazones (1,5 puntos), productos curados (1 puntos) y el de los tocinos/mantecas (0,5 puntos). Las salchichas y los cocidos han bajado su importancia relativa entre 2 y 1 punto.

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PESCADOS CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO

	2004			1999			2004/1999
	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	% TVI
TOTAL PRODUCTOS PESCA	37,15		100,0	31,33		100,0	3,5
TOTAL PESCADO FRESCO	16,47	100,0	44,3	14,23	100,0	45,4	3,0
MERLUZA Y PESCADILLA	3,54	21,5		3,07	21,6		2,9
SARDINAS Y BOQUERONES	3,13	19,0		3,18	22,3		-0,3
LENGUADO	1,24	7,5		1,22	8,6		0,3
SALMÓN	0,86	5,2		0,85	6,0		0,1
ATÚN Y BONITO	0,72	4,4		0,59	4,1		4,2
TRUCHA	0,60	3,6		0,65	4,6		-1,7
BACALAO	0,68	4,1		0,52	3,7		5,3
OTROS PESCADOS	5,71	34,6		4,15	29,1		6,6
TOTAL PESCADO CONGELADO	4,52	100,0	12,2	3,93	100,0	12,5	2,8
MERLUZA Y PESCADILLA	2,10	46,5		2,21	56,4		-1,0
LENGUADO	0,49	10,8		0,35	8,9		6,9
SALMÓN	0,11	2,5		0,06	1,5		13,7
BACALAO	0,31	6,9		0,13	3,4		18,6
OTROS PESCADOS	1,51	33,3		1,17	29,8		5,1
TOTAL CONSERVAS	4,74	100,0	12,8	3,97	100,0	12,7	3,6
SARDINA	0,34	7,2		0,32	8,2		1,1
ATÚN-BONITO	2,53	53,3		2,19	55,2		2,9
OTROS	1,87	39,5		1,45	36,6		5,2
MARIS. MOLUS. Y CRUSTÁC.	11,42	100,0	30,7	9,20	100,0	29,4	4,4
FRESCOS	6,45	56,5		5,84	63,5		2,0
COCIDOS	0,74	6,5		0,22	2,4		27,5
CONGELADOS	4,23	37,1		3,14	34,1		6,2

Productos de la Pesca

En este quinquenio se encuentra un aumento del 3,5% medio anual. Aumentan todos los componentes del grupo, siendo los moluscos/crustáceos los que tienen una cifra más alta con un 4,4%, seguidos de las conservas con un 3,6%, el pescado fresco con un 3% y el pescado congelado es el que ha crecido menos con un 2,8%.

Las especies de pescado que más han aumentado han sido el bacalao congelado (18,6% medio) y el salmón congelado (13,7%), seguido por el lenguado congelado (6,9%), el bacalao fresco (5,3%), el atún/bonito frescos (4,2%) y la merluza/pescadilla fresca (2,9%). Los que han bajado su consumo, han sido la trucha fresca (-1,7%) y la merluza/pescadilla congelada (-1%). En cuanto al marisco, el que tiene mayor subida de consumo es el cocido con un aumento de consumo del 27,5% medio anual que triplica la cifra obtenida en 1999. No obstante, esta presentación sigue representando nada más que el 6,5% del total marisco comprado, le sigue con un incremento del 6,2% medio el congelado y por último el fresco es el que ha aumentado menos (2%), sin embargo todavía sigue siendo la presentación del marisco que más se consume con un 56,5% del total, quedando el congelado con un 37%.

La estructura de los componentes de este grupo también ha variado; el pescado fresco ha descendido 1 punto y el congelado 0,3 puntos que han pasado a incrementar el de moluscos/crustáceos, mientras que las conservas mantienen prácticamente su participación.

En lo que se refiere a la estructura dentro del pescado fresco descienden la participación de sardinas/boquerones en 3 puntos y el resto se mantiene prácticamente igual a la del año 1999. Es de señalar que el apartado “otros pescados” que se incluyen los procedentes de la acuicultura han incrementado 5,5 puntos su importancia relativa, habiendo aumentado sus compras un 6,6% medio anual en el quinquenio. Este procedimiento de cría de pescado, se irá imponiendo poco a poco, porque es la única forma de poder disponer de pescado fresco sin esquilmar el mar, que en algunas zonas está muy deteriorado.

Leche Líquida

La evolución del consumo de leche en el último quinquenio ha sido ligeramente negativa con un descenso del -1,9% medio. Este descenso cifrado en 11 litros, se debe principalmente a la bajada del consumo de leche esterilizada con una diferencia de 7,5 litros/cápita entre el 99 y el 2004, y al de leche cruda que ha bajado 3,7 litros, que representa un -14,8% medio anual. Por otra parte, la pasteurizada ha subido un 1,7% medio anual en los últimos 5 años, lo que ha significado 0,3 litros de incremento que no es suficiente para complementar el resto de las bajadas. Atendiendo al grado de grasa, se observa, que la leche cuyo consumo ha

aumentado más en este quinquenio ha sido la semidesnatada con un 3,8% medio anual de incremento (valor que va siendo inferior a los correspondientes a quinquenios anteriores), seguida por la desnatada con un 2% medio anual. Sin embargo, la leche entera baja un -5,1%, lo que confirma la demanda de productos bajos en grasa animal, observado en los últimos años, de forma que ya más del 50% de la leche que se ingiere tiene menos grasa que la entera. Debido a estos cambios, varía la estructura de este grupo, en el que sube 2,3 puntos la leche estéril, a costa de la leche cruda que pierde 3 puntos estando ahora en un 2,8% del total, la pasteurizada ha subido en 0,5 puntos su participación. Por otra parte, la leche entera pierde 10,2 puntos que se reparten entre las leches de bajo contenido en grasa. La leche semidescremada sube 7 puntos y la descremada 3,2.

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE LECHE Y DERIVADOS CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO

	2004		1999		% 2004/1999 TVI
	l-kg/cápita	%	l-kg/cápita	%	
TOTAL LECHE LÍQUIDA	105,2	100,0	116,0	100,0	-1,9
PASTERIZADA	3,6	3,4	3,3	2,9	1,7
ESTERILIZADA	98,6	93,8	106,1	91,5	-1,5
CRUDA	2,9	2,8	6,6	5,7	-14,8
LECHE ENVASADA	102,2	100,0	109,5	100,0	-1,4
ENTERA	48,9	47,9	63,6	58,1	-5,1
SEMIDESNATADA	31,8	31,1	26,4	24,1	3,8
DESNATADA	21,5	21,0	19,5	17,8	2,0
TOTAL DER. LÁCTEOS	39,0	100,0	34,1	100,0	2,8
BATIDOS	5,0	12,8	4,3	12,5	3,1
YOGURES	11,6	29,8	13,2	38,8	-2,5
QUESOS	7,3	18,8	6,4	18,7	2,8
OTROS D.L.	15,1	38,7	10,2	29,9	8,2

Derivados Lácteos

La evolución en los últimos 5 años sigue siendo ascendente con un 2,8% medio anual, unánime en los tres sectores, siendo el incremento más alto el de H/R. El único componente que ha tenido descenso de consumo han sido los yogures con un -2,5% medio anual, probablemente debido a que en 2004 se han empezado a desagregar nuevas rúbricas bajo el epígrafe de Leches Fermentadas, una de cuyas parte integrantes han sido los yogures, cuando antes todo se contabilizaba como yogur. Como consecuencia de ello la estructura de los componentes principales ha registrado algún cambio, baja la importancia

relativa de los yogures en 9 puntos, que van a incrementar los “otros derivados lácteos” en 8,8 puntos y los batidos en 0,3 puntos, mientras los quesos se mantienen prácticamente con la misma proporción.

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE ACEITES CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO

	2004			1999			% 2004/1999 TVI
	l-kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	l-kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	
TOTAL ACEITES Y MARGARINA	22,1		100,0	22,1		100,0	0,0
TOTAL ACEITES	21,2	100,0	95,7	21,0	100,0	95,0	0,2
TOTAL OLIVA	12,9	60,7		12,3	58,5		0,9
OLIVA VIRGEN	3,5	16,2		2,5	11,9		6,7
OLIVA	9,4	44,4		9,8	46,6		-0,7
GIRASOL	7,1	33,5		7,6	36,1		-1,3
TOTAL OTROS ACEITES	1,2	5,8		1,1	5,4		1,8
A. MAÍZ	0,2	0,8		0,1	0,3		17,7
A. SEMILLAS	0,5	2,3		0,3	1,4		11,4
A. SOJA	0,05	0,2		0,03	0,2		8,4
ORUJO	0,5	2,5		0,7	3,5		-6,3
MARGARINA	0,9		4,3	1,1		5,0	-3,2

Aceite y grasas vegetales

La evolución del consumo per cápita de aceite en los últimos 5 años ha sido ligeramente positiva con un ascenso del 0,2% media anual. Esta evolución se debe en mayor parte al aceite de oliva (0,9%) y al de “otros aceites” (1,8%) ya que el de girasol ha disminuido un -1,3% medio anual. Este año, de nuevo, el incremento de las compras del aceite de oliva virgen (6,7%), compensa la disminución del aceite de oliva (-0,7%). El mayor descenso se produce en el aceite de orujo con un -6,3% medio anual en el quinquenio, que no repercute mucho en el total, ya que sólo representa el 2,5% del total aceites.

En cuanto a la estructura dentro del grupo, se observa que el virgen sube más de 4 puntos y el de oliva baja 2 puntos, lo que hace que el oliva total suba algo más de 2 puntos, los “otros aceites” lo hagan en 0,4 puntos, a costa del de girasol, que pierde casi 3 puntos.

La margarina en el quinquenio ha disminuido su consumo en un -3,2% medio anual y la importancia relativa en el conjunto de grasas vegetales baja 0,7 puntos con respecto al año 99.

**ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE PATATAS,
HORTALIZAS Y FRUTAS FRESCAS
CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO**

	2004		1999		% 2004/1999 TVI
	kg/cápita	%	kg/cápita	%	
PATATAS FRESCAS	35,7		41,8		-3,1
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	68,2	100,0	61,7	100,0	2,0
TOMATES	17,3	25,4	15,1	24,5	2,7
CEBOLLAS	9,1	13,4	8,1	13,1	2,4
AJOS	1,4	2,0	1,4	2,3	-1,4
COLES	1,8	2,6	2,0	3,2	-1,8
JUDÍAS VERDES	2,7	4,0	3,1	5,0	-2,7
PEPINOS	2,3	3,3	1,8	2,8	5,1
PIMIENTOS	5,6	8,2	4,7	7,7	3,3
SETAS Y CHAMPIÑONES	1,3	1,9	1,1	1,7	3,6
LECHUGAS Y ENSALADAS	7,6	11,2	8,3	13,5	-1,7
ESPÁRRAGOS	0,7	1,0	0,3	0,5	18,5
VERDURAS DE HOJA	2,0	2,9	2,7	4,3	-5,9
OTRAS	16,5	24,2	13,1	21,2	4,7
TOTAL FRUTAS FRESCAS	102,3	100,0	84,4	100,0	3,9
NARANJAS	24,3	23,7	20,9	24,7	3,1
MANDARINAS	5,7	5,6	4,5	5,4	4,8
LIMONES	3,7	3,6	3,5	4,1	1,5
PLÁTANOS	10,4	10,2	7,4	8,7	7,2
MANZANAS	12,6	12,3	11,2	13,3	2,3
PERAS	7,9	7,7	7,2	8,5	1,9
MELOCOTONES	5,1	4,9	4,5	5,3	2,5
ALBARICOQUES	0,7	0,7	0,9	1,1	-5,4
FRESA/FRESÓN	2,5	2,5	1,9	2,2	6,4
MELONES	9,3	9,1	8,0	9,5	3,0
SANDÍAS	7,2	7,0	4,5	5,3	9,7
CIRUELAS	1,5	1,5	1,3	1,5	2,9
CEREZAS	1,0	1,0	1,3	1,6	-4,9
UVAS	2,3	2,3	2,3	2,8	-0,3
KIWIS	2,9	2,8	1,7	2,0	10,9
OTRAS	5,1	5,0	3,3	3,9	9,3
ACEITUNAS	3,7		3,0		3,9
FRUTOS SECOS	3,2		1,7		13,2

Patatas, hortalizas y frutas frescas

Las patatas han tenido un descenso de -3,1% medio anual en el quinquenio, pasando de casi 42 Kgs/cápita a 36. No obstante, hay que tener en cuenta que el consumo de patatas congeladas y el de las procesadas han aumentado en este periodo de tiempo, que compensa en parte la pérdida del producto fresco.

Las hortalizas frescas, sin embargo han aumentado un 2% medio anual, siendo los espárragos con un 18,5% de incremento los que más han aumentado el consumo, aunque no repercute mucho en el total, ya que no representan nada más que el 1% del total hortalizas. Los pepinos también han tenido un aumento mayor que el del grupo con un 5,1%. Los dos productos que tienen más peso como son los tomates y las cebollas han tenido incrementos cercanos al 2,5%, sin embargo las ensaladas, que también tienen una contribución importante, han disminuido un -1,7% medio anual, perdiendo 1,5 kg/cápita en los 5 años. Se han encontrado descensos de consumo en los ajos, coles, judías verdes y verduras de hoja, siendo estas últimas la de cifra mayor de bajada(-5,9% medio anual).

La estructura del grupo es similar a la del 99, aunque con pequeñas variaciones, aumentan ligeramente la proporción de los pimientos, pepinos, espárragos y “otras verduras” y disminuye las de verdura de hoja, la de ensaladas, la de judías verdes y la de los ajos.

Las frutas frescas han aumentado casi un 4% medio anual, pasando de 84 Kgs/cápita a 102 Kgs/cápita. Casi todos los integrantes de grupo han tenido ascensos a excepción de albaricoques y cerezas, que han disminuido cerca de un 5% medio anual cada una y las uvas que prácticamente se mantiene el consumo. Las frutas que más han aumentado sus compras han sido los kiwis (10,9%) y las sandías (9,7%), seguidas de los plátanos (7,2%) y el fresón (6,4%). El resto de frutas desglosadas han tenido ascensos menores.

La estructura de las frutas frescas es similar a la del 99 y al igual que el grupo de hortalizas se encuentran ligeras variaciones, consistentes en pequeños aumentos de la proporción de sandías, plátanos, kiwis, fresones y mandarinas. El resto de frutas han tenido bajadas de su importancia relativa.

Asimismo en el consumo per cápita de los frutos secos ha tenido importantes aumentos, siendo el mayor el correspondiente a las nueces (21%), por los motivos comentados anteriormente, en el apartado “otros” que incluye el resto no desglosado ha tenido un incremento notable cifrado en el 17,4% e incluso las almendras también han aumentado un 7%. Es decir, todo el grupo ha tenido ascensos de compras en el quinquenio.

Productos Transformados

El total del grupo ha incrementado las compras en un 1,8% medio anual, que aún siendo una cifra importante, demuestra que a pesar del continuo incremento que se describe para estos productos que ahorran tiempo en su elaboración y son de consumo directo o casi directo, no han sido los que han mostrado un aumento mayor en el quinquenio, siendo superado por las frutas frescas y los productos de la pesca, ambos grupos de suma importancia dentro de la dieta mediterránea, que sigue siendo indicio de un consumidor implicado en su buena alimentación.

**ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO
DE PRODUCTOS TRANSFORMADOS
CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO**

	2004			1999			2004/1999 % TVI
	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	kg/cápita	% Dentro del grupo	% Entre grupos	
TOTAL PRODUCTOS TRANSF.	101,5		100,0	92,6		100,0	1,8
PRODUCTOS EN CONSERVA	81,8	100,0	80,6	75,5	100,0	81,5	1,6
CARNES TRANSFORMADAS	15,0	18,4		16,1	21,3		-1,3
PESCADO Y MARISCO	4,7	5,8		4,0	5,3		3,6
DERIVADOS LÁCTEOS	39,0	47,7		34,1	45,1		2,8
PATATAS PROCESADAS	1,5	1,9		1,4	1,9		1,0
FRUTAS Y HORTALIZAS	13,9	16,9		12,8	16,9		1,6
PLATOS PREPARADOS	7,6	9,3		7,2	9,5		1,3
PRODUCTOS CONGELADOS	19,7	100,0	19,4	17,1	100,0	18,5	2,8
CARNE	1,6	8,1		1,5	8,5		1,7
PESCADO	4,5	23,0		3,9	22,9		2,8
MARISCO	4,2	21,5		3,1	18,3		6,2
PATATAS	2,0	10,1		1,5	8,8		5,6
FRUTAS Y HORTALIZAS	3,8	19,5		3,9	22,9		-0,5
PLATOS PREPARADOS	3,5	17,8		3,2	18,5		2,1

Dentro de los dos grupos hechos: las conservas y los congelados, el mayor aumento se produce en estos últimos con un 2,8% de aumento, aunque el consumo es mucho menor, mientras que los productos congelados han tenido unas compras de 19,7 kgs/cápita, las conservas se han elevado a 81,8 kgs/cápita, (4 veces más).

En el grupo de las conservas, aumentan más que la media, las de pescado (3,6% medio anual) y los derivados lácteos (2,8%). El único producto con retroceso han sido las carnes transformadas (-1,3%), el resto se han incrementado en el quinquenio.

Para el grupo de congelados, los mayores aumentos de compras han sido para los mariscos (6,2% medio anual) y las patatas (5,6%), seguidos del pescado (2,8%) de los platos preparados (2,1%) y la carne (1,7%), tan sólo ha tenido descenso de consumo las frutas/hortalizas congeladas (-0,5%).

En cuanto a la estructura de ambos grupos las conservas ceden un punto a los congelados. Dentro de las conservas la mayor participación la tienen los derivados lácteos con casi el 48% del grupo, le siguen las carnes transformadas (18,4%) y las frutas/hortalizas en conserva (16,9%). Las de menor importancia son las patatas procesadas con escasamente un 2%. Han aumentado su participación en el quinquenio los derivados lácteos y las conservas de pescado a costa de la disminución de la de proporción de las carnes transformadas. En lo que se refiere a la estructura de los congelados están en una proporción alrededor del 20%, el pescado, el marisco, las frutas/hortalizas y los platos preparados y en un entorno del 10% las patatas y la carne.

**ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS Y ANALCOHÓLICAS
CONSUMO EN EL HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO**

	2004			1999			% 2004/1999 TVI
	l/cápita	% Dentro del tipo bebidas	% Entre tipo de bebidas	l/cápita	% Dentro del tipo bebidas	% Entre tipo de bebidas	
TOTAL BEBIDAS	244,9		100,0	234,7		100,0	0,9
TOTAL BEBIDAS ALCOHÓLICAS	93,8	100,0	38,3	95,3	100,0	40,6	-0,3
TOTAL VINOS	28,4	30,3		34,3	36,0		-3,7
VINOS V.C.P.R.D.	8,2	8,8		7,7	8,0		1,4
VINOS DE MESA	18,2	19,4		24,6	25,8		-5,9
VINOS ESPUMOSOS	1,1	1,2		1,3	1,3		-2,9
OTROS VINOS	0,9	0,9		0,8	0,8		2,1
CERVEZAS	59,1	63,0		54,9	57,7		1,5
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	4,6	4,9		4,1	4,3		2,4
SIDRAS	1,7	1,8		1,9	2,0		-2,7
TOTAL BEBIDAS ANALCOH.	151,1	100,0	61,7	139,4	100,0	59,4	1,6
TOTAL ZUMOS FRUT./HORT.	18,4	12,2		17,3	12,4		1,2
AGUAS MINERALES	66,6	44,1		58,2	41,7		2,8
GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES	66,0	43,7		63,9	45,8		0,6

Bebidas alcohólicas y analcohólicas

El total bebidas ha aumentado casi un 1% en el quinquenio, debido a las compras de las bebidas no alcohólicas que han aumentado un 1,6% medio anual, ya que las alcohólicas han disminuido ligeramente un -0,3% medio anual.

El descenso encontrado en las bebidas alcohólicas es debido fundamentalmente a la evolución de las compras del vino de mesa (-5,6%), con un componente importante dentro del grupo, representa casi el 26% del total, lo que arrastra a una disminución del total vinos cifrada en un -3,7%, aunque los vinos de C.P.R.D. han tenido un incremento del 1,4%, así como las cervezas y las bebidas de alta graduación que también han tenido aumento de consumo.

La evolución positiva de las bebidas analcohólicas se debe a todo los componentes dentro del grupo, que han aumentado sus compras, siendo el incremento mayor para el agua mineral (2,8%) y el menor para las gaseosas/bebidas refrescantes (0,6%), en las que las gaseosas han tenido descensos importantes (-4,6%), compensado por el de bebidas refrescantes que han aumentado un 1,6%, con un peso del 86% dentro de la rúbrica gaseosas/bebidas refrescantes. Los zumos también han tenido un incremento del 1,2%.

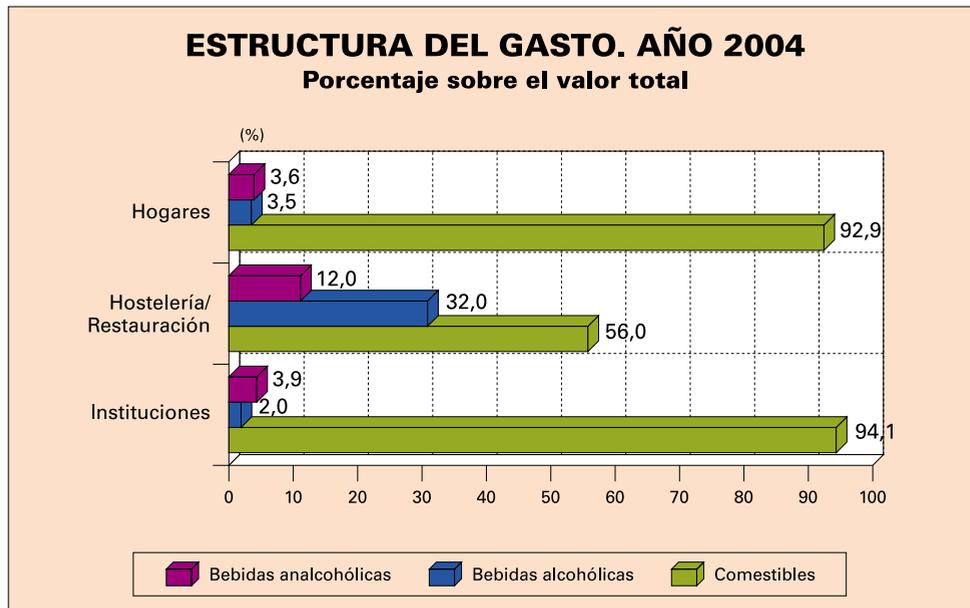
La estructura general de bebidas está variando año tras a año, aumentando la importancia de las bebidas analcohólicas, (2,3 puntos más que en el 99) lle-

gando ya al 61,7% del total bebidas en detrimento de las alcohólicas que los han perdido y se han situado en el 38,3%.

En las bebidas alcohólicas los vinos pierden casi 6 puntos que pasan a incrementar la proporción de las cervezas situándose ésta en un 63% del total bebidas alcohólicas. En lo referente a las analcohólicas los zumos permanecen prácticamente con su participación y son las aguas minerales las que aumentan 2,4 puntos, bajando la importancia relativa de las gaseosas/refrescos en análoga proporción.

Estructura del gasto

El gasto dedicado a alimentos y bebidas mantiene distinta proporción en cada uno de los sectores. Los hogares gastan el 93% en comestibles y cafés o alimentos propiamente dichos, el 3,5% en bebidas alcohólicas y 3,6% en bebidas analcohólicas. Esta proporción es muy similar en Instituciones ya que gastan el 94% en comestibles, el 2% en bebidas alcohólicas y un 3,9% en bebidas analcohólicas.



Como es lógico, el sector de Restauración es el que mayor proporción de gasto realiza en bebidas, tanto alcohólicas (32%) como analcohólicas (12%), mientras destina a comestibles y café el 56%. También es el sector que más

RESUMEN DE LA EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO

Porcentaje sobre el valor total de las compras

	Hogar		Hostelería y Restauración		Instituciones	
	1999	2004	1999	2004	1999	2004
COMESTIBLES	91,2	91,9	52,6	51,9	90,7	92,9
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	4,0	3,5	32,0	32,0	3,3	2,0
BEBIDAS ANALCOHÓLICAS	3,5	3,6	11,6	12,1	3,7	3,9
CAFÉ E INFUSIONES	1,3	0,9	3,8	4,1	2,4	1,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ESTRUCTURA DEL GASTO

AÑO 2004

Productos	Hogares	Hostelería/Restauración	Instituciones	Total
HUEVOS	1,3	0,9	1,9	1,2
CARNES Y TRANSFORMADOS	23,8	15,0	24,0	21,5
PRODUCTOS DE LA PESCA	13,9	12,0	12,7	13,4
LECHE LÍQUIDA	4,4	1,7	4,0	3,7
DERIVADOS LÁCTEOS/OTRAS LECHES	8,0	4,5	7,3	7,1
PAN	7,2	3,7	5,7	6,3
GALLETAS, BOLLERÍA Y PAST.	3,7	1,6	2,8	3,1
CHOCOLATES Y CACAOS	1,2	0,1	0,6	0,9
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	0,9	4,1	1,2	1,8
ARROZ	0,4	0,2	0,7	0,4
PASTAS ALIMENTICIAS	0,4	0,1	0,7	0,3
AZÚCAR	0,3	0,9	0,5	0,5
MIEL	0,2	0,0	0,0	0,1
LEGUMBRES SECAS	0,4	0,2	1,0	0,3
ACEITES	2,5	2,0	3,0	2,0
MARGARINA	0,2	0,1	0,2	0,1
PATATAS	1,6	1,5	3,6	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	6,0	2,6	6,1	5,1
FRUTAS FRESCAS	8,7	1,5	7,2	6,8
ACEITUNAS	0,5	0,5	0,2	0,5
FRUTOS SECOS	1,0	0,6	0,2	0,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	1,9	0,8	4,0	1,6
PLATOS PREPARADOS	2,9	0,3	5,5	2,3
VINOS	1,6	9,9	0,9	3,7
CERVEZAS	1,2	13,5	0,6	4,3
SIDRAS	0,0	0,4	0,0	0,1
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	0,6	8,2	0,4	2,6
ZUMOS	0,7	1,9	1,3	1,0
AGUAS MINERALES	0,7	1,7	0,9	0,9
GASEOSAS Y REFRESCOS	2,3	8,5	1,7	3,8
OTROS	1,6	1,0	1,3	1,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

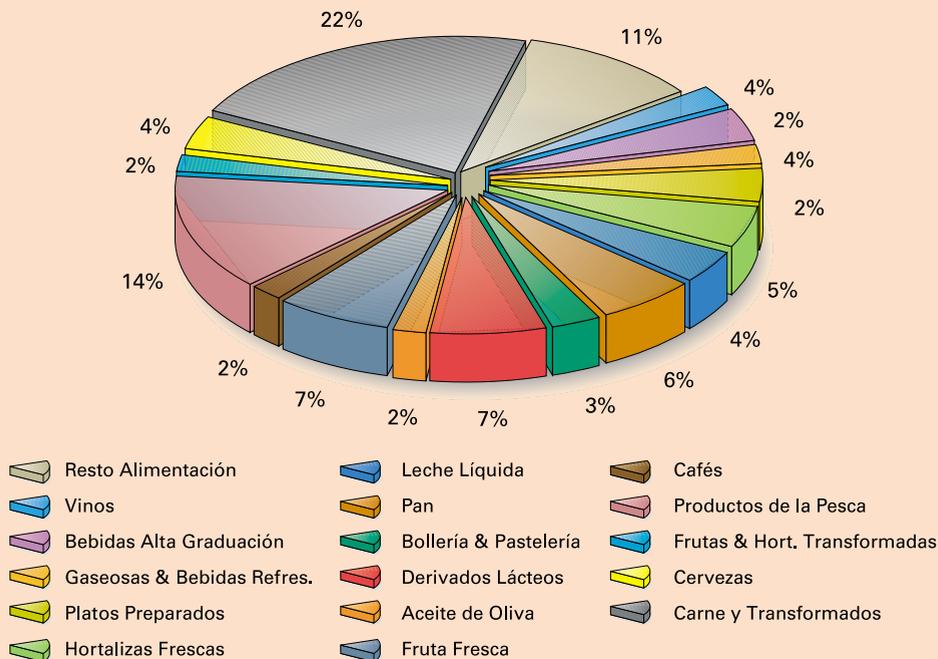
EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL
(HOGARES + H/R + INSTITUCIONES)
Porcentajes sobre el valor total de la compra

Productos	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HUEVOS	1,3	1,4	1,3	1,2	1,2	1,2
CARNES Y TRANSFORMADOS	22,2	21,8	22,1	22,2	21,7	21,5
PRODUCTOS DE LA PESCA	13,1	13,4	13,7	13,8	13,7	13,4
LECHE LÍQUIDA	4,3	4,2	4,3	4,1	4,1	3,7
DERIV. LÁCTEOS/OTRAS LECHES	6,6	6,2	6,5	6,6	6,5	7,1
PAN	6,5	6,8	6,5	6,6	6,2	6,3
GALLETAS, BOLLERÍA Y PAST.	2,9	3,0	3,1	3,1	3,1	3,1
CHOCOLATES Y CACAOS	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8
ARROZ	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
PASTAS ALIMENTICIAS	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3
AZÚCAR	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
MIEL	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
LEGUMBRES SECAS	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3
ACEITES	2,9	2,5	2,2	2,0	2,2	2,0
MARGARINA	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PATATAS	1,7	1,6	1,5	1,5	1,5	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	5,0	4,8	4,7	5,1	5,4	5,1
FRUTAS FRESCAS	5,6	5,8	6,2	6,3	6,9	6,8
ACEITUNAS	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
FRUTOS SECOS	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6
PLATOS PREPARADOS	1,5	1,6	1,7	2,0	2,1	2,3
VINOS	4,3	4,3	3,9	3,7	3,5	3,7
CERVEZAS	4,5	4,4	4,0	4,0	4,3	4,3
SIDRAS	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	2,5	3,0	3,0	2,6	2,7	2,6
ZUMOS	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1	1,0
AGUAS MINERALES	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9
GASEOSAS Y REFRESCOS	3,7	3,9	3,8	3,7	3,8	3,8
OTROS	1,2	1,6	1,6	1,4	1,5	1,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

gasto realiza en cafés e infusiones, siendo la cuota en este sector el cuádruple que el de los otros dos sectores.

En el 2004 los Hogares aumentaron sus compras en comestibles y bebidas analcohólicas en el quinquenio 0,7 y 0,1 puntos respectivamente, bajaron 0,5 las bebidas alcohólicas y 0,4 los cafés e infusiones. Hostelería y Restauración pierde -0,7 puntos los comestibles, las bebidas alcohólicas tienen el mismo peso que en 1999, al mismo tiempo aumenta la importancia de las bebidas analcohólicas en 0,5% y los cafés/infusiones en 0,3%. Los establecimientos Institucionales aumentan la parte de la compra destinada a comestibles 2,2 puntos

ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL. AÑO 2004 (Hogares + Hostelería / Restauración + Instituciones)



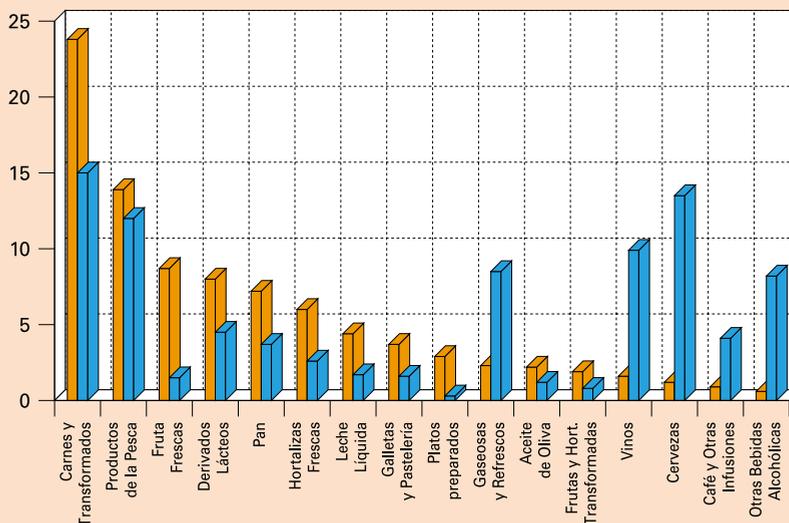
y las bebidas analcohólicas 0,2 puntos, disminuye 1,3 puntos las bebidas alcohólicas y los cafés -1,2. Se observa una tendencia general a aumentar el gasto en comestibles y bebidas no alcohólicas, mientras disminuye el de las alcohólicas. Lo que corrobora lo encontrado al analizar la evolución del consumo de las bebidas en el último quinquenio analizado en un apartado anterior.

El grupo de alimentos formado por huevos, carne, pescado, leche y productos lácteos, frutas frescas, hortalizas, patatas, pan, aceite y galletas, bollería y pastelería, representa el 81% de la cesta de la compra en Hogares, el 78% en las Instituciones y el 47% en Hostelería y Restauración. Esta proporción se repite casi idénticamente cada año.

Las carnes en estos 5 últimos años han perdido -0,7 puntos, pasando de 22,2% a 21,5% su cuota de participación. En cambio las frutas frescas son los que más han subido su participación de todos los analizados con 1,2 puntos más. Le siguen en importancia los platos preparados con 0,8 puntos más, los derivados lácteos con 0,4 puntos más, y han aumentado 0,3 puntos los frutos secos, productos de la pesca y galletas/bollería/pastelería. Los que más han bajado su cuota de participación

ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL

Contraste Hogares <-> Hostelería/Restauración. Año 2004



Hogar		23,8	13,9	8,7	8,0	7,2	6,0	4,4	3,7	2,9	2,3	2,2	1,9	1,6	1,2	0,9	0,6
H&R		15,0	12,0	1,5	4,5	3,7	2,6	1,7	1,6	0,3	8,5	1,2	0,8	9,9	13,5	4,1	8,2

han sido, en primer lugar los aceites $-0,9$ puntos, seguidos por las carnes, la leche líquida ($-0,7$) y los vinos ($-0,5$). El resto de rúbricas se han mantenido en una diferencia de $+0,2$ puntos con respecto a las que tenían en 1999.

El grupo de carnes y productos cárnicos se sitúa a la cabeza del gasto en los tres sectores con valores de 23,8% en Hogares, 15% en Hostelería y Restauración y 24% en Instituciones. El grupo carnes a pesar de ser el de mayor gasto en el sector de la Hostelería-Restauración, es mucho menos importante aquí que en los otros dos sectores y está seguido muy de cerca de cervezas y pescados, lo que hace que este parámetro lo diferencie bastante de Hogares e Instituciones.

A continuación, y por orden de importancia le sigue el pescado con el 13,9% en Hogares, el 12% en H/R y el 12,7% en Instituciones. Se trata por tanto de valores próximos en todos los sectores. Respecto a 1999, los Hogares incrementan 0,9 puntos el porcentaje de gasto, sin embargo fuera del hogar disminuye en H&R bajando 1,3 puntos y algo más en Instituciones con $-1,7$ puntos.

Al considerar conjuntamente leche líquida y derivados lácteos, este grupo pasa al tercer lugar en importancia, ya que representa en Hogares el 12,4%. Para el sector de Hostelería esta cifra baja al 6,2% y en Instituciones es un 11,3%. Durante los últimos cinco años baja un 0,8% la participación de la leche en el gasto de los Hogares y aumenta el de los derivados lácteos en 0,3 puntos. En

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOGARES

Porcentajes sobre el valor total de la compra

Productos	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HUEVOS	1,4	1,5	1,4	1,3	1,3	1,3
CARNES Y TRANSFORMADOS	24,3	24,1	24,5	24,8	24,1	23,8
PRODUCTOS DE LA PESCA	13,0	13,7	13,9	13,9	14,1	13,9
LECHE LÍQUIDA	5,2	5,0	5,1	4,8	4,4	4,4
DERIVADOS LÁCTEOS	7,7	7,1	7,4	7,4	7,5	8,0
PAN	7,7	8,1	7,8	7,6	7,1	7,2
GALLETAS, BOLLERÍA Y PAST.	3,5	3,7	3,9	3,7	3,7	3,7
CHOCOLATES Y CACAOS	1,3	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	1,3	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9
ARROZ	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4
PASTAS ALIMENTICIAS	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
AZÚCAR	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
MIEL	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
LEGUMBRES SECAS	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
ACEITES	3,1	2,7	2,2	2,3	2,3	2,5
MARGARINA	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PATATAS	1,7	1,6	1,5	1,5	1,4	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	6,0	5,7	5,7	6,1	6,4	6,0
FRUTAS FRESCAS	7,2	7,4	7,9	8,0	8,8	8,7
ACEITUNAS	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
FRUTOS SECOS	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSF.	2,2	2,1	1,9	1,9	1,9	1,9
PLATOS PREPARADOS	1,9	2,0	2,2	2,5	2,7	2,9
VINOS	2,1	2,2	1,9	1,8	1,7	1,6
CERVEZAS	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2
SIDRAS	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6
ZUMOS	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7
AGUAS MINERALES	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7
GASEOSAS Y REFRESCOS	2,0	2,1	2,1	2,0	2,2	2,3
OTROS	1,3	1,8	1,8	1,6	1,6	1,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Hostelería/Restauración disminuye el gasto de leche (-0,2 puntos) y aumenta el de los derivados lácteos en 0,7 puntos. En Instituciones el gasto correspondiente a la leche baja 0,7 puntos y sube 0,6 puntos el de los derivados lácteos.

Frutas, hortalizas frescas y patatas ocupan un espacio destacado en Hogares y en Instituciones, con el 16,3% y 16,9%, respectivamente, mientras que en el sector Hostelero todo el grupo alcanza el 5,6% del gasto total. Sigue siendo escasa la presencia de las frutas frescas en Hostelería/Restauración (1,5%), no hay apenas variación en la estructura del gasto en los últimos 5 años para este sector, aunque si han aumentado 0,4 puntos las hortalizas frescas. Los Hogares han mantenido el gasto en hortalizas frescas realizado en 1999, sin embargo las frutas fres-

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Porcentajes sobre el valor total de la compra

Productos	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HUEVOS	1,0	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9
CARNES Y TRANSFORMADOS	16,4	15,2	14,8	14,3	14,3	15,0
PRODUCTOS DE LA PESCA	13,3	12,4	13,3	13,6	12,5	12,0
LECHE LÍQUIDA	1,9	1,9	2,0	2,0	1,9	1,7
DERIVADOS LÁCTEOS	3,8	3,9	4,0	4,3	4,4	4,5
PAN	3,3	3,1	2,9	3,5	3,3	3,7
GALLETAS,BOLLERÍA Y PAST.	1,1	0,9	1,0	1,3	1,4	1,6
CHOCOLATES Y CACAOS	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	3,8	4,0	4,1	4,0	4,2	4,1
ARROZ	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PASTAS ALIMENTICIAS	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
AZÚCAR	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9
MIEL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LEGUMBRES SECAS	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2
ACEITES	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9	2,0
MARGARINA	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
PATATAS	1,6	1,5	1,4	1,5	1,4	1,5
HORTALIZAS FRESCAS	2,2	2,2	2,1	2,4	2,5	2,6
FRUTAS FRESCAS	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,5
ACEITUNAS	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5
FRUTOS SECOS	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSF.	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8
PLATOS PREPARARADOS	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
VINOS	10,3	10,6	10,0	9,6	8,9	9,9
CERVEZAS	13,8	13,5	12,7	12,9	13,5	13,5
SIDRA	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	7,4	9,1	9,7	8,2	8,8	8,2
ZUMOS	1,8	2,0	2,2	2,4	2,2	1,9
AGUAS MINERALES	1,4	1,4	1,7	1,8	1,7	1,7
GASEOSAS Y REFRESCOS	8,4	9,0	8,8	8,8	8,9	8,5
OTROS	0,9	0,9	1,0	0,9	1,1	1,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

cas han aumentado 1,5 puntos, y disminuye ligeramente la importancia de las patatas (-0,1 puntos). En Instituciones aumenta 0,6 puntos el gasto de las patatas y el de frutas frescas y suben 1,3 puntos las hortalizas frescas.

Las frutas/hortalizas transformadas y los platos preparados participan en el gasto de Hogares con el 4,8%, y en Instituciones con el 9,5%, mientras que en Hostelería y Restauración sólo alcanzan el 1,1% del valor total. En el quinquenio, la proporción ha aumentado algo en Hogares (0,7), se ha mantenido en Hostelería/Restauración y ha aumentado 4 puntos en Instituciones.

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN INSTITUCIONES

Porcentajes sobre el valor total de la compra

Productos	1999	2000	2001	2002	2003	2004
HUEVOS	1,8	2,1	1,9	1,6	2,0	1,9
CARNES Y TRANSFORMADOS	24,0	24,4	25,9	25,9	25,3	24,0
PRODUCTOS DE LA PESCA	14,4	14,6	14,3	13,1	12,2	12,7
LECHE LÍQUIDA	4,7	4,8	4,4	4,2	3,9	4,0
DERIVADOS LÁCTEOS	6,7	8,2	6,5	6,4	6,5	7,3
PAN	6,9	6,6	5,6	5,7	5,6	5,7
GALLETAS,BOLLERÍA Y PAST.	2,1	2,4	2,3	2,8	2,8	2,8
CHOCOLATES Y CACAOS	0,3	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6
CAFÉS Y OTRAS INFUSIONES	2,4	2,0	1,9	1,5	1,5	1,2
ARROZ	1,0	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
PASTAS ALIMENTICIAS	0,7	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7
AZÚCAR	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5
MIEL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LEGUMBRES SECAS	1,3	1,1	1,1	1,0	1,2	1,0
ACEITES	4,2	3,5	2,7	3,1	3,0	3,0
MARGARINA	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
PATATAS	3,0	2,7	3,9	3,9	3,4	3,6
HORTALIZAS FRESCAS	4,8	4,8	5,5	5,8	6,3	6,1
FRUTAS FRESCAS	6,6	5,9	7,5	7,5	7,9	7,2
ACEITUNAS	0,3	0,3	0,2	0,4	0,4	0,2
FRUTOS SECOS	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSF.	3,5	3,4	3,7	3,7	3,9	4,0
PLATOS PREPARARADOS	2,0	2,1	2,8	4,9	4,9	5,5
VINOS	1,3	1,0	1,0	0,8	1,0	0,9
CERVEZAS	1,5	1,3	0,7	0,6	0,5	0,6
SIDRA	0,01	0,02	0,02	0,01	0,03	0,0
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	0,5	0,7	0,3	0,3	0,4	0,4
ZUMOS	1,1	1,4	1,1	1,0	1,1	1,3
AGUAS MINERALES	1,3	1,2	0,7	0,6	0,7	0,9
GASEOSAS Y REFRESCOS	1,2	1,3	1,3	1,1	1,3	1,7
OTROS	1,3	1,3	1,7	1,4	1,5	1,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Los vinos representan el 9,9% del gasto en Hostelería-Restauración, mientras sólo es el 1,6% en Hogares y el 0,9 % en Instituciones. La cerveza es la bebida de mayor gasto en H/R con un 13,5% de participación, mientras que en Hogares e Instituciones es del 1,2% y 0,6%, respectivamente. En el sector Hostelerero también son importantes las cifras de gaseosas (8,5%) y bebidas de alta graduación (8,2%), en tanto que en Hogares e Instituciones las bebidas refrescantes son el 2,3% y el 1,7%, respectivamente. Las de alta graduación en Hogares representa el 0,6% y en Instituciones el 0,4%.

La evolución del gasto del conjunto de bebidas alcohólicas en el último quinquenio en Hogares ha disminuido 0,5 puntos, debido en mayor medida a los vinos (-0,5%), porque el resto de las rúbricas del grupo han evolucionado en un entorno de $\pm 0,1$ puntos. En Instituciones han bajado 0,4 puntos los vinos y 0,9 las cervezas. El sector Hostelero ha experimentado una disminución del gasto de -0,4 puntos para el vino y de -0,3 para las cervezas, sin embargo las bebidas de alta graduación han subido 0,8 puntos.

Para las bebidas no alcohólicas la evolución en el quinquenio también ha sido diferente en los tres sectores. En los Hogares se ha mantenido la estructura del gasto con diferencias de -0,1 puntos para los zumos, se ha mantenido la proporción de las aguas minerales y ha aumentado 0,3 puntos las gaseosa/bebidas refrescantes. En Instituciones ha disminuido 0,4 puntos el agua mineral y han aumentado 0,2 puntos los zumos y 0,5 las gaseosas/refrescos. En la H/R los zumos y las gaseosas/refrescos han aumentado 0,1 puntos cada uno y el agua mineral ha subido 0,3 puntos.

Conviene recordar, que el cambio en la estructura del gasto viene motivado tanto por el cambio en el consumo como por la variación de precios, lo que hace que haya una reordenación que puede variar algo de año en año, aunque se mantiene bastante estable con respecto al año anterior. Las mayores variaciones se producen ya al considerar el quinquenio.