

*V. La alimentación
extradoméstica 2004*

LA ALIMENTACIÓN EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Para comprender mejor las características del consumo extradoméstico es necesario considerar algunos de los hábitos alimentarios de los españoles, así como la distribución del gasto familiar, aspectos que han contribuido en gran medida a la evolución del sector de la hostelería y restauración y al continuo incremento de la restauración colectiva institucional. Estas consideraciones, comentadas ya en años anteriores, siguen estando vigentes y son necesarias para introducir al nuevo lector en el marco de referencia actual.

- En las últimas décadas, las grandes ciudades han sido polo de atracción de gran número de familias que buscaban en ellas oportunidades laborales. Normalmente, la distancia entre la casa y el lugar de trabajo es grande y es cada vez más común que la comida principal se haga fuera de casa, cerca o en el mismo lugar de trabajo. Del mismo modo, una parte importante de los escolares y estudiantes comen en sus centros de estudio. Por otro lado, la incorporación de la mujer al mundo laboral favorece la tendencia a comer fuera de casa. Todo esto provoca una desestructuración de las comidas (según datos de la consultora TNS el 27% de las familias rara vez comen juntos).
- El tamaño de los hogares españoles cada vez es menor. Los hogares de una persona representan casi el 15% del total de hogares y los de dos personas un 26%. Esto provoca que el consumo tienda a hacerse en raciones cada vez más pequeñas por lo que los formatos de los productos de gran consumo tienden hacia presentaciones más pequeñas.
- A medida que aumenta el nivel de renta, se produce una menor proporción del gasto dedicado a la alimentación del conjunto de los ingresos. En cambio, se destina un porcentaje importante del gasto al ocio, entre cuyas actividades se pueden destacar la frecuencia de hacer comidas fuera del hogar y los desplazamientos turísticos internos. Hay que subrayar que cada vez existe un mayor interés por la gastronomía en sí misma.
- La utilización del tiempo dedicado de la comida como instrumento de trabajo.
- El consumidor cada vez está más preocupado por su salud y por la seguridad de los alimentos que consume.
- El crecimiento del turismo en todas las modalidades y, en particular, del turismo exterior. España es el tercer país del mundo en capacidad hotelera, con el 5,3% del total, detrás solo de EE.UU y de Italia.

Estas circunstancias explican porqué los establecimientos de hostelería-restauración se localizan preferentemente en las playas y zonas costeras y en las grandes ciudades. La situación geográfica de España, la gran longitud de costas, su climatología, etc., atraen gran parte del turismo costero de sol y playa, lo que da lugar a una desigual distribución territorial de las estructuras hoteleras ya que, cinco comunidades autónomas (Andalucía, Cataluña, Baleares, Canarias y Valencia), concentran casi la mitad de los establecimientos existentes. Las grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao y Zaragoza albergan el 15% de los hoteles y restaurantes.

En los últimos años se está produciendo una tendencia a la desconcentración debido a que, junto a la demanda puramente turística, se potencia una nueva oferta hotelera en zonas industriales y en el interior (asistencia a convenciones de empresas, congresos, seminarios, turismo cultural, turismo rural, etc.).

Esta característica de la actividad turística provoca una gran estacionalidad de la demanda. Desde junio a septiembre se realizan el 50% de las pernoctaciones, mientras que enero, febrero, noviembre y diciembre no alcanzan el 5% en cada mes.

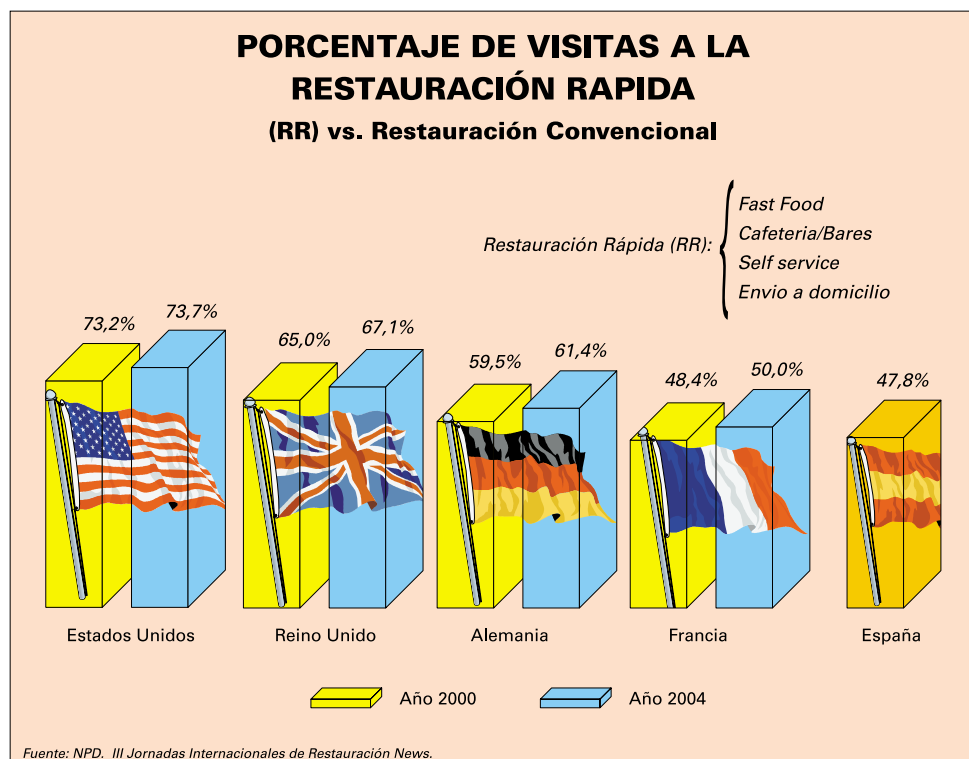
El porcentaje medio de ocupación de los hoteles españoles está en torno al 54,5%. Por localización geográfica, destaca la alta ocupación registrada en Canarias (78%), seguida por el Noreste (en especial Baleares que se aproxima al 75%), Levante y Andalucía. Es decir, la mayor ocupación se localiza en las islas y en la costa mediterránea.

La combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y técnicas de gestión empresarial modernas, han producido una gran transformación en el sector de restaurantes, cafeterías y bares, con nuevas formas de prestar los servicios de comidas y bebidas ante las demandas de la sociedad actual, fenómeno que se ha denominado “neo-restauración”. Comida rápida y comida a domicilio son dos de los segmentos que se han ido instalando a un ritmo vertiginoso en los últimos años y que ya forman parte de los hábitos sociales de los españoles.

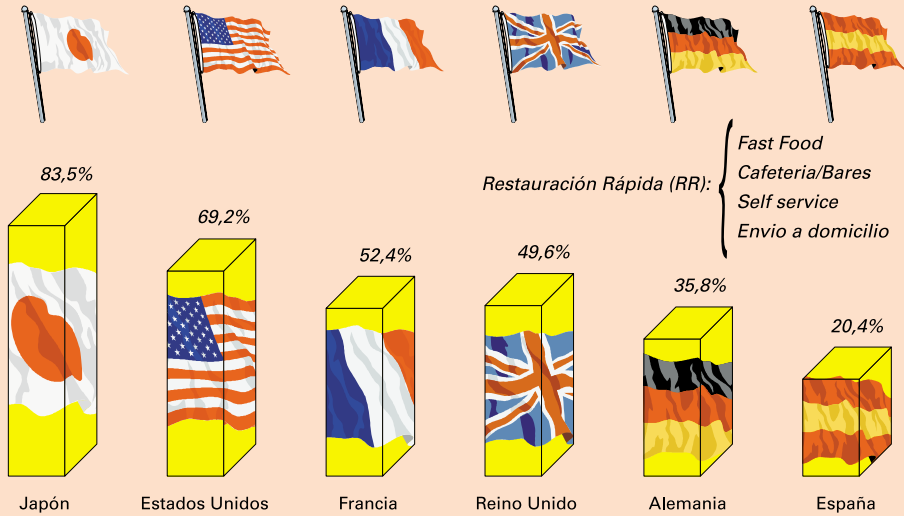
Los restaurantes de comida rápida o “fast-food” disponen de una oferta reducida y fácil de preparar, que se puede consumir en el comedor del establecimiento o que también puede ser consumida en cualquier otro lugar, pues la vajilla es de un solo uso. Se pueden diferenciar los ya clásicos establecimientos de fast-food (básicamente hamburguesas, pollo y carnes), los nuevos fast-food (mexicanos, bocadillerías, etc.) y los delivery (servicios de pizzas, pollos, comida china, costillas, pollos, tortillas, bocadillos...) a domicilio. Estos últimos desde el punto de vista de nuestro estudio pueden ser, tanto lugares de venta para el consumo en el Hogar, como de consumo “in situ”.

Este proceso viene apoyado por los cambios sociales, la influencia de las modas y por la crisis económica, que condiciona a un sector de consumidores a buscar los precios más bajos de la restauración rápida. No obstante, de diversos estudios realizados durante el año 2004 se desprende que este tipo de restauración no acaba de tener un cierto peso en nuestro país.

Según la consultora NPD el porcentaje de visitas a los establecimientos de comida rápida en España es de los más bajos del mundo, aunque se prevé que irá aumentando en el futuro. Así en USA ha sido de un 73,7% en el año 2004, le siguen Gran Bretaña con un 67,1%, Alemania con 61,4%, Francia con 50% y España ha tenido un 47,8% de visitas a la restauración rápida del total de visitas realizadas a la H/R, estando evolucionando positivamente esta proporción de visitas en todos los países (de España no se tienen cifras nada más que del último año). Si se analizan las visitas a Cadenas determinadas de comida rápida, bien sean multinacionales o cadenas independientes dentro del total de la Restauración Rápida, se observa que, el mayor porcentajes de visitas lo ha realizado Japón con un 83,5%, seguido de USA con 69,2%, Francia con un 52,4% de participación, Gran Bretaña con 49,6%, Alemania con 35,8% y España con 20,4%.



FAST FOOD VS (RR) TOTAL % de Visitas



Fuente: NPD. III Jornadas Internacionales de Restauración News.

Así mismo según el estudio del Observatorio del Consumo y la Distribución, se desprende que el 65% de la población no ha ido nunca a los restaurantes de Fast Food y si se considera los mayores de 50 años, este porcentaje sube a más del 87%. Mientras entre los menores de 35 años desciende a un 46%, siendo este segmento de edad el que presenta el porcentaje más alto de la asistencia de al menos 1 vez por semana (casi el 13%).

Hay que recordar que se está produciendo en España una gran expansión de los comedores colectivos, ya sean de empresas o centros educativos, además de los propios institucionales como los de fuerzas armadas, centros sanitarios y asistenciales, penitenciarios, etc. Es en este ámbito donde los productos pre-elaborados han encontrado su forma de desarrollo, aunque este mecanismo se proyecta también a una parte de la restauración comercial.

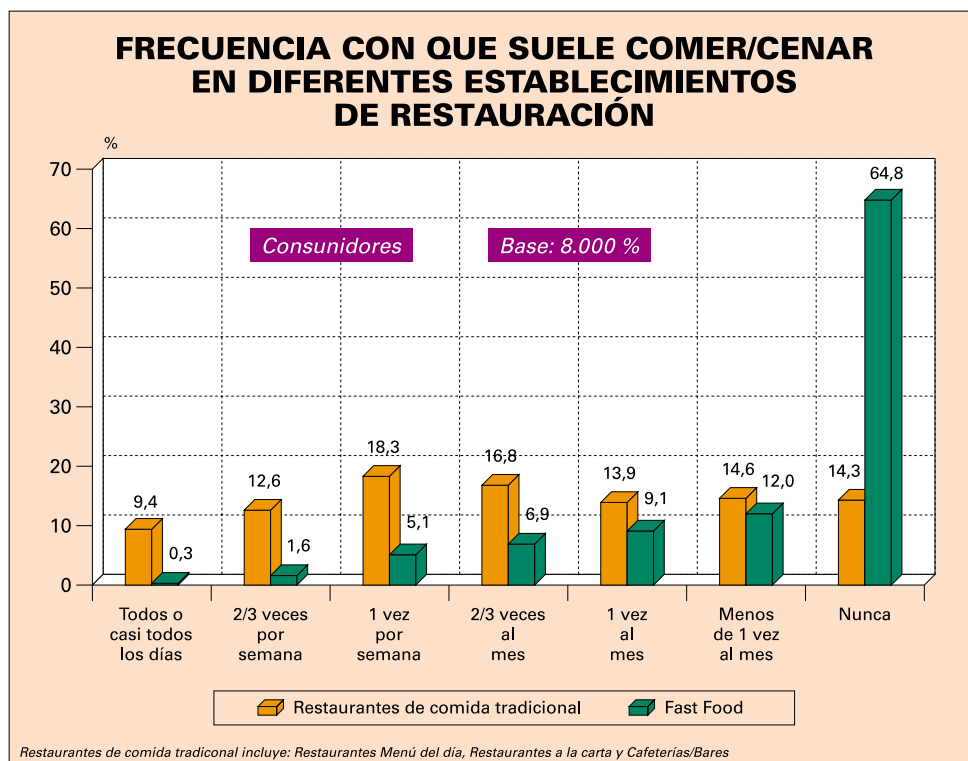
El sector privado de empresas de catering sirve a comedores colectivos (enseñanza, empresas, hospitales, residencias, instituciones, etc.) a medios de transporte (catering aéreo y ferroviario) y también a la restauración comercial.

Valor de las compras

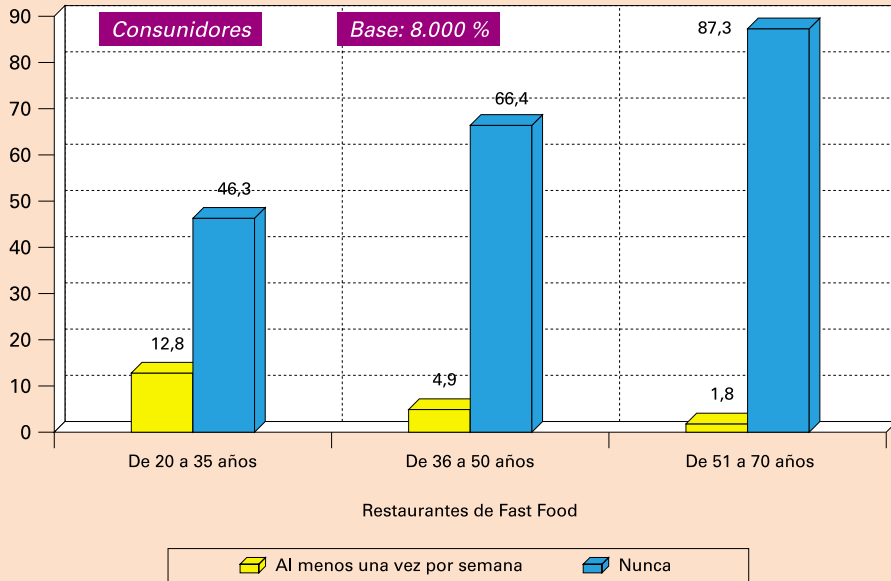
El sector de Hostelería-Restauración se ha gastado en el año 2004 en torno a 19.191 millones de euros. Lo que representa un incremento del 9,9% en moneda corriente y un 6% aproximadamente a precios constantes, con respecto al año anterior. Esta cifra se refiere a lo que se ha gastado el sector, pero el montante correspondientes a las ventas realizadas por el sector, se estima que ha sido del orden de 33.000 millones de euros, con un número de de 7.400 millones servicios, con un gasto medio de 4,5 euros por persona (NPD, III Jornadas internacionales de Restauración News).

Dentro de esta evolución positiva, son los comestibles los que han presentado una cifra más alta con un 11,4% de incremento con respecto a 2003, seguidos por las bebidas alcohólicas con un 10,7% de incremento. Los productos que han tenido menor aumento han sido las bebidas no alcohólicas

La distribución del gasto es del 52% para los comestibles, el 32% para bebidas alcohólicas, el 12% para bebidas no alcohólicas y un poco más del 4% para cafés e infusiones. Esta proporción es similar a la de años anteriores, tan sólo varían 1 punto de un grupo a otro.

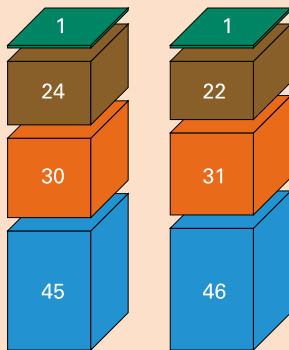


FRECUENCIA CON QUE SUELE COMER/CENAR EN ESTABLECIMIENTOS DE FAST FOOD SEGÚN EDAD



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2004

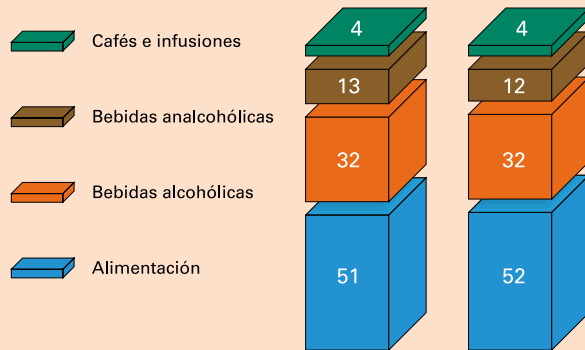
Consumo Porcentajes



2003

2004

Gasto Porcentajes



2003

2004

El valor de las compras de alimentos en Hostelería y Restauración aumenta en el período 2004/99 a razón de un 6,6% medio anual, debido tanto a un aumento del coste, como a un incremento de las cantidades compradas y al incremento del número de establecimientos en este período, que sigue aumentando en los últimos años. El mayor incremento se produce en los cafés e infusiones y en bebidas no alcohólicas. Igualmente se incrementa el consumo de bebidas alcohólicas y comestibles con cifras próximas a la media.

EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS DE ALIMENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (Total en millones de euros)

PRODUCTOS	Millones						2004/03	2004/99
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	%	% TVI
COMESTIBLES	7.351,62	7.408,78	7.801,18	8.512,86	8.929,12	9.944,09	11,4	6,2
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	4.471,15	5.008,74	5.130,74	5.165,31	5.552,60	6.148,72	10,7	6,6
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1.620,23	1.855,71	1.978,63	2.140,31	2.240,94	2.315,00	3,3	7,4
CAFÉS E INFUSIONES	530,33	593,33	636,53	666,58	734,11	782,73	6,6	8,1
TOTAL	13.973,34	14.866,56	15.547,08	16.485,06	17.456,76	19.190,54	9,9	6,6

Cantidades compradas

Este sector ha realizado compras por la cantidad de 9,02 millones de toneladas con un incremento del 4,1% respecto a 2003. En este sentido, destacan los aumentos de compras, ordenadas de mayor a menor:

- Pastas alimenticias (19,8%).
- Galletas/Bollería/Pastelería (14,4%).
- Platos preparados (13%).
- Aceites (11,3%).
- Frutas frescas (10,8%).
- Carnes (10,6%).
- Pan (10,3%).
- Hortalizas frescas (10%).

Los productos que han bajado sus compras han sido:

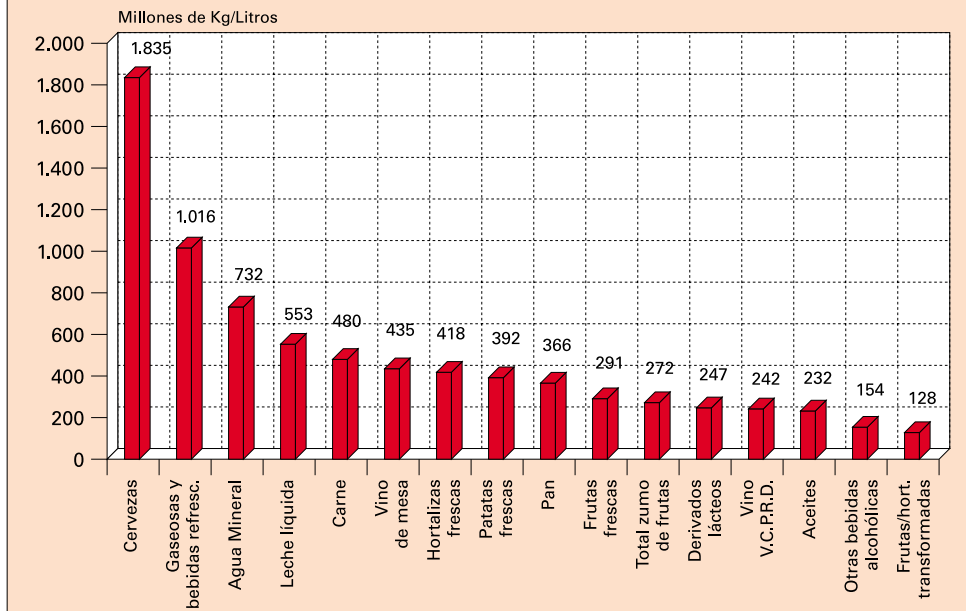
- Miel (-17,6%).
- Chocolates/cacaos/sucedáneos (-16,4%).

- Aceitunas (-9,7%).
- Agua mineral (-5,7%).
- Sidras, zumos y azúcar (-4,3%).

**EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA EN EL CONSUMO
DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**
Kilos/Litros/Docenas (Huevos)
(millones)

PRODUCTOS	Millones						2004/03 %	2004/99 % TVI
	1999	2000	2001	2002	2003	2004		
HUEVOS	173,5	163,5	150,7	145,6	155,40	169,23	8,9	-0,5
CARNE Y TRANSFORMADOS	424,3	423,8	410,7	415,1	433,8	479,8	10,6	2,5
PRODUCTOS DE PESCA	278,0	283,5	303,2	328,1	315,9	332,3	5,2	3,6
LECHE LÍQUIDA	503,0	528,5	534,9	566,2	571,6	553,1	-3,2	1,9
DERIVADOS LÁCTEOS	194,5	206,9	219,6	225,4	246,0	257,6	4,7	5,8
PAN	310,1	270,7	265,7	296,9	331,4	365,5	10,3	3,3
GALL., BOLL., Y PAST.	45,0	41,2	45,4	56,4	64,5	73,8	14,4	10,4
CHOC., CAC. Y SUC.	5,3	5,2	5,7	6,2	6,1	5,1	-16,4	-0,9
CAFÉ, SUCED., INFUSIONES	73,6	74,6	78,4	79,4	88,3	93,1	5,5	4,8
ARROZ	33,7	33,6	34,6	33,3	34,9	37,6	7,7	2,2
PASTAS ALIMENTICIAS	21,3	19,1	20,5	20,1	20,0	23,9	19,8	2,3
AZÚCAR	81,4	82,3	93,9	97,3	107,7	103,1	-4,3	4,8
MIEL	1,1	0,9	0,7	0,6	1,0	0,9	-17,6	-4,5
LEGUMBRES SEC.	26,4	24,7	33,3	29,4	27,7	27,4	-1,1	0,7
ACEITES	207,8	203,7	207,6	204,6	208,3	232,0	11,3	2,2
MARGARINA	4,8	4,2	4,5	4,4	7,1	7,1	-0,7	7,9
PATATAS	496,0	472,4	443,6	464,2	451,9	481,4	6,5	-0,6
HORTALIZAS FRESCAS	338,7	331,9	334,1	365,8	380,1	418,2	10,0	4,3
FRUTAS FRESCAS	234,5	250,2	240,9	256,3	262,2	290,6	10,8	4,4
ACEITUNAS	29,5	34,2	39,1	41,8	40,4	36,5	-9,7	4,3
FRUTOS SECOS	17,8	22,1	20,7	20,8	24,9	25,6	2,9	7,5
FRUTAS Y HORT. TRANS.	94,4	102,8	109,5	116,8	119,3	127,8	7,2	6,2
PLATOS PREPARADOS	11,2	12,6	15,8	14,1	18,5	20,9	13,0	13,3
VINOS	752,5	726,1	686,9	668,9	646,2	695,8	7,7	-1,6
CERVEZAS	1.683,6	1.678,6	1.653,9	1.637,6	1.729,8	1.834,5	6,1	1,7
SIDRA	60,5	61,8	65,0	64,7	58,8	56,3	-4,3	-1,4
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	127,1	149,2	158,7	136,1	151,4	153,7	1,5	3,9
ZUMOS	216,9	236,0	253,5	256,3	284,7	272,4	-4,3	4,7
AGUAS MINERALES	626,4	664,0	747,3	796,0	776,6	732,4	-5,7	3,2
GASEOSAS Y REFRESCOS	1.001,7	1.046,1	1.041,2	988,8	1.010,0	1.015,5	0,6	0,3
TOTAL	8.135,4	8.227,1	8.307,9	8.429,7	8.666,3	9.022,9	4,1	2,1

CANTIDAD COMPRADA POR LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2004

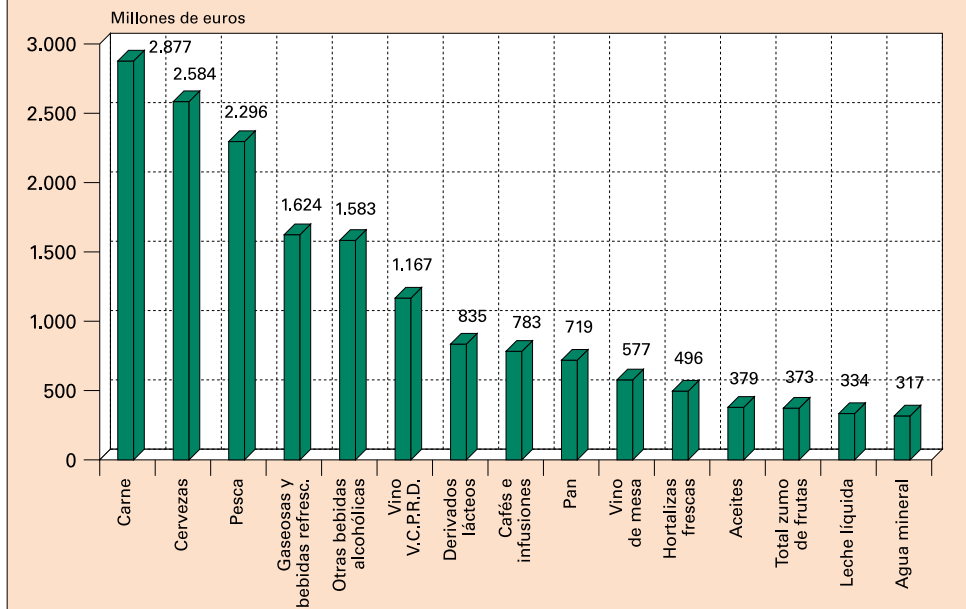


Los productos más consumidos en el año 2004 han sido en orden decreciente: Las cervezas, que tienen una cifra mayor, con 1.835 millones de litros, a continuación están las Gaseosas/Bebidas refrescantes, con 1.016 millones de litros, las aguas minerales, la leche líquida, la carne, los vinos de mesa, y, en séptimo lugar, aparecen las hortalizas frescas seguidas de las patatas frescas, el pan, los productos de la pesca etc. Este sector se distingue del de Hogares, porque el consumo más alto se presenta en bebidas, mientras en los hogares son para la leche, las frutas frescas, la carne y las hortalizas frescas.

Análogamente, cuando se ordenan los alimentos por el gasto realizado se observa que los dos productos en los que ha gastado más la Hostelería/Restauración han sido la carne con 2.877 millones de euros, cervezas con 2.584 millones y la pesca con 2.296 millones de euros; siguen la gaseosas/bebidas refrescantes, las bebidas de alta graduación, los vinos de calidad, etc.

- La proporción de consumo de carne ha sido, de mayor a menor: Pollo, cerdo, vacuno, ovino/caprino, y conejo. Así mismo, también destacan las carnes transformadas (especialmente jamón curado, chorizo y jamón de york).

GASTO REALIZADO POR LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2004



- Entre los pescados, destacan sardinas/boquerones, la merluza/pescadilla y el atún. En las conservas destaca el atún y el bonito. En mariscos, moluscos y crustáceos son algo más altos los congelados frente a los frescos, pero no con gran diferencia; los cocidos quedan a bastante distancia de los anteriores.
- La leche esterilizada tiene un peso importante en este sector. Los yogures, batidos y mantequilla alcanzan casi el 50% del grupo de los derivados lácteos. Con un peso menor, cabe destacar los quesos curados y semicurados, cada vez tienen mayor peso los helados y las tartas heladas que representa casi el 27% de los derivados lácteos.
- El café con un 57% del total consumido por los tres sectores y el azúcar con un 34%, son productos con un peso importante en Hostelería y Restauración.
- La estructura del consumo de aceite difiere del de Hogares, pues mientras en estos las compras de aceite de oliva y girasol han sido en este año el 70% y el 25% del total aceites respectivamente, en H/R, ha sido del 39% para el oliva y del 51% para el girasol.

- Respecto al consumo de hortalizas frescas destacan la proporción de patatas, en las que el consumo de H/R es el 25% de las compras realizadas por los tres sectores. Más importancia tiene en este sector las compras de patatas congeladas que llega a ser el 50% del consumo total de congeladas, teniendo los Hogares un 40% y las Instituciones el 10% restante. Destacan, con porcentaje importante, las hortalizas empleadas para condimento como ajos y cebollas, las ensaladas y champiñones/setas.
- Es muy bajo el consumo de fruta fresca en Hostelería y Restauración, el 7% del total de los tres sectores, a excepción de limones que representan el 39% del total y las naranjas con un 14%. En este sector tienen bastante importancia las compras de aceitunas y frutos secos, sobre todo de almendras y cacahuetes, por ser productos típicos de aperitivos y tapas en los bares/cafeterías.
- También, tienen importancia las compras de productos transformados sobre todo el tomate en todas sus versiones, pero resulta muy bajo el consumo de platos preparados.
- La proporción de consumo resulta de mayor cuantía para todo tipo de bebidas, en especial las alcohólicas. Más del 56% de las compras totales de vino son realizadas por la Hostelería, porcentaje que llega al 70% para vinos de calidad, al 57% para vinos de mesa y al 73,5% en las cervezas y otras bebidas alcohólicas y la sidra con el 79% cada una. Es también muy importante el consumo de zumos (75% del mosto), aguas minerales (26%) y gaseosas y refrescos (36%).

Evolución Trimestral del consumo y el gasto a lo largo del año 2004

En cuanto al consumo trimestral, ha sido el segundo y tercer trimestre los que han tenido un mayor consumo, al igual que en 2003. Así mismo, el máximo gasto se ha realizado en el tercer trimestre, seguido por el cuarto.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2004

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
GASTO (MILLONES DE €)	4.396,22	4.814,15	5.041,54	4.938,63	19.190,54
CANTIDAD (MILL. DE KG)	2.156,57	2.303,64	2.337,92	2.224,81	9.022,94
PRECIO (PTS./KG/L)	2,04	2,09	2,16	2,22	2,13

**HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. PORCENTAJE A LO LARGO
DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL
AÑO 2004**

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
GASTO	22,9	25,1	26,3	25,7	100,0
CANTIDAD	23,9	25,5	25,9	24,7	100,0
PRECIO *	-4,2	-1,7	1,4	4,4	-

* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual 2,01 euros/kg/l/d.

Hostelería/Restauración. Análisis por Regiones

Gasto de la Hostelería/Restauración por Regiones

De las 8 regiones estudiadas, la que tiene más número de establecimientos es la Noreste, para los tres tipos de establecimientos estudiados, aunque la región Centro-Sur la iguala en Bares/cafetería/otros y Andalucía le sigue muy de cerca.

Por otra parte, en el universo estudiado, Canarias, Noreste y Levante tienen mayor proporción de restaurantes en relación con el número total de establecimientos de cada región: 41,3%, 28% y 25% respectivamente y de hoteles son Noreste y Canarias. La menor proporción de hoteles se encuentra en Levante y Centro-Sur. Castilla-León sube la proporción de “bares y cafeterías”, siendo Canarias la que tiene menos proporción de estos establecimientos.

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

**% que representa cada Región dentro de cada tipo de establecimiento
Año 2004**

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías
NORESTE	50.362	26,7	27,7	18,5
LEVANTE	31.217	7,9	15,3	12,3
ANDALUCÍA	40.217	16,6	12,7	17,5
CENTRO-SUR	42.442	15,8	13,3	18,6
CASTILLA Y LEÓN	17.411	7,2	3,4	8,2
NOROESTE	27.518	11,2	8,4	12,1
NORTE	21.828	9,1	8,6	9,0
CANARIAS	12.811	5,6	10,4	3,8
TOTAL	243.806	100,00	100,00	100,00

**CENSO DE ESTABLECIMIENTOS
DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**
% de cada tipo de establecimiento sobre el total regional
Año 2004

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías	Total
NORESTE	50.362	4,1	28,0	68,0	100
LEVANTE	31.217	1,9	24,9	73,2	100
ANDALUCÍA	40.217	3,2	16,1	80,8	100
CENTRO-SUR	42.442	2,8	16,0	81,2	100
CASTILLA Y LEÓN	17.411	3,2	9,9	86,9	100
NOROESTE	27.518	3,1	15,5	81,4	100
NORTE	21.828	3,2	20,1	76,7	100
CANARIAS	12.811	3,3	41,3	55,4	100
TOTAL	243.806	3,1	21,5	75,5	100

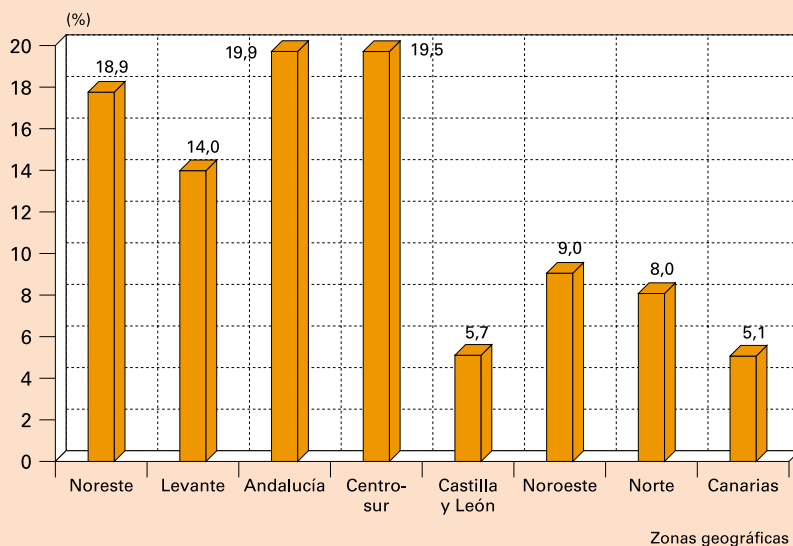
GASTO REALIZADO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN
AÑO 2004
Millones de euros

	Noreste	Levante	Andalucía	Centro-Sur	Castilla y León	Noroeste	Norte	Canarias
COMESTIBLES	2.012,65	1.691,85	2.018,36	1.890,59	487,39	681,68	608,05	553,54
BEBIDAS ALCOHÓL.	912,99	686,81	1.234,97	1.327,94	430,67	713,67	584,39	257,28
BEB. NO ALCOHÓL.	506,10	214,06	399,39	426,30	116,85	241,96	284,70	125,63
CAFÉS E INFUSIONES	193,92	95,83	157,00	103,42	51,03	96,02	52,54	32,97
TOTAL ALIMENTACIÓN	3.625,66	2.688,54	3.809,71	3.748,26	1.085,94	1.733,33	1.529,69	969,42

La distribución regional del gasto guarda cierta similitud con la distribución del censo de establecimientos, modificada por la diferente composición entre los tres tipos considerados, tamaño de los mismos y por las diferentes características del sector turístico (clase de clientes y duración de la temporada). Así, por ejemplo, es mayor la participación en el gasto en Andalucía, Centro-Sur y Noreste, que son las regiones que precisamente tienen mayor número de establecimientos. Sin embargo, al analizar las compras medias por establecimientos, se observa que las cifras más altas no se corresponden con las anteriores, así, por ejemplo, Canarias que realiza el gasto menor de todas las regiones con 969 millones de euros en total, pasa a ser la cuarta en importancia del gasto por establecimiento con casi 75.700 euros. Andalucía que es la que más gasto ha realizado con 3.810 millones de euros también ha tenido la mayor cifra de gasto/establecimiento con 94.700 euros.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2004

Porcentajes del valor de las compras de cada región con respecto al Total Nacional



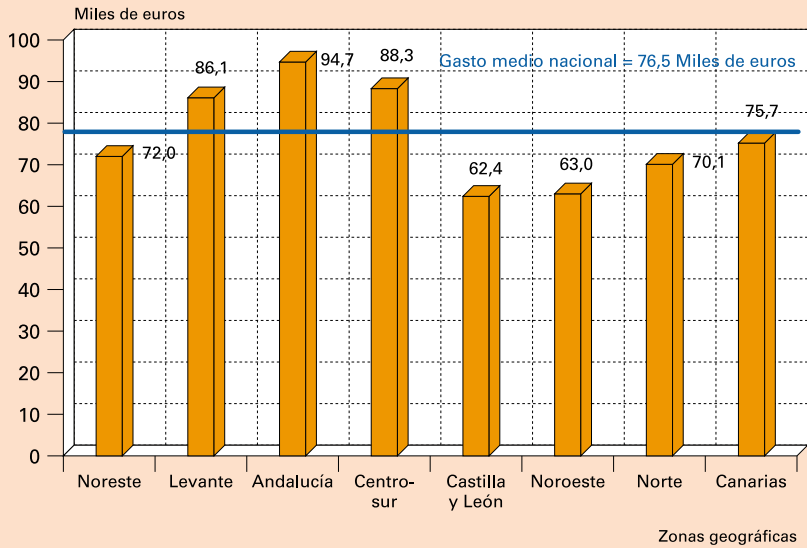
Al analizar la participación porcentual de cada uno de los grandes grupos analizados en cada región vemos que también se producen diferencias importantes que son indicativas de la diferente proporción de cada tipo de establecimiento, de su dimensión y de la duración de la temporada turística de cada región. Canarias es la segunda que más gasto (en % al gasto total de cada Zona geográfica) hace en comestibles y la tercera de las que menos dedica a bebidas alcohólicas y a café e infusiones. Levante es la región con un mayor gasto en comestibles y Noreste la tercera. Las regiones con mayores proporciones de gasto en bebidas alcohólicas son Noroeste (41,2%) y Castilla-León (39,7%). Norte y Noreste son las regiones que tienen una mayor proporción de gasto de bebidas no alcohólicas.

Consumo en Hostelería/Restauración por Regiones

Para estudiar comparativamente el consumo por regiones y establecer una medida que no esté influida por el tamaño de la región, por el mayor número de establecimientos y la clase de estos, se relaciona con el consumo en Hogares y se compara que región tiene más alto este índice, basado en el porcentaje

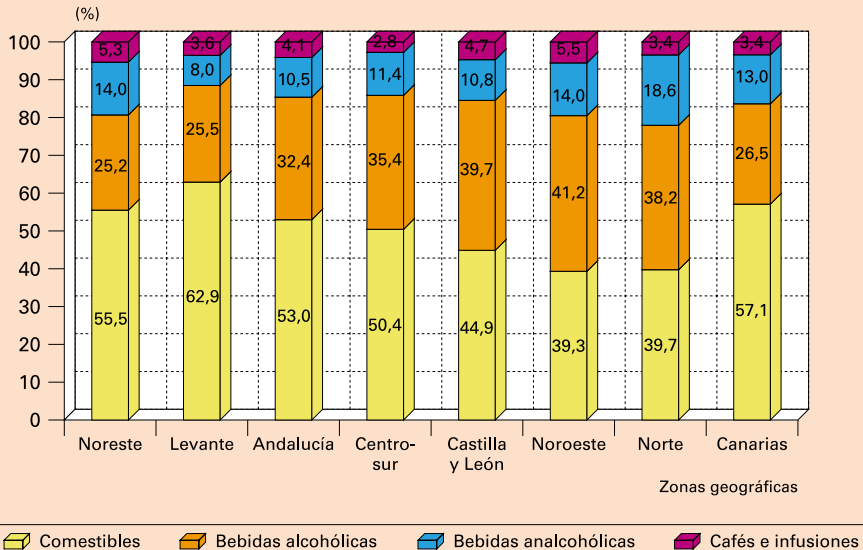
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2004

Gasto medio por establecimiento, según las regiones



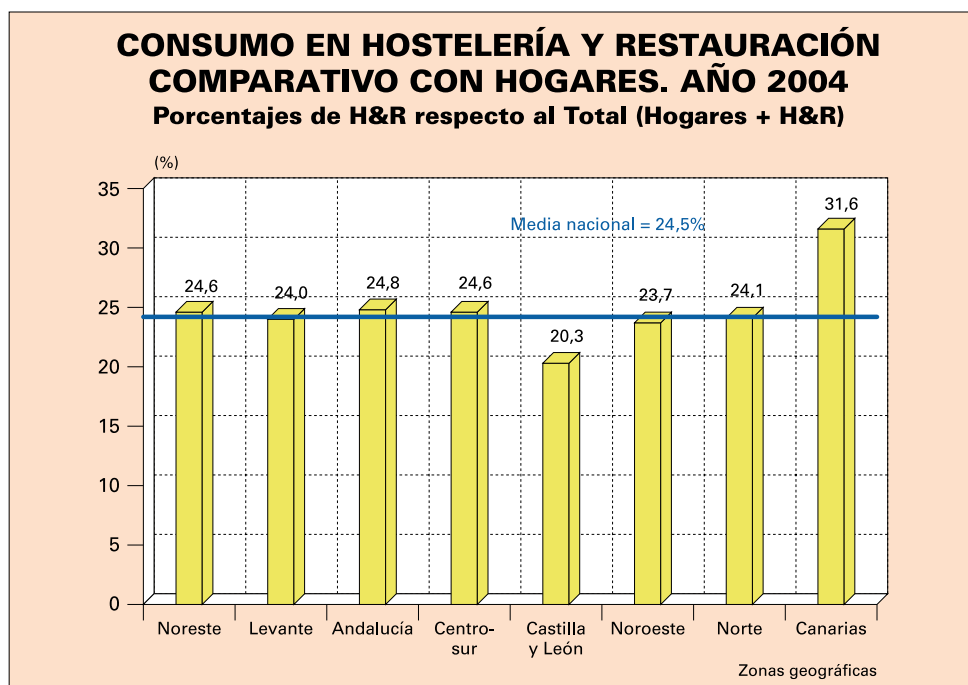
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2004

Porcentaje según tipo de producto. Diferenciado por regiones



IMPORTANCIA DEL CONSUMO DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN COMPARADO CON EL DE HOGARES. SEGÚN REGIONES 2004

	Consumo Hogares millones de t	Consumo Host.- Restaur. millones de t	Total Millones de t	Host.-Restaur. Total %
TOTAL ESPAÑA	27,8	9,0	36,9	24,5
NORESTE	5,9	1,9	7,9	24,6
LEVANTE	3,7	1,2	4,9	24,0
ANDALUCÍA	5,3	1,8	7,1	24,8
CENTRO-SUR	5,2	1,7	6,8	24,6
CASTILLA Y LEÓN	1,8	0,5	2,3	20,3
NOROESTE	2,6	0,8	3,4	23,7
NORTE	2,2	0,7	3,0	24,1
TOTAL CANARIAS	1,1	0,5	1,7	31,6

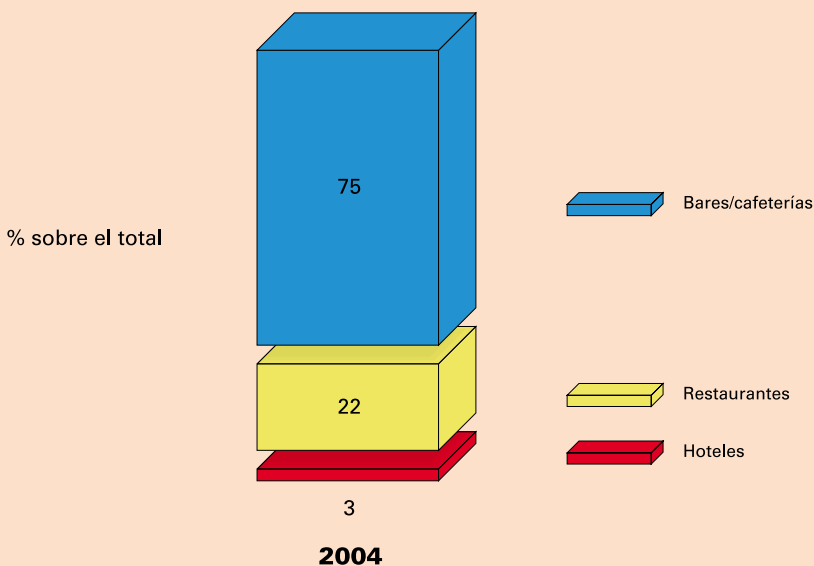


que representa las cantidades compradas por el sector Hotelero con respecto a la suma de ambos.

Se observa que la región con una importancia relativa más alta sigue siendo Canarias, seguida de Andalucía, Noreste y Centro-Sur . Este año sigue teniendo la cifra más baja Castilla y León, seguida de Noroeste.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Nº de establecimientos: 243.806



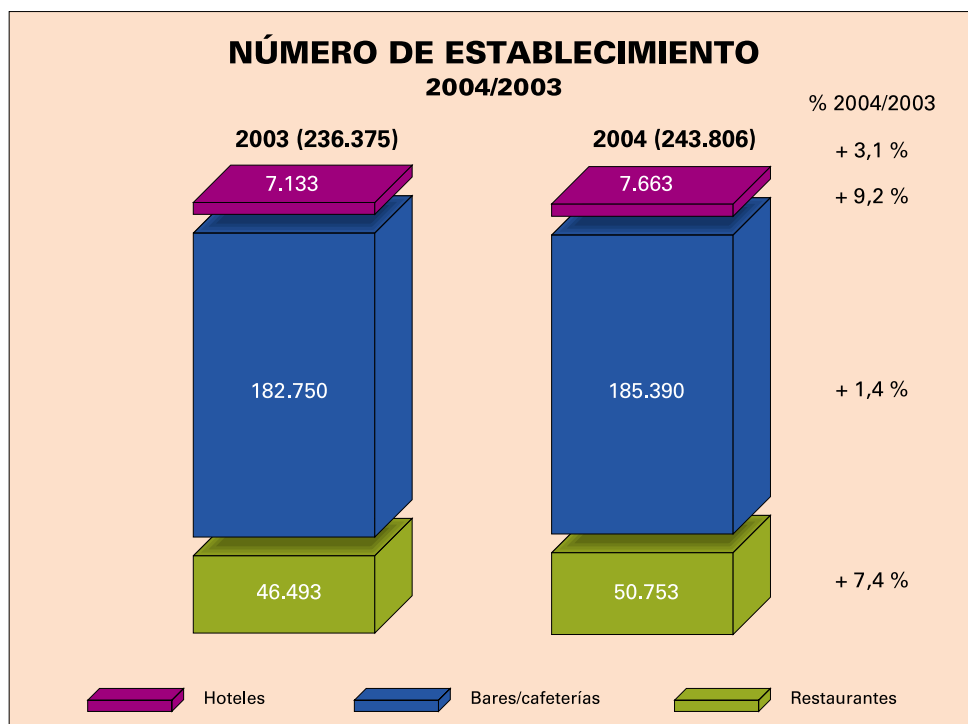
Hostelería/Restauración. Análisis por tipo de Establecimiento

Del universo de Hostelería-Restauración, los hoteles representan el 3% del total de establecimientos, el 22% son restaurantes, 3 puntos mayor que en 2003 y el 75% lo componen bares/cafeterías, establecimientos de Fast Food, de entrega a domicilio, pubs, etc.

La evolución del número de establecimientos en el último año ha sido positiva, con un incremento del 3,1%. La cifra más alta la han tenido los Hoteles con un 9,2% de aumento seguida por los Restaurantes con 7,4% y los que menos incremento han tenido han sido los Bares/Cafetería/otros (1,4%).

Estructura del consumo por tipo de establecimiento

El consumo según tipo de establecimiento es paralelo al número de establecimientos que hay de cada clase, donde más se consume es en los bares cuya proporción es el 62,8% del total de kgs/litros comprados por la H/R y dónde



menos en los hoteles cuyo proporción es el 6,6%, siendo la proporción comprada por los restaurantes de un 30,6%.

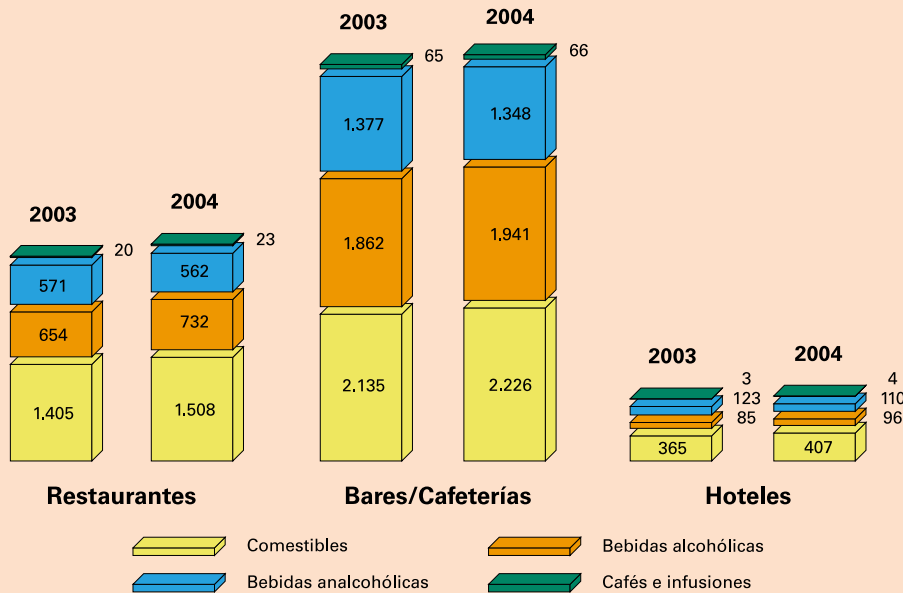
La estructura del consumo dentro de cada establecimiento varía según se trate de hoteles, restaurantes o bares. Así el peso de la alimentación dentro de la cantidad comprada total, tiene su mayor componente en los hoteles con un 66% en detrimento de las bebidas y el café que tiene las proporciones menores que en los otros dos tipos de establecimientos. Por el contrario, son los bares/cafeatería/etc. los que tienen mayor proporción de bebidas y cafés en perjuicio de los comestibles. Los restaurantes presentan las cifras intermedias entre los dos anteriores. Las secuencias encontradas para cada establecimiento son análogas a la de años anteriores, si bien las cifras en sí de los porcentajes cambian algo de unos años a otros.

Estructura del gasto según tipo de establecimientos

En hoteles y restaurantes tiene mucha más importancia el gasto en alimentación, el 73,7% y 62,6% respectivamente del valor total de la compra, en tanto que las bebidas alcohólicas representan el 15,3 y el 25,7% respectivamente, las

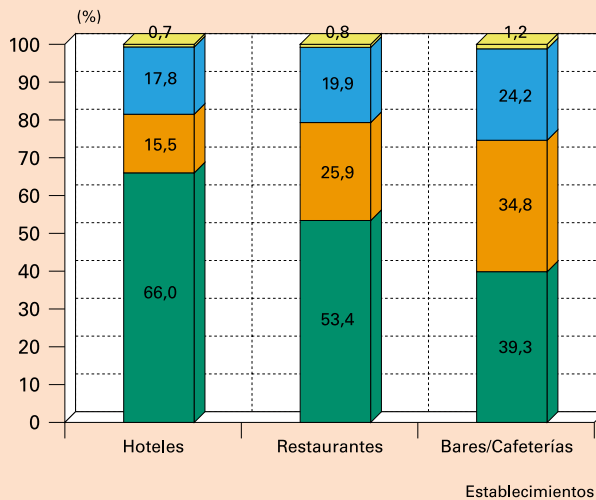
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. CONSUMO

Millones de Kilos/Litros. Año 2004



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2004

Distribución de las cantidades compradas



Comestibles Bebidas alcohólicas Bebidas analcohólicas Cafés e infusiones

analcohólicas el 8,1% y el 8,8% para ambos tipos de establecimientos. Los cafés e infusiones más del 2% en ambos casos. Son resultados parecidos a la estructura del consumo, sólo que aquí los porcentajes de la alimentación suben más por ser productos más caros en general que las bebidas.

ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2004

	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	73,7	62,6	43,0	51,8
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	15,3	25,7	37,6	32,0
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	8,1	8,8	14,4	12,1
CAFÉS E INFUSIONES	2,9	2,8	4,9	4,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

En los bares y cafeterías se mantienen prácticamente iguales las proporciones del año anterior, en alimentación se gastan un 43%, en las bebidas alcohólicas un 37,6%, en las no alcohólicas un 14,4%; por último, el café y las infusiones representan el 4,9% del gasto, este año ha aumentado la proporción de comestibles en los bares/cafetaría/etc. en casi 2 puntos, a costa de bajar la de las bebidas y cafés

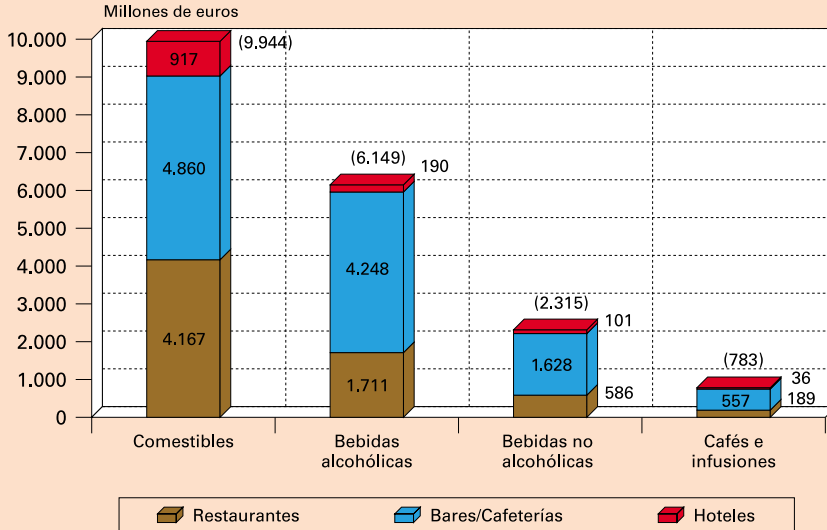
DISTRIBUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (%) SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO AÑO 2004

	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	9,2	41,9	48,9	100,0
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	3,1	27,8	69,1	100,0
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	4,4	25,3	70,3	100,0
CAFÉS E INFUSIONES	4,6	24,2	71,2	100,0
TOTAL	6,5	34,7	58,8	100,0

Los hoteles realizan el 6,5% del gasto total de la Hostelería-Restauración, los restaurantes el 34,7% y llegando al 58,8% los bares/cafeteterías. Estas proporciones al compararlas con las del año anterior, observamos un pequeño ascenso en Hoteles y Restaurantes de 0,4 puntos cada uno, mientras que los Bares/Cafetería/etc. tiene el descenso correspondiente de -0,8 puntos.

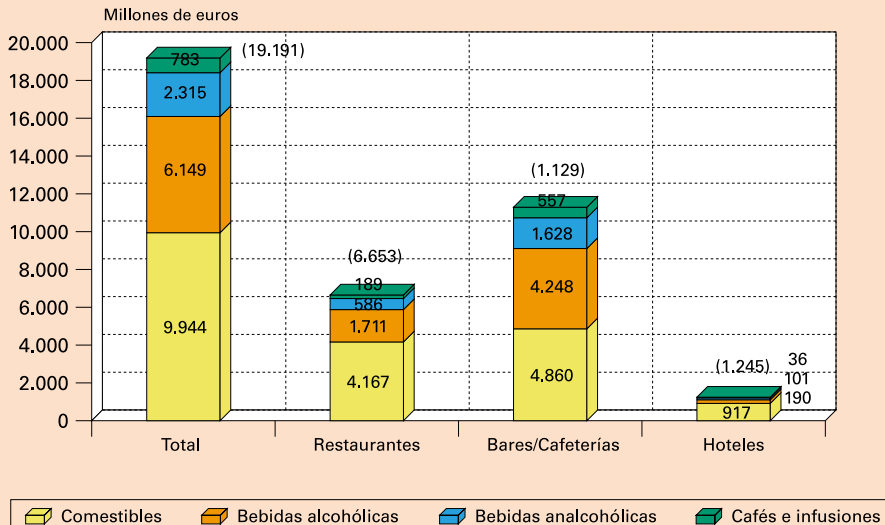
VALOR DE LAS COMPRAS DE COMESTIBLES Y BEBIDAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Año 2004



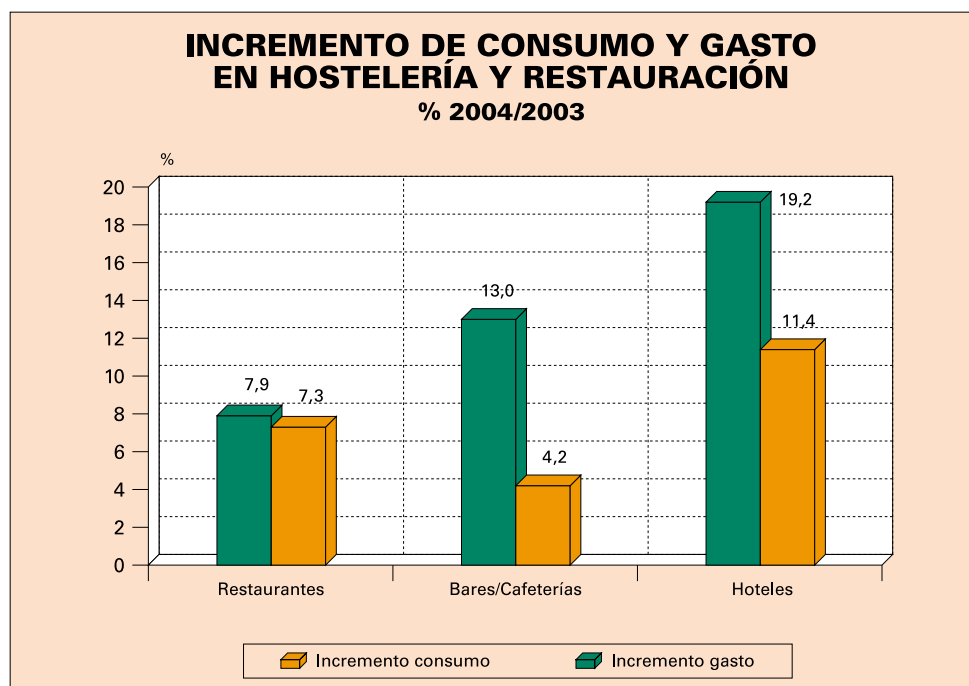
VALOR DE LAS COMPRAS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO

Año 2004



Evolución 2004/2003 según Tipo de Establecimiento

En los tres tipos de establecimientos analizados han aumentado tanto las compras como el gasto realizado en dichas compras, en parte debido al incremento observado en el número de establecimientos. Los que más han aumentado han sido los Hoteles tanto en el gasto como en el consumo. Le siguen los Bares/Cafetería/etc. en el gasto, sin embargo son los Restaurantes los que se encuentran en segundo lugar para el consumo. De la diferencia que existe entre la evolución del consumo y del gasto se puede deducir que los que han incrementado menos los precios de compra han sido los Restaurantes.



Se dan a continuación el gasto y el consumo medio en los cuatro trimestres de las principales rúbricas estudiadas.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN CONSUMO POR TRIMESTRES AÑO 2004

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
HUEVOS	493,83	528,39	535,11	473,47	2.030,81
CARNE	119,31	115,82	117,90	127,04	480,07
PESCA	74,13	84,62	91,15	82,42	332,32
LECHE LÍQUIDA	138,97	146,45	134,35	133,30	553,06
OTRAS LECHES	2,39	3,54	2,33	2,60	10,87
DERIVADOS LÁCTEOS	52,82	61,40	70,43	62,12	246,77
PAN	91,45	94,63	90,28	89,16	365,52
BOLL., PAST., GALL., CEREALES	18,38	19,30	18,75	17,42	73,85
CHOCOLATES/CACAO/SUCED.	1,44	1,24	1,16	1,26	5,11
CAFÉS E INFUSIONES	22,66	24,29	22,74	23,44	93,13
ARROZ	9,06	10,53	9,56	8,43	37,59
PASTAS ALIMENTICIAS	6,51	5,44	6,33	5,64	23,92
AZÚCAR	26,28	27,63	24,53	24,66	103,11
MIEL	0,30	0,19	0,15	0,22	0,86
LEGUMBRES	7,91	7,10	6,21	6,14	27,36
ACEITES	55,99	57,13	56,99	61,88	231,98
AC. OLIVA	23,06	22,13	21,58	24,71	91,47
GIRASOL	27,28	29,53	31,00	31,49	119,30
MARGARINA	1,71	1,96	2,12	1,30	7,09
PATATAS FRESCAS	98,18	99,20	103,82	90,57	391,77
PATATAS CONGELADAS	11,36	9,26	9,64	11,78	42,04
PATATAS PROCESADAS	2,98	2,04	2,41	2,09	9,52
HORTALIZAS FRESCAS	100,80	102,08	113,01	102,28	418,17
FRUTAS FRESCAS	66,44	73,27	77,58	73,31	290,61
ACEITUNAS	9,44	8,35	9,81	8,90	36,50
FRUTOS SECOS	6,37	6,29	5,92	6,99	25,58
FRUTAS/HORTAL. TRANSFORM.	31,33	34,10	30,89	31,48	127,80
PLATOS PREPARADOS	10,47	4,79	4,92	5,68	25,86
CALDOS	0,33	0,24	0,20	0,22	1,00
SALSAS	10,89	10,10	12,25	10,23	43,47
VINO V.C.P.R.D.	49,62	61,05	60,82	70,17	241,65
VINO DE MESA	105,06	109,06	117,67	103,01	434,80
ESPUMOSOS Y CAVAS	3,56	3,15	4,19	8,50	19,40
OTROS VINOS	3,25	2,21	2,84	3,03	11,33
CERVEZAS	428,99	470,66	490,18	444,68	1.834,51
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	35,52	39,31	39,69	39,17	153,70
SIDRA	15,22	13,75	11,95	15,36	56,29
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	67,12	69,57	68,39	67,33	272,40
ZUMO DE UVA/MOSTO	10,82	11,30	11,21	11,98	45,31
AGUA MINERAL	182,12	201,39	180,93	167,93	732,36
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	229,40	260,91	270,02	255,22	1.015,55
OTROS PROD. EN PESO	16,39	14,45	17,66	17,89	66,39
OTROS PROD. EN VOLUMEN	3,84	5,13	4,29	3,56	16,81
TOTAL ALIMENTACIÓN	2.161,54	2.303,64	2.337,92	2.225,07	9.028,17

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

GASTOS POR TRIMESTRES

AÑO 2004

Millones de Euros

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
HUEVOS	41,89	45,41	44,09	40,43	171,81
CARNE	692,19	695,57	717,48	771,68	2.876,91
PESCA	502,79	579,18	626,94	586,92	2.295,83
LECHE LÍQUIDA	83,80	86,19	82,10	82,10	334,19
OTRAS LECHES	5,89	8,29	5,95	6,20	26,33
DERIVADOS LÁCTEOS	175,00	217,47	234,44	208,17	835,07
PAN	163,26	181,45	198,31	175,59	718,61
BOLL., PAST., GALLE., CEREALES	77,66	83,62	78,64	74,25	314,17
CHOCOLATES, CACAO, SUC.	8,16	6,64	6,70	7,28	28,79
CAFÉS E INFUSIONES	191,31	205,44	187,44	198,55	782,73
ARROZ	8,63	9,85	9,16	8,07	35,70
PASTAS ALIMENTICIAS	6,43	5,42	6,51	6,18	24,55
AZÚCAR	39,20	42,86	44,90	38,29	165,25
MIEL	1,14	0,77	0,59	0,85	3,35
LEGUMBRES	11,42	9,35	7,61	8,06	36,45
ACEITES	89,90	91,13	94,69	103,12	378,83
AC. OLIVA	56,29	56,00	57,64	63,95	233,88
GIRASOL	27,38	29,64	31,65	32,53	121,19
MARGARINA	4,34	5,77	8,13	4,04	22,27
PATATAS FRESCAS	48,66	50,87	54,00	45,37	198,90
PATATAS CONGELADAS	10,89	8,94	10,00	11,31	41,14
PATATAS PROCESADAS	12,85	10,78	11,29	10,00	44,92
HORTALIZAS FRESCAS	123,35	121,72	129,91	120,80	495,77
FRUTAS FRESCAS	63,43	71,36	77,87	72,23	284,89
ACEITUNAS	23,69	21,57	24,59	23,98	93,83
FRUTOS SECOS	26,51	29,72	27,72	33,44	117,39
FRUTAS/HORTALIZAS TRANSF.	39,06	46,20	37,67	39,90	162,83
PLATOS PREPARADOS	15,60	14,39	14,86	17,16	62,01
CALDOS	0,74	0,70	0,52	0,72	2,68
SALSAS	23,17	23,18	28,63	24,23	99,21
VINO V.C.P.R.D.	211,41	275,90	313,05	366,98	1.167,33
VINO DE MESA	132,57	137,67	167,61	139,32	577,17
ESPUMOSOS Y CAVAS	16,77	16,20	21,46	46,52	100,95
OTROS VINOS	12,69	9,63	12,19	12,35	46,87
CERVEZAS	604,13	668,33	688,01	623,64	2.584,11
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	358,94	404,44	412,56	406,72	1.582,66
SIDRA	20,32	19,43	15,88	20,36	75,99
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	95,15	92,75	97,67	87,78	373,35
ZUMO DE UVA/MOSTO	12,39	12,25	12,00	11,90	48,54
AGUA MINERAL	74,05	84,65	82,06	76,52	317,29
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	360,20	408,55	440,58	415,03	1.624,36
OTROS PROD. EN PESO	15,96	18,77	16,22	21,45	72,40
OTROS PROD. EN VOLUMEN	3,10	3,96	3,52	3,05	13,63
TOTAL ALIMENTACIÓN	4.396,22	4.814,15	5.041,54	4.938,63	19.190,54

LA ALIMENTACIÓN EN INSTITUCIONES

La importancia relativa de cada colectivo se estima mediante el número de servicios principales, comidas y cenas. Es obvio que en algunos subsectores el consumo se extiende a desayunos, meriendas y otros refrigerios, aunque no se incluyen por su menor peso específico y no estar presentes en todos los colectivos considerados.

Se advierte, que las Fuerzas Armadas no participan en las encuestas y para corregir esta carencia se ha incrementado la parte proporcional que correspondería a su gasto y consumo. Debido a que a partir del año 2002 se ha quitado el Servicio Militar obligatorio, se estima que la parte proporcional correspondiente a este año se ha considerado valorado en un 8%.

Compras de alimentos

El valor de adquisición de los alimentos para abastecer Centros Institucionales en 2004 ha sido de 1.330,7 millones de euros (221.409,9 millones de pesetas). En el último año ha habido un ascenso respecto al año pasado de 7,9%.

EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS DE ALIMENTOS EN INSTITUCIONES (Total en millones de euros)

PRODUCTOS	Millones						2004/03	2004/99
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	%	% TVI
COMESTIBLES	951,2	1.007,8	1.072,5	1.170,8	1.151,6	1.234,1	7,2	5,3
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	35,7	35,1	25,2	23,7	24,8	28,7	15,5	-4,3
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	38,7	42,6	36,1	34,8	38,5	52,3	35,9	6,2
CAFÉS E INFUSIONES	25,1	22,2	21,6	18,6	18,0	15,6	-13,5	-9,1
TOTAL	1.050,6	1.107,6	1.155,4	1.247,9	1.232,9	1.330,7	7,9	4,8

La estructura del gasto dedicado a la compra de alimentos y bebidas en la restauración institucional tiene distinta proporción que en la restauración comercial. Sin embargo, se asemeja bastante a Hogares por la importancia de los comestibles aunque es un poco mayor en las Instituciones, que también se caracterizan por la pequeña participación que destinan a bebidas con y sin alcohol en contraposición al sector de Hostelería y Restauración en el que predomina el gasto en dichos productos.

La cantidad comprada de alimentos durante el año 2004 asciende a 914,34 millones de kilos/litros de alimentos y bebidas. Aumenta en un 1% con respecto al año 2003 y un 0,9% medio anual en el quinquenio 99-04.

Existen diferencias que caracterizan las compras de este sector en comestibles. Las más importantes son:

Entre las carnes hay que destacar una proporción grande del consumo de pollo, con un 31,1% del total carnes compradas por las instituciones, cuando sólo es del 26,0% y del 19,4% respectivamente en Hogares y Hostelería-Restauración.

Las compras de pescado congelado son bastante superiores a las de fresco, inversamente a lo que sucede en los otros sectores. En Instituciones el 68,4% del pescado comprado es congelado, mientras en Hogares y en Hostelería-Restauración representa el 18% y 29%, respectivamente. Dentro del congelado la mayor proporción corresponde a merluza/pescadilla.

En los derivados lácteos destaca la importancia de las compras de yogur, que en este sector representa el 62,8%, mientras sólo es el 10,4% en la H/R y el 32% en Hogares.

Las compras de aceite de oliva representa un 31% del total de aceites y el aceite de girasol experimenta un ascenso de 5 puntos a costa del de oliva, estando cifrado este año en el 63,8%, del total aceites gastados en Instituciones. Los “otros aceites”, se mantienen constantes con el 5,2%.

En frutas y hortalizas frescas el consumo es discreto, siendo su importancia relativa dentro de la cantidad comprada total similar al de Hogares y por tanto más alto que el que se encuentra en la Restauración Comercial. Entre los productos más comprados hay que destacar por orden de mayor a menor las manzanas, las fresas, las peras, las coles, las mandarinas, los limones, los pimientos, los melones, las sandías, las naranjas y los tomates.

Son relevantes las compras de arroz, legumbres secas, pastas alimenticias, patatas y frutas y hortalizas transformadas.

Es de señalar que en este sector los alimentos congelados tienen mayor peso con respecto al consumo de los tres sectores que el de los frescos.

Como es lógico en este tipo de establecimientos, el consumo de bebidas alcohólicas tiene poca importancia, tanto vino, cerveza, sidra como bebidas espirituosas.

En el capítulo de bebidas analcohólicas, tanto el consumo de agua mineral con la cifra más alta (37,5 millones de litros, que representan el 50,7% dentro del grupo) como el de zumos (19,1 millones de litros, 25,7% del total de analcohólicas) representan en proporciones relativas con respecto al total del grupo cifras mayores que las que se encuentran en el sector de Hogares y de la Hostelería Comercial. Sin embargo, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes (17,4 millones de litros, 23,5%) no alcanza la importancia relativa que tiene en los otros dos sectores.

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA EN EL CONSUMO DE INSTITUCIONES

Kilos/Litros/Unidades (Huevos)

PRODUCTOS	Millones						2004/03 %	2004/99 % TVI
	1999	2000	2001	2002	2003	2004		
HUEVOS	305,16	312,51	288,02	266,25	329,18	323,95	-1,6	1,2
CARNES Y TRANSFORMADOS	82,21	82,39	89,76	93,53	92,91	90,87	-2,2	2,0
PRODUCTOS DE PESCA	40,24	38,31	38,12	35,96	32,70	37,30	14,1	-1,5
LECHE LÍQUIDA	106,00	112,84	102,16	98,34	89,59	95,31	6,4	-2,1
DERIVADOS LÁCTEOS	47,88	52,03	48,70	46,15	48,93	57,83	18,2	3,9
PAN	55,15	50,63	40,63	40,01	44,96	44,98	0,0	-4,0
GALL., BOLL., PASTERERÍA	11,69	12,95	13,82	11,56	12,06	9,90	-17,9	-3,3
CHOC., CACAO Y SUCEDÁNEOS	1,21	1,41	1,17	1,43	1,26	1,68	32,6	6,8
CAFÉ Y SUCED., INFUSIONES	3,89	2,77	2,89	2,21	2,44	1,99	-18,3	-12,6
ARROZ	12,91	10,94	9,86	9,95	10,29	10,33	0,4	-4,4
PASTAS ALIMENTICIAS	7,73	7,93	9,22	10,43	10,37	10,90	5,2	7,1
AZÚCAR	7,26	7,78	6,32	5,39	4,92	4,73	-3,8	-8,2
LEGUMBRES SEC.	11,72	12,03	11,11	11,30	13,17	12,38	-6,0	1,1
ACEITES	27,99	30,20	26,87	28,17	27,81	29,19	5,0	0,8
MARGARINA	2,03	1,60	1,22	0,78	0,84	0,92	9,0	-14,7
PATATAS	92,85	96,65	121,61	114,92	108,23	100,19	-7,4	1,5
HORTALIZAS FRESCAS	73,26	74,76	80,67	80,46	84,36	87,24	3,4	3,6
FRUTAS FRESCAS	90,70	92,56	114,54	115,30	115,87	110,38	-4,7	4,0
ACEITUNAS	1,33	1,82	1,29	2,25	1,32	1,29	-2,3	-0,6
FRUTOS SECOS	0,95	0,30	0,37	0,38	0,32	0,35	10,5	-18,1
FRUTAS Y HORT. TRANSFORM.	39,46	39,04	46,49	46,13	54,74	52,49	-4,1	5,9
PLATOS PREPARADOS	8,64	10,47	16,88	21,44	24,79	29,59	19,3	27,9
VINOS	12,80	8,95	7,68	6,91	7,84	7,28	-7,1	-10,7
CERVEZAS	14,21	12,22	6,72	7,61	4,94	6,80	37,7	-13,7
SIDRA	0,16	0,18	0,18	0,14	0,25	0,26	7,6	10,7
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,72	1,01	0,42	0,39	0,52	0,46	-10,8	-8,5
ZUMOS	18,59	22,29	20,02	19,97	19,38	19,05	-1,7	0,5
AGUAS MINERALES	54,38	54,54	37,04	29,71	37,71	37,54	-0,5	-7,1
GASEOSAS Y REFRESCANTES	14,77	14,92	14,93	14,40	16,42	17,41	6,1	3,4
TOTAL	873,66	890,13	910,71	887,33	905,42	914,34	1,0	0,9

Al estudiar la evolución con respecto al año 2003, se observa que hay productos con cifras de variación muy elevadas. Esto se debe en parte a que al ser el consumo tan bajo de estos productos cuando se producen pequeñas oscilaciones, más o menos coyunturales, se producen variaciones en el consumo muy grandes, provocando tanto descensos, como ascensos muy altos. Si se comparan las variaciones encontradas este año con las del 2003/2002 se observa que los productos que este año han tenido grandes incrementos son los que tuvieron grandes descensos en el período anterior y viceversa.

La evolución de las compras en el último quinquenio ha sido de 0,9% de incremento medio anual, para el total alimentación. Destacan, por haber tenido mayores aumentos, los platos preparados con un 27,9% medio anual (se mantienen los primeros del ranking por tercer año consecutivo), seguidos por la sidra 10,7%, las pastas alimenticias (7,1%), el chocolate (6,8%), y las frutas y hortalizas transformadas (5,9%).

Evolución del consumo trimestral a lo largo del año 2004

Al estudiar el consumo de los cuatro trimestres en las Instituciones se observa que el cuarto trimestre es en el que se realiza mayor consumo en cantidad, siendo del orden del 28,1 % del total anual, le sigue en importancia el primer trimestre con el 27,2%, y el que menos peso tiene es el tercero con un 18,5%, resultado lógico y repetitivo a través de todos los años analizados, pues es en el período vacacional en el que no funcionan los colegios y disminuyen considerablemente los servicios en los comedores de empresas.

En cuanto al gasto también es el cuarto trimestre el que tiene mayor gasto con un 28,3% del total y el tercer trimestre el menor 18,5%, siendo el primer y el segundo trimestre iguales con un 26,8% del total anual.

INSTITUCIONES. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2004

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
GASTO (MILL. DE EUROS)	356,95	356,17	241,01	376,54	1.330,67
CANTIDAD (MILL. KG/L)	248,45	239,84	169,14	256,91	914,34
PRECIO (EURO/KG/L)	1,44	1,49	1,42	1,47	1,46

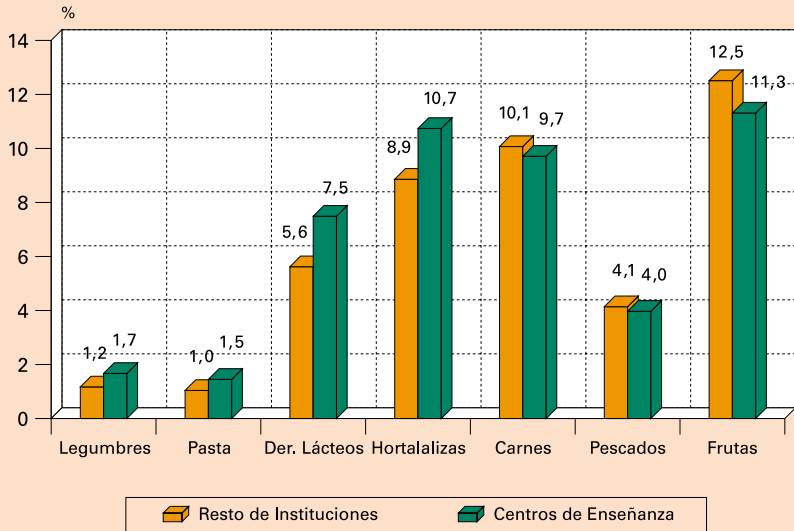
INSTITUCIONES. PORCENTAJE A LO LARGO DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL AÑO 2004

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2004
GASTO (% del total anual)	26,8	26,8	18,1	28,3	100,0
CANTIDAD (% del total anual)	27,2	26,2	18,5	28,1	100,0
PRECIO (Euro/kg/l) *	-1,3	2,0	-2,1	0,7	-

* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual de 1,46 euros/kg/l.

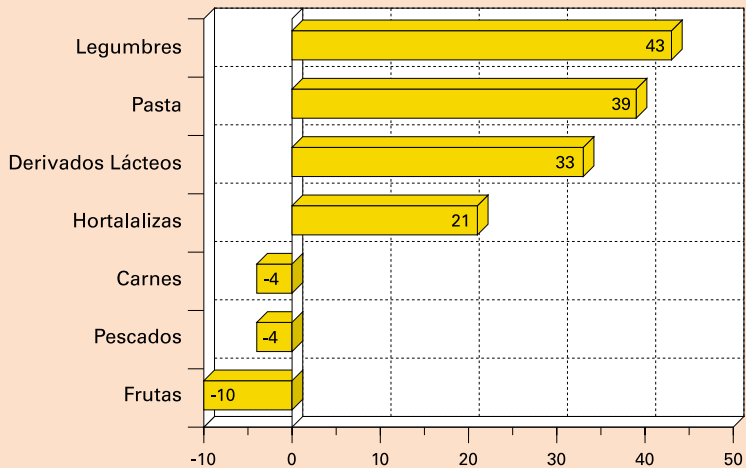
CONSUMO EN CENTROS DE ENSEÑANZA VS. RESTO INSTITUCIONES

Porcentaje de la cantidad comprada de cada grupo respecto al total



CONSUMO EN CENTROS DE ENSEÑANZA VS. RESTO DE INSTITUCIONES

% Centros enseñanza / Resto Instituciones



Este año como novedad en el estudio del sector de Instituciones, disponemos de los datos del consumo en los Centros de Enseñanza individualizados. Si se estudia la estructura de las compras de los principales grupos de alimentos con respecto a la alimentación total, en los Centros de Enseñanza por un lado y en el Resto de Instituciones (Total Instituciones- Centros de enseñanza) por otros, se observa, que en los Centros de Enseñanza se consume algo menos de carne (-4%), de pescado (-4%) y de frutas (-10%), sin embargo, compran más proporción de derivados lácteos, legumbres, hortalizas y pasta.

Se dan a continuación el consumo y gasto medio en los cuatro trimestres de las principales rúbricas estudiadas.

También se dan a continuación la serie completa de los cuatro trimestres de los Centros de Enseñanza.

INSTITUCIONES CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2004

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	1er Trim. 04	2º Trim. 04	3er Trim. 04	4º Trim. 04	Año 2004
HUEVOS	91,81	86,91	56,93	88,30	323,95
CARNE	26,93	20,99	16,30	26,65	90,87
PESCA	9,65	9,38	6,63	11,65	37,30
LECHE LÍQUIDA	21,59	23,60	22,95	27,17	95,31
OTRAS LECHES	0,06	0,03	0,08	0,06	0,24
DERIVADOS LÁCTEOS	16,22	15,81	8,94	16,63	57,59
PAN	12,78	13,53	6,76	11,91	44,98
BOLL., PAST., GALL., CEREALES	2,32	2,53	2,15	2,90	9,90
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,43	0,64	0,30	0,31	1,68
CAFÉS E INFUSIONES	0,53	0,50	0,50	0,45	1,99
ARROZ	3,27	2,33	1,78	2,96	10,33
PASTAS ALIMENTICIAS	3,44	2,83	1,65	2,97	10,90
AZÚCAR	1,26	1,19	1,11	1,18	4,73
MIEL	0,03	0,02	0,02	0,02	0,09
LEGUMBRES SECAS	3,64	2,73	1,99	4,03	12,38
ACEITES	8,37	7,72	5,19	7,90	29,19
AC. OLIVA	2,49	2,28	1,79	2,48	9,04
GIRASOL	5,41	5,03	3,12	5,06	18,62
MARGARINA	0,21	0,23	0,23	0,24	0,92
PATATAS FRESCAS	22,13	18,38	15,31	26,02	81,83
PATATAS CONGELADAS	2,31	3,02	1,42	1,95	8,70
PATATAS PROCESADAS	0,61	0,44	0,39	0,49	1,93
HORTALIZAS FRESCAS	21,76	24,23	15,83	25,43	87,24
FRUTAS FRESCAS	30,88	29,90	21,11	28,49	110,38
ACEITUNAS	0,31	0,27	0,32	0,38	1,29
FRUTOS SECOS	0,07	0,16	0,04	0,08	0,35
FRUTAS/HORTALIZAS TRANSF.	15,25	13,95	9,48	13,80	52,49
PLATOS PREPARADOS	8,58	9,59	4,06	7,36	29,59
CALDOS	0,20	0,15	0,11	0,16	0,62
SALSAS	0,52	0,48	0,30	0,40	1,70
VINO V.C.P.R.D.	0,23	0,35	0,23	0,41	1,22
VINO DE MESA	1,58	1,58	1,14	1,32	5,62
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,09	0,19	0,04	0,11	0,42
OTROS VINOS	0,00	0,00	0,00	0,01	0,02
CERVEZAS	1,94	1,53	1,72	1,61	6,80
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	0,11	0,17	0,07	0,11	0,46
SIDRA	0,05	0,06	0,02	0,13	0,26
TOTA ZUMO DE FRUTAS	5,19	4,37	4,42	5,06	19,05
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,46	0,27	0,63	0,54	1,90
AGUA MINERAL	10,78	10,19	5,38	11,19	37,54
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	3,62	6,23	3,70	3,87	17,41
OTROS PROD. EN PESO	2,66	2,56	1,87	2,64	9,73
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,54	0,63	0,41	1,26	2,84
TOTAL ALIMENTACIÓN	248,45	239,84	169,14	256,91	914,34

INSTITUCIONES
GASTO POR TRIMESTRES
AÑO 2004
Millones de euros

	1er Trim. 04	2º Trim. 04	3er Trim. 04	4º Trim. 04	Año 2004
HUEVOS	7,33	6,87	4,25	6,44	24,89
CARNE	91,71	72,32	56,41	99,42	319,86
PESCA	43,54	42,03	29,18	53,80	168,55
LECHE LÍQUIDA	12,60	14,15	12,47	14,33	53,55
OTRAS LECHES	0,17	0,10	0,19	0,17	0,63
DERIVADOS LÁCTEOS	25,19	29,13	16,47	25,58	96,37
PAN	20,55	20,27	13,83	20,73	75,37
BOLL., PAST., GALLET., CEREALES	8,92	9,10	7,03	11,67	36,73
CHOCOLATES, CACAO, SUC.	1,64	3,16	1,29	1,54	7,63
CAFÉS E INFUSIONES	4,10	4,10	3,91	3,44	15,55
ARROZ	2,87	2,22	1,50	2,59	9,18
PASTAS ALIMENTICIAS	2,89	3,17	1,27	2,31	9,64
AZÚCAR	1,76	1,53	1,34	1,59	6,21
MIEL	0,11	0,08	0,08	0,10	0,38
LEGUMBRES	3,99	3,38	2,05	4,26	13,68
ACEITES	11,01	10,86	7,32	11,26	40,46
AC. OLIVA	6,06	5,76	4,38	6,61	22,82
GIRASOL	4,51	4,72	2,68	4,32	16,23
MARGARINA	0,64	0,55	0,50	0,57	2,26
PATATAS FRESCAS	9,26	9,38	6,21	8,89	33,74
PATATAS CONGELADAS	1,93	3,24	1,17	1,78	8,13
PATATAS PROCESADAS	1,45	2,07	0,93	1,28	5,74
HORTALIZAS FRESCAS	20,58	22,65	13,72	23,56	80,51
FRUTAS FRESCAS	24,91	25,79	19,44	25,20	95,34
ACEITUNAS	0,65	0,64	0,58	0,70	2,58
FRUTOS SECOS	0,37	0,95	0,26	0,45	2,04
FRUTAS/HORTALIZAS TRANSF.	14,19	15,05	9,14	14,18	52,57
PLATOS PREPARADOS	21,67	22,14	10,07	19,60	73,47
CALDOS	0,73	0,65	0,39	0,60	2,36
SALSAS	1,22	1,02	0,60	0,92	3,76
VINO V.C.P.R.D.	0,87	1,22	0,70	1,43	4,21
VINO DE MESA	1,68	2,05	1,11	1,41	6,25
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,34	1,07	0,18	0,49	2,08
OTROS VINOS	0,01	0,02	0,01	0,03	0,08
CERVEZAS	2,50	2,25	1,78	1,83	8,36
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	1,14	1,88	0,74	1,17	4,93
SIDRA	0,05	0,06	0,03	0,21	0,35
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	4,88	3,63	5,27	3,47	17,25
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,41	0,18	0,37	0,37	1,33
AGUA MINERAL	2,69	4,66	2,61	2,53	12,50
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	4,53	9,01	4,93	4,11	22,57
OTROS PROD. EN PESO	1,99	2,56	1,80	2,16	8,51
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,28	1,13	0,24	0,74	2,38
TOTAL ALIMENTACIÓN	356,95	356,17	241,01	376,54	1.330,67

CENTRO DE ENSEÑANZA CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2004

Millones de Kg/Litros/Unidades

	1er Trim. 04	2º Trim. 04	3er Trim. 04	4º Trim. 04	Año 2004
HUEVOS	42,35	39,16	13,70	46,61	141,82
CARNE	12,35	6,71	3,48	12,31	34,85
PESCA	4,04	3,87	1,31	5,01	14,23
LECHE LÍQUIDA	5,82	5,06	2,38	5,63	18,89
OTRAS LECHES	0,04	0,01	0,04	0,03	0,12
DERIVADOS LÁCTEOS	8,19	7,91	2,01	8,77	26,88
PAN	5,78	4,97	0,83	5,61	17,20
BOLL., PAST., GALL., CEREAL.	0,82	0,92	0,33	0,92	2,99
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,19	0,46	0,12	0,17	0,94
CAFÉS E INFUSIONES	0,19	0,19	0,10	0,12	0,60
ARROZ	1,78	1,10	0,54	1,55	4,97
PASTAS ALIMENTICIAS	1,83	1,39	0,38	1,60	5,21
AZÚCAR	0,46	0,28	0,16	0,31	1,21
MIEL	0,02	0,01	0,01	0,01	0,04
LEGUMBRES	1,92	1,31	0,56	2,22	6,00
ACEITES	3,93	3,88	1,27	3,67	12,75
AC. OLIVA	1,05	0,98	0,38	1,07	3,48
GIRASOL	2,68	2,75	0,85	2,50	8,78
MARGARINA	0,04	0,03	0,02	0,05	0,15
PATATAS FRESCAS	10,00	7,42	3,55	10,29	31,26
PATATAS CONGELADAS	1,56	2,00	0,44	1,30	5,30
PATATAS PROCESADAS	0,30	0,22	0,09	0,26	0,87
HORTALIZAS FRESCAS	10,40	11,60	3,64	12,90	38,54
FRUTAS FRESCAS	12,43	11,87	3,85	11,85	39,99
ACEITUNAS	0,14	0,08	0,07	0,15	0,44
FRUTOS SECOS	0,04	0,11	0,02	0,04	0,20
FRUTAS/HORTALIZAS TRANSF.	7,15	7,76	2,37	6,10	23,39
PLATOS PREPARADOS	4,79	5,81	1,13	4,33	16,05
CALDOS	0,09	0,05	0,01	0,06	0,22
SALSAS	0,36	0,32	0,10	0,26	1,04
VINO V.C.P.R.D.	0,13	0,17	0,10	0,30	0,70
VINO DE MESA	0,59	0,56	0,21	0,47	1,83
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,03	0,16	0,01	0,04	0,24
OTROS VINOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
CERVEZAS	1,07	0,90	0,81	1,11	3,89
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,08	0,12	0,03	0,06	0,28
SIDRA	0,01	0,02	0,00	0,03	0,05
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	1,72	1,10	0,85	1,72	5,39
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,37	0,16	0,42	0,45	1,39
AGUA MINERAL	5,98	5,32	1,36	6,26	18,92
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	1,92	3,99	1,35	2,19	9,46
OTROS PROD. EN PESO	1,11	1,23	0,37	1,08	3,79
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,21	0,27	0,08	0,18	0,74
TOTAL ALIMENTACIÓN	111,38	102,55	35,19	113,03	362,14

CENTRO DE ENSEÑANZA GASTO POR TRIMESTRES

AÑO 2004

Millones de euros

	1er Trim. 04	2º Trim. 04	3er Trim. 04	4º Trim. 04	Año 2004
HUEVOS	3,08	2,85	0,90	3,19	10,01
CARNE	43,49	24,56	12,77	44,09	124,91
PESCA	17,23	16,50	5,36	19,45	58,54
LECHE LÍQUIDA	3,30	3,47	1,32	3,08	11,16
OTRAS LECHES	0,10	0,02	0,08	0,09	0,29
DERIVADOS LÁCTEOS	12,54	16,30	4,38	12,76	45,97
PAN	9,79	7,28	1,79	9,56	28,42
BOLL., PAST., GALL., CEREAL.	3,33	3,70	1,26	3,56	11,85
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,85	2,45	0,56	0,89	4,75
CAFÉS E INFUSIONES	1,25	1,57	0,61	0,89	4,32
ARROZ	1,69	1,26	0,51	1,47	4,95
PASTAS ALIMENTICIAS	1,67	2,03	0,30	1,24	5,24
AZÚCAR	0,51	0,38	0,17	0,36	1,41
MIEL	0,07	0,02	0,02	0,06	0,17
LEGUMBRES	2,07	1,89	0,57	2,37	6,91
ACEITES	5,13	5,57	1,74	5,24	17,67
AC. OLIVA	2,62	2,62	0,97	2,95	9,16
GIRASOL	2,33	2,83	0,73	2,20	8,10
MARGARINA	0,14	0,08	0,04	0,09	0,35
PATATAS FRESCAS	4,47	4,07	1,45	3,90	13,88
PATATAS CONGELADAS	1,36	2,46	0,37	1,23	5,42
PATATAS PROCESADAS	0,84	1,43	0,34	0,80	3,41
HORTALIZAS FRESCAS	10,09	11,20	3,27	12,24	36,80
FRUTAS FRESCAS	9,79	10,04	3,53	10,25	33,60
ACEITUNAS	0,31	0,29	0,13	0,34	1,07
FRUTOS SECOS	0,20	0,68	0,12	0,27	1,26
FRUTAS/HORTALIZAS TRANSF.	5,65	8,18	1,81	5,54	21,18
PLATOS PREPARADOS	13,27	13,22	2,99	11,38	40,86
CALDOS	0,34	0,26	0,06	0,23	0,88
SALSAS	0,88	0,69	0,19	0,60	2,37
VINO V.C.P.R.D.	0,44	0,55	0,25	0,90	2,14
VINO DE MESA	0,69	1,00	0,21	0,56	2,47
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,20	0,95	0,04	0,20	1,39
OTROS VINOS	0,00	0,01	0,00	0,01	0,03
CERVEZAS	1,28	1,37	0,73	1,16	4,54
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,84	1,34	0,35	0,69	3,22
SIDRA	0,01	0,02	0,00	0,04	0,07
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	1,92	0,90	0,58	1,16	4,56
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,27	0,10	0,25	0,32	0,94
AGUA MINERAL	1,33	3,28	0,70	1,28	6,59
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	2,23	6,17	1,81	2,25	12,47
OTROS PROD. EN PESO	0,83	1,45	0,40	0,82	3,50
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,12	0,53	0,05	0,13	0,83
TOTAL ALIMENTACIÓN	163,34	160,01	51,77	164,36	539,49