

# **Caracterización de la presencia y posicionamiento de los productos ecológicos en los libreservicios de distribución organizada de más de 100 m2**

**Evolución del mercado de Productos Ecológicos**  
(Evolución de las categorías en los establecimientos en régimen de libreservicio >100 m2)

**Información cerrada a Junio de 2012**



**Madrid, 2012**



**MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

NIPO: 280-12-077-O

**Coordinación:**

Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica

**Colaboradores:**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

**Productos ecológicos**

# Índice de la presentación

	Diapositiva
<b>Ficha metodológica</b>	<b>4</b>
<b>Datos generales del estudio</b>	<b>9</b>
<b>Información por categoría</b>	<b>23</b>
<b>Vino elaborado a partir de uva ecológica</b>	<b>24</b>
<b>Yogur y leches fermentadas ecológicos</b>	<b>32</b>
<b>Aceite de oliva virgen + virgen extra ecológico</b>	<b>40</b>
<b>Alimentación infantil ecológica</b>	<b>46</b>
<b>Caldo ecológico</b>	<b>54</b>
<b>Conservas vegetales ecológicas</b>	<b>60</b>
<b>Huevo ecológico</b>	<b>68</b>
<b>Leche ecológica</b>	<b>74</b>
<b>Mantequilla ecológica</b>	<b>82</b>
<b>Mermelada ecológica</b>	<b>92</b>
<b>Pan envasado ecológico</b>	<b>94</b>
<b>Pasta alimenticia ecológica</b>	<b>102</b>
<b>Postres lácteos ecológicos</b>	<b>108</b>
<b>Queso ecológico</b>	<b>116</b>



# Ficha Metodológica

## Objetivo del estudio

- Este estudio pretende analizar cómo es el mercado del segmento ecológico de una selección de categorías de alimentación y bebidas.
- Variables como la evolución en ventas, el peso sobre el total categoría, el posicionamiento en precio o los niveles de distribución alcanzados son algunas de las variables que se analizan con el fin de poder tener una visión actualizada de cómo es cada uno de estos mercados.

### Nota.

Las denominaciones de categorías de productos que aparecen en el presente documento puede que no siempre coincidan con las denominaciones de categorías comerciales presentadas en las normas de calidad ya que se han utilizado aquellas denominaciones reconocidas por la distribución y por los consumidores.

# Ficha Metodológica

## Ámbito del estudio

- La cobertura del presente estudio se centra en los establecimientos en el territorio nacional que trabajan en régimen de libreservicio y que cuentan con una superficie comercial superior a los 100 m2.
- Se distinguen cuatro formatos comerciales en función del tamaño de la superficie de venta:
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 100 y los 399 m2.
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 400 y los 999 m2.
  - Supermercados con una superficie de venta comprendida entre los 1.000 y los 2499 m2.
  - Hipermercados (superficie de venta igual o superior a los 2.500 m2.)
- La información se detalla a nivel **Comunidad Autónoma**.
- Este estudio es de **periodicidad semestral**.
- Los datos están actualizados a la semana 26'12, que cierra el día 1 de julio de 2012.

# Ficha Metodológica

## Metodología y variables de análisis

- La información contenida en este estudio se obtiene a través del Panel Nielsen Scantrack, herramienta que recoge semanalmente las salidas por caja de los establecimientos del universo anteriormente descrito.
- Las variables analizadas son las siguientes:
  - **Ventas en volumen:** miles de kilogramos/litros/docenas vendidos en el periodo analizado
  - **Ventas en valor:** miles de euros que han generado la venta en volumen. Esta venta se valora en función del precio de venta al público.
  - **Precio medio:** precio medio por kilogramo/litro/docena vendido. Valorado según precio de venta al público.
  - **Distribución numérica:** porcentaje de establecimientos del universo analizado que trabaja el segmento bajo análisis.
  - **Distribución ponderada:** importancia de la distribución numérica del segmento en términos de facturación total del conjunto de categorías analizado. Indica cómo de importantes son las tiendas en las que el segmento está presente.
- Gran parte del análisis se centra en la variable temporal **TAM** (total año móvil). Los periodos TAM analizados en este documento son:
  - TAM Junio'11: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Julio de 2010 y Junio de 2011, ambos incluidos.
  - TAM Junio'12: Información acumulada correspondiente al periodo comprendido entre los meses de Julio de 2011 y Junio de 2012, ambos incluidos.



# Ficha Metodológica

## Distribución del universo

- El universo de establecimientos que trabajan en régimen de libreservicio y que cuentan con una superficie de venta de 100 o más metros cuadrados se distribuye de la siguiente forma:

	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS		% VARIACIÓN	PESO SOBRE EL TOTAL	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12		TAM JUN'11	TAM JUN'12
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	18.547	18.817	1,5%	100,0%	100,0%
<b>HIPERMERCADOS</b>	419	418	-0,2%	2,3%	2,2%
<b>SUPERMERCADOS 1000-2499 M2</b>	2.956	3.102	4,9%	15,9%	16,5%
<b>SUPERMERCADOS 400-999 M2</b>	4.742	4.835	2,0%	25,6%	25,7%
<b>SUPERMERCADOS 100-399 M2</b>	9.523	9.558	0,4%	51,3%	50,8%
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	18.547	18.817	1,5%	100,0%	100,0%
<b>ANDALUCIA</b>	3.340	3.425	2,5%	18,0%	18,2%
<b>ARAGON</b>	725	715	-1,4%	3,9%	3,8%
<b>ASTURIAS</b>	470	477	1,5%	2,5%	2,5%
<b>BALEARES</b>	498	521	4,6%	2,7%	2,8%
<b>CANARIAS</b>	907	904	-0,3%	4,9%	4,8%
<b>CANTABRIA</b>	315	321	1,9%	1,7%	1,7%
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	859	869	1,2%	4,6%	4,6%
<b>CASTILLA Y LEON</b>	1.019	1.033	1,4%	5,5%	5,5%
<b>CATALUNA</b>	3.528	3.577	1,4%	19,0%	19,0%
<b>EXTREMADURA</b>	483	475	-1,7%	2,6%	2,5%
<b>GALICIA</b>	1.324	1.340	1,2%	7,1%	7,1%
<b>LA RIOJA</b>	136	137	0,7%	0,7%	0,7%
<b>MADRID</b>	1.617	1.658	2,5%	8,7%	8,8%
<b>MURCIA</b>	408	428	4,9%	2,2%	2,3%
<b>NAVARRA</b>	327	338	3,4%	1,8%	1,8%
<b>PAIS VASCO</b>	757	759	0,3%	4,1%	4,0%
<b>VALENCIANA</b>	1.834	1.840	0,3%	9,9%	9,8%



# Ficha Metodológica

**Productos en seguimiento**  
(alimentación envasada)

**ALIMENTACIÓN SECA**



**Aceite de oliva virgen + virgen extra**  
**Conservas vegetales**  
**Pan envasado**  
**Pastas alimenticias**  
**Mermeladas**  
**Caldos**  
**Huevos**

**ALIMENTOS  
INFANTILES**



**Harinas, leches y potitos**

**LÁCTEOS Y  
DERIVADOS**



**Leche y sustitutivos**  
**Mantequilla**  
**Yogures**  
**Postres lácteos**  
**Quesos**

**VINOS**



**D.O.P., I.G.P., espumosos y generosos**





---

# Datos generales del estudio



Los productos ecológicos están perdiendo importancia dentro de la selección de categorías bajo estudio.

## FACTURACIÓN TOTAL DEL SEGMENTO ECOLÓGICO – TAM JUN'12

**346,2 millones €**

## PESO SOBRE EL TOTAL MERCADO ANALIZADO

**Volumen**

TAM JUN'11

TAM JUN'12

**2,5%**



**2,3%**

**Variación ventas -5,7%** (No eco +2,2%)

**Valor**

TAM JUN'11

TAM JUN'12

**3,5%**



**3,3%**

**Variación ventas -3,7%** (No eco +3,6%)



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

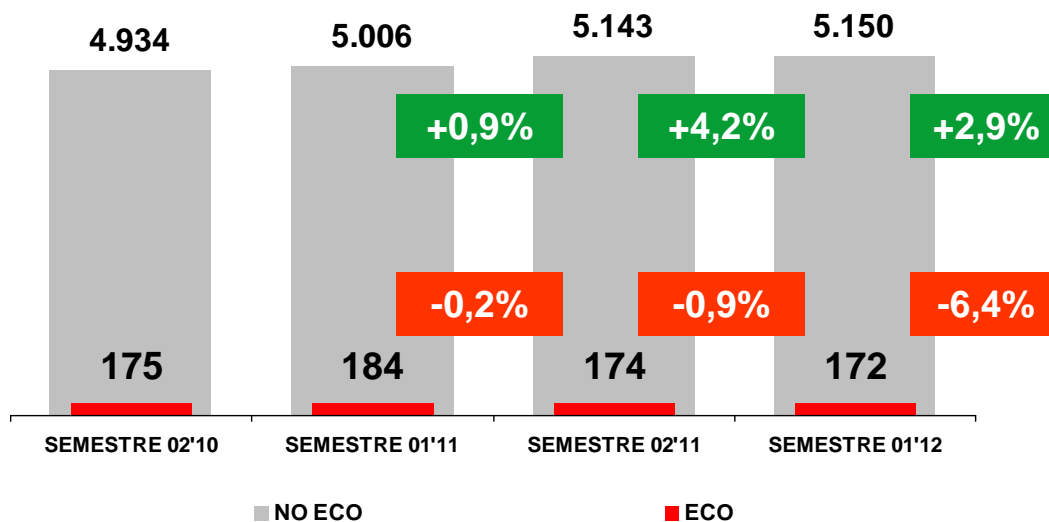
MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE

**Productos ecológicos**

Esta pérdida de peso es progresiva, y se ha acentuado en el primer semestre del año 2012 (tradicionalmente más fuerte en ventas para el segmento)

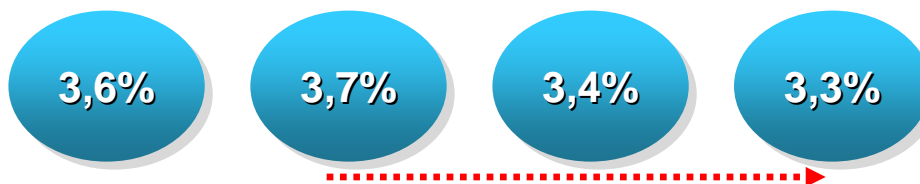
## Evolución del segmento eco vs no eco por semestres. Valor

Millones de euros



% Var ventas vs mismo semestre año anterior

% Peso del segmento eco. Valor



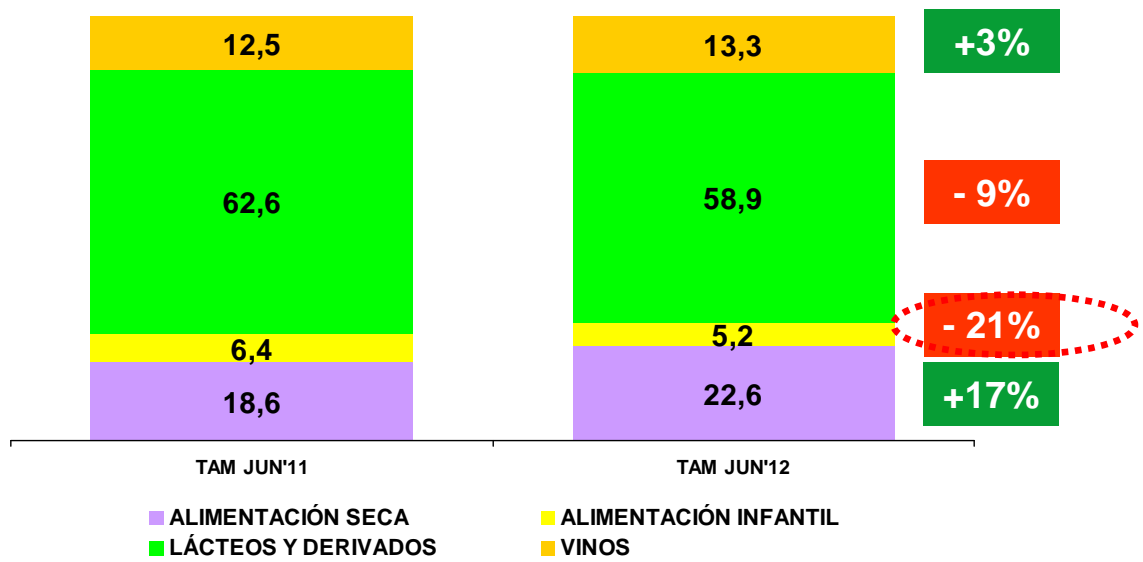
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

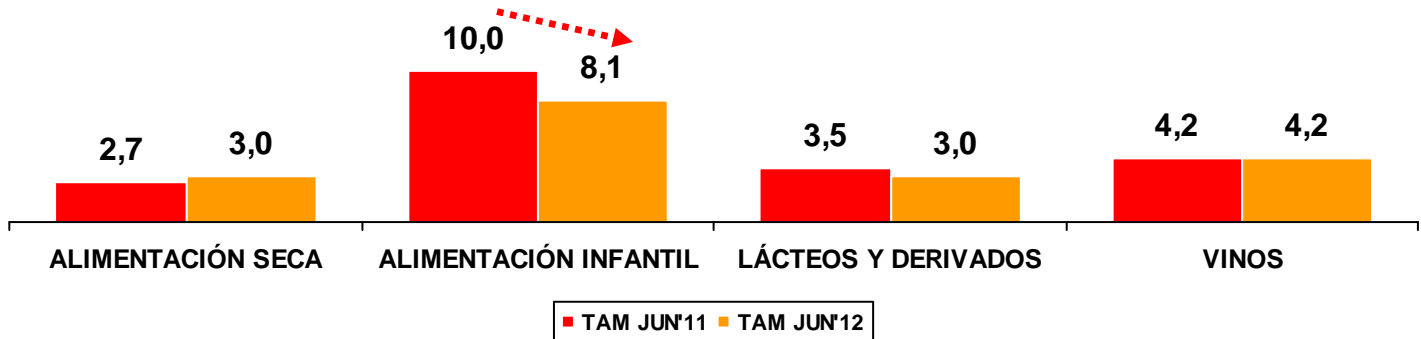
Productos ecológicos

La gama ecológica crece en las categorías de alimentación seca (pan de molde) y vinos (D.O.P). Pierde peso tanto en alimentación infantil como en lácteos y derivados

**Peso de las categorías sobre el total mercado analizado. Valor (%)**

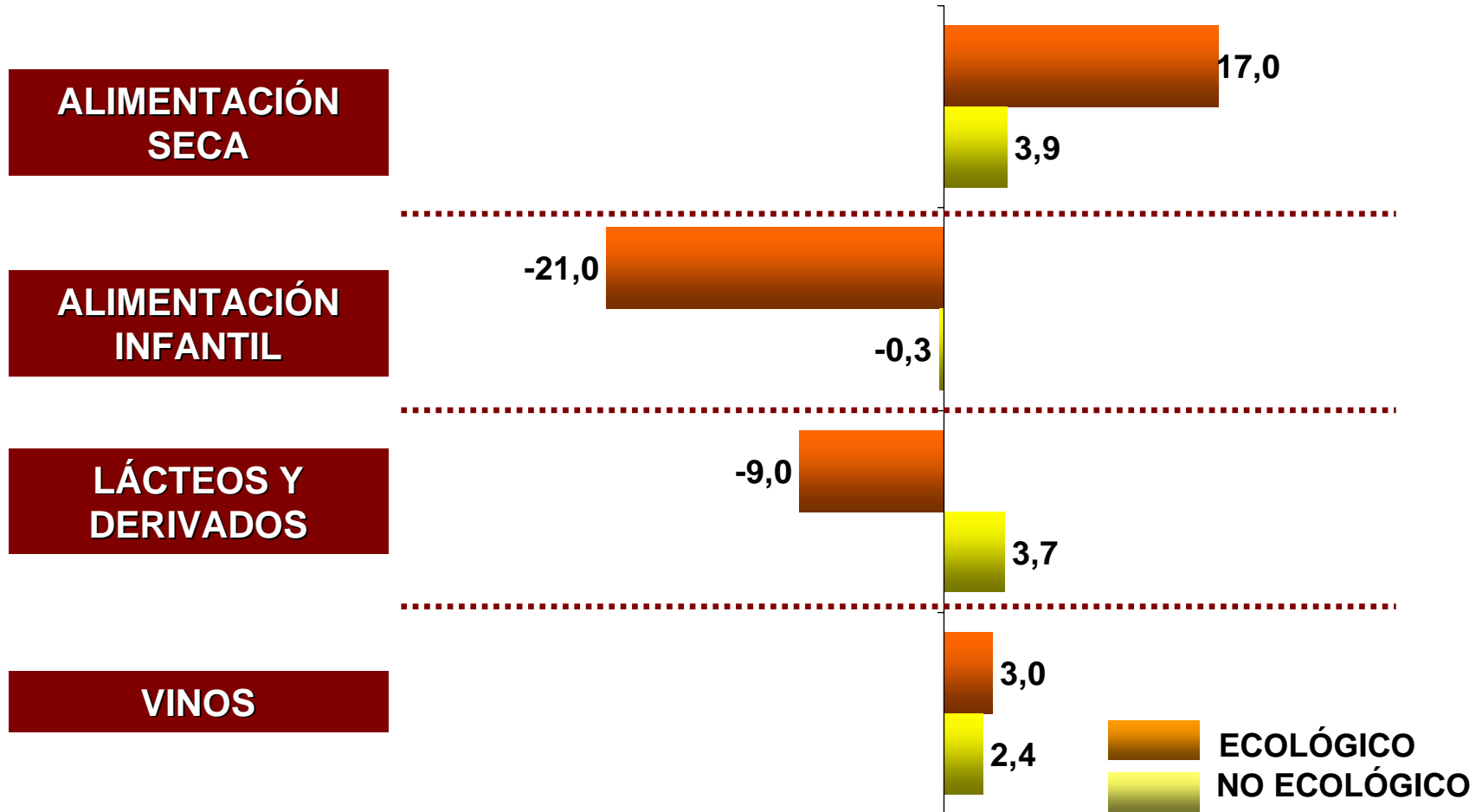


**Evolución peso del segmento eco sobre cada categoría. Valor (%)**



Mientras que hay un comportamiento positivo en alimentación seca y en vinos, la evolución de la gama ecológica en alimentación infantil y en lácteos no es buena.

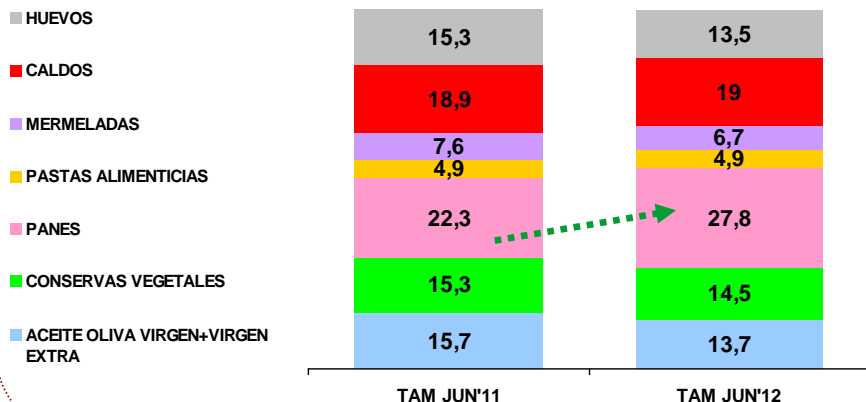
### Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico. TAM Jun'12 vs. TAM Jun'11. Valor (%)



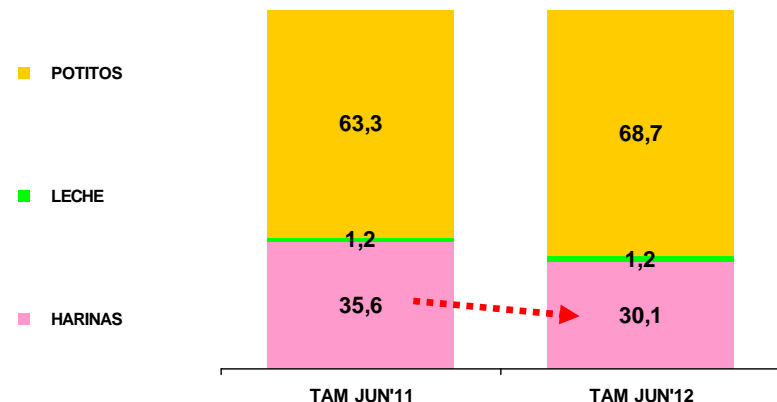
# El fuerte desarrollo en alimentación seca viene muy condicionado por los panes envasados (pan de molde), que presenta un fuerte crecimiento.

Peso de los productos/familias dentro de cada categoría. TAM Jun'12 vs TAM Jun'11. Valor (%)

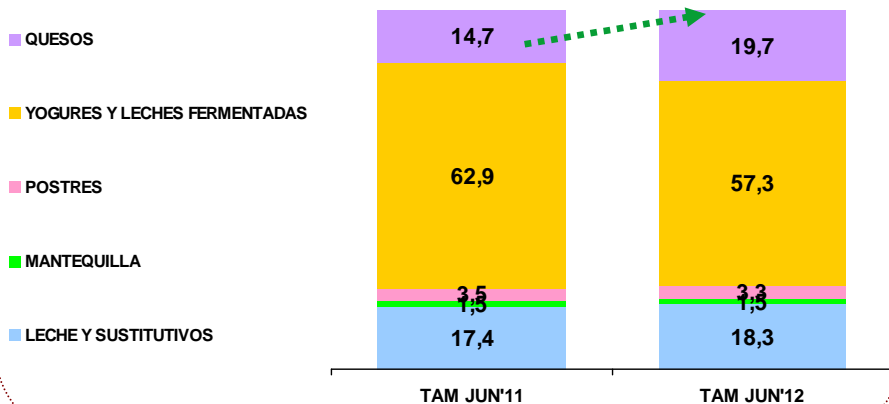
## ALIMENTACIÓN SECA. % ventas por productos. Valor



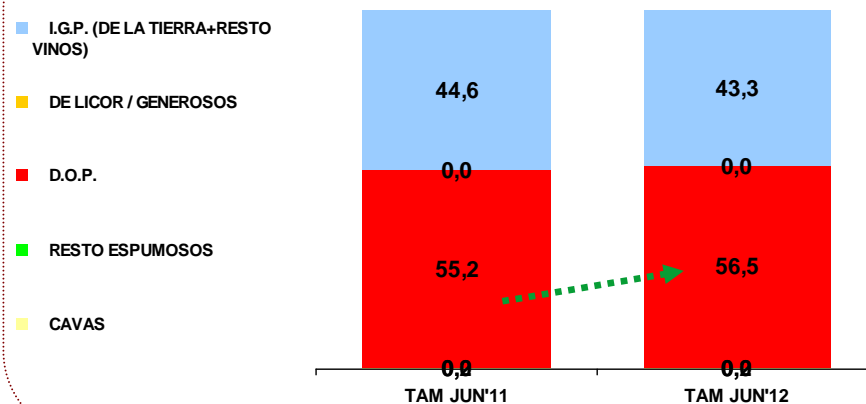
## ALIMENTACIÓN INFANTIL. % ventas por familia. Valor



## LÁCTEOS Y DERIVADOS. % ventas por productos. Valor



## VINOS. % ventas por familia. Valor



El pan envasado y los quesos marcan los mayores crecimientos en ventas.

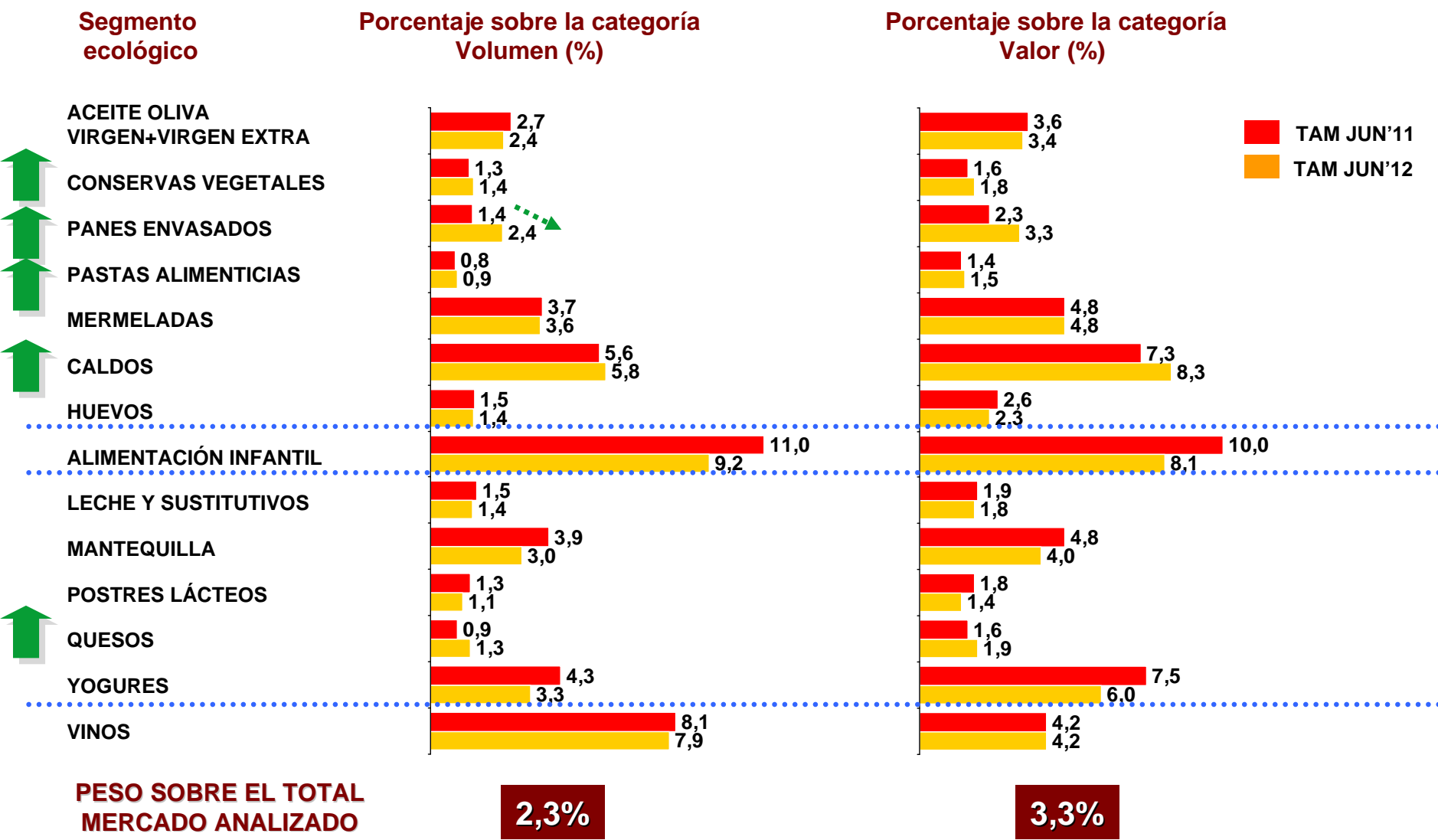
**Evolución de las categorías. Producto ecológico vs. no ecológico.  
TAM Jun'12 vs. TAM Jun'11. Valor (%)**

CATEGORÍA	VOLUMEN		VALOR	
	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO
ACEITE OLIVA VIRGEN+VIRGEN EXTRA	2,1	13,4	2,4	8,9
CONSERVAS VEGETALES	7,7	-2,7	10,5	-0,5
PANES	66,7	0,4	46,2	-0,6
PASTAS ALIMENTICIAS	8,7	-1,4	15,9	5,5
MERMELADAS	-2,1	1,3	3,9	5,0
CALDOS	7,3	3,8	17,5	2,3
HUEVOS	0,6	5,4	3,5	14,3
ALIMENTACIÓN INFANTIL	-21,6	-4,5	-21,2	-0,3
LECHE	-7,7	1,9	-4,8	2,2
MANTEQUILLA	-14,5	11,5	-7,5	10,1
POSTRES LÁCTEOS	-17,7	2,3	-16,8	6,3
QUESOS	47,0	2,7	21,6	3,6
YOGURES	-20,9	3,5	-17,5	4,7
VINOS	-2,0	1,0	2,7	2,4

**Celdas marcadas en función del crecimiento de los productos ecológicos vs los no ecológicos**

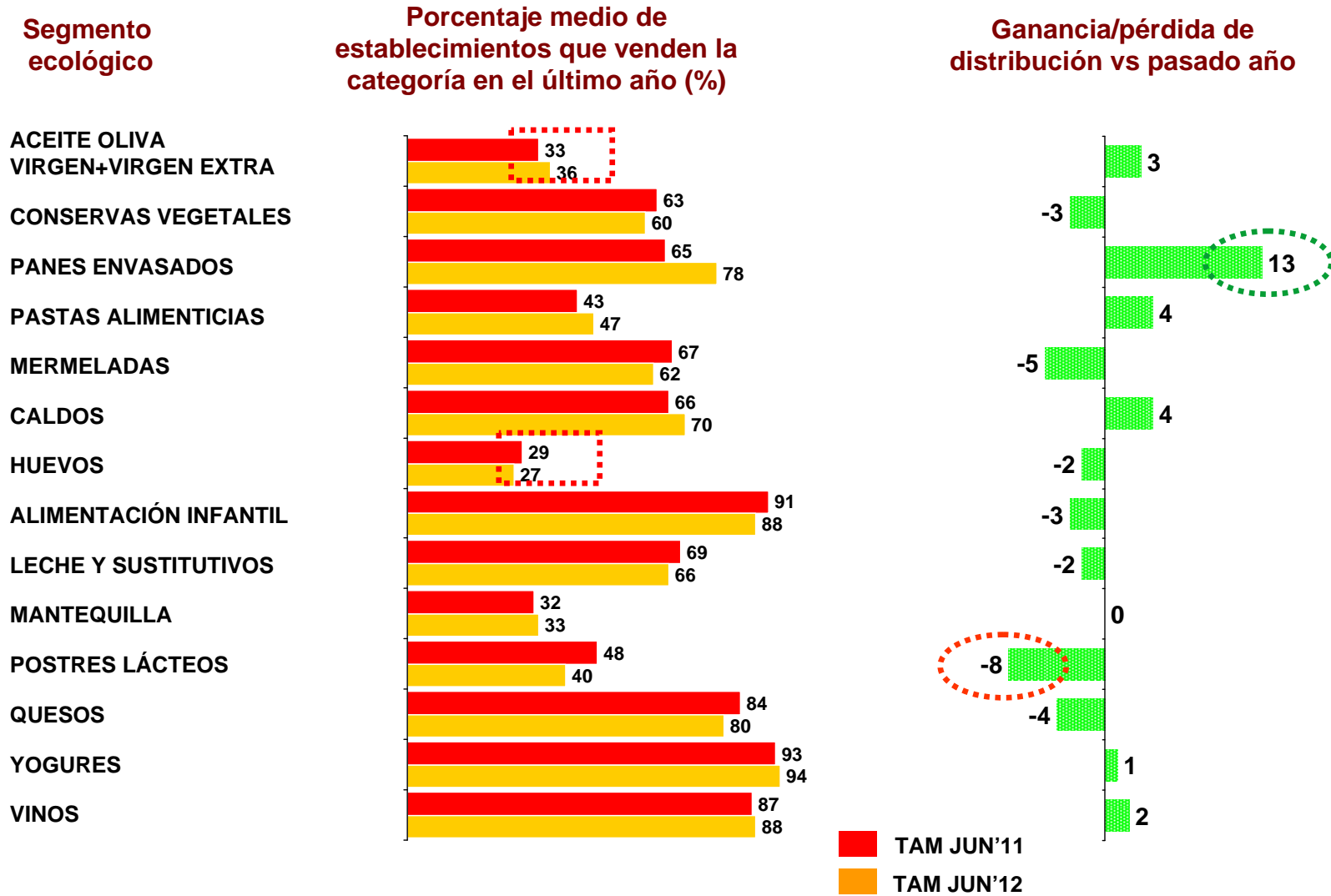


# Conservas vegetales, panes envasados, pastas alimenticias, caldos y quesos son las únicas familias que presentan una mejor evolución en la gama ecológica.

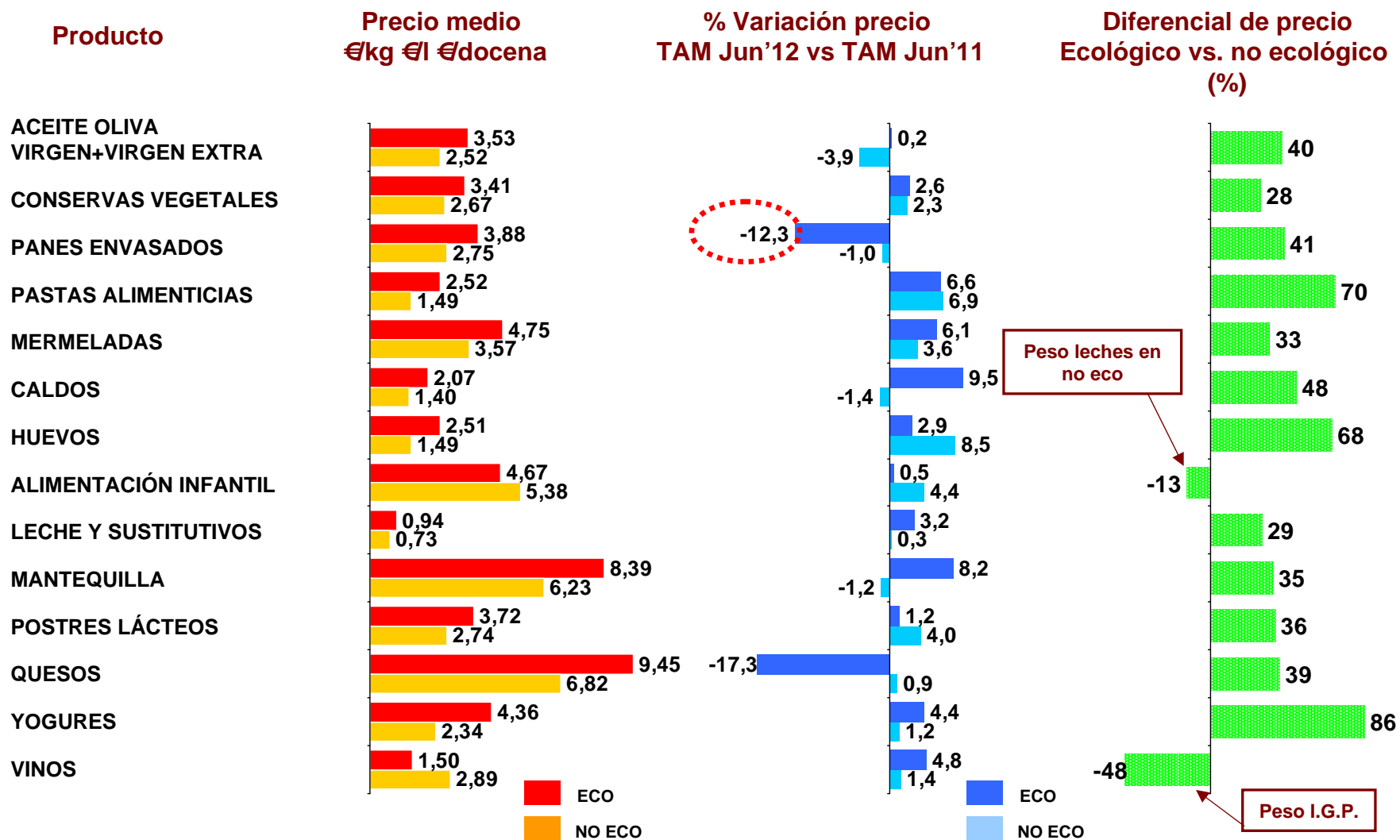




Hay familias que pierden presencia en puntos de venta. Categorías relevantes como aceite y huevos todavía tienen niveles de distribución muy reducidos.



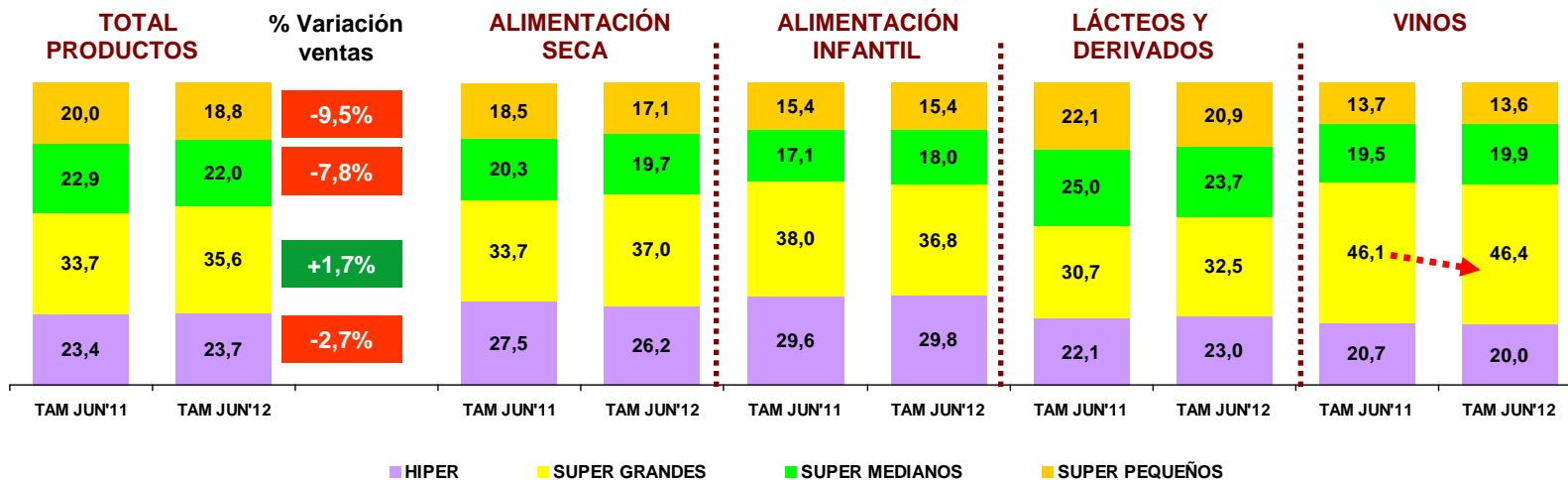
En general, el precio medio de los productos ecológicos crece más que el de los no eco. Hay fuertes diferenciales en un momento complicado para el consumo.



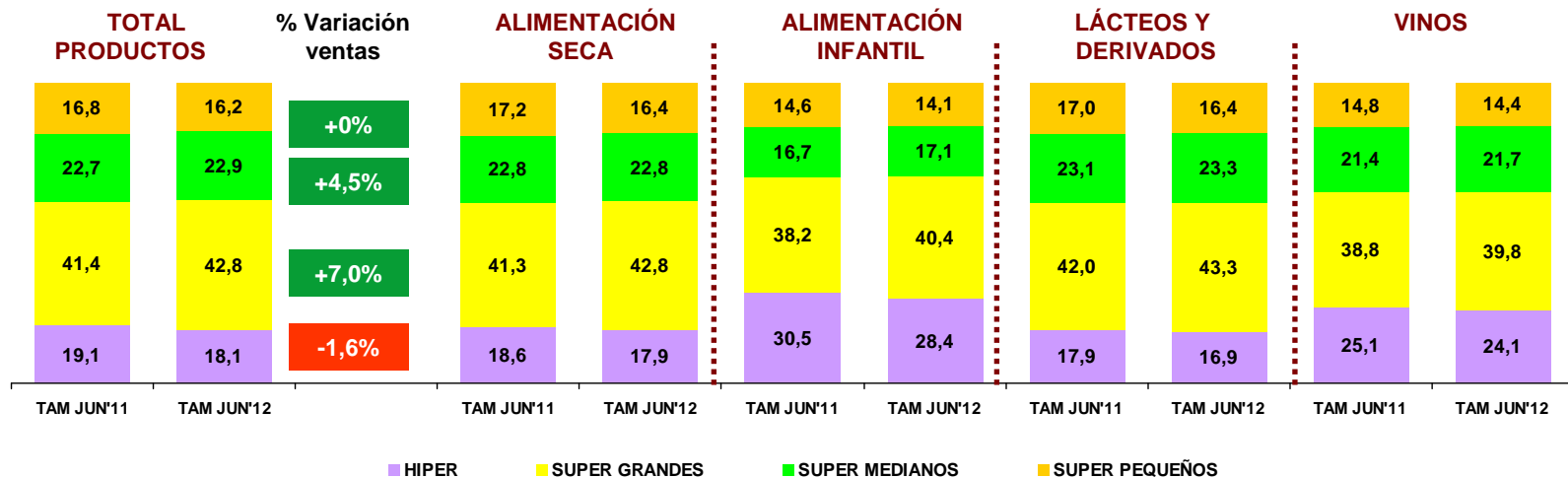
Por canales, los super grandes presentan la mejor evolución. Los super medianos y pequeños optimizan surtido y prescinden de productos eco. Los hiper evolucionan mal.

Concentración de las categorías por canales y porcentaje de variación de las ventas absolutas. Valor (%)

ECOLÓGICOS



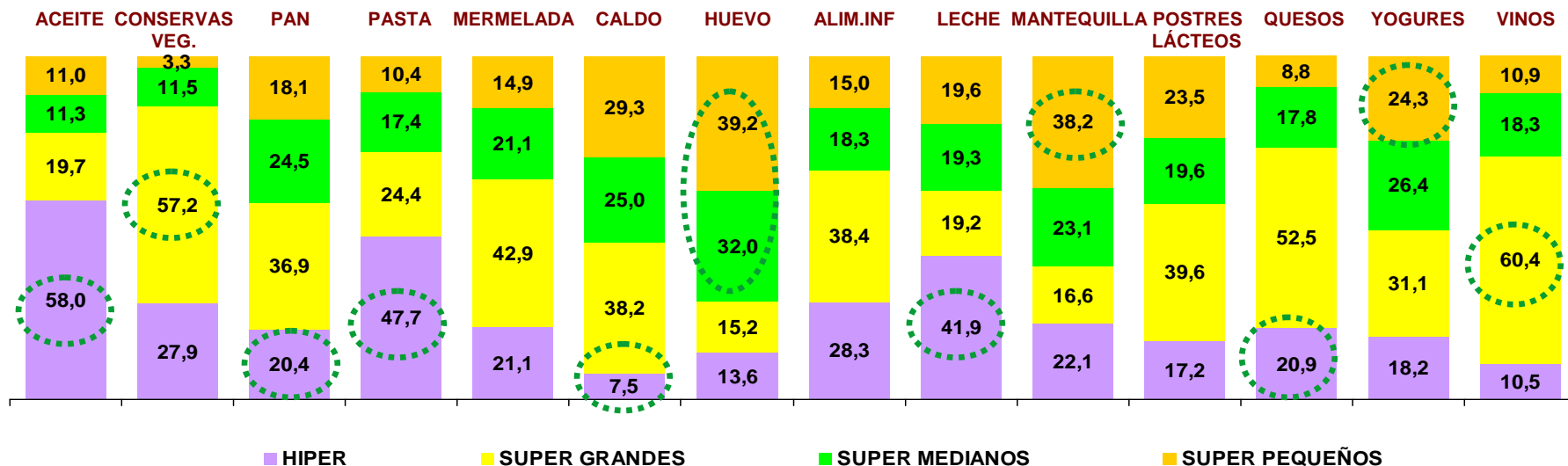
NO ECOLÓGICOS



# En la mayoría de las familias hay diferencias en la concentración de ventas por canales versus las gamas no ecológicas.

## ECOLÓGICOS

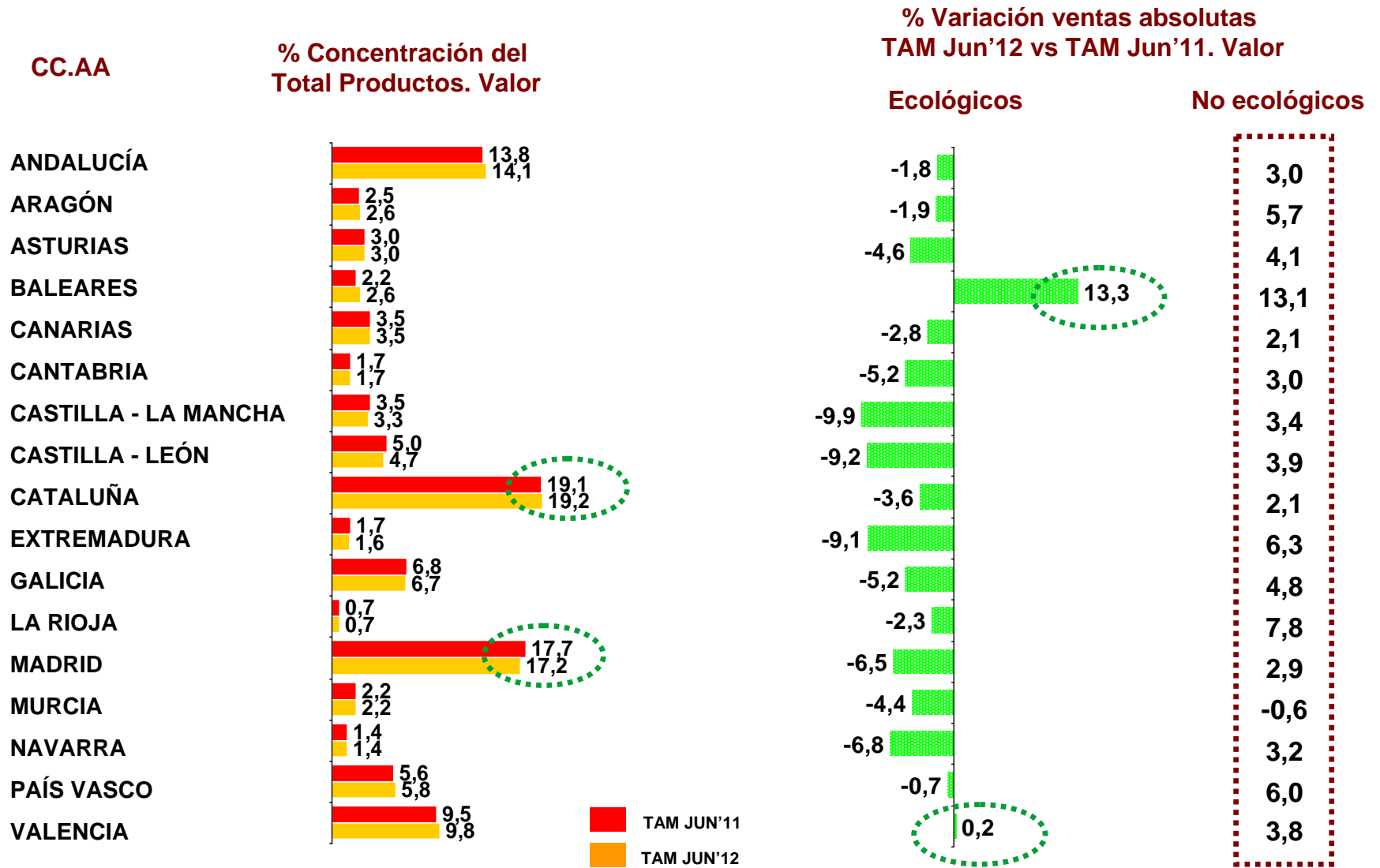
Porcentaje de la venta en VOLUMEN que concentra cada canal (%). TAM Jun'12



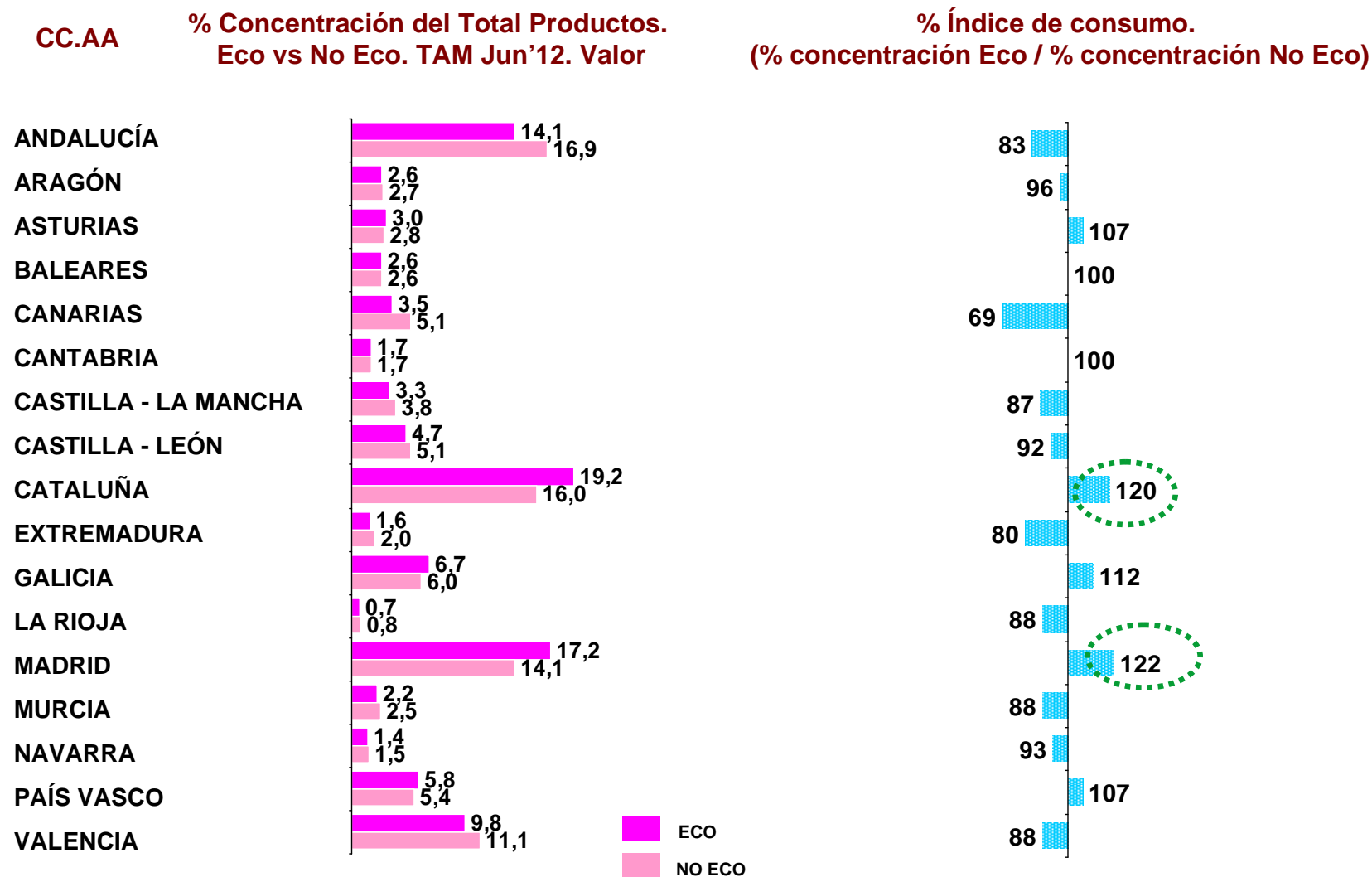
## NO ECOLÓGICOS



Por CC.AA. no hay grandes variaciones en los pesos frente al pasado año. Baleares y Valencia son las únicas Comunidades en donde crecen las ventas.



Cataluña y Madrid son las que presentan los mayores índices de consumo para los productos ecológicos. Galicia, Asturias y País Vasco también son “buenos” consumidores.



---

# Información por categoría



---

# Vino elaborado a partir de uva ecológica



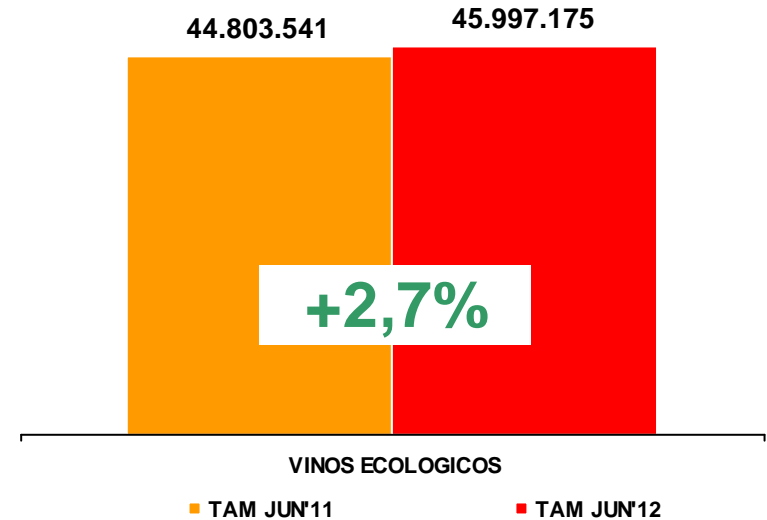
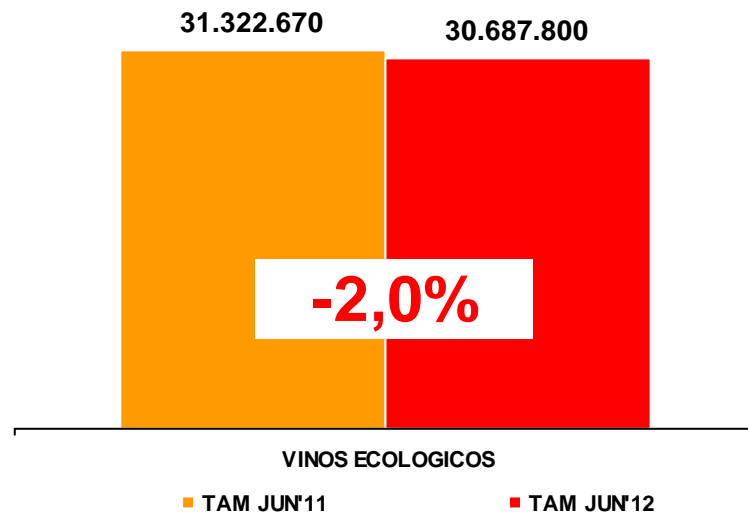


# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 30.687.800 l**

**Valor 45.997.175 €**



### Porcentaje sobre la categoría



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

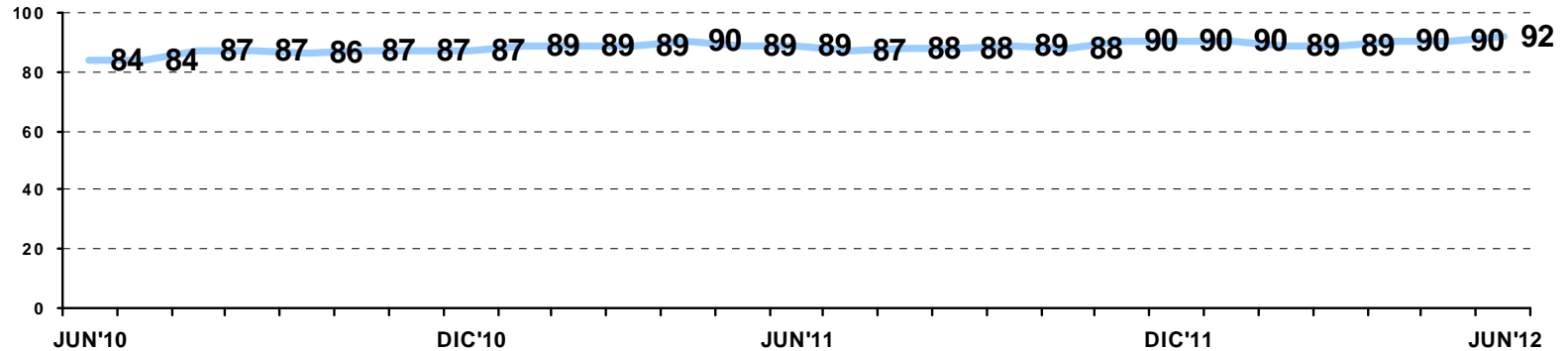
**Productos ecológicos**

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

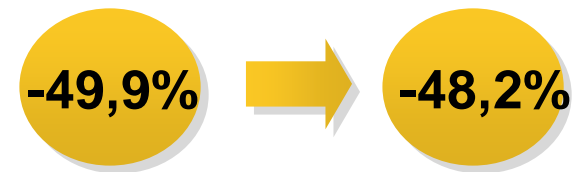
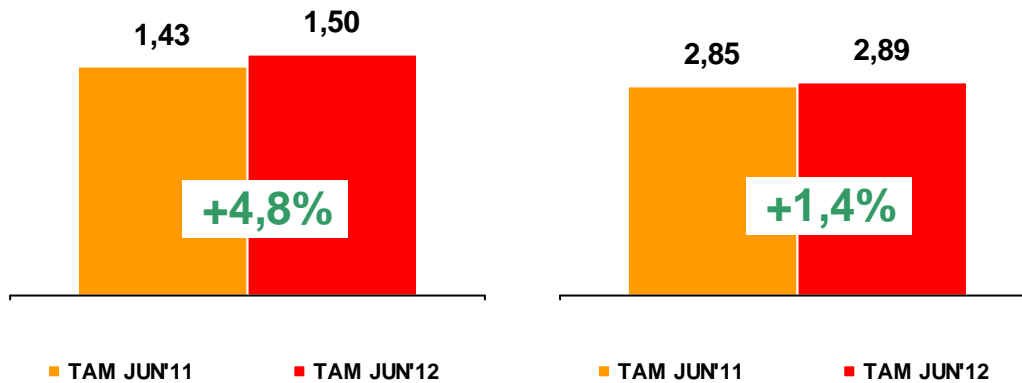


### Evolución del precio medio (€/l) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

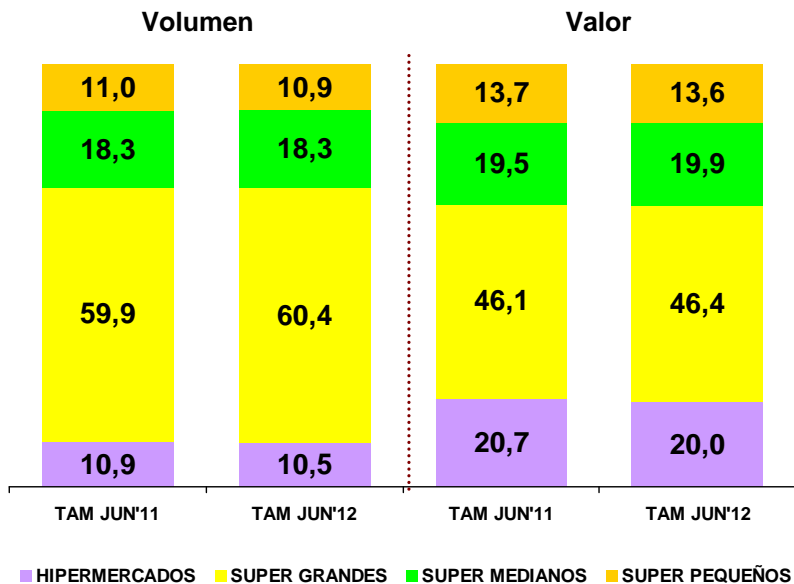
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

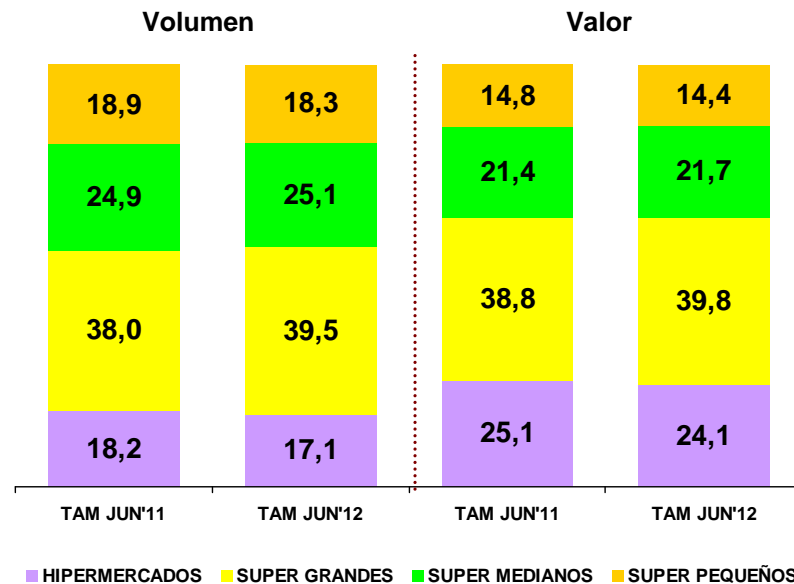
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Canales

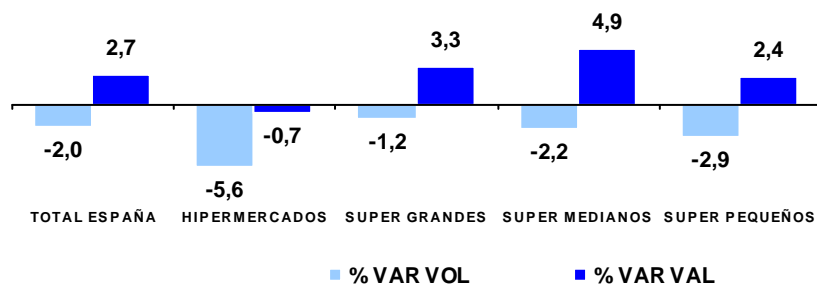
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



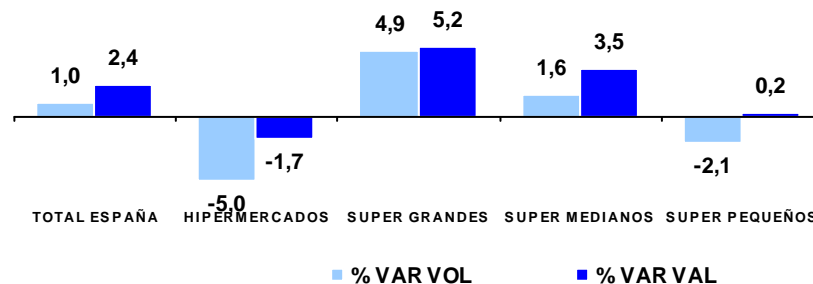
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

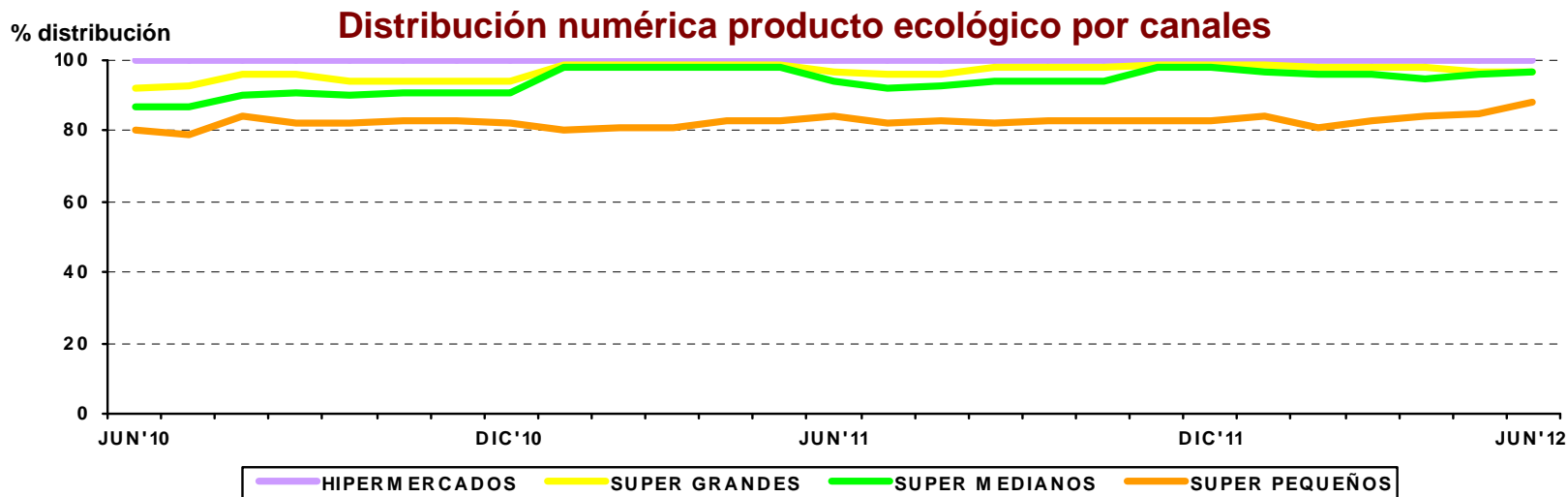


**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

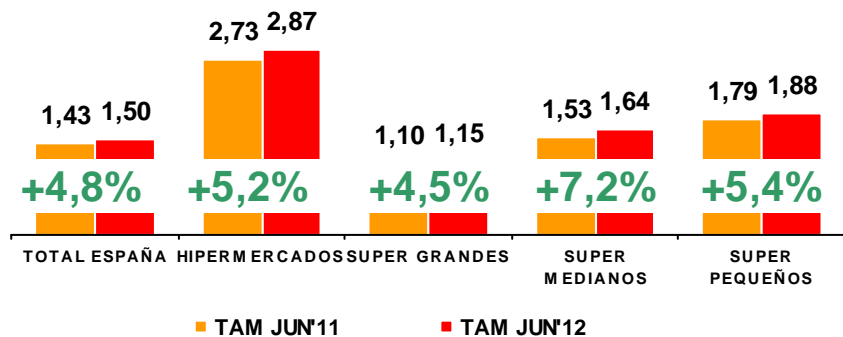


# Vino elaborado a partir de uva ecológica

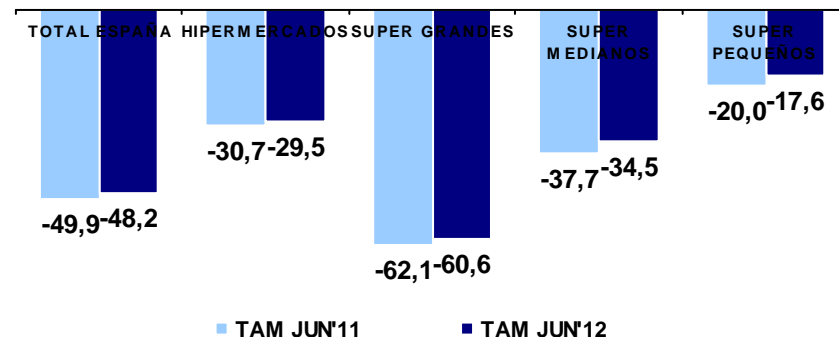
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-2,0%	100,0	100,0	2,7%	1,43	1,50	4,8%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,1	25,9	0,9%	18,4	19,0	5,8%	1,05	1,10	4,9%	165,2	168,3
ARAGÓN	1,5	1,5	-1,0%	1,6	1,6	3,3%	1,53	1,60	4,3%	48,1	48,3
ASTURIAS	2,6	2,8	5,6%	2,9	3,1	9,3%	1,57	1,63	3,5%	76,2	82,3
BALEARES	2,4	2,5	1,5%	2,5	2,7	11,2%	1,52	1,66	9,6%	77,9	72,0
CANARIAS	3,3	3,6	6,8%	3,5	3,9	15,1%	1,52	1,64	7,8%	75,8	78,3
CANTABRIA	1,2	1,3	3,0%	1,6	1,7	3,5%	1,91	1,92	0,6%	56,3	59,9
CASTILLA - LA MANCHA	5,5	5,5	-0,8%	4,0	4,1	3,7%	1,06	1,11	4,5%	181,1	183,4
CASTILLA - LEÓN	4,7	4,9	1,1%	3,7	3,9	5,7%	1,13	1,18	4,5%	84,4	88,5
CATALUÑA	12,3	12,1	-4,1%	16,0	15,9	2,4%	1,86	1,98	6,8%	71,6	72,0
EXTREMADURA	1,8	1,9	6,7%	1,1	1,2	10,9%	0,91	0,94	3,9%	139,5	148,7
GALICIA	5,9	5,9	-2,4%	6,8	6,5	-1,4%	1,64	1,66	1,0%	79,4	81,6
LA RIOJA	0,4	0,4	5,0%	0,3	0,3	8,1%	1,29	1,33	3,0%	63,0	65,1
MADRID	13,0	12,4	-6,4%	16,6	15,8	-2,5%	1,83	1,91	4,2%	104,2	100,3
MURCIA	2,8	2,7	-8,2%	2,2	2,1	-2,7%	1,12	1,19	6,0%	137,8	132,9
NAVARRA	0,6	0,6	-2,5%	1,0	1,0	4,4%	2,25	2,41	7,0%	44,4	44,9
PAÍS VASCO	3,1	3,0	-6,7%	4,1	4,0	0,2%	1,89	2,03	7,4%	49,8	47,1
VALENCIA	13,7	13,1	-6,5%	13,4	13,1	0,1%	1,40	1,50	7,1%	121,6	115,0

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Vino elaborado a partir de uva ecológica

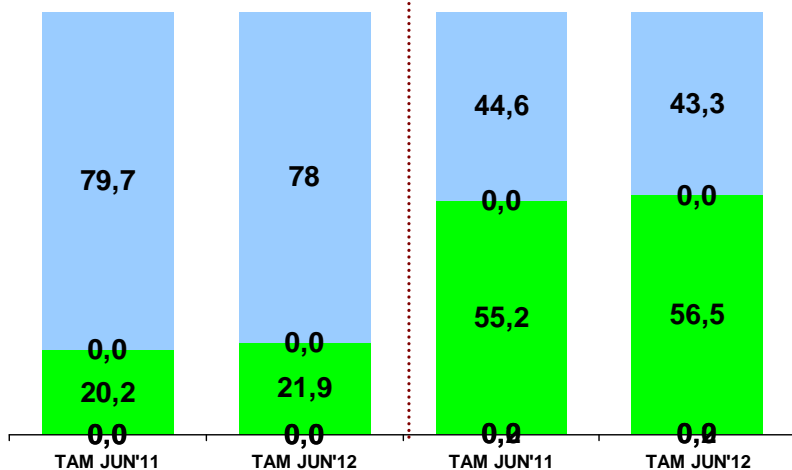
## Segmentos

### Producto ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

##### Volumen

##### Valor



■ CAVAS  
■ D.O.P.  
■ I.G.P. (DE LA TIERRA+RESTO VINOS)

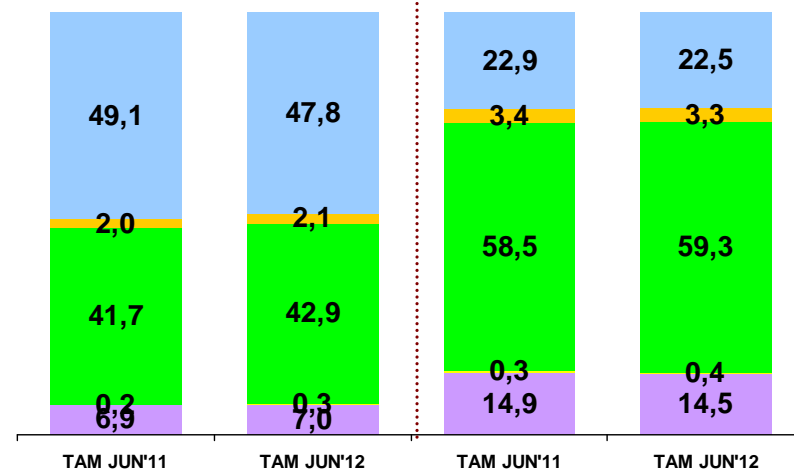
■ RESTO ESPUMOSOS  
■ DE LICOR / GENEROSOS

### Producto no ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

##### Volumen

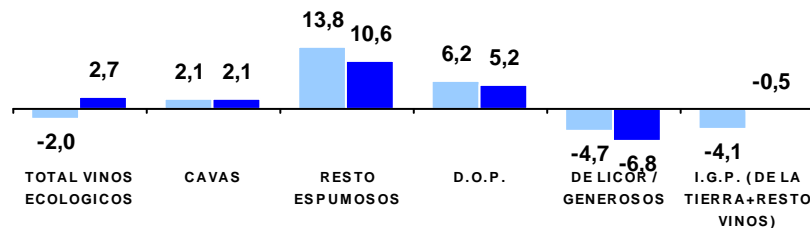
##### Valor



■ CAVAS  
■ D.O.P.  
■ I.G.P. (DE LA TIERRA+RESTO VINOS)

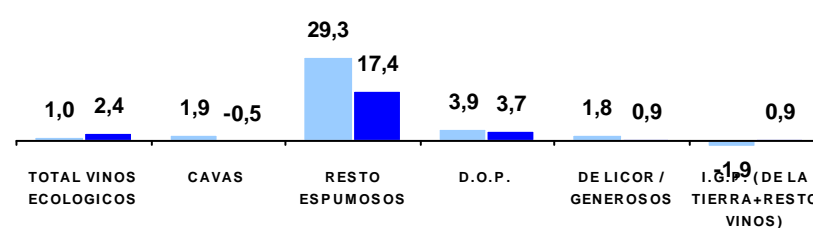
■ RESTO ESPUMOSOS  
■ DE LICOR / GENEROSOS

### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



■ VOLUMEN ■ VALOR

### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



■ VOLUMEN ■ VALOR



GOBIERNO DE ESPAÑA

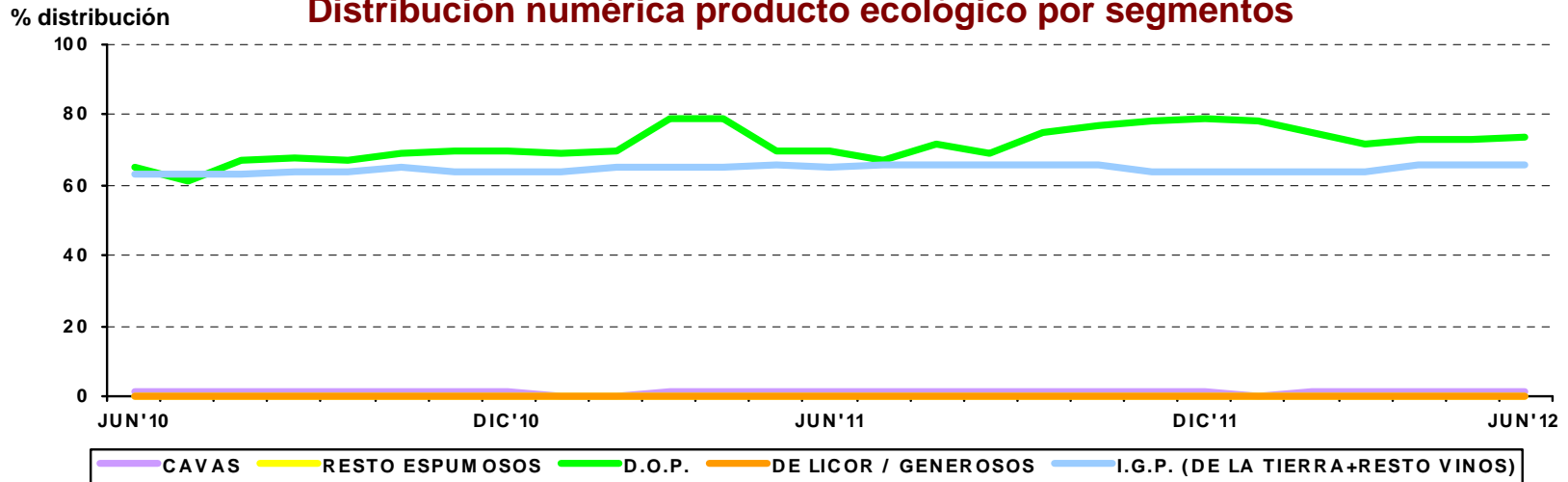
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

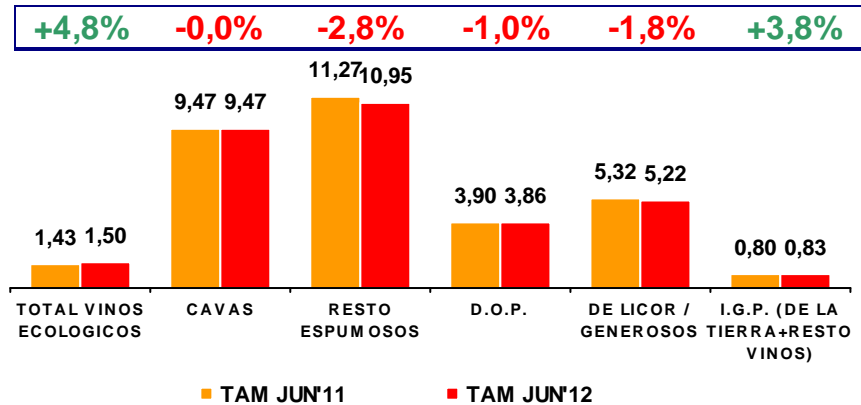
# Vino elaborado a partir de uva ecológica

## Canales - Distribución y precios

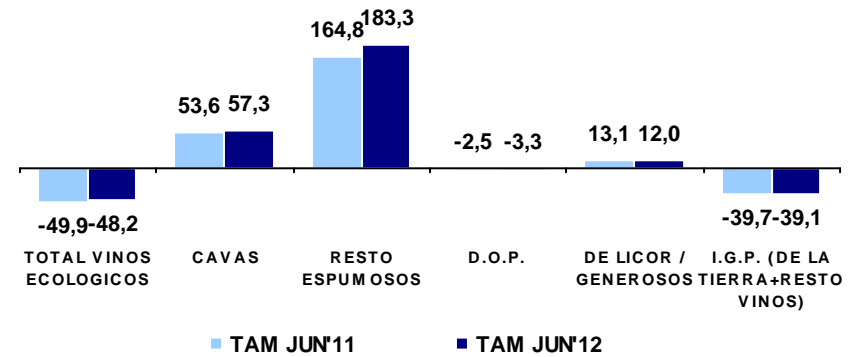
### Distribución numérica producto ecológico por segmentos



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Yogures y leches fermentadas



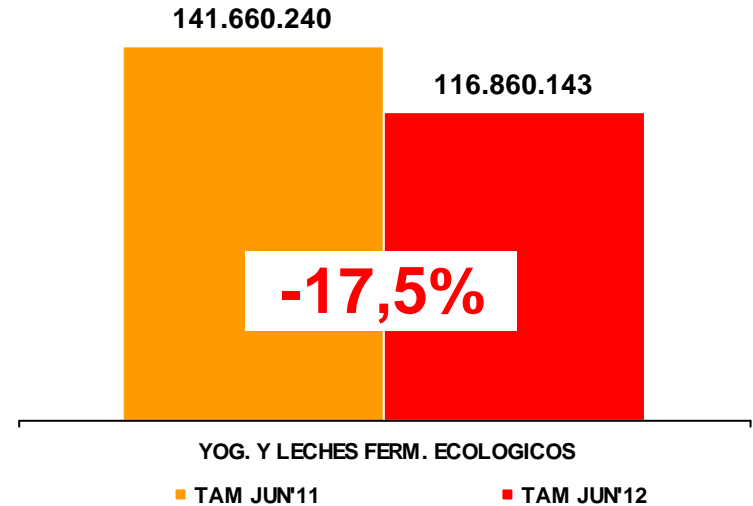
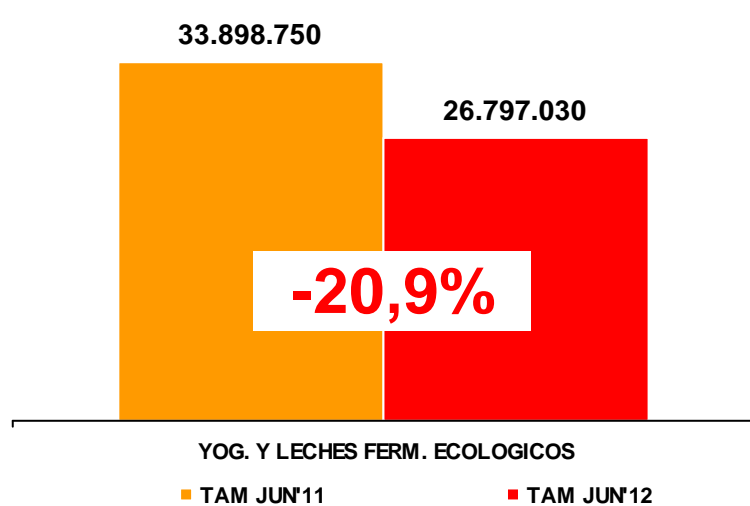


# Yogures y leches fermentadas

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 26.797.030 kg**

**Valor 116.860.143 €**



### Porcentaje sobre la categoría

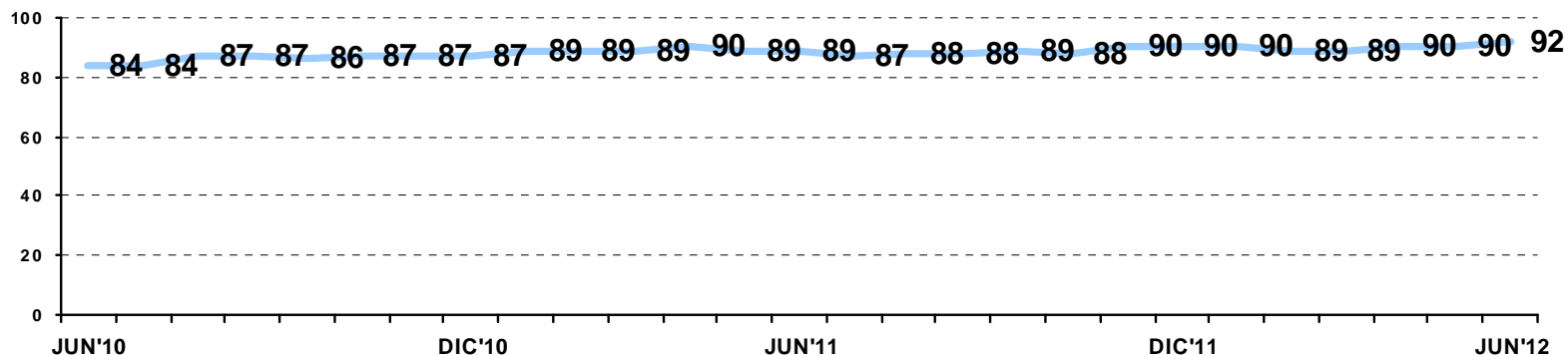


# Yogures y leches fermentadas

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

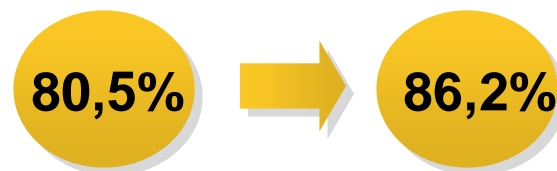
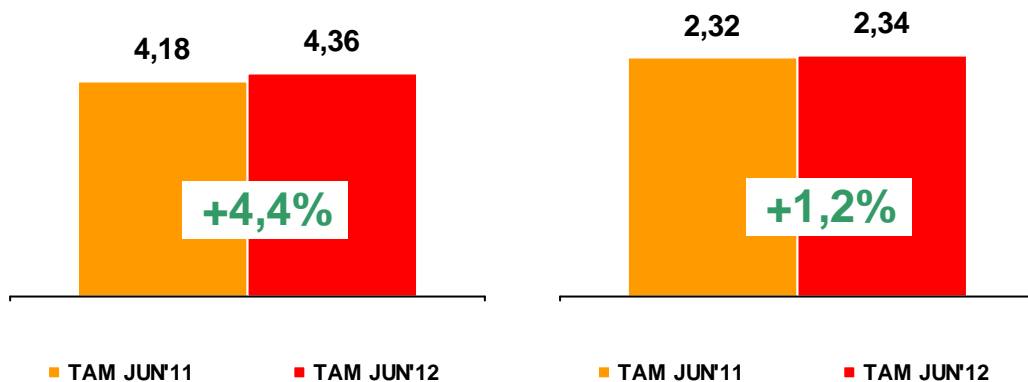


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

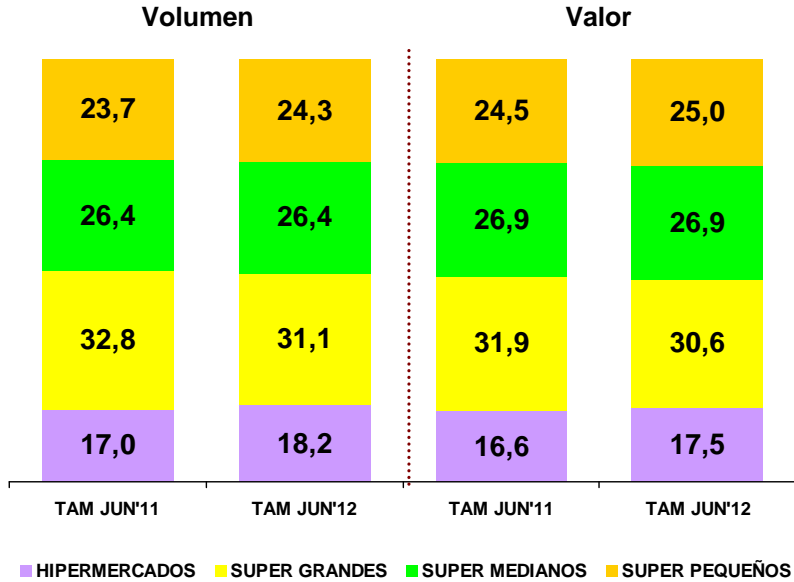
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

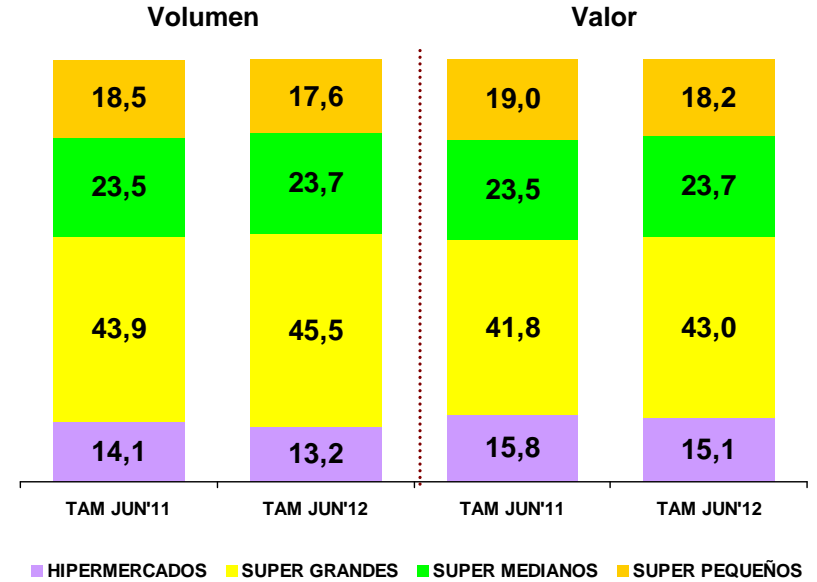
# Yogures y leches fermentadas

## Canales

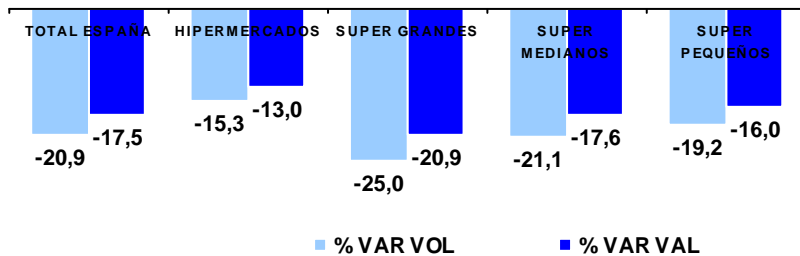
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



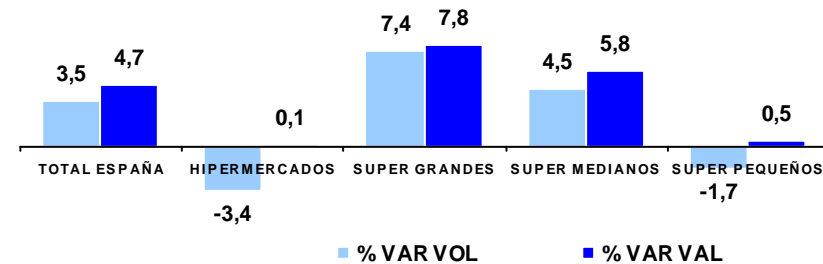
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

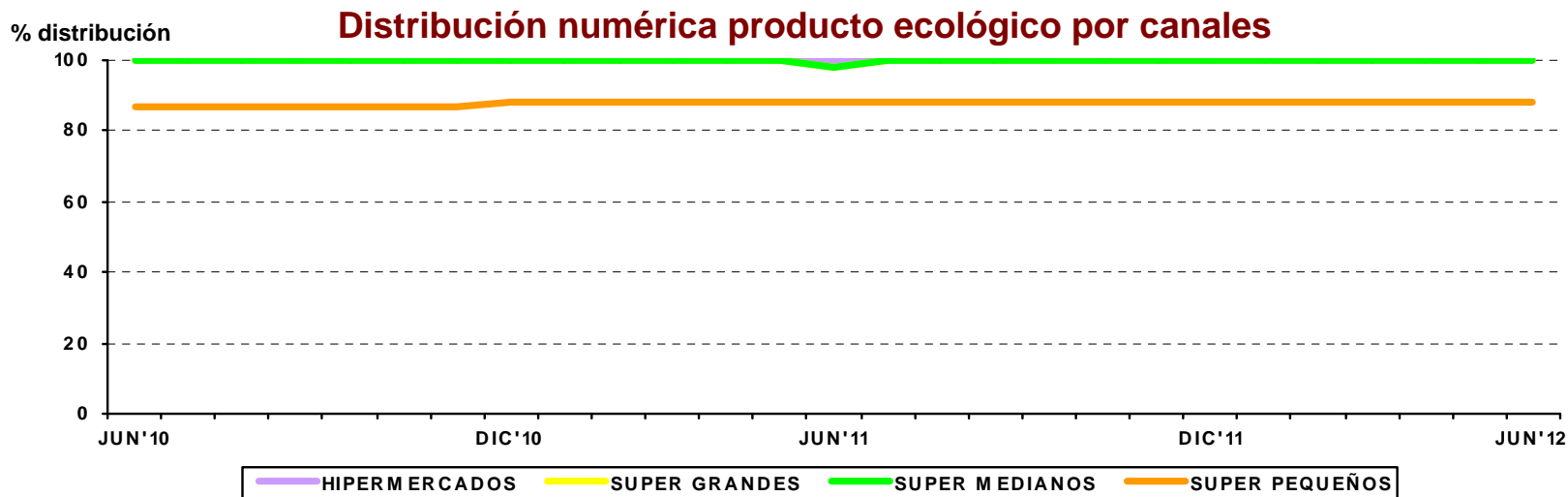


### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

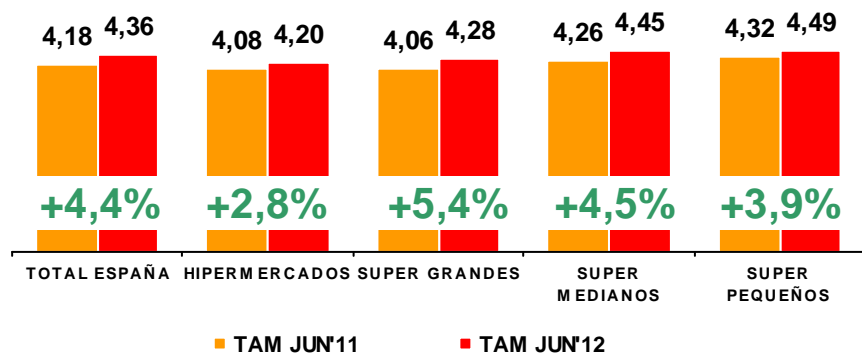


# Yogures y leches fermentadas

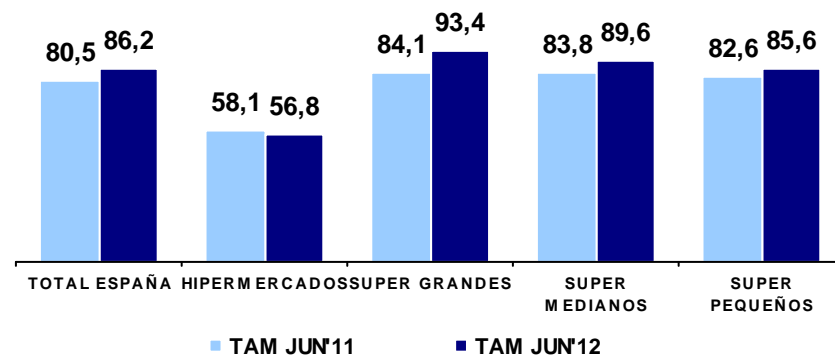
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	100,0	100,0	-20,9%	100,0	100,0	-17,5%	4,18	4,36	4,4%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	11,5	11,4	-22,1%	11,4	11,1	-20,1%	4,14	4,25	2,6%	61,0	60,3
ARAGÓN	2,8	2,8	-20,3%	2,6	2,7	-15,8%	3,94	4,17	5,8%	118,0	115,6
ASTURIAS	4,0	4,1	-20,4%	4,1	4,2	-15,8%	4,25	4,49	5,8%	134,4	136,3
BALEARES	2,1	2,2	-14,7%	2,0	2,2	-11,3%	4,11	4,28	4,0%	106,4	107,1
CANARIAS	3,6	3,9	-15,8%	4,8	4,9	-15,2%	5,50	5,54	0,7%	67,9	75,8
CANTABRIA	2,0	2,1	-17,3%	2,0	2,2	-12,3%	4,29	4,55	6,0%	107,6	113,5
CASTILLA - LA MANCHA	3,3	2,9	-30,9%	3,5	3,0	-29,2%	4,37	4,48	2,5%	84,2	74,4
CASTILLA - LEÓN	5,7	5,5	-23,7%	5,7	5,5	-19,2%	4,14	4,39	5,9%	104,5	100,0
CATALUÑA	20,3	19,8	-22,9%	20,2	19,9	-18,7%	4,16	4,38	5,4%	137,8	135,9
EXTREMADURA	1,4	1,4	-19,8%	1,5	1,5	-17,0%	4,40	4,55	3,5%	61,6	60,3
GALICIA	8,6	8,9	-18,4%	8,5	9,0	-13,2%	4,13	4,39	6,3%	135,8	139,9
LA RIOJA	0,8	0,8	-18,8%	0,8	0,8	-15,7%	3,96	4,12	3,9%	100,2	97,1
MADRID	14,8	14,9	-20,3%	15,1	15,2	-17,2%	4,28	4,44	3,9%	113,9	115,0
MURCIA	1,9	1,7	-30,8%	1,8	1,6	-27,8%	4,03	4,20	4,3%	67,4	61,0
NAVARRA	1,5	1,7	-13,1%	1,4	1,6	-10,8%	3,91	4,02	2,7%	102,2	114,2
PAÍS VASCO	6,9	8,1	-6,4%	6,3	7,4	-2,5%	3,81	3,97	4,2%	118,0	139,5
VALENCIA	8,7	7,8	-29,0%	8,2	7,4	-26,0%	3,95	4,12	4,3%	88,0	77,1

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

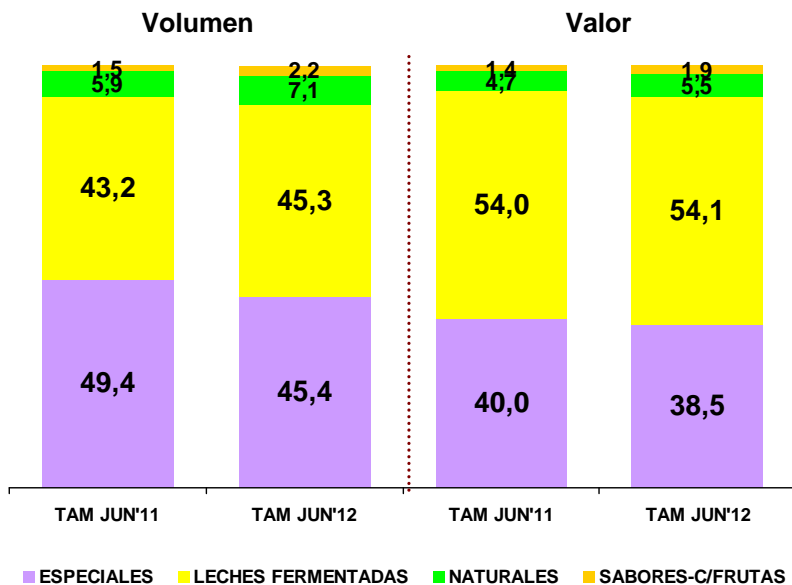


# Yogures y leches fermentadas

## Segmentos

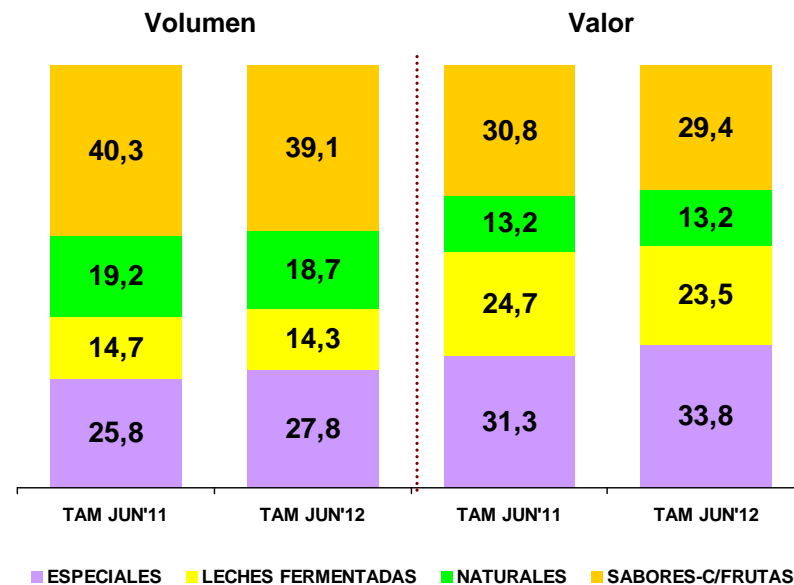
### Producto ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

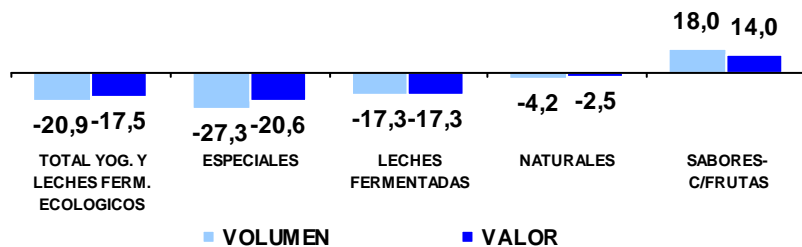


### Producto no ecológico

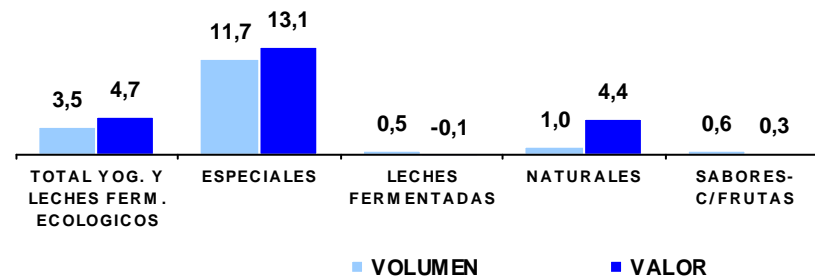
#### Concentración volumen por segmentos (%)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



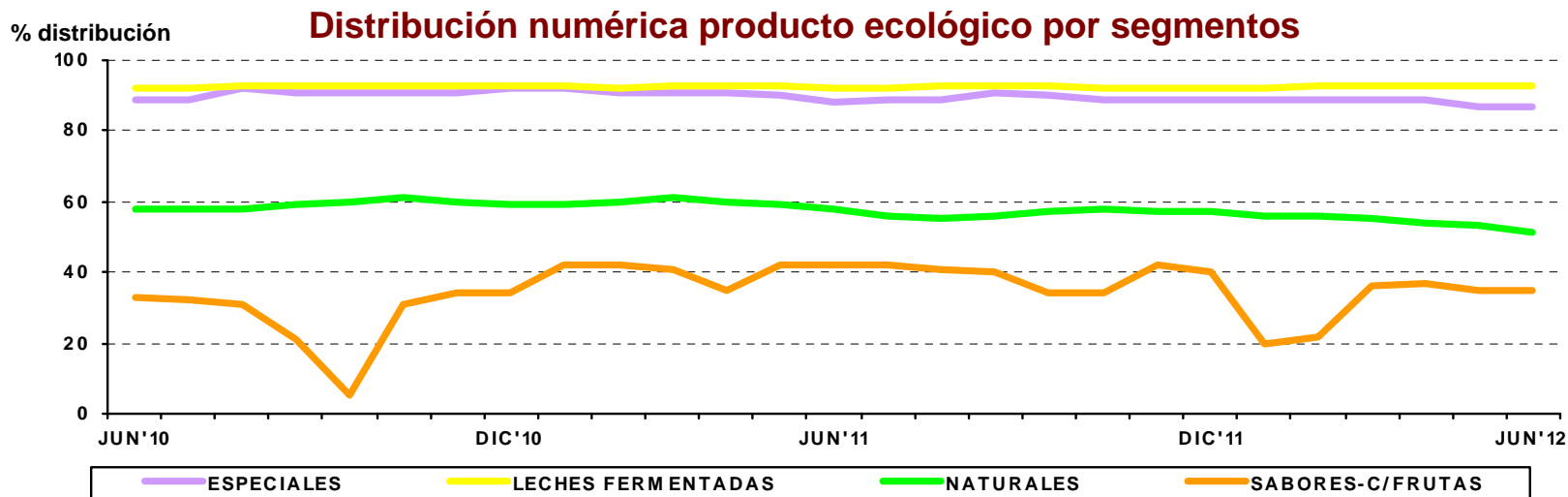
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

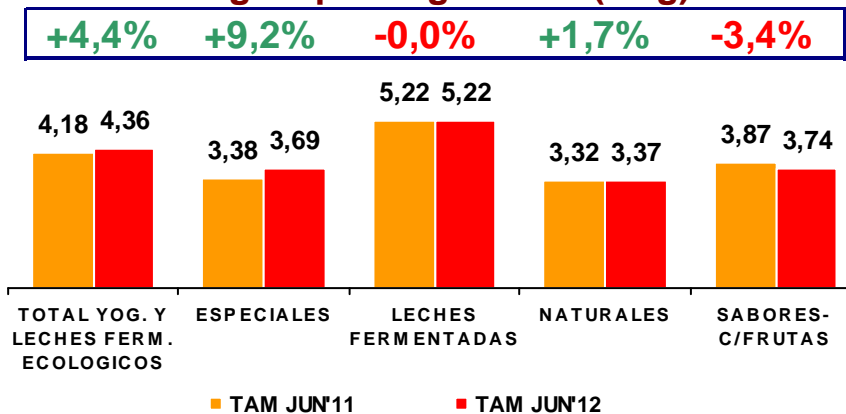
Productos ecológicos

# Yogures y leches fermentadas

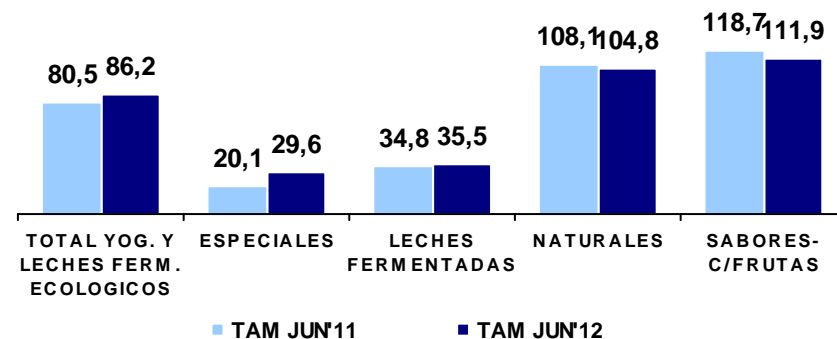
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Aceite de oliva virgen+virgen extra



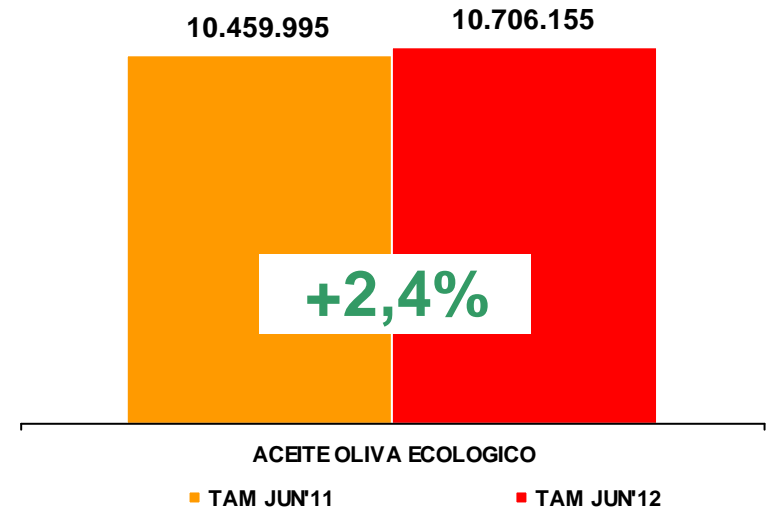
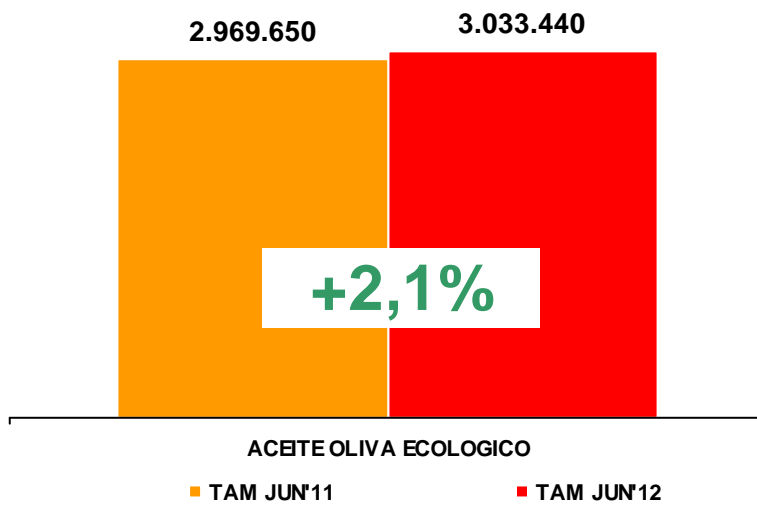


# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.033.440 l**

**Valor 10.706.155 €**



### Porcentaje sobre la categoría



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

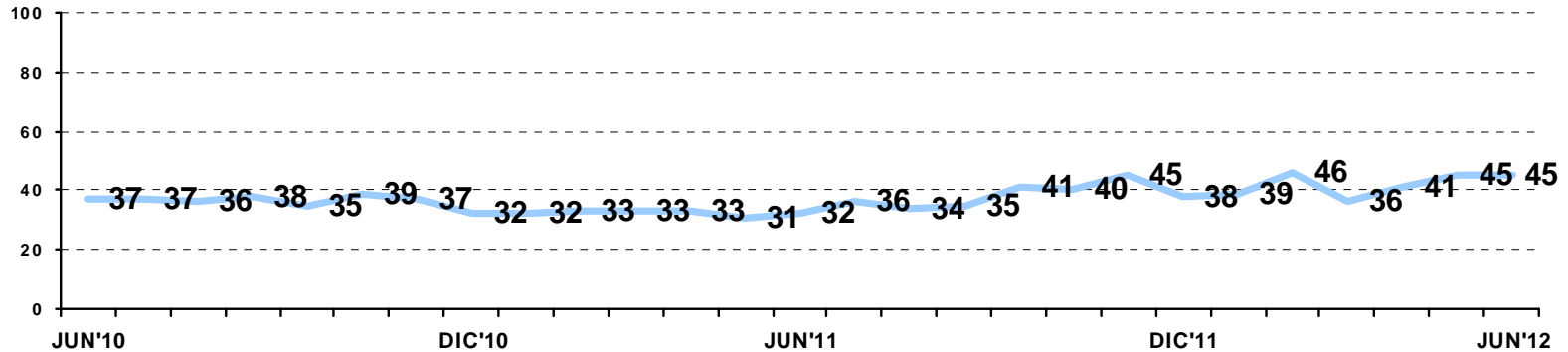
**Productos ecológicos**

# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

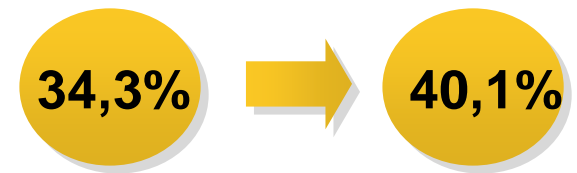
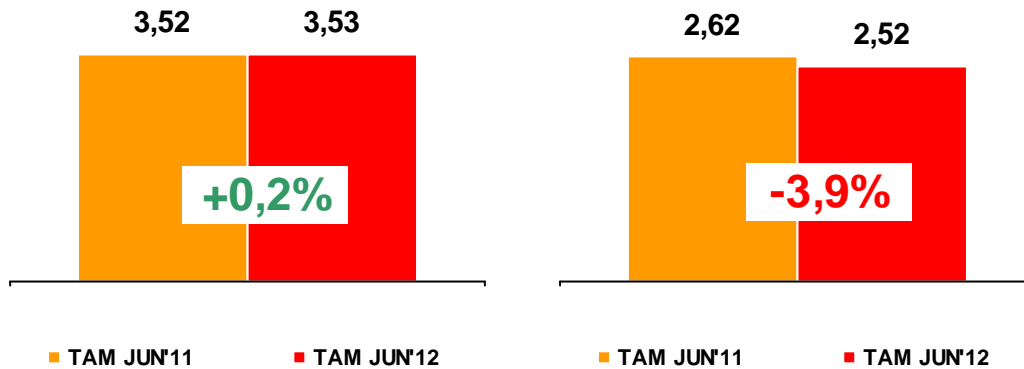


### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

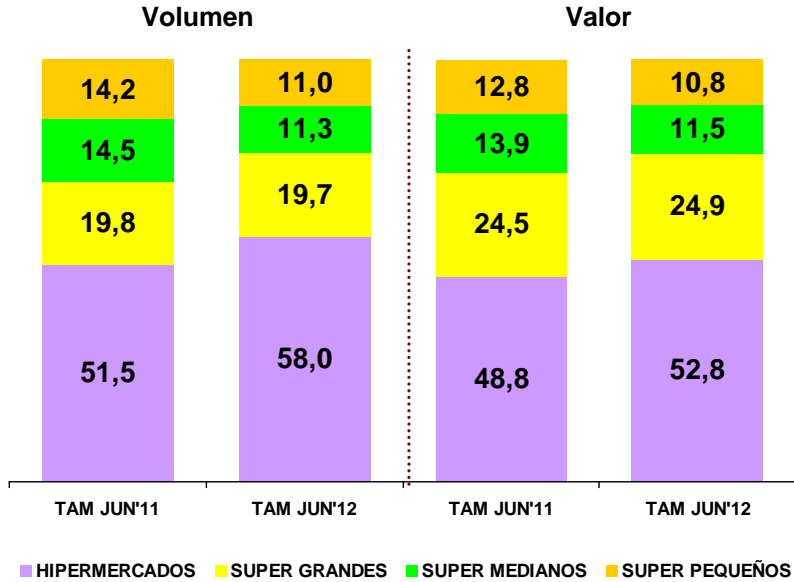
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

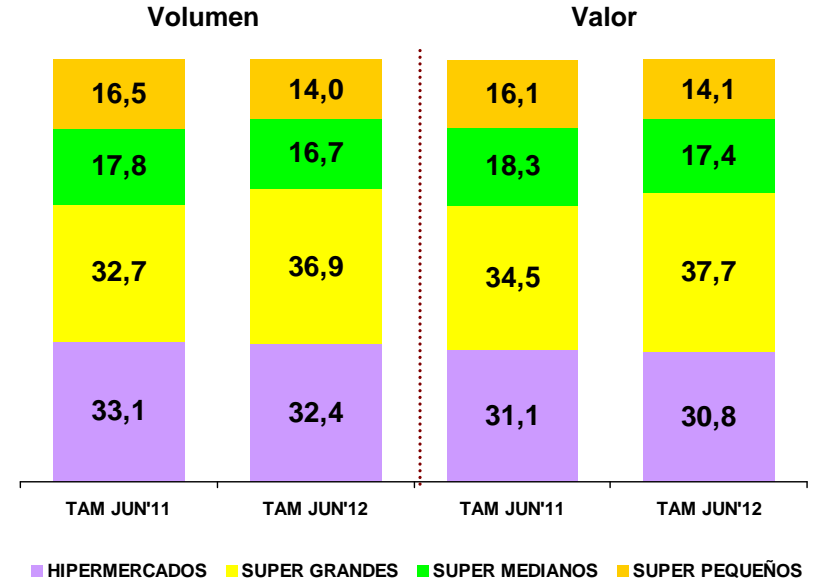
# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Canales

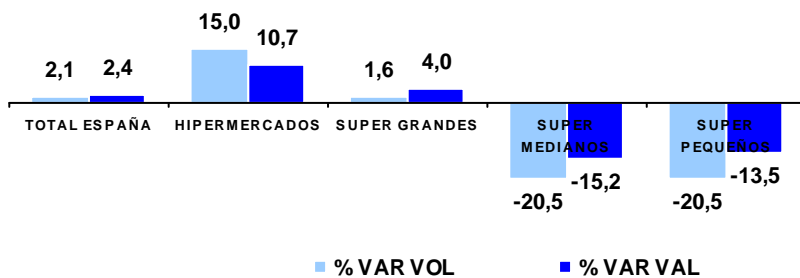
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



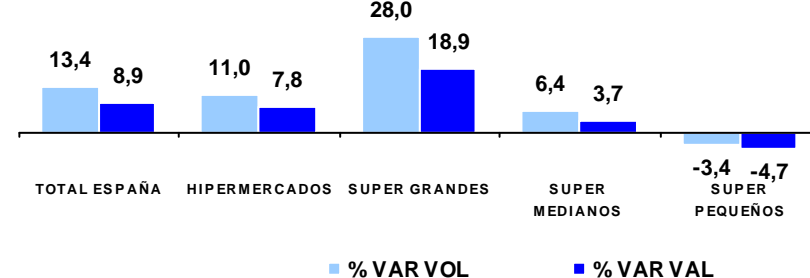
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

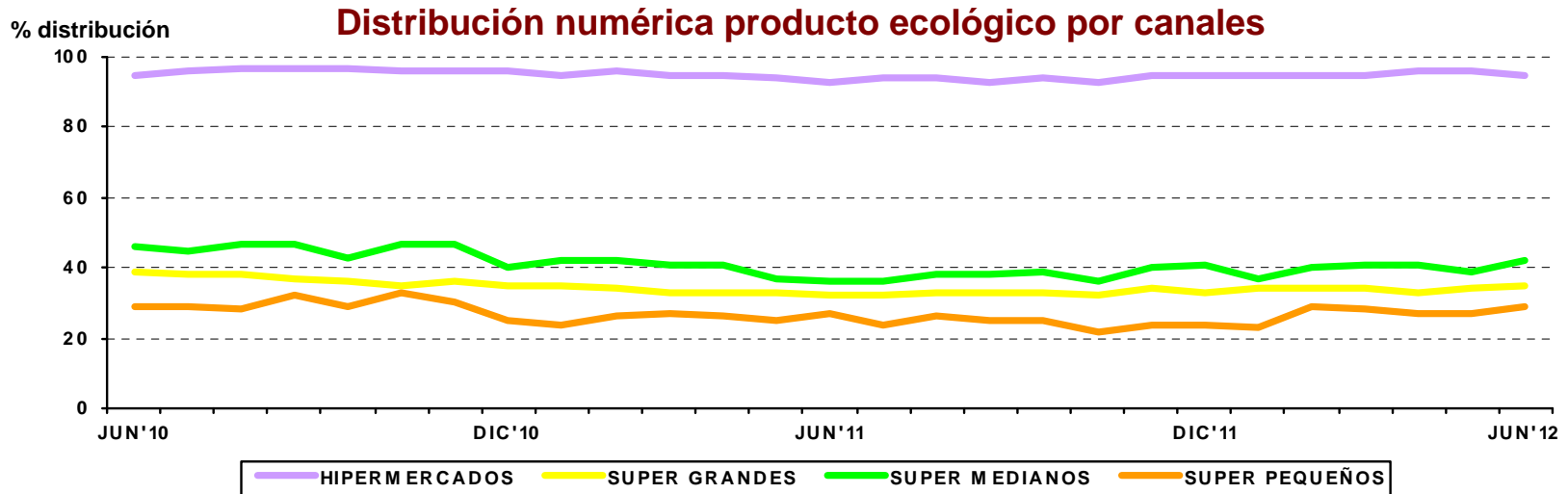


### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

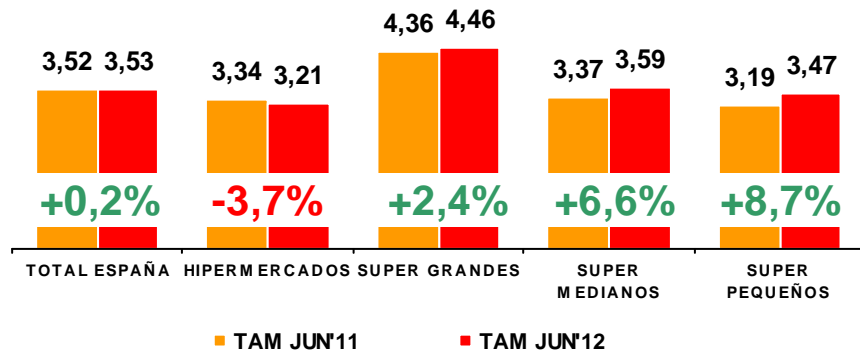


# Aceite de oliva virgen+virgen extra

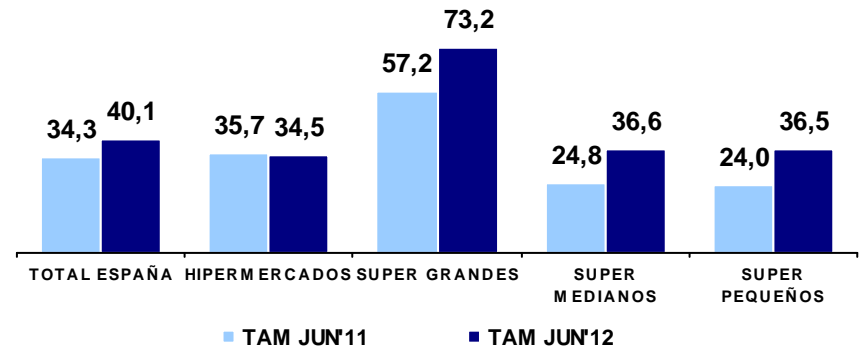
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Aceite de oliva virgen+virgen extra

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	2,1%	100,0	100,0	2,4%	3,52	3,53	0,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	11,7	12,0	4,7%	12,0	12,1	3,3%	3,61	3,57	-1,3%	44,0	44,0
ARAGÓN	3,2	3,4	8,5%	2,9	3,0	5,4%	3,18	3,09	-2,8%	118,9	126,5
ASTURIAS	4,0	4,1	3,9%	4,0	4,0	2,4%	3,55	3,50	-1,5%	162,6	160,6
BALEARES	1,2	1,2	2,5%	1,6	1,6	7,6%	4,46	4,68	4,9%	90,0	88,8
CANARIAS	1,7	2,5	51,6%	2,5	3,4	40,2%	5,23	4,84	-7,5%	79,3	117,9
CANTABRIA	2,0	1,7	-15,4%	1,9	1,6	-14,3%	3,39	3,43	1,2%	110,4	93,3
CASTILLA - LA MANCHA	2,4	2,2	-6,0%	2,1	2,0	-4,1%	3,10	3,16	2,0%	71,5	63,6
CASTILLA - LEÓN	11,2	9,8	-10,5%	9,4	8,2	-10,2%	2,95	2,96	0,3%	171,2	152,1
CATALUÑA	12,1	11,9	0,4%	14,0	14,0	2,1%	4,08	4,15	1,7%	94,2	95,7
EXTREMADURA	2,2	2,0	-5,5%	1,8	1,8	-0,3%	2,90	3,06	5,5%	94,7	83,8
GALICIA	5,6	5,3	-4,2%	6,1	5,9	-1,5%	3,87	3,98	2,8%	120,6	118,6
LA RIOJA	1,0	1,2	31,7%	0,8	1,1	28,0%	3,08	2,99	-2,8%	102,1	123,5
MADRID	21,8	22,0	3,1%	22,2	22,3	2,6%	3,59	3,57	-0,5%	150,7	153,8
MURCIA	1,9	1,7	-8,3%	1,7	1,5	-11,1%	3,20	3,10	-3,1%	109,5	93,7
NAVARRA	2,5	2,6	6,9%	2,3	2,4	5,7%	3,28	3,25	-1,1%	147,9	162,5
PAÍS VASCO	8,0	8,7	11,4%	7,7	8,2	10,0%	3,38	3,34	-1,2%	132,2	152,3
VALENCIA	7,6	7,8	4,2%	6,9	6,9	2,6%	3,21	3,16	-1,5%	90,0	89,4

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Alimentación infantil

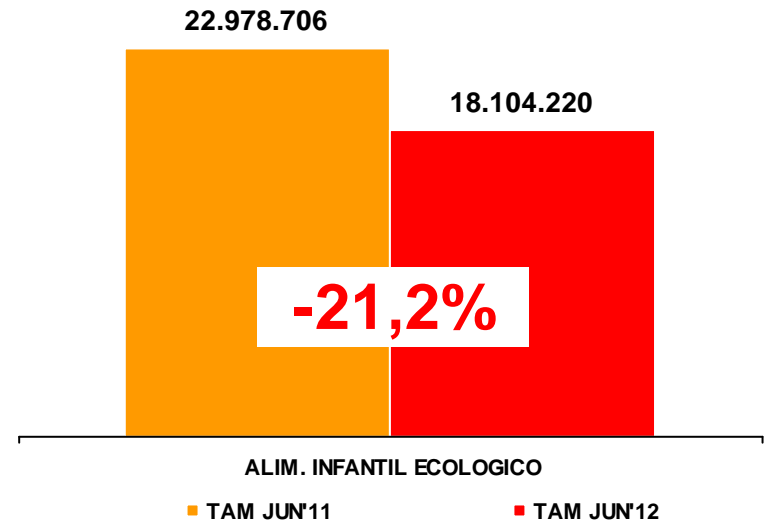
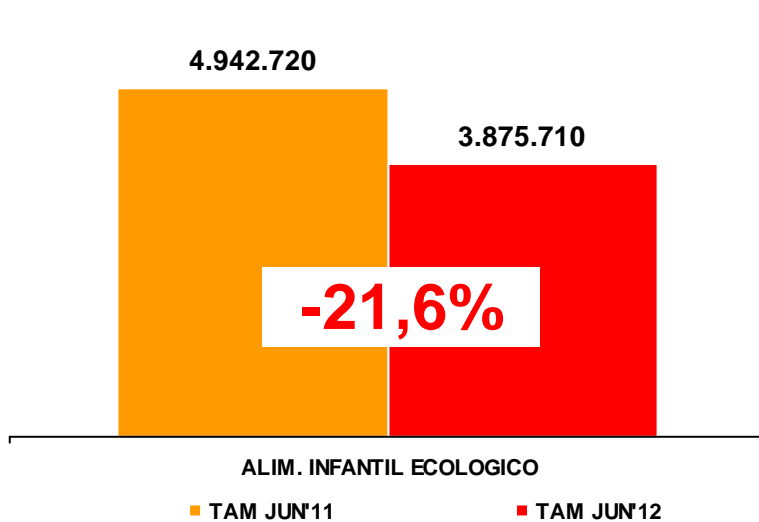


# Alimentación infantil

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.875.710 kg**

**Valor 18.104.220 €**



### Porcentaje sobre la categoría

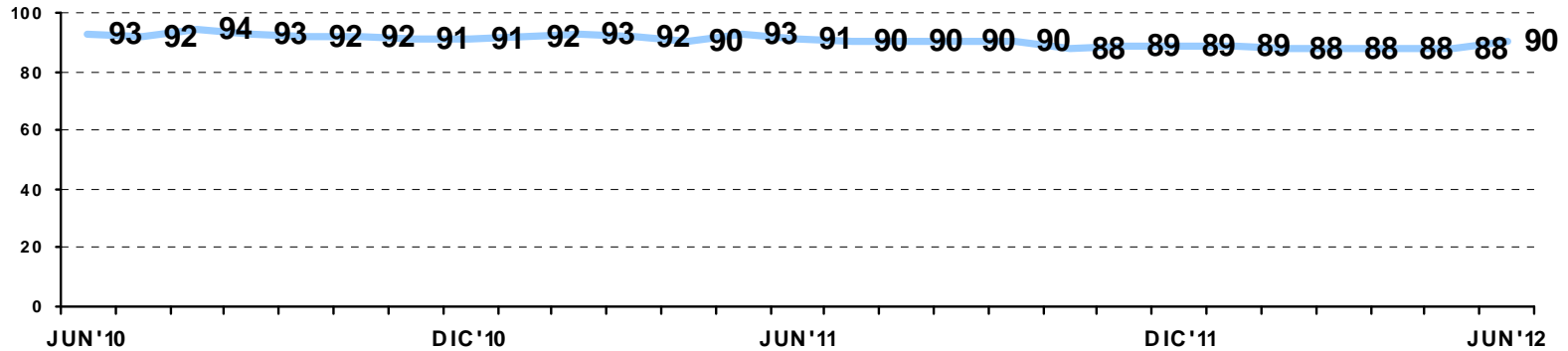


# Alimentación infantil

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

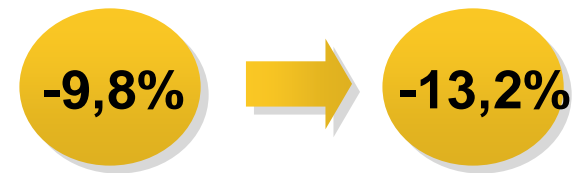
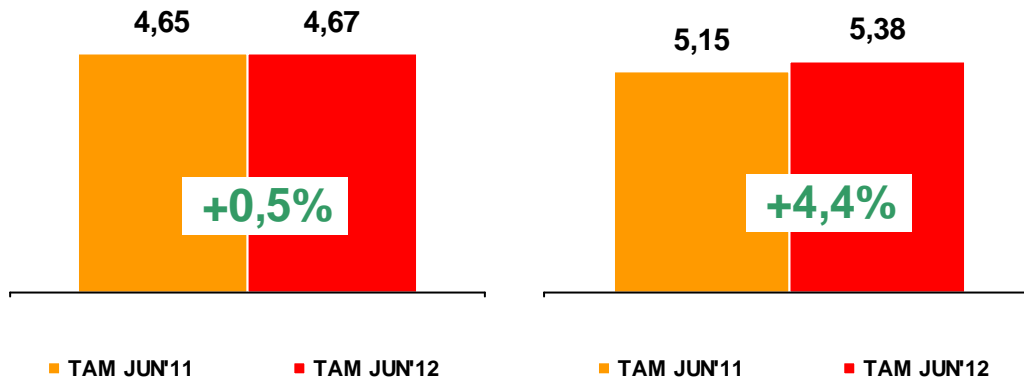


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

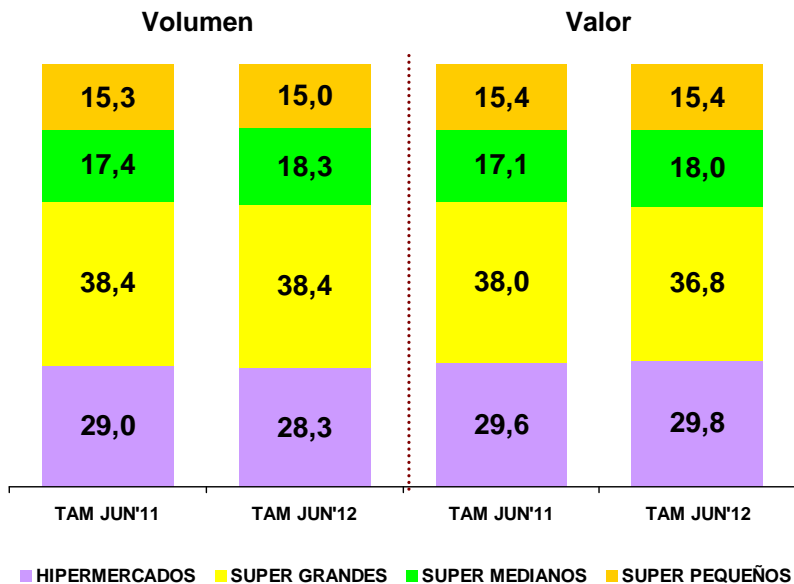
Productos ecológicos



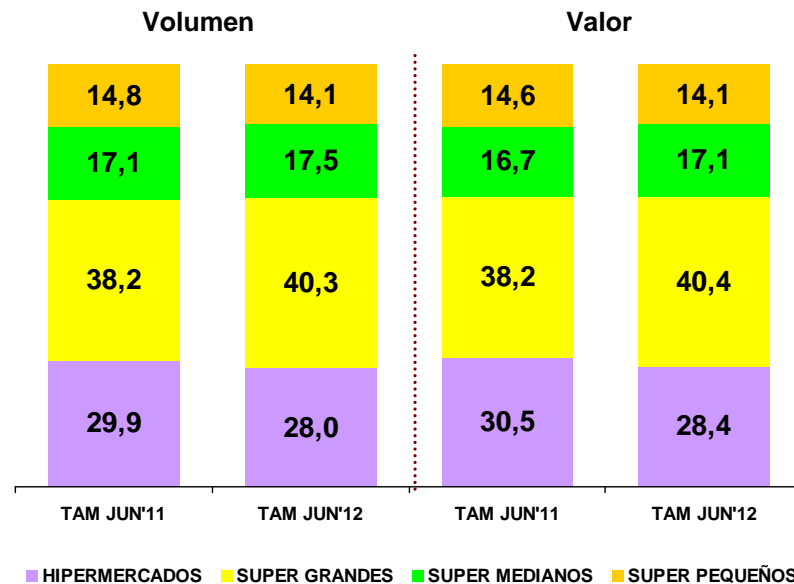
# Alimentación infantil

## Canales

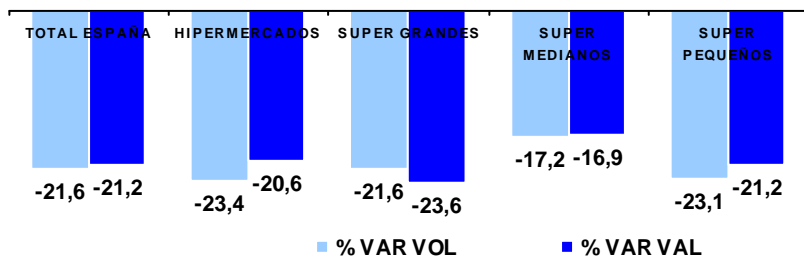
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



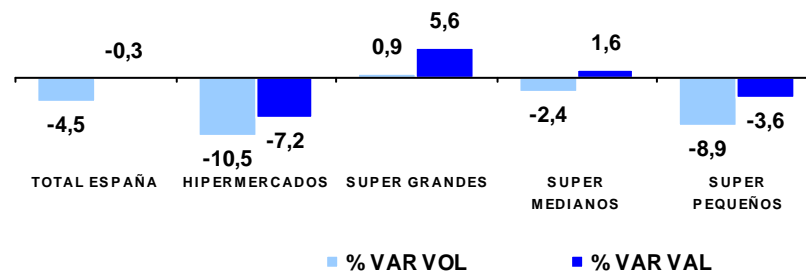
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

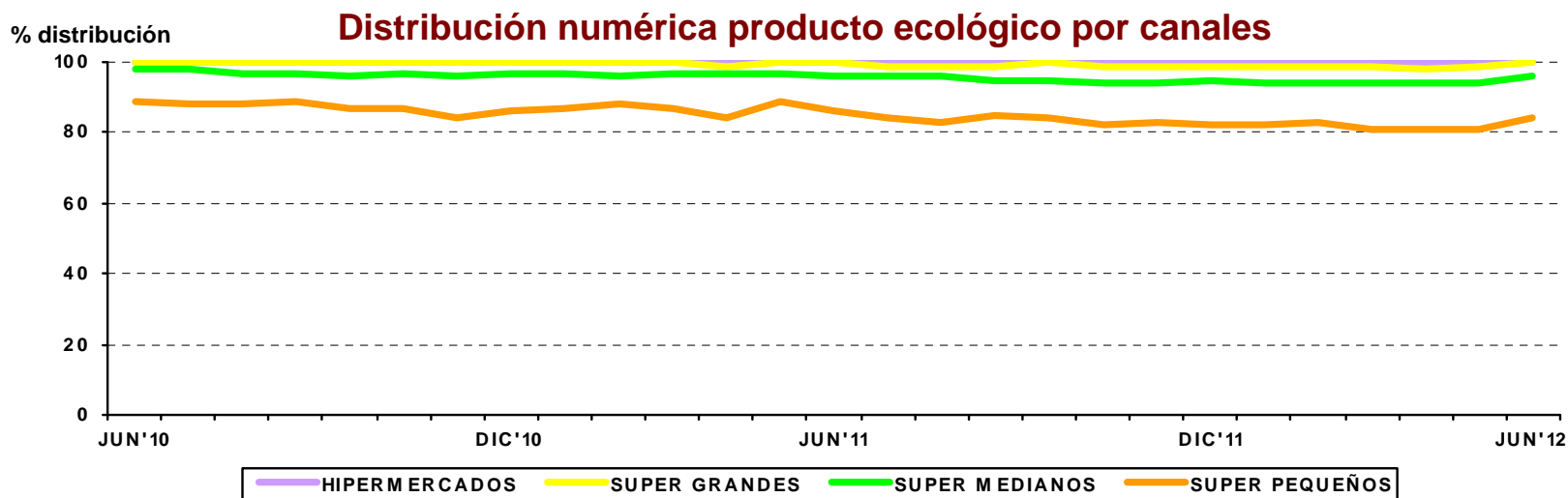


### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

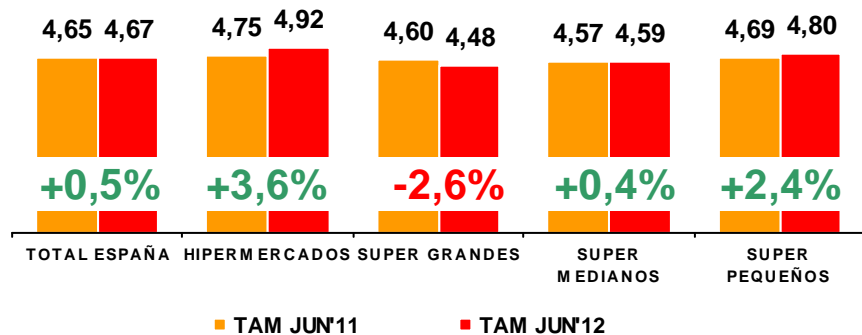


# Alimentación infantil

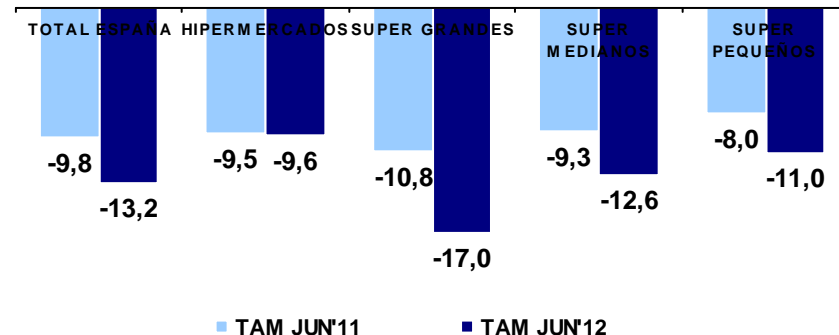
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Alimentación infantil

## Comunidades Autónomas

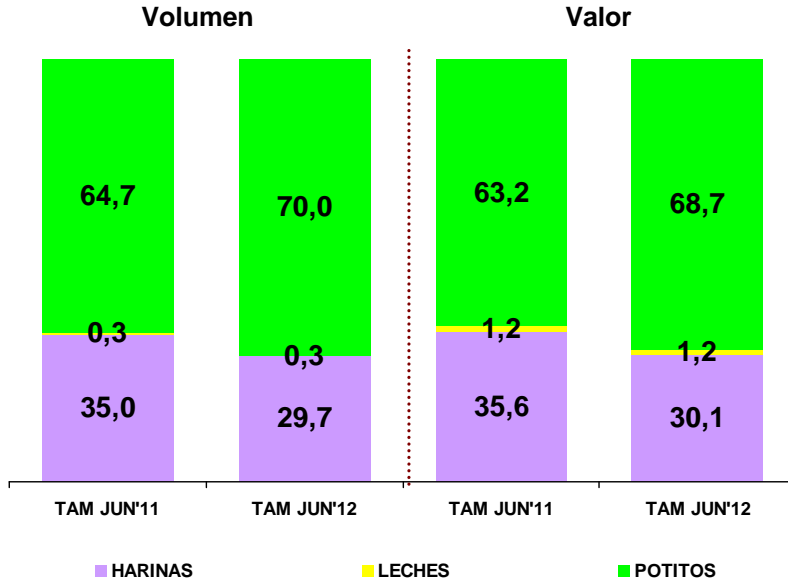
	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-21,6%	100,0	100,0	-21,2%	4,65	4,67	0,5%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,1	24,9	-22,0%	24,3	24,0	-22,1%	4,51	4,50	-0,1%	96,2	95,5
ARAGÓN	2,0	2,0	-20,8%	2,0	2,0	-20,7%	4,71	4,72	0,2%	106,8	104,1
ASTURIAS	1,4	1,3	-29,5%	1,5	1,3	-29,0%	4,81	4,85	0,8%	77,0	68,1
BALEARES	2,4	2,7	-12,7%	2,6	3,0	-10,2%	5,07	5,22	2,9%	126,4	134,7
CANARIAS	4,6	4,0	-32,2%	4,9	4,1	-34,2%	4,94	4,79	-3,0%	88,2	75,6
CANTABRIA	1,0	0,9	-31,6%	1,0	0,9	-29,9%	4,76	4,87	2,4%	74,3	66,3
CASTILLA - LA MANCHA	5,4	5,9	-13,9%	5,1	5,6	-12,4%	4,40	4,47	1,7%	109,7	116,6
CASTILLA - LEÓN	3,3	3,3	-21,6%	3,3	3,3	-20,7%	4,64	4,69	1,2%	83,8	84,3
CATALUÑA	13,2	12,4	-26,7%	13,8	13,0	-26,1%	4,86	4,90	0,8%	111,2	107,4
EXTREMADURA	2,8	2,9	-19,0%	2,7	2,8	-17,9%	4,48	4,54	1,3%	93,4	97,0
GALICIA	4,1	4,4	-14,2%	4,2	4,6	-14,2%	4,82	4,82	0,0%	89,4	98,6
LA RIOJA	0,5	0,6	-13,2%	0,5	0,6	-12,7%	4,57	4,60	0,6%	96,1	101,1
MADRID	12,6	12,1	-24,3%	12,8	12,4	-24,0%	4,74	4,75	0,3%	96,9	93,7
MURCIA	5,0	5,1	-20,3%	4,7	4,9	-19,3%	4,39	4,44	1,3%	104,5	114,3
NAVARRA	0,8	0,8	-22,0%	0,9	0,9	-20,6%	4,98	5,08	1,9%	90,5	90,1
PAÍS VASCO	3,9	4,2	-16,7%	4,0	4,5	-12,5%	4,77	5,01	5,0%	101,1	107,4
VALENCIA	11,9	12,5	-17,5%	11,6	12,1	-17,4%	4,53	4,53	0,1%	114,5	116,5

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

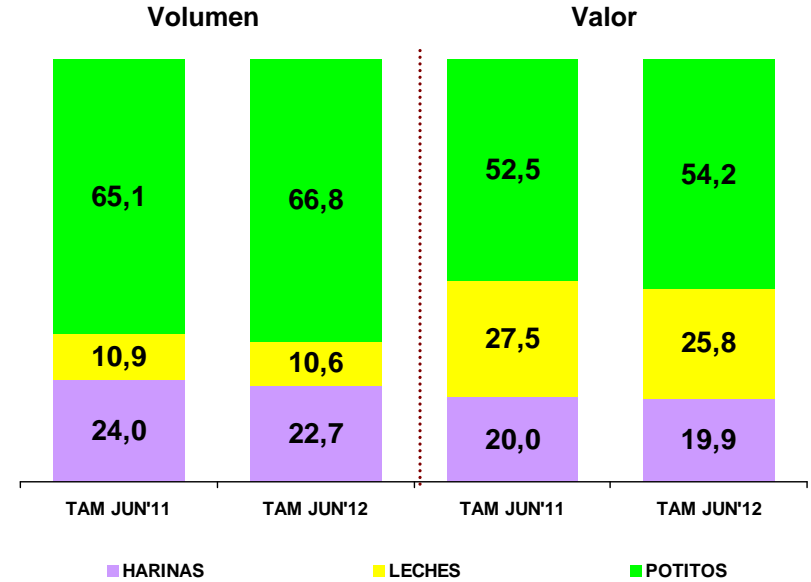
# Alimentación infantil

## Segmentos

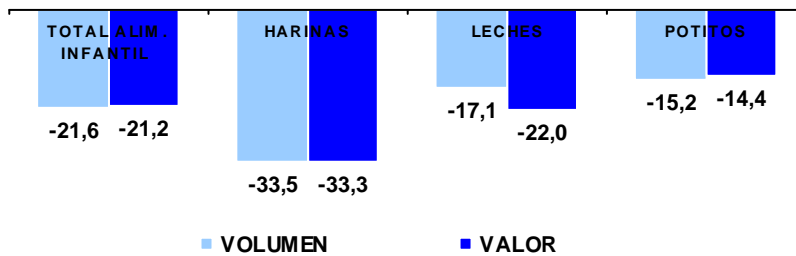
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



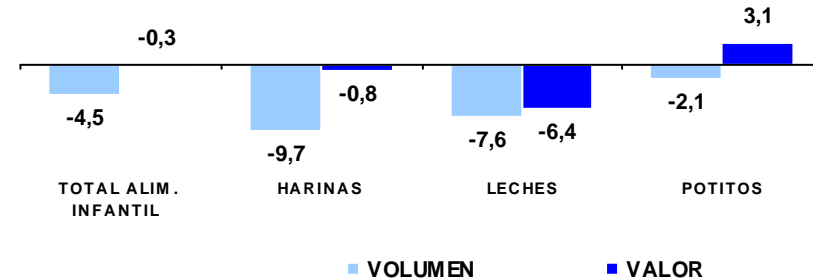
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

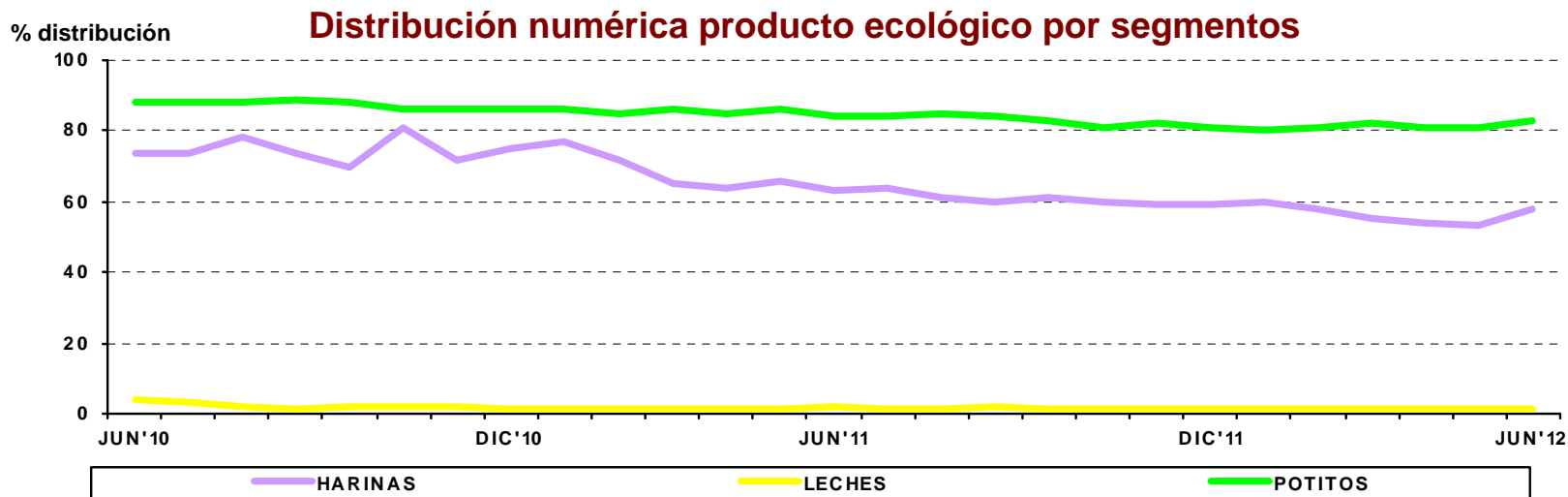


**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)

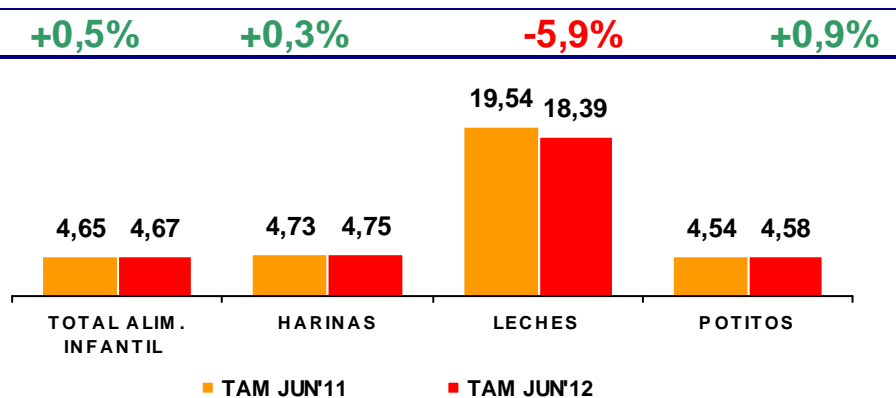


# Alimentación infantil

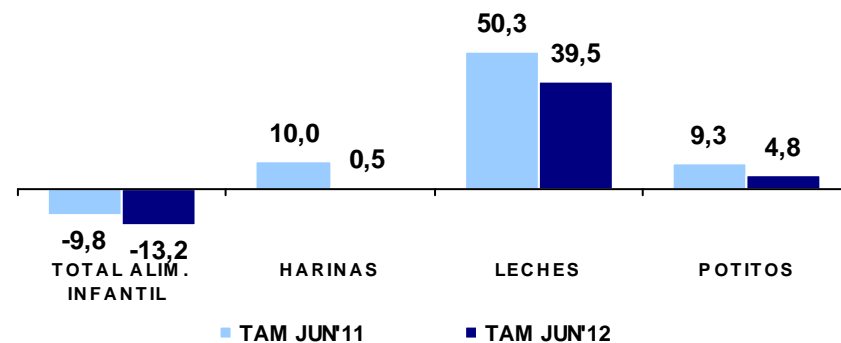
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



---

# Caldos

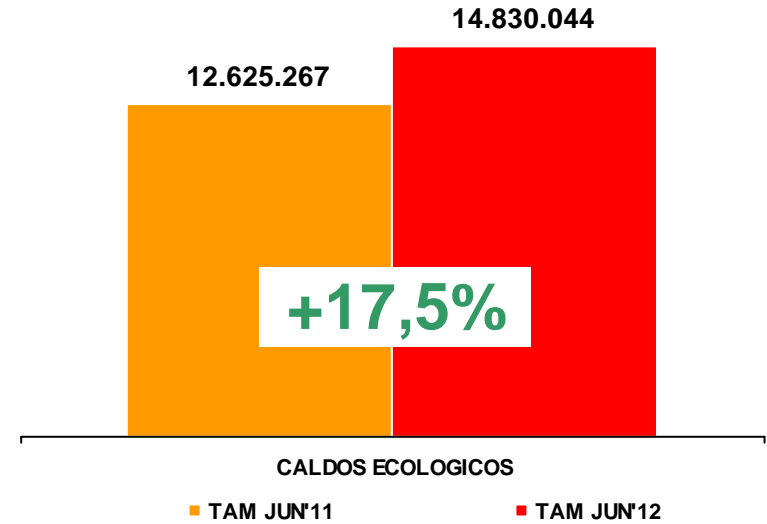
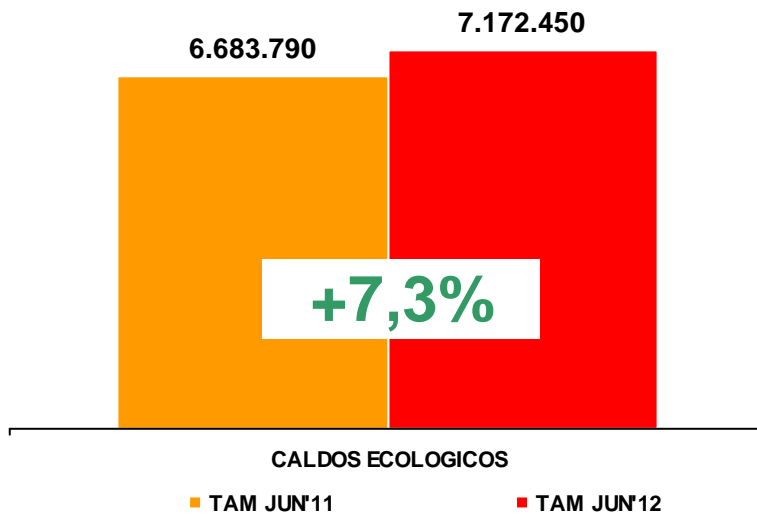


# Caldos

## Dimensionamiento del mercado

Volumen 7.172.450 l

Valor 14.830.044 €



### Porcentaje sobre la categoría

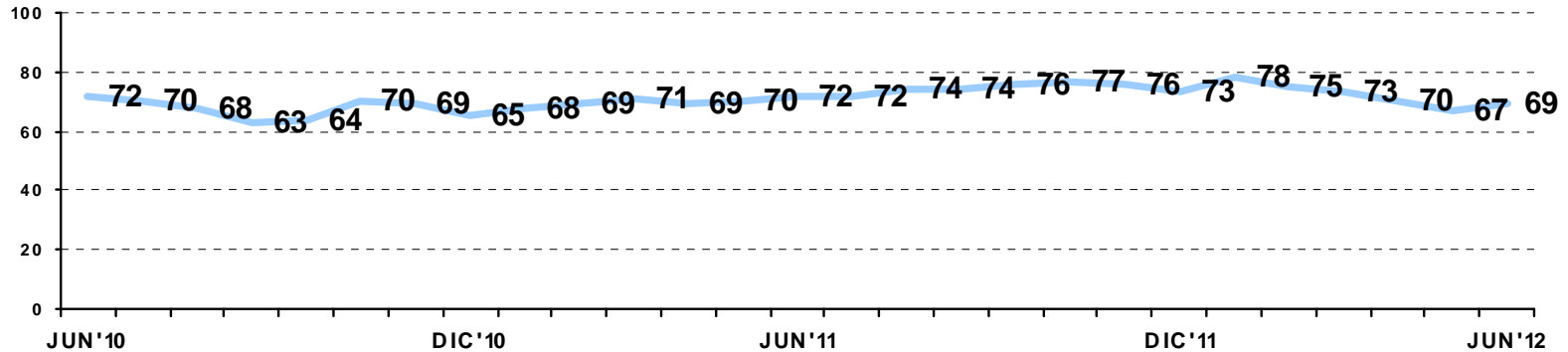


# Caldos

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

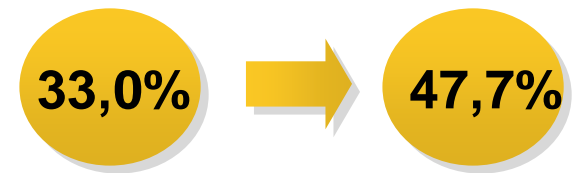
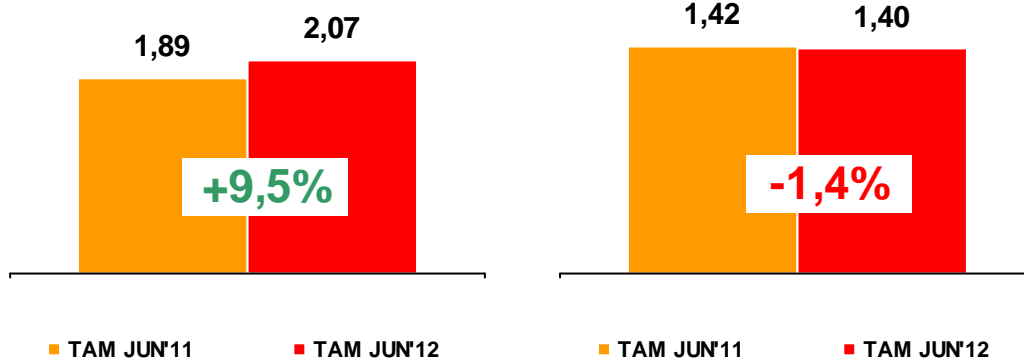


### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

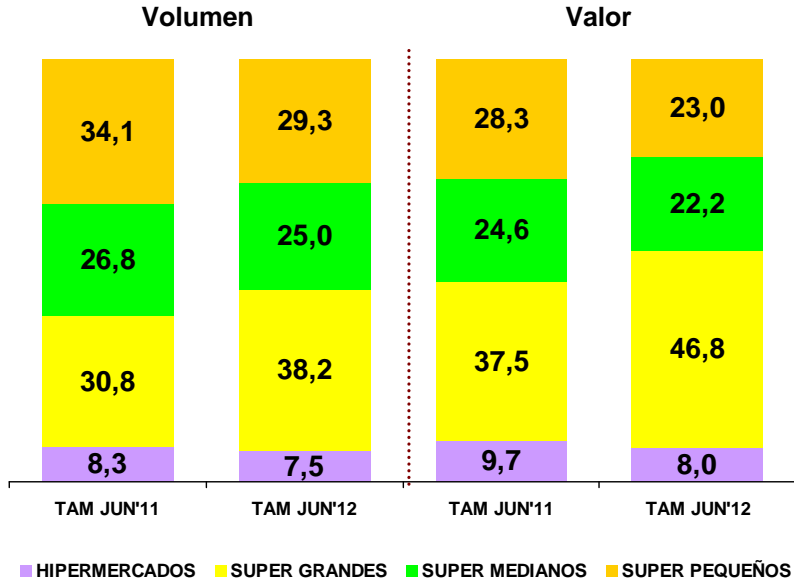
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

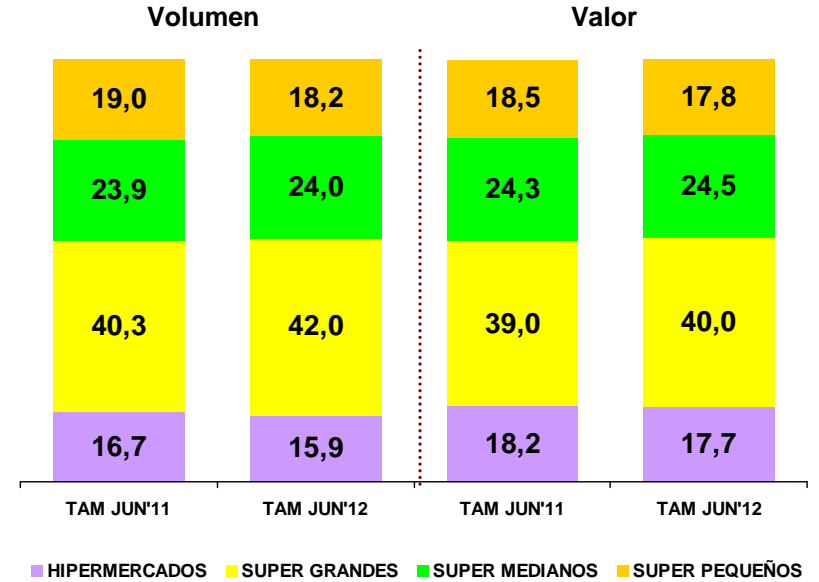


# Caldos Canales

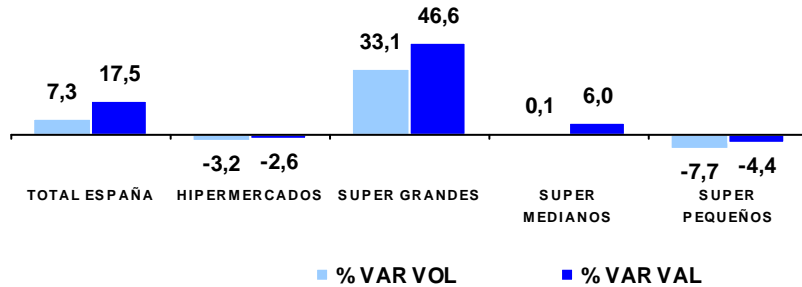
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



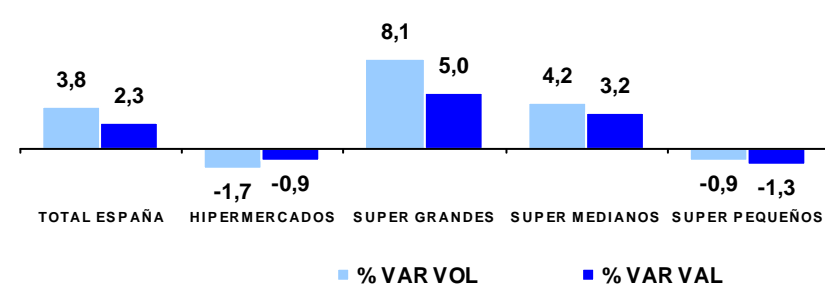
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

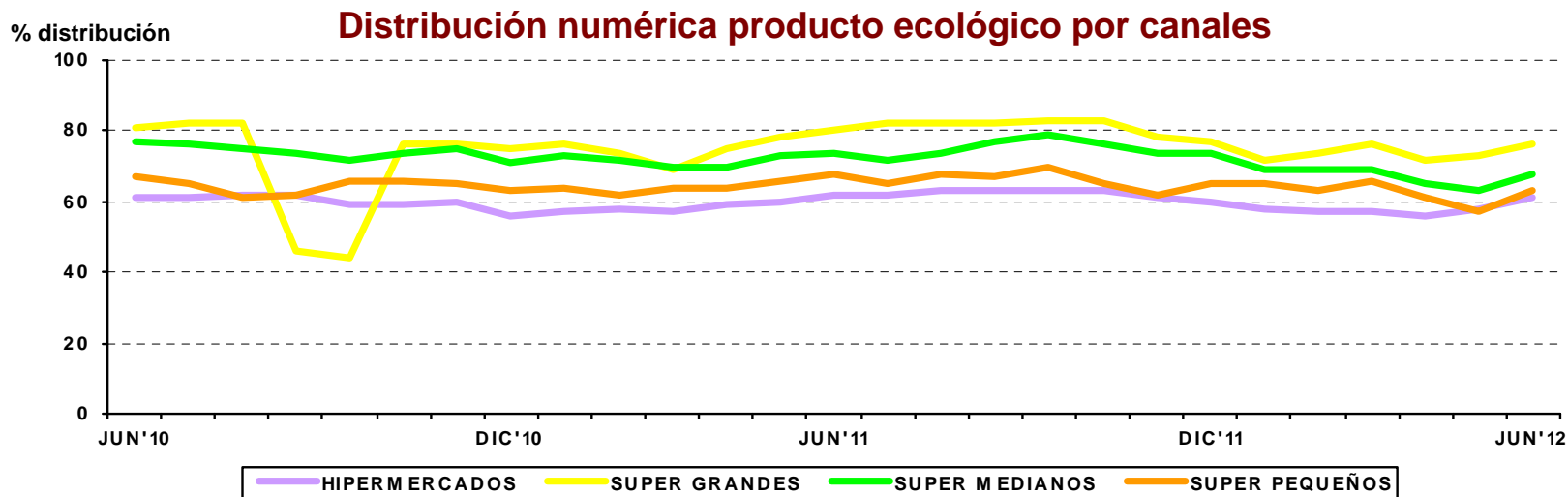


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

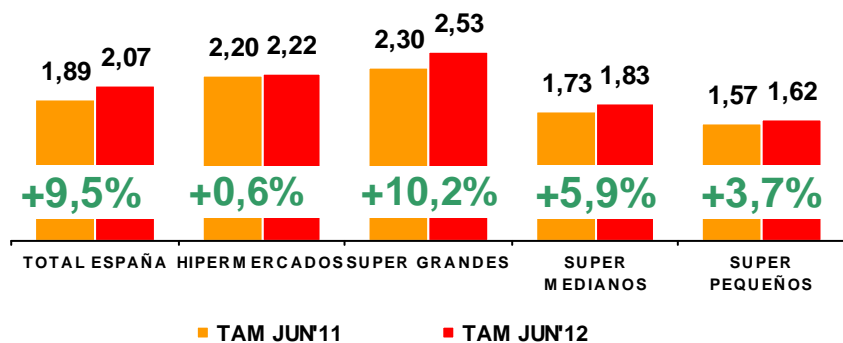


# Caldos

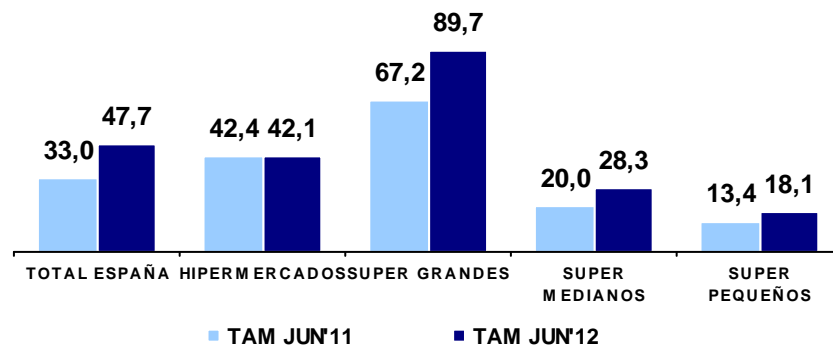
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

# Caldos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	7,3%	100,0	100,0	17,5%	1,89	2,07	9,5%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	25,3	27,0	14,9%	24,1	26,3	28,4%	1,80	2,01	11,8%	170,4	185,6
ARAGÓN	2,5	2,8	19,0%	2,7	2,8	22,3%	2,04	2,10	2,8%	70,1	75,5
ASTURIAS	4,1	3,8	0,2%	3,5	3,3	11,9%	1,62	1,81	11,7%	225,2	211,3
BALEARES	2,2	2,3	15,3%	2,7	2,8	19,6%	2,40	2,49	3,8%	72,8	74,5
CANARIAS	5,1	5,4	14,2%	5,3	5,3	18,3%	1,96	2,03	3,6%	229,6	258,2
CANTABRIA	1,1	1,2	17,4%	1,1	1,2	25,6%	1,98	2,12	7,0%	83,6	94,8
CASTILLA - LA MANCHA	4,1	4,0	5,9%	4,1	4,0	14,7%	1,93	2,09	8,3%	91,9	90,8
CASTILLA - LEÓN	4,2	3,9	-2,2%	4,3	4,0	9,2%	1,94	2,16	11,6%	85,9	79,1
CATALUÑA	16,2	14,3	-5,5%	16,1	14,3	4,4%	1,88	2,07	10,5%	65,3	57,2
EXTREMADURA	2,7	2,9	14,3%	2,9	2,9	20,6%	1,99	2,10	5,5%	125,4	130,2
GALICIA	6,2	5,4	-6,1%	5,4	4,8	2,7%	1,67	1,83	9,3%	182,8	158,0
LA RIOJA	0,8	0,7	-10,0%	0,8	0,7	6,6%	1,83	2,17	18,5%	136,8	109,9
MADRID	9,9	10,3	11,3%	10,9	10,9	17,5%	2,08	2,20	5,6%	70,5	73,5
MURCIA	2,7	2,7	7,9%	2,8	2,9	21,0%	1,97	2,21	12,2%	142,8	148,5
NAVARRA	0,9	0,7	-16,1%	1,0	0,7	-13,6%	1,98	2,03	2,9%	79,5	62,2
PAÍS VASCO	1,9	1,7	-4,5%	1,9	1,6	0,2%	1,86	1,95	4,9%	57,1	50,6
VALENCIA	10,2	10,9	15,3%	10,3	11,3	28,7%	1,91	2,13	11,6%	81,1	86,3

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Conservas vegetales

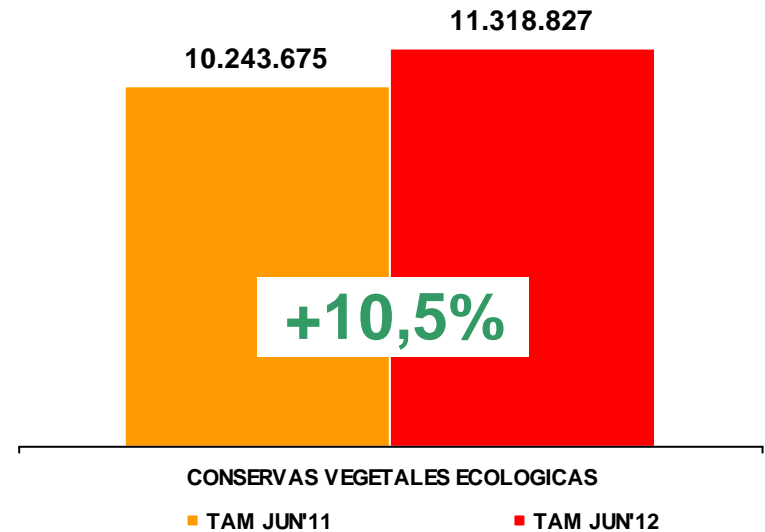
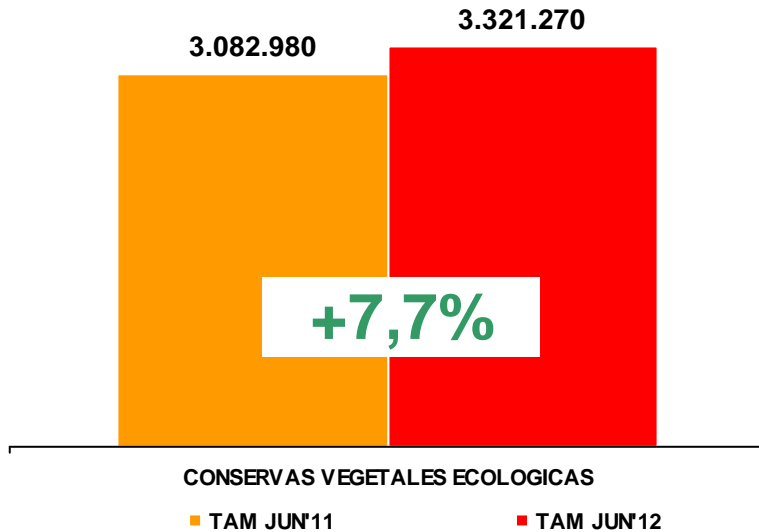


# Conservas vegetales

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 3.321.270 kg**

**Valor 11.318.827 €**



### Porcentaje sobre la categoría



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

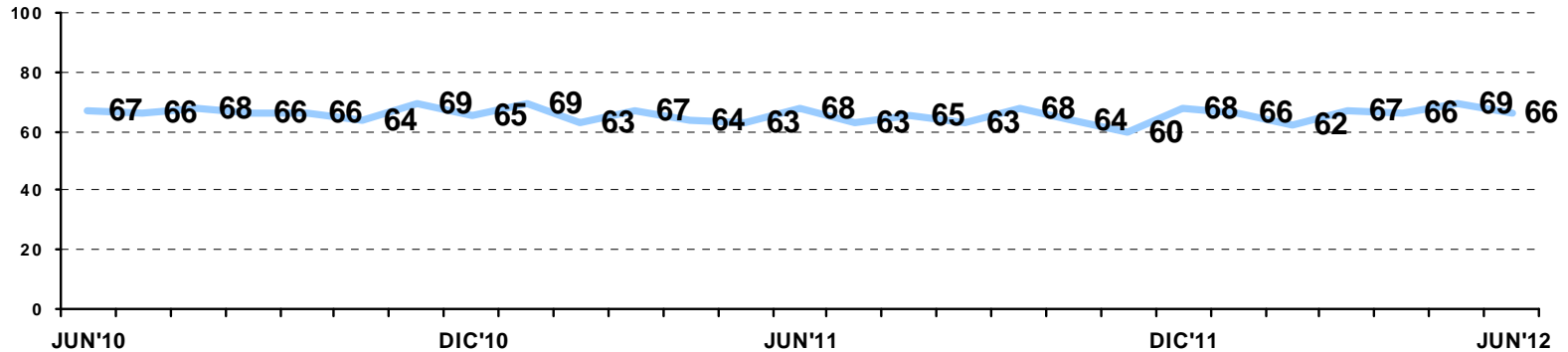
Productos ecológicos

# Conservas vegetales

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

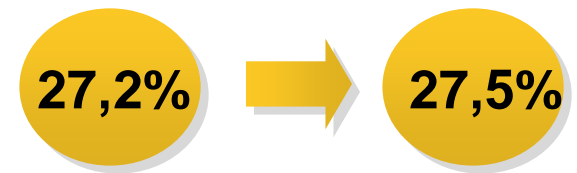
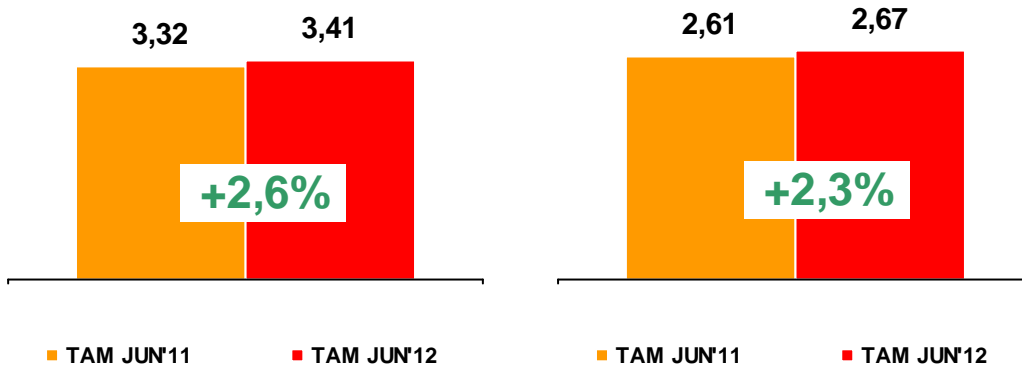


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

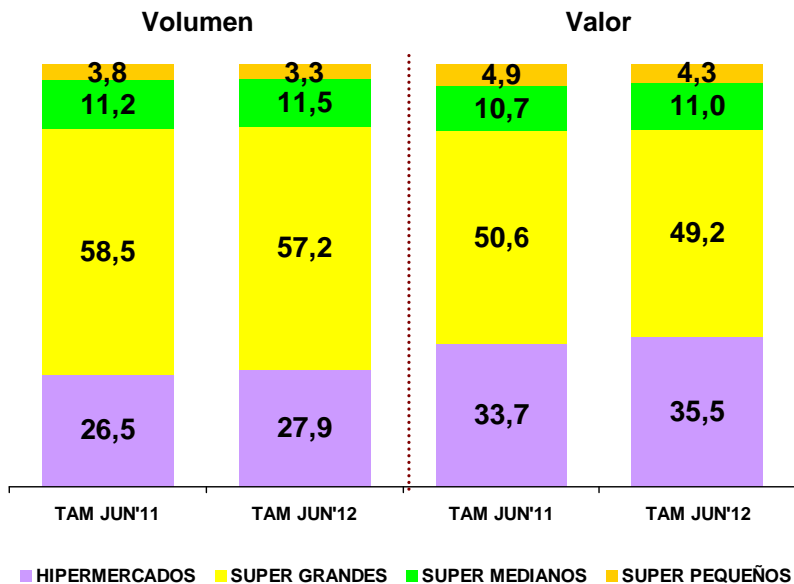
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

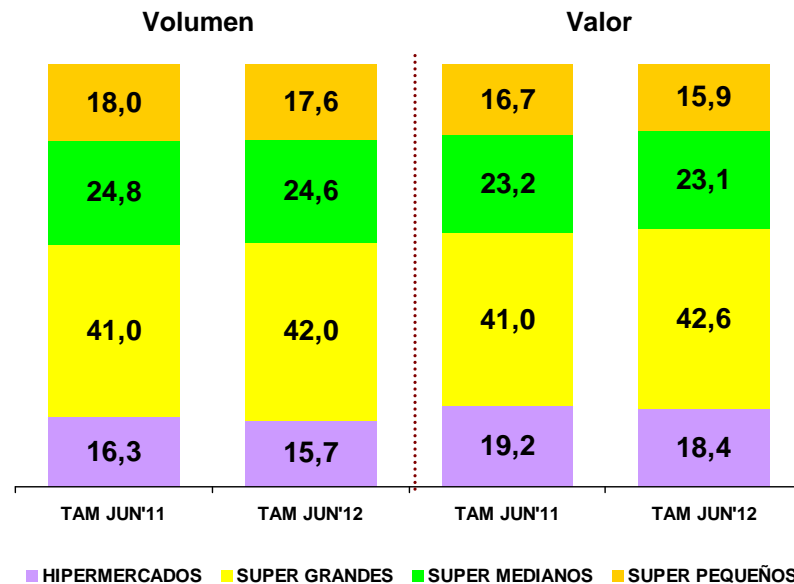
# Conservas vegetales

## Canales

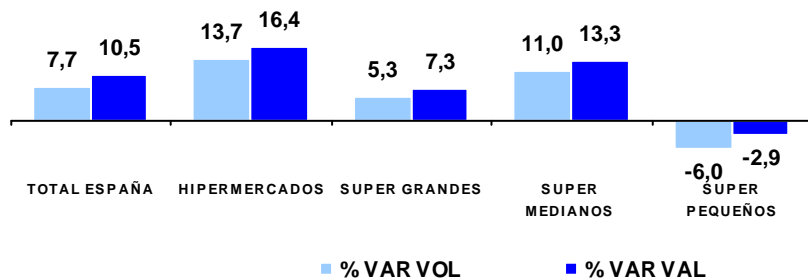
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



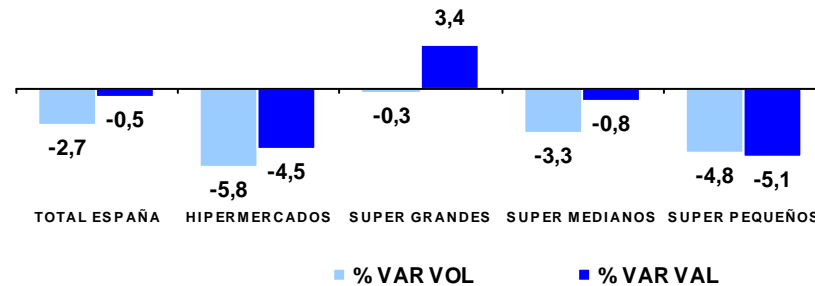
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

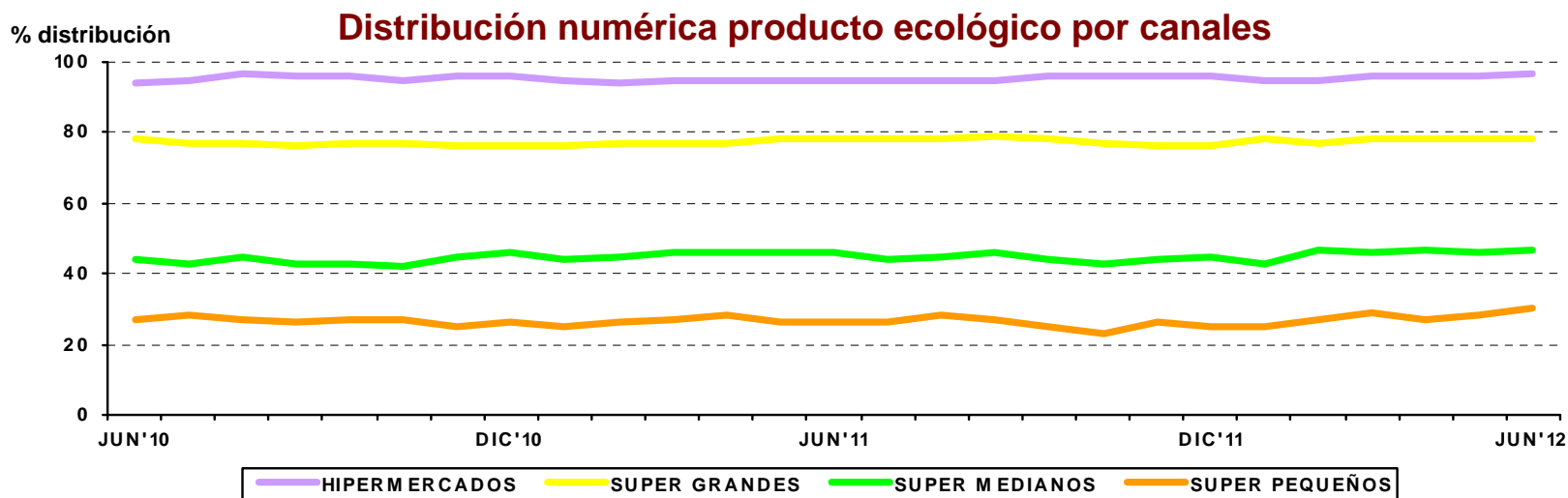


**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

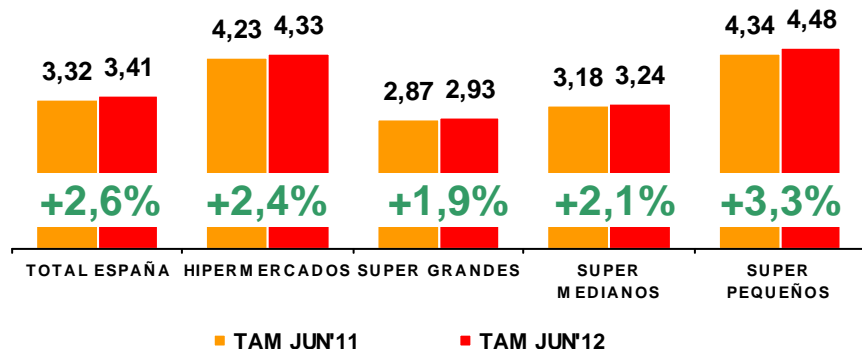


# Conservas vegetales

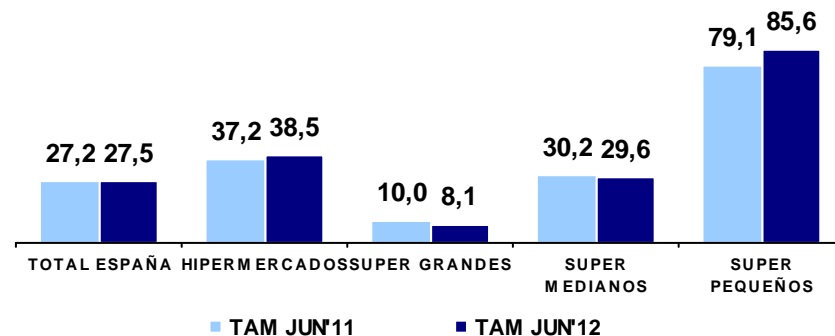
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos



# Conservas vegetales

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	7,7%	100,0	100,0	10,5%	3,32	3,41	2,6%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	14,8	14,5	5,3%	12,6	12,9	12,8%	2,82	3,02	7,1%	91,0	87,6
ARAGÓN	2,7	2,6	5,3%	2,5	2,4	6,5%	3,15	3,19	1,1%	79,9	78,3
ASTURIAS	1,6	1,6	11,1%	2,1	2,2	14,9%	4,32	4,47	3,5%	72,4	77,0
BALEARES	2,6	2,9	20,9%	2,1	2,3	20,3%	2,70	2,68	-0,5%	118,2	119,7
CANARIAS	3,2	4,0	35,6%	3,9	4,3	22,5%	4,05	3,66	-9,6%	97,7	123,8
CANTABRIA	1,1	1,1	2,9%	1,5	1,5	6,8%	4,49	4,66	3,8%	68,7	65,9
CASTILLA - LA MANCHA	5,3	5,3	8,1%	4,9	4,9	9,8%	3,09	3,14	1,6%	106,5	106,1
CASTILLA - LEÓN	4,3	4,2	5,6%	4,7	4,6	7,7%	3,64	3,71	2,0%	89,2	90,1
CATALUÑA	16,4	16,1	5,9%	15,7	15,6	9,5%	3,19	3,30	3,4%	96,2	96,2
EXTREMADURA	1,7	1,6	0,7%	1,6	1,4	1,5%	3,15	3,17	0,8%	77,3	71,7
GALICIA	2,9	2,7	2,1%	3,8	3,6	5,8%	4,33	4,48	3,6%	67,5	63,3
LA RIOJA	0,5	0,6	16,5%	0,7	0,8	32,1%	3,98	4,51	13,3%	60,3	66,0
MADRID	18,1	17,4	3,8%	21,4	20,6	6,4%	3,93	4,03	2,5%	124,7	120,6
MURCIA	3,2	2,9	-3,0%	2,9	2,7	1,1%	3,03	3,16	4,3%	113,1	103,8
NAVARRA	0,5	0,5	-7,2%	0,9	0,9	8,0%	5,94	6,91	16,4%	30,9	27,2
PAÍS VASCO	2,4	2,5	11,1%	4,2	4,3	13,4%	5,83	5,95	2,1%	47,5	48,1
VALENCIA	18,7	19,5	12,2%	14,5	15,1	14,9%	2,57	2,64	2,4%	145,8	151,8

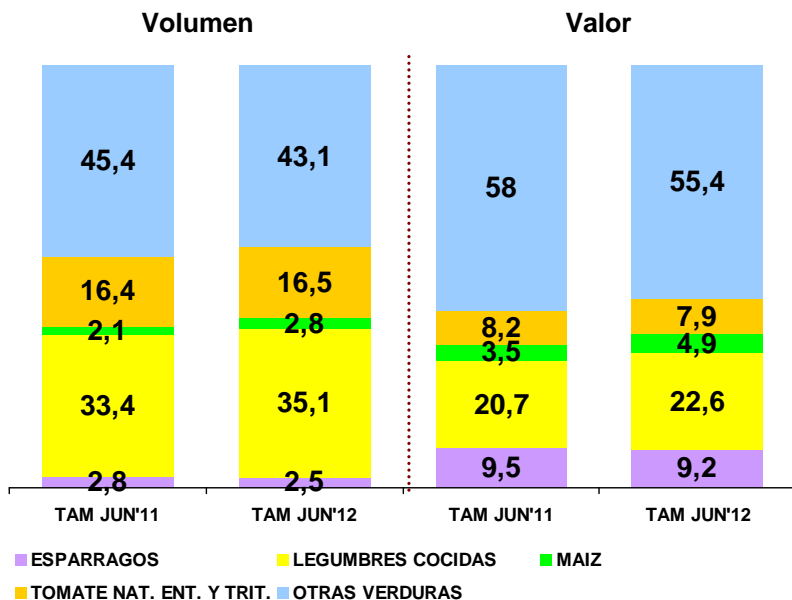
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Conservas vegetales

## Segmentos

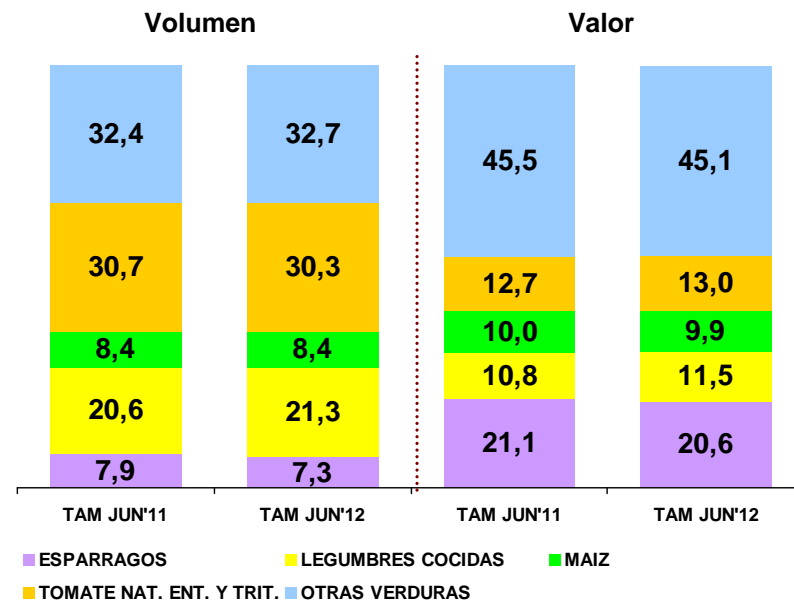
### Producto ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

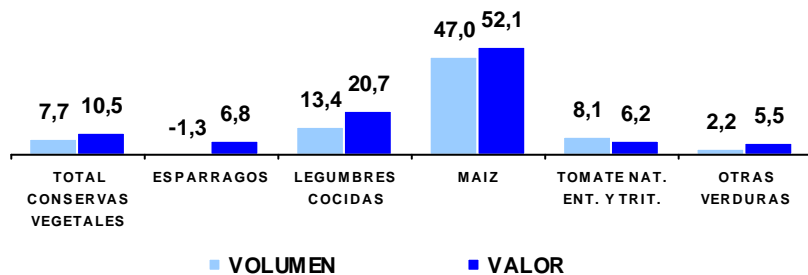


### Producto no ecológico

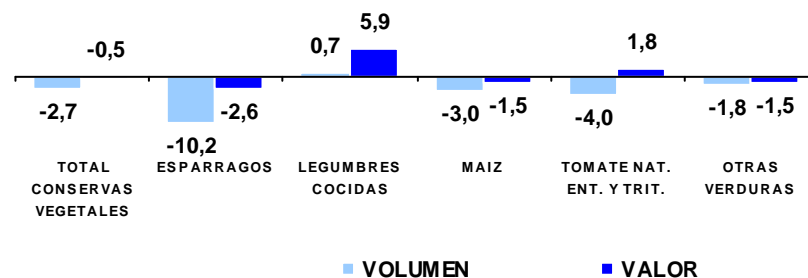
#### Concentración volumen por segmentos (%)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



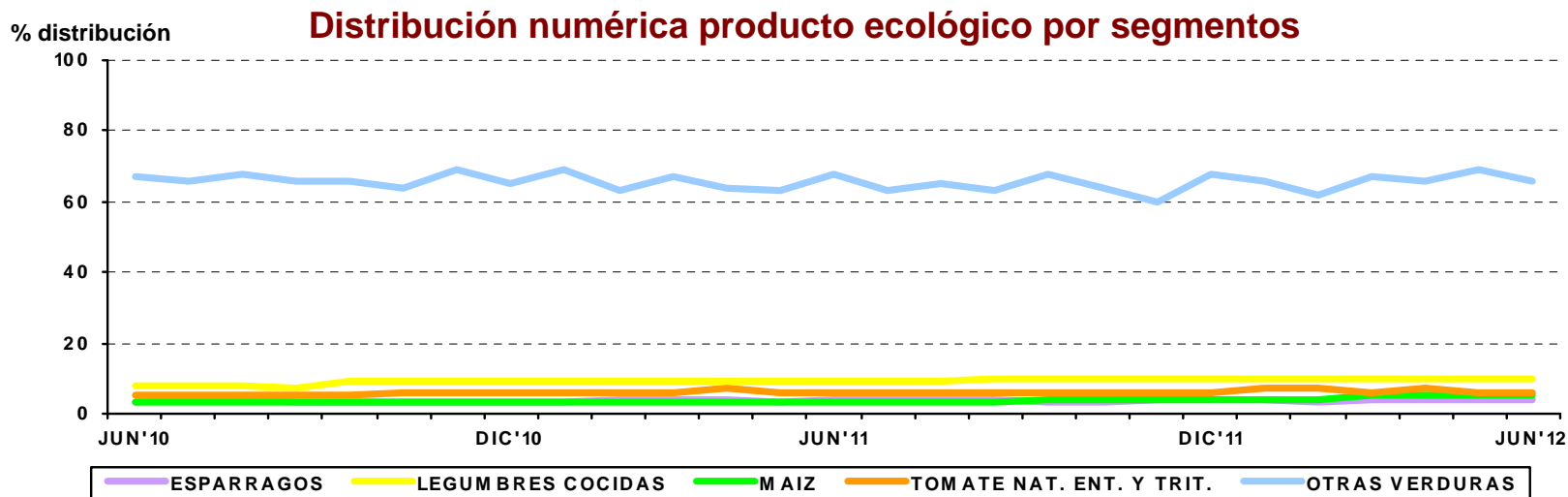
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

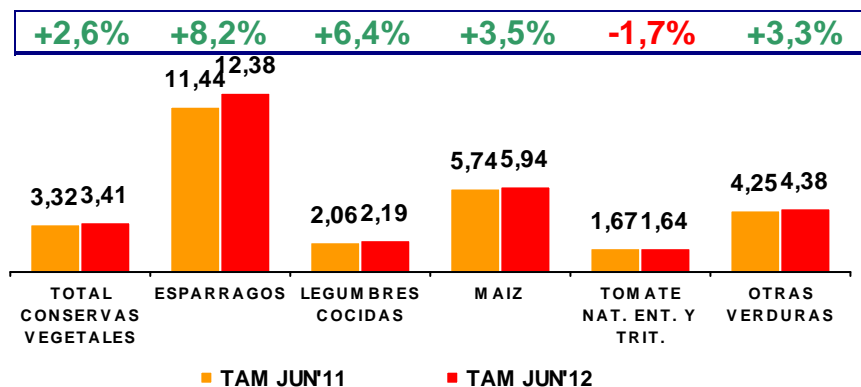
Productos ecológicos

# Conservas vegetales

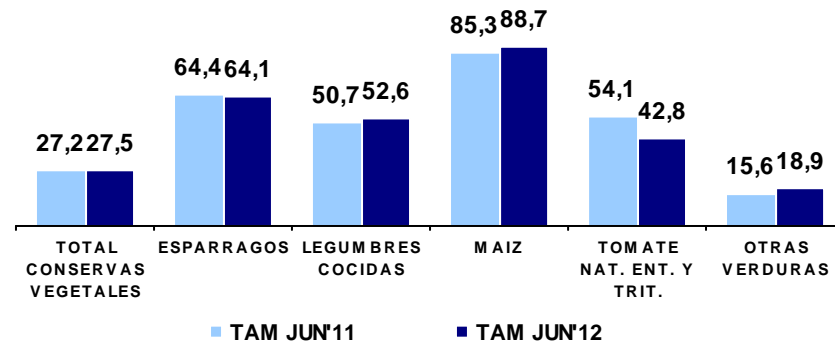
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



---

# Huevos

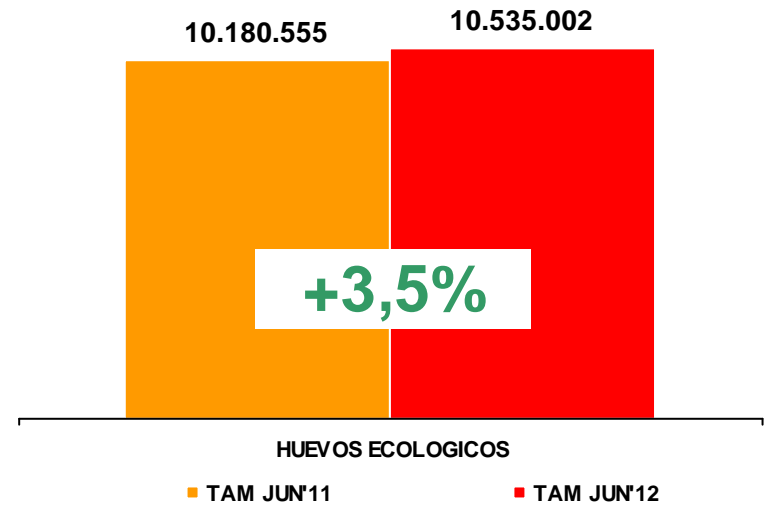
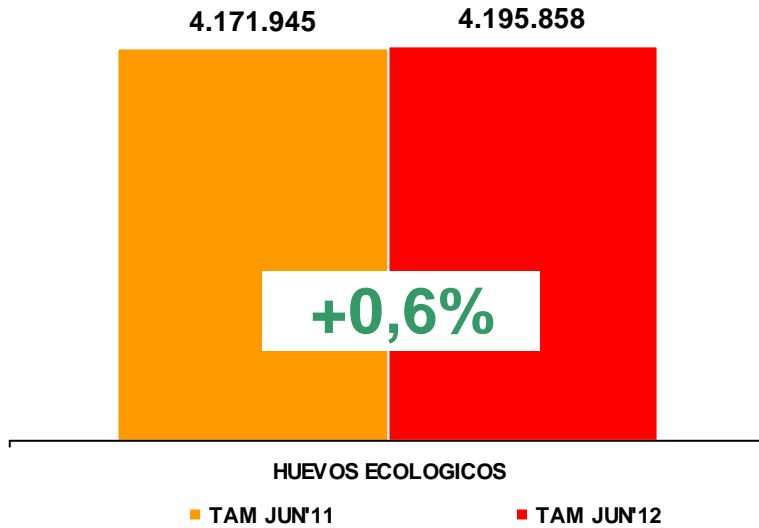


# Huevos

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 4.195.858 docena**

**Valor 10.535.002 €**



### Porcentaje sobre la categoría

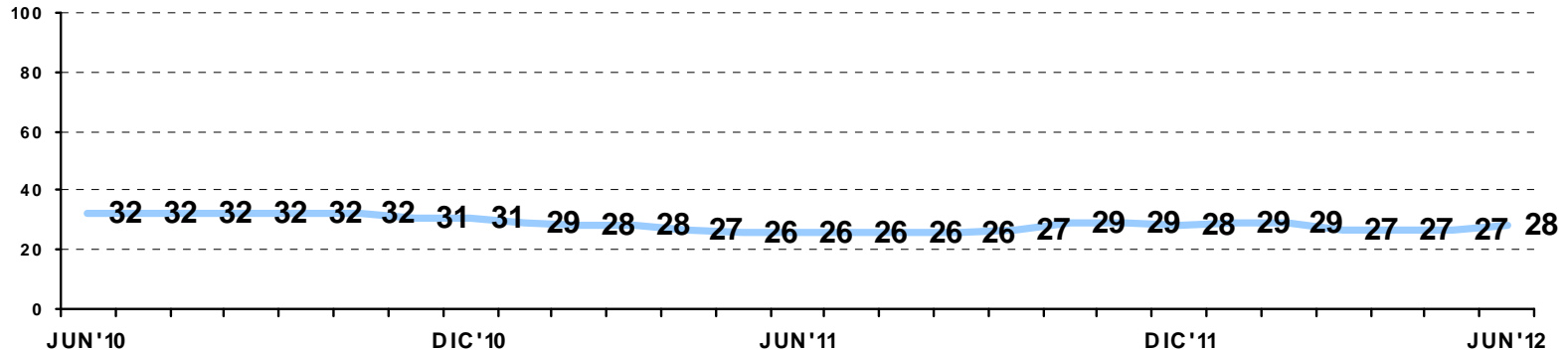


# Huevos

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

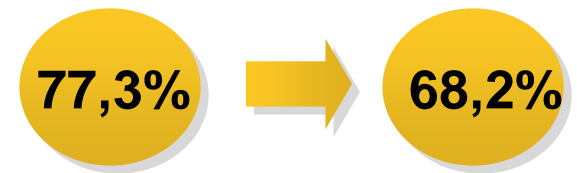
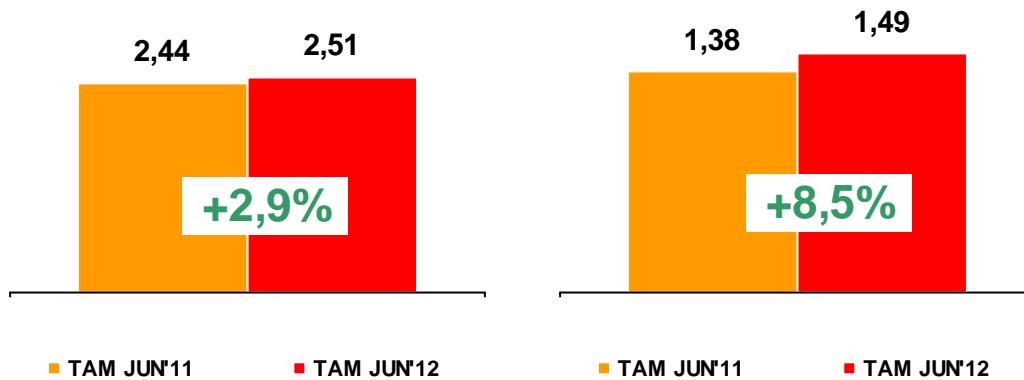


### Evolución del precio (€/docena) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



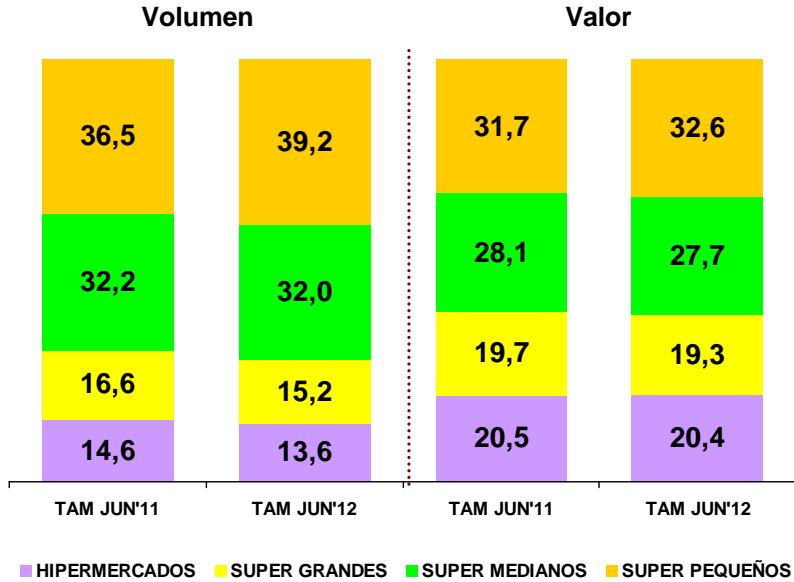
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

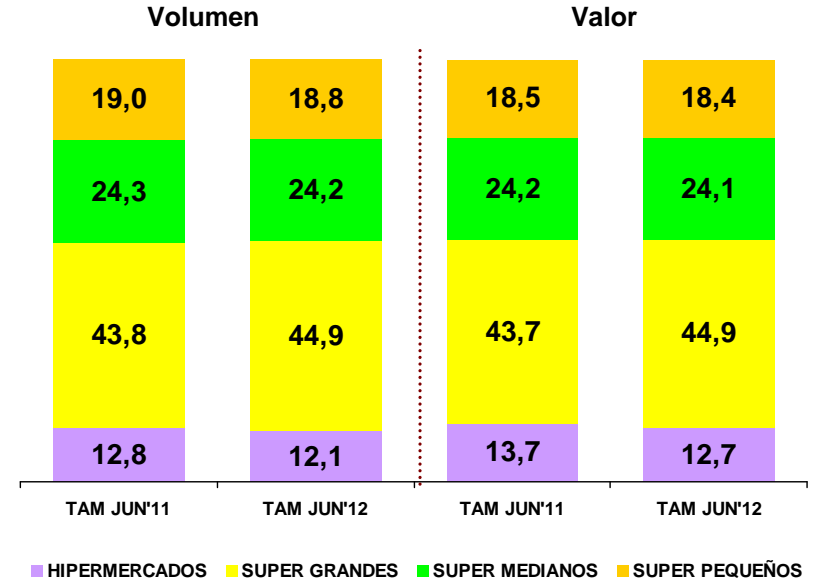
Productos ecológicos

# Huevos Canales

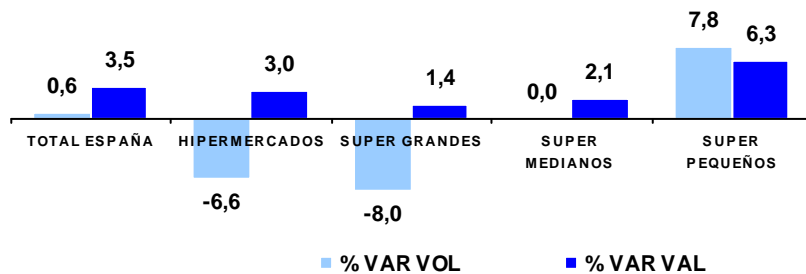
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



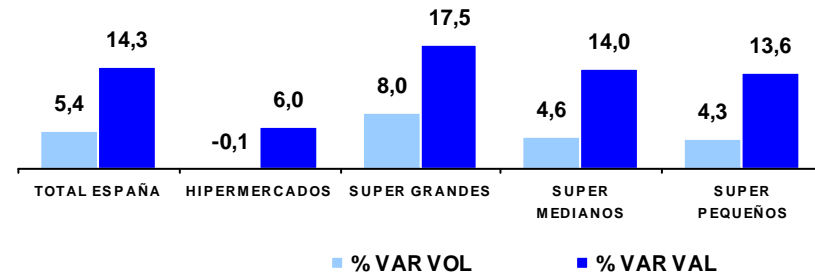
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

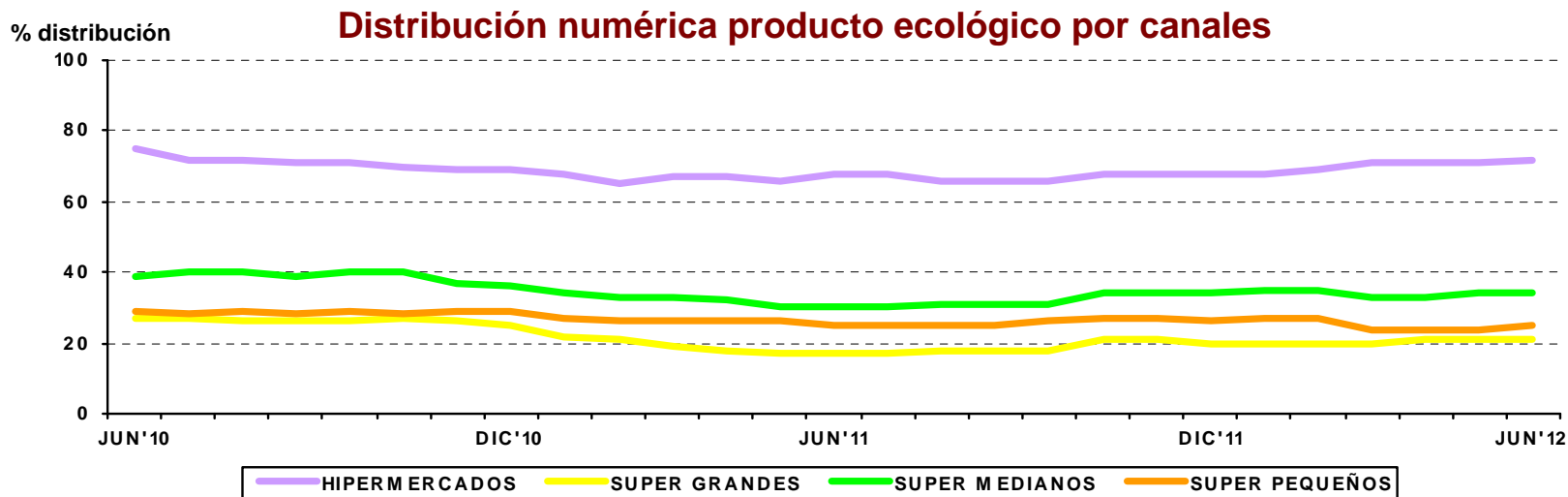


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

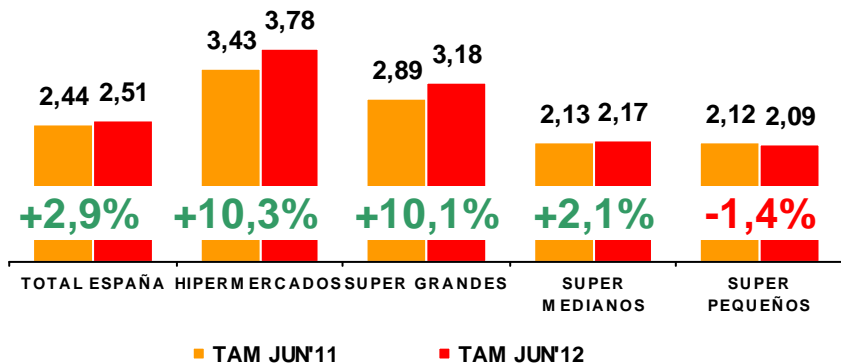


# Huevos

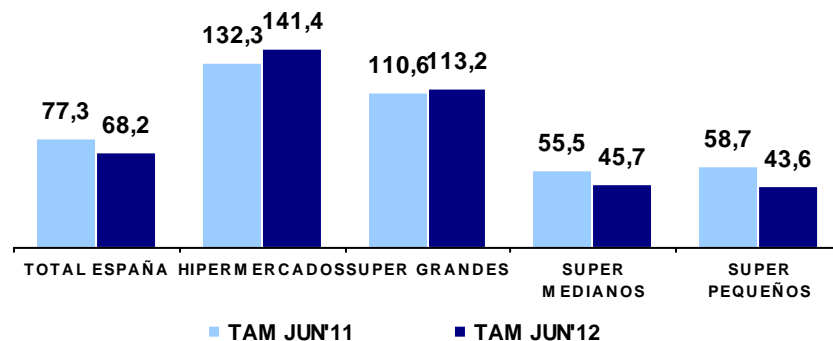
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/docena)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos



# Huevos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	0,6%	100,0	100,0	3,5%	2,44	2,51	2,9%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	15,4	15,2	-0,7%	14,0	13,7	1,2%	2,21	2,26	1,9%	88,5	86,3
ARAGÓN	3,0	2,5	-17,3%	3,2	2,8	-9,0%	2,58	2,84	10,0%	97,0	80,2
ASTURIAS	2,4	3,4	45,3%	2,4	2,9	27,3%	2,43	2,13	-12,4%	88,6	132,4
BALEARES	2,7	5,2	93,0%	3,0	5,6	96,9%	2,66	2,72	2,0%	97,0	175,4
CANARIAS	0,0	0,0	-100,0%	0,0	0,0	-100,0%	1,70	-	-	0,1	0,0
CANTABRIA	1,9	2,1	10,2%	1,8	1,9	5,2%	2,36	2,26	-4,5%	100,7	114,5
CASTILLA - LA MANCHA	3,1	3,1	2,8%	2,6	2,6	3,2%	2,08	2,09	0,3%	67,1	66,1
CASTILLA - LEÓN	5,1	6,1	18,6%	4,5	4,9	14,4%	2,12	2,04	-3,6%	94,9	110,7
CATALUÑA	14,4	14,3	-0,3%	14,4	15,7	12,4%	2,45	2,76	12,7%	113,0	116,6
EXTREMADURA	1,7	1,4	-19,0%	1,4	1,1	-19,6%	1,97	1,96	-0,8%	90,1	70,1
GALICIA	6,8	7,8	15,6%	6,9	7,9	16,9%	2,51	2,54	1,2%	168,9	193,5
LA RIOJA	0,7	0,7	3,1%	0,7	0,7	8,9%	2,52	2,66	5,6%	69,0	68,6
MADRID	19,5	18,0	-7,1%	21,5	20,3	-2,4%	2,69	2,83	5,1%	128,1	118,8
MURCIA	2,1	1,5	-27,1%	1,8	1,3	-22,5%	2,09	2,22	6,2%	68,0	50,7
NAVARRA	2,7	2,1	-20,7%	2,8	2,1	-22,9%	2,52	2,45	-2,8%	146,2	112,0
PAÍS VASCO	14,6	12,6	-12,7%	14,9	13,0	-9,6%	2,49	2,58	3,6%	252,9	212,1
VALENCIA	4,0	4,0	0,8%	4,2	3,6	-11,9%	2,58	2,25	-12,6%	30,1	30,5

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Leche

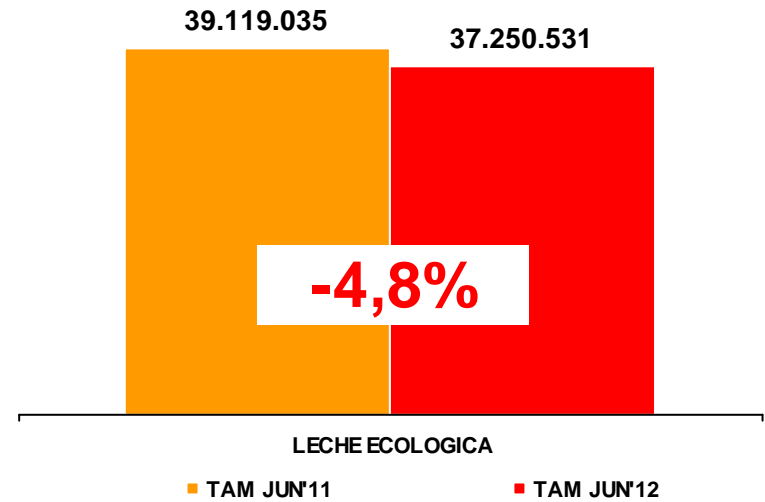
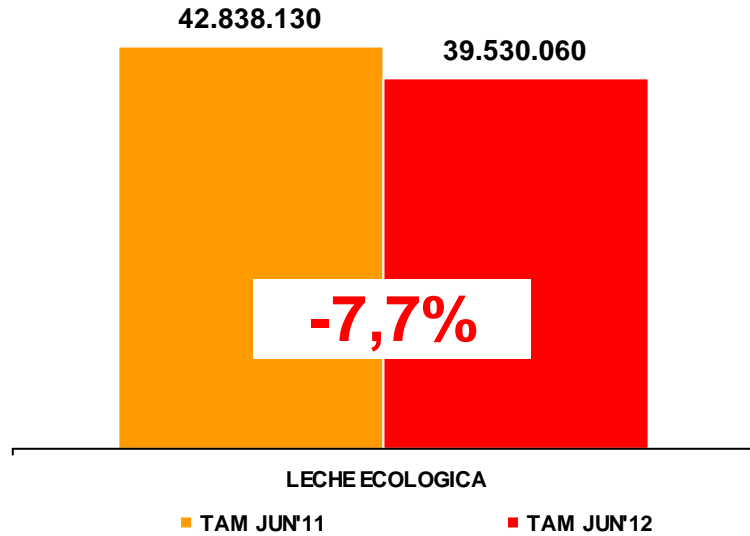


# Leche

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 39.530.060 l**

**Valor 37.250.531 €**



### Porcentaje sobre la categoría

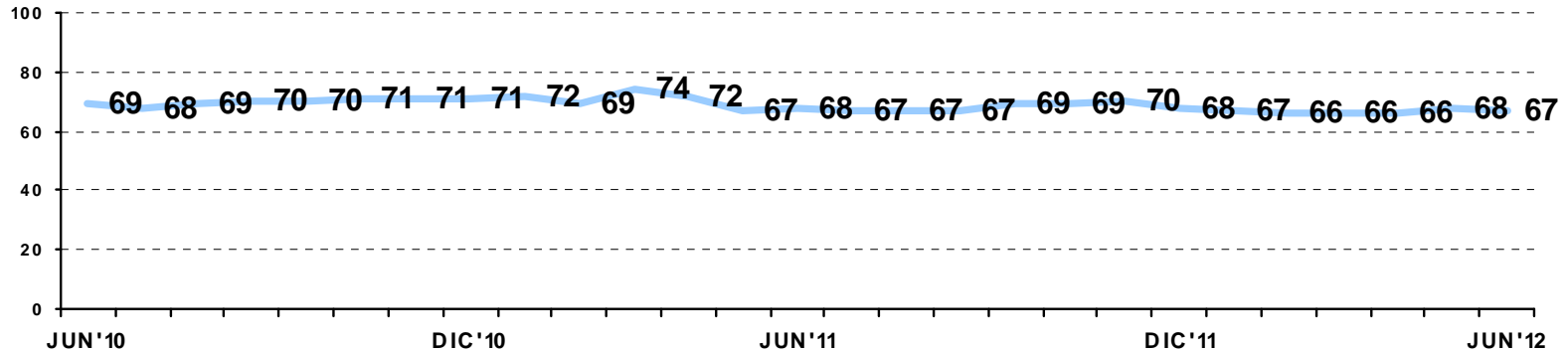


# Leche

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

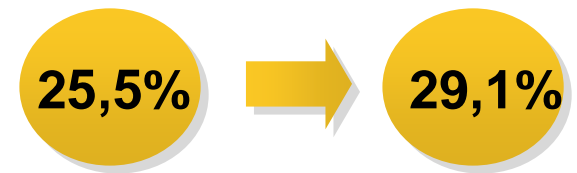
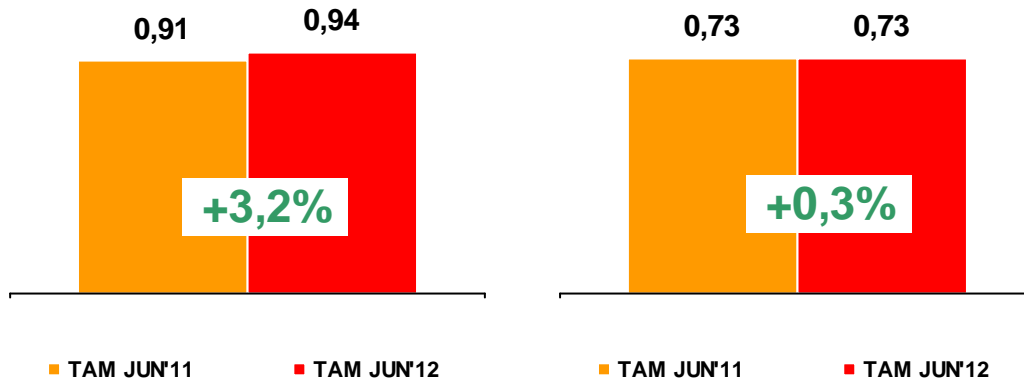


### Evolución del precio (€/l) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



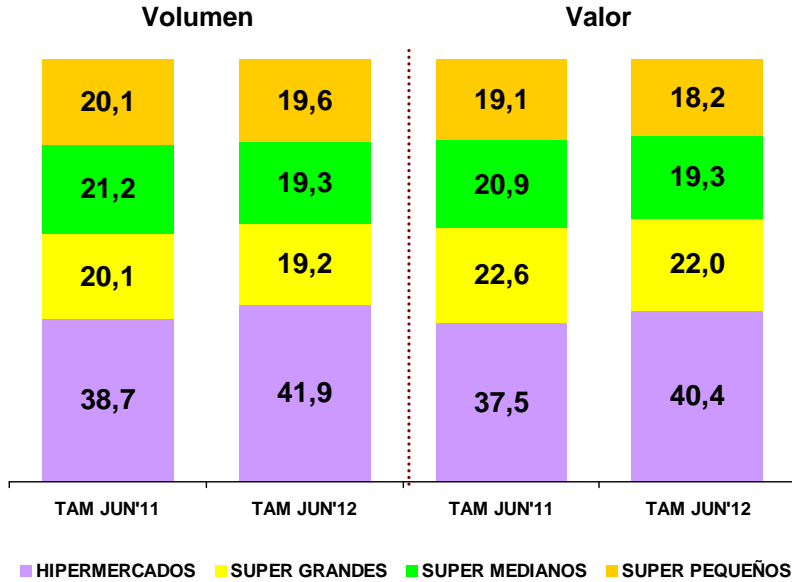
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

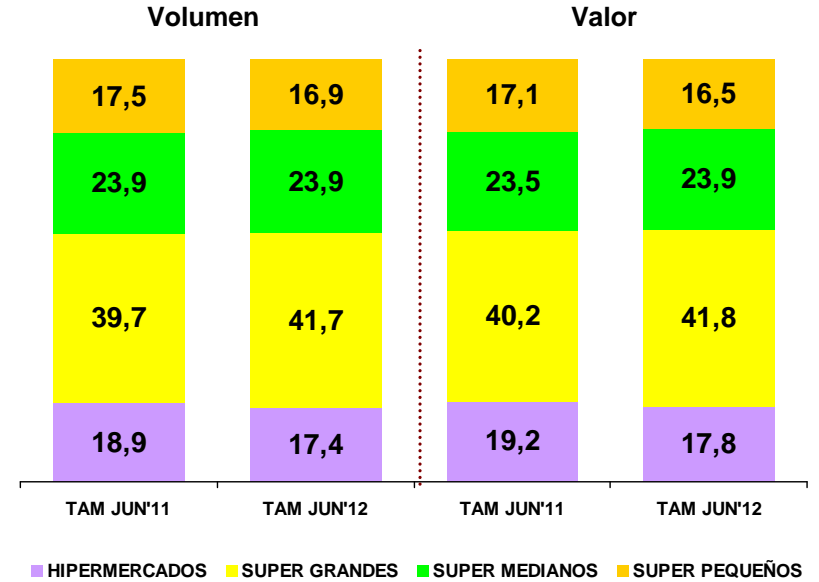
Productos ecológicos

# Leche Canales

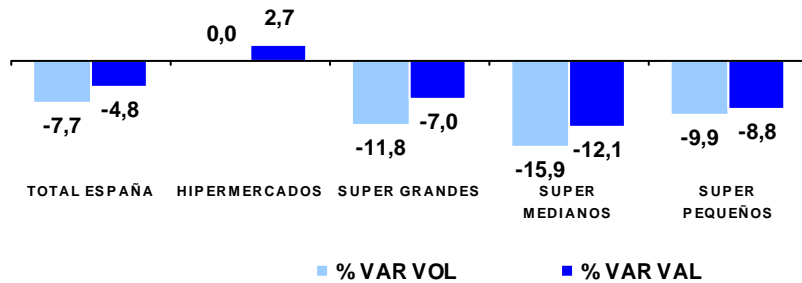
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



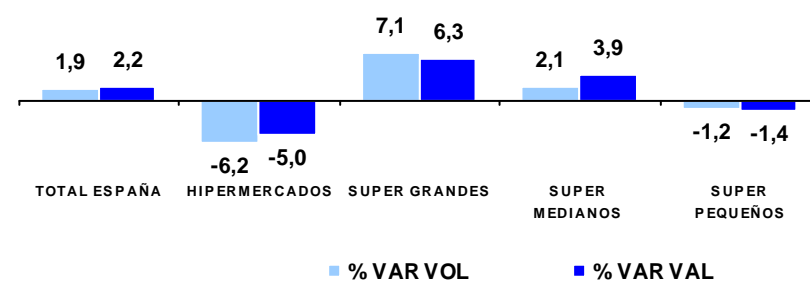
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

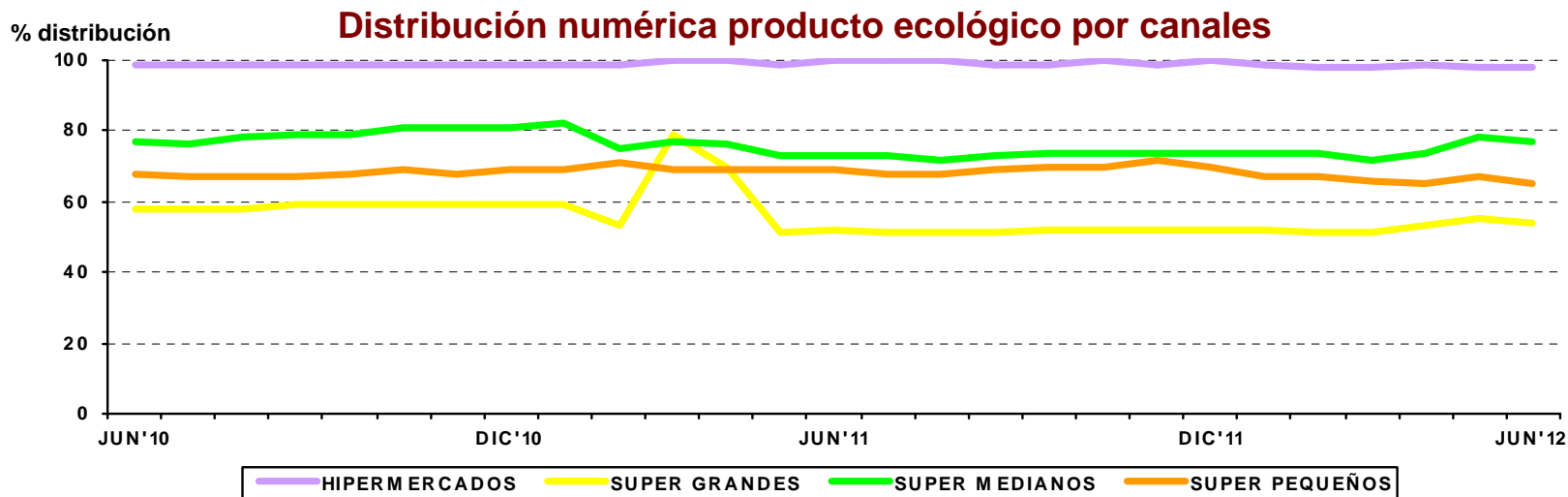


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

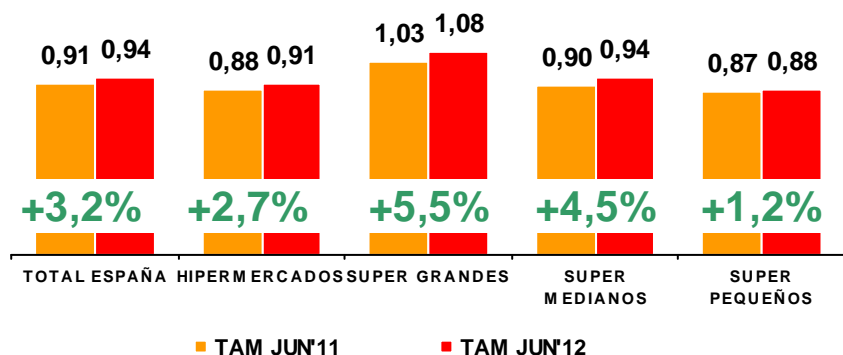


# Leche

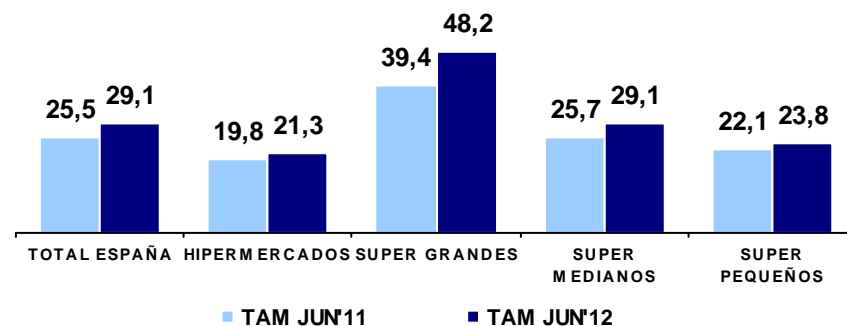
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/l)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Leche

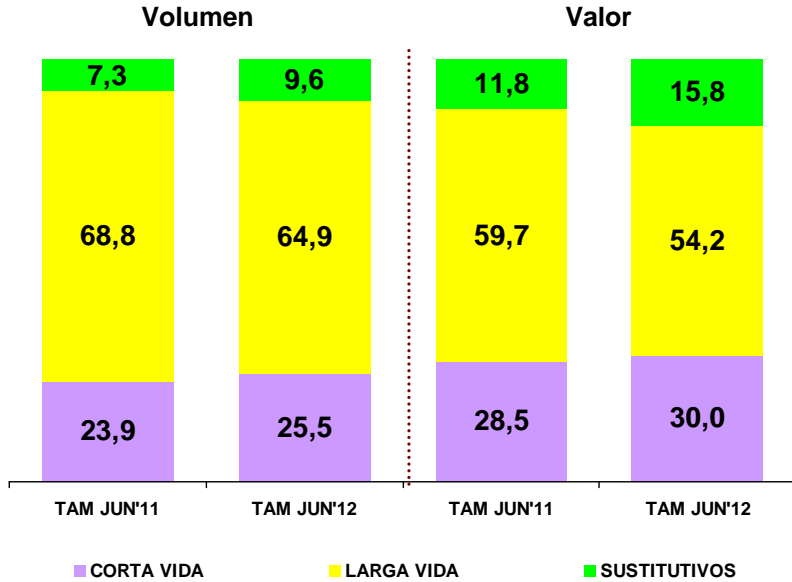
## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-7,7%	100,0	100,0	-4,8%	0,91	0,94	3,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	7,7	8,9	6,5%	8,6	9,6	7,2%	1,01	1,02	0,7%	48,0	55,1
ARAGÓN	2,7	3,0	3,9%	2,6	2,8	3,3%	0,89	0,88	-0,6%	92,7	102,8
ASTURIAS	1,0	0,9	-12,9%	1,1	1,1	-7,9%	1,04	1,10	5,7%	34,8	32,7
BALEARES	1,3	1,8	28,8%	1,5	2,1	30,6%	1,07	1,09	1,4%	67,3	88,7
CANARIAS	0,5	0,7	28,6%	0,6	1,0	41,6%	1,16	1,28	10,2%	11,1	15,6
CANTABRIA	0,8	0,8	-8,3%	0,8	0,8	-1,4%	0,94	1,01	7,5%	44,4	43,8
CASTILLA - LA MANCHA	3,4	2,9	-20,3%	3,3	2,8	-19,8%	0,89	0,90	0,7%	69,0	58,9
CASTILLA - LEÓN	5,9	4,9	-23,4%	5,4	4,6	-20,3%	0,84	0,88	4,0%	87,2	71,8
CATALUÑA	22,5	25,0	2,4%	22,4	24,4	3,7%	0,91	0,92	1,2%	171,2	192,7
EXTREMADURA	3,3	2,8	-20,5%	2,7	2,4	-17,3%	0,77	0,80	4,1%	129,4	105,3
GALICIA	4,4	4,0	-14,5%	4,2	4,4	-2,1%	0,89	1,02	14,5%	68,5	62,3
LA RIOJA	0,7	0,6	-21,2%	0,7	0,6	-18,1%	0,86	0,90	3,9%	75,8	62,6
MADRID	29,5	26,1	-18,6%	29,4	25,8	-16,2%	0,91	0,93	2,9%	202,7	180,0
MURCIA	1,9	2,0	-3,2%	1,9	2,0	-1,7%	0,92	0,94	1,5%	70,6	77,7
NAVARRA	1,4	1,3	-13,8%	1,5	1,4	-10,8%	0,93	0,96	3,5%	84,9	83,1
PAÍS VASCO	5,1	4,9	-11,5%	5,1	5,0	-6,8%	0,91	0,96	5,3%	93,6	90,3
VALENCIA	8,0	9,3	8,3%	8,1	9,3	10,1%	0,93	0,94	1,7%	72,6	86,1

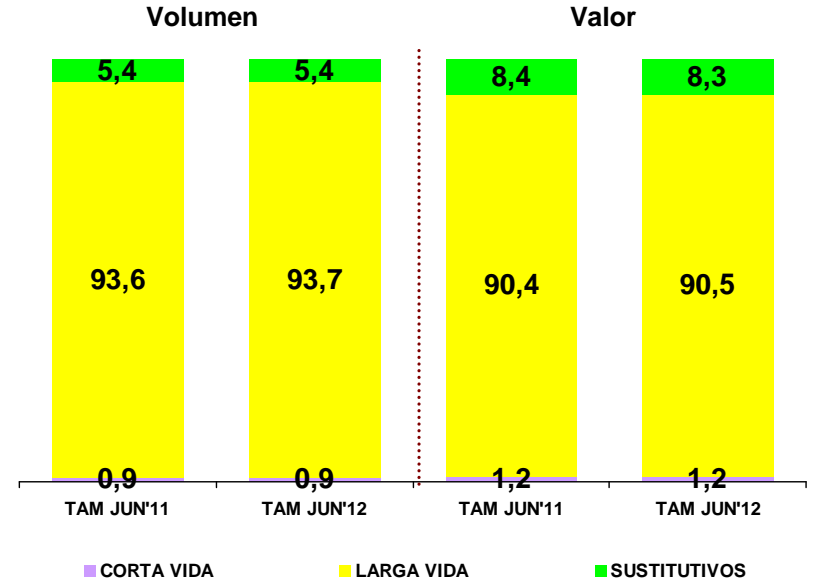
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Leche Segmentos

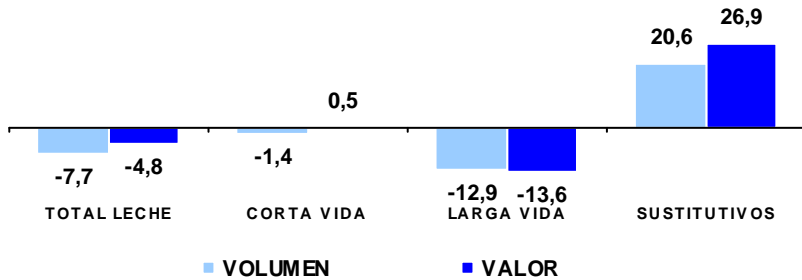
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



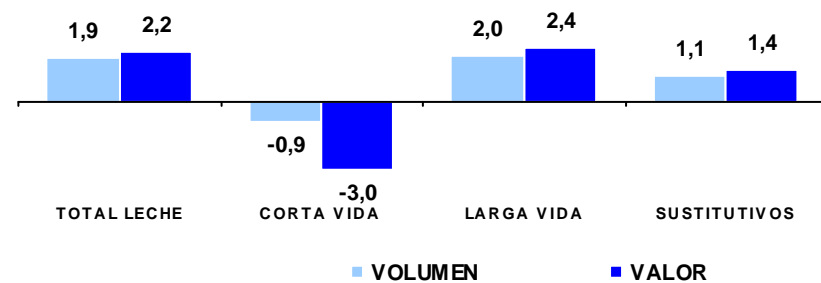
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por segmentos (%)



**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)



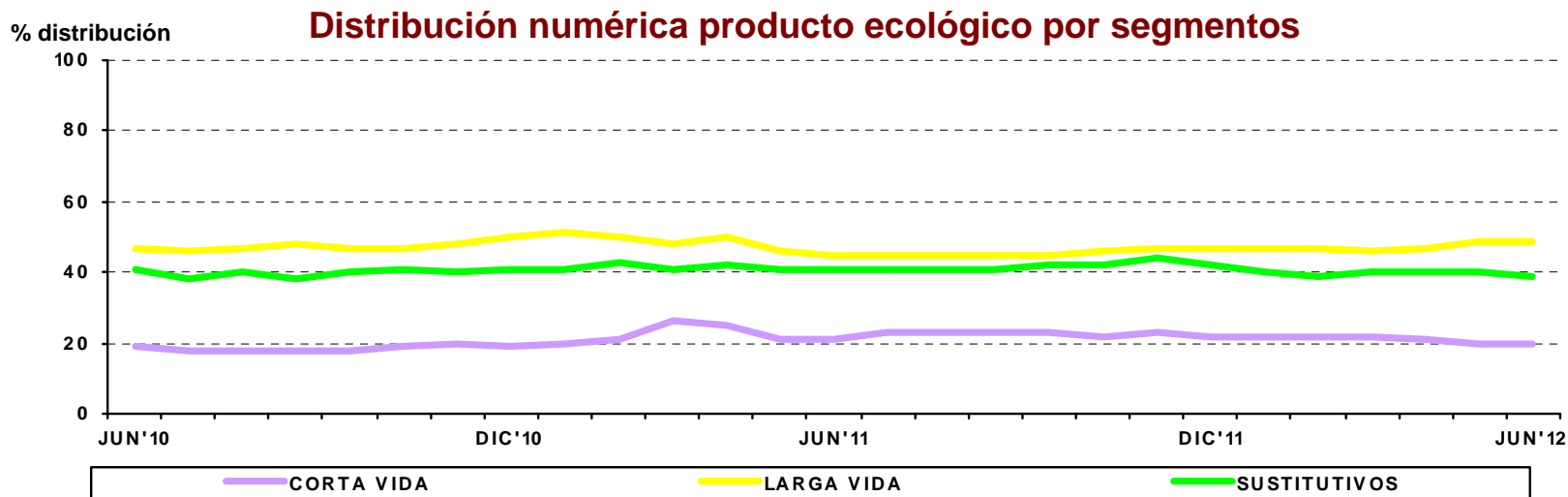
**Evolución de los segmentos**  
(% variación de la venta absoluta)





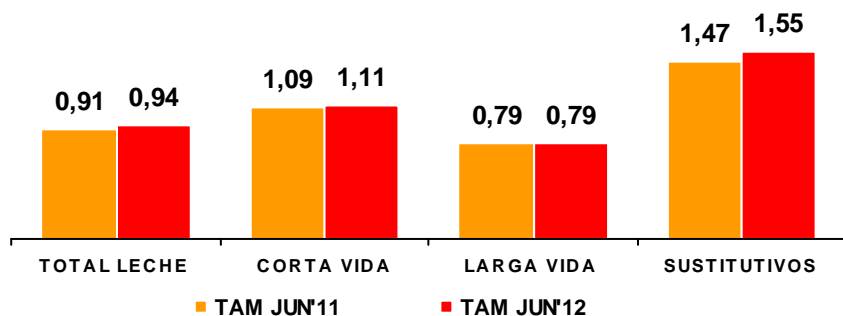
# Leche

## Canales - Distribución y precios

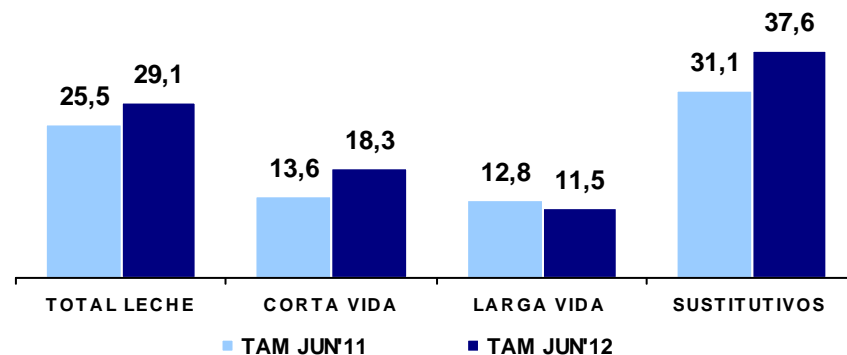


### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/l)

**+3,2%**    **+2,0%**    **-0,7%**    **+5,2%**



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

---

# Mantequilla

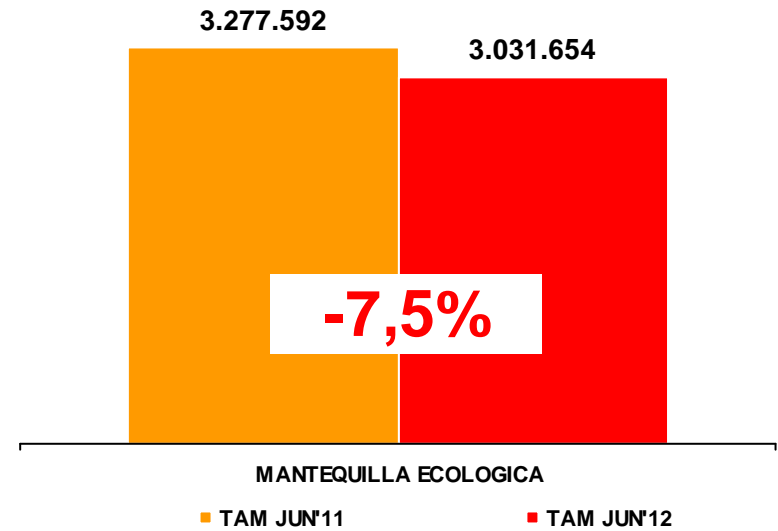
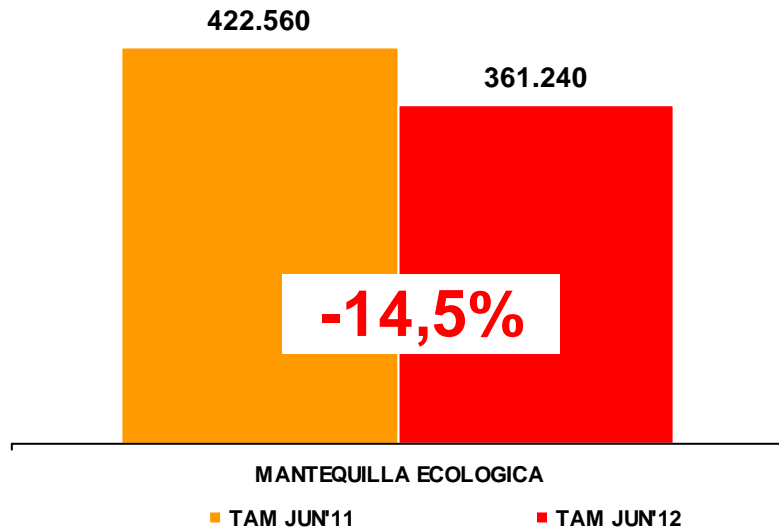


# Mantequilla

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 361.240 kg**

**Valor 3.031.654 €**



### Porcentaje sobre la categoría

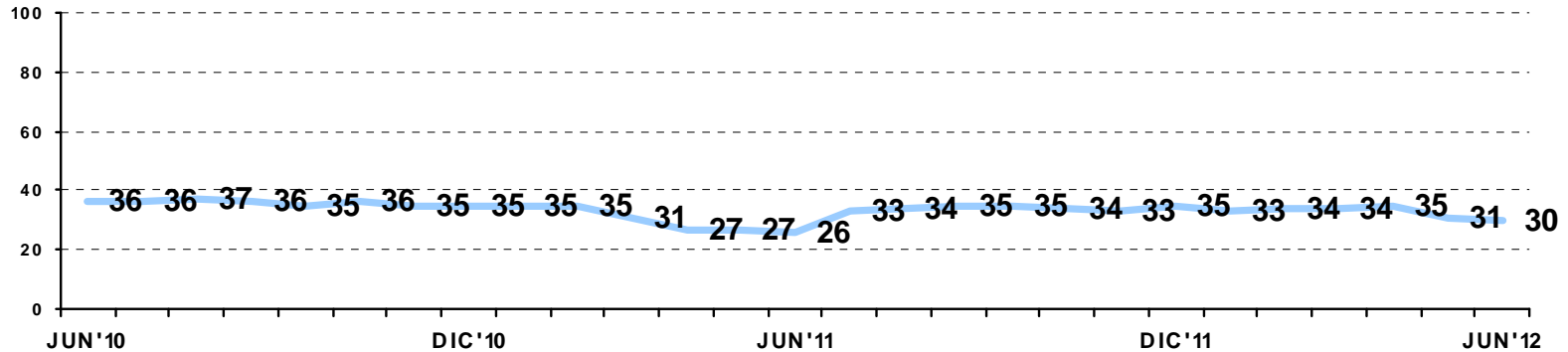


# Mantequilla

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

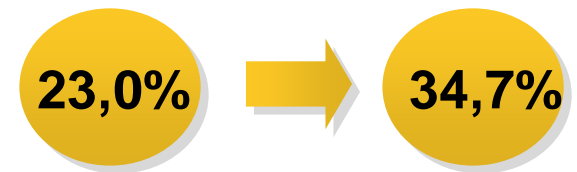
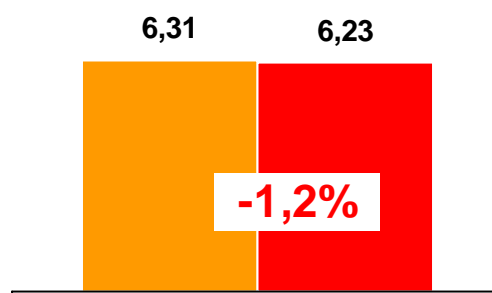
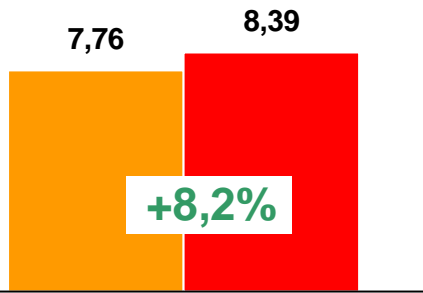


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



TAM JUN'11

TAM JUN'12

TAM JUN'11

TAM JUN'12



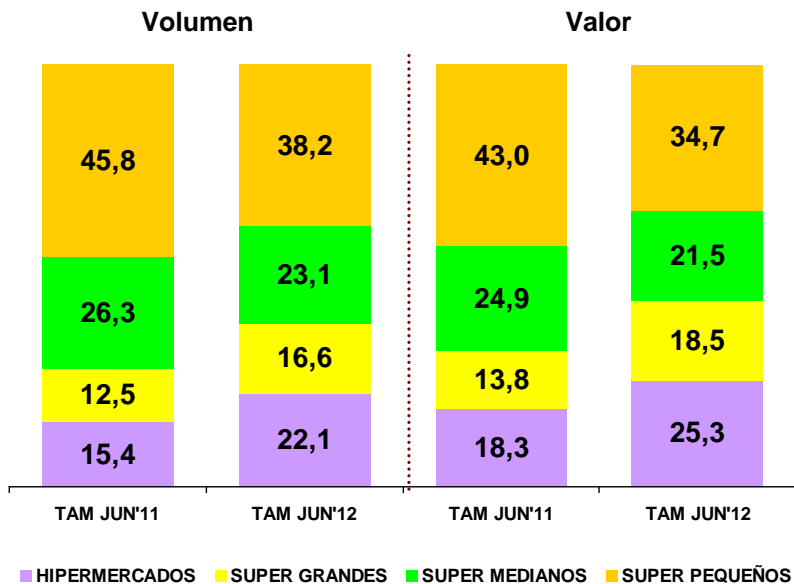
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

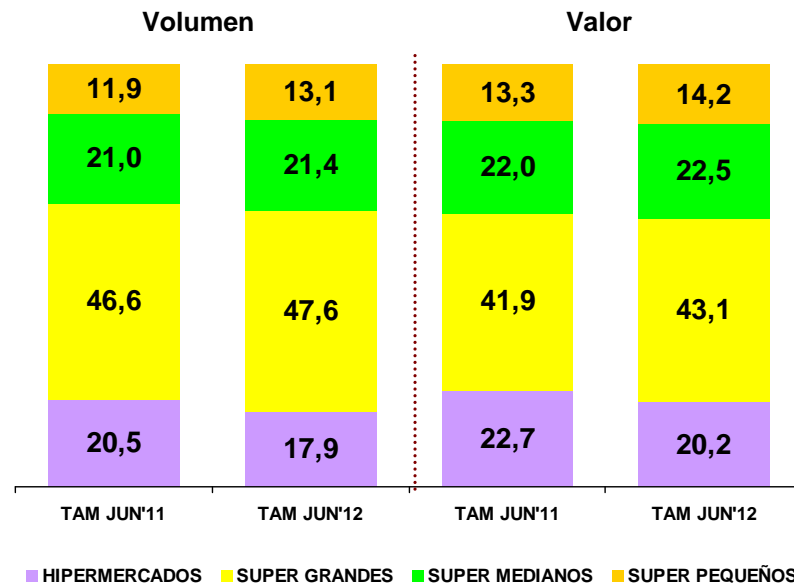
Productos ecológicos

# Mantequilla Canales

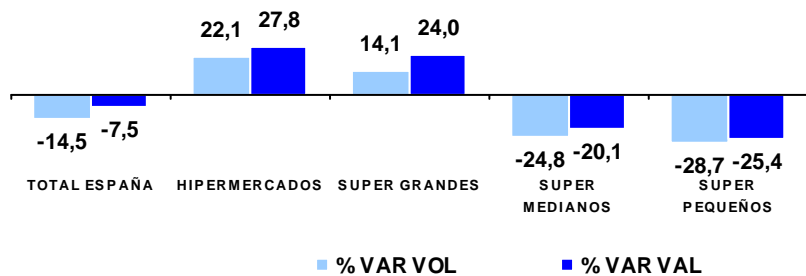
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



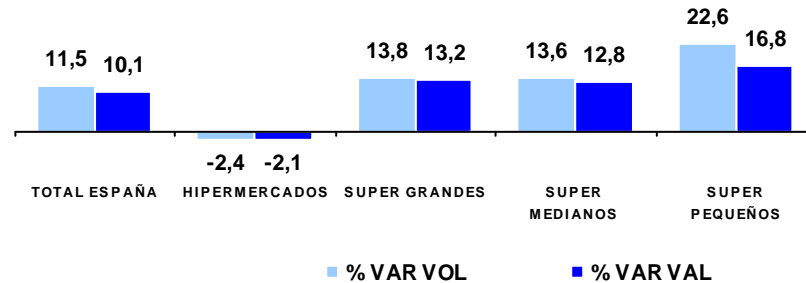
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

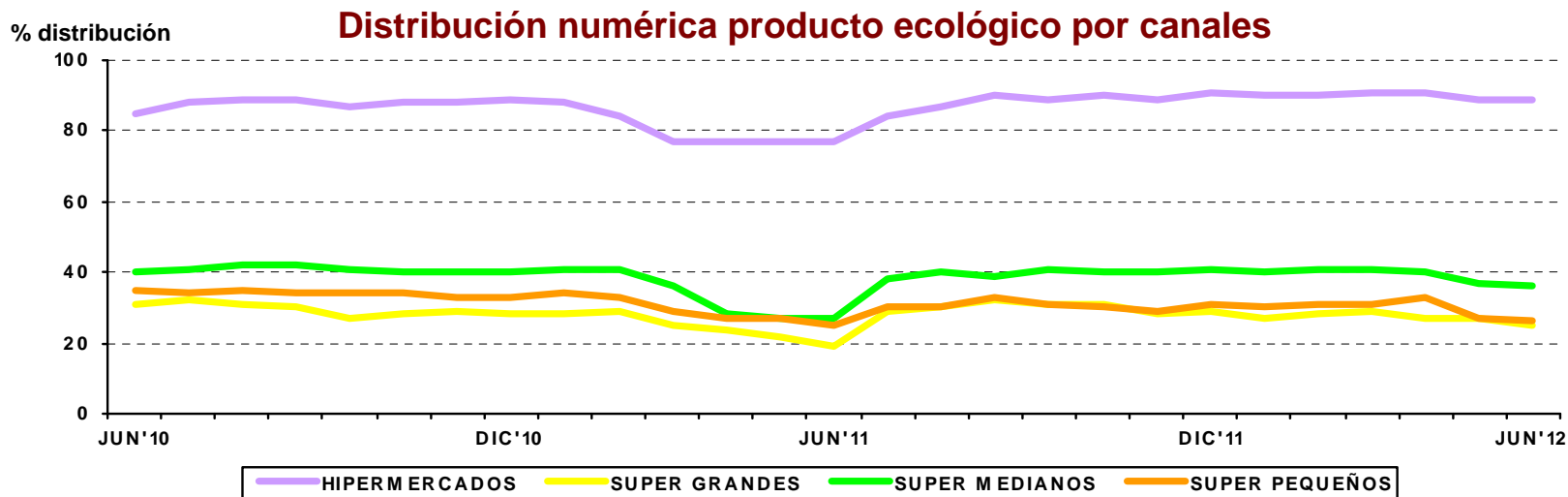


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

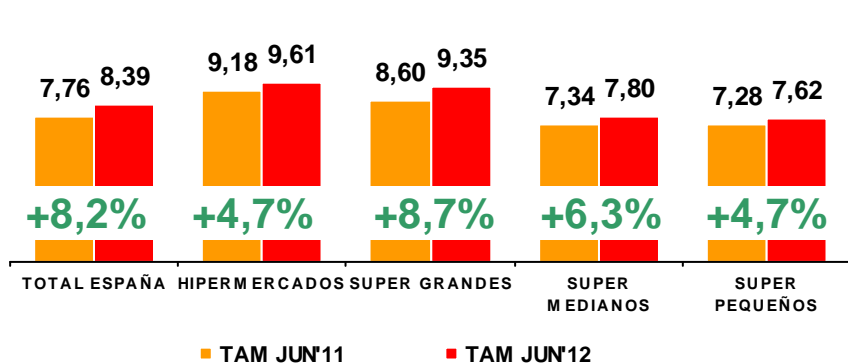


# Mantequilla

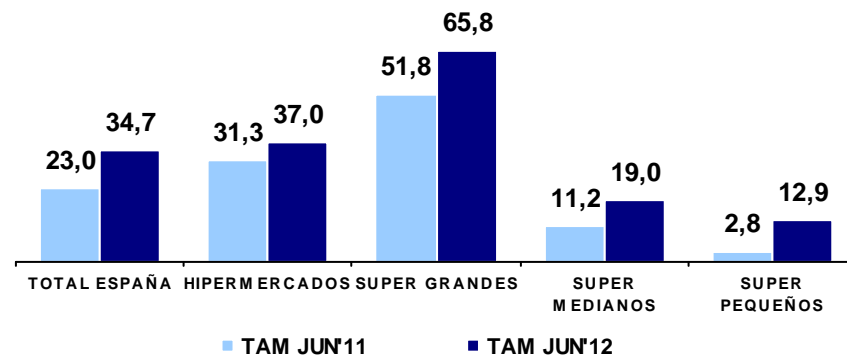
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Mantequilla

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-14,5%	100,0	100,0	-7,5%	7,76	8,39	8,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	17,5	17,6	-14,5%	17,5	17,8	-6,0%	7,73	8,50	9,9%	88,0	90,7
ARAGÓN	3,1	3,8	4,7%	3,1	3,8	11,1%	7,79	8,27	6,1%	153,3	188,8
ASTURIAS	2,2	1,9	-27,9%	2,2	1,9	-22,7%	7,73	8,29	7,2%	71,7	59,2
BALEARES	1,7	2,2	10,0%	2,0	2,5	19,7%	8,85	9,63	8,8%	47,0	54,4
CANARIAS	0,6	0,8	17,7%	0,8	1,0	22,0%	10,26	10,64	3,7%	6,8	9,9
CANTABRIA	3,7	3,7	-15,4%	3,7	3,7	-8,7%	7,73	8,33	7,8%	187,8	190,5
CASTILLA - LA MANCHA	3,0	2,3	-35,3%	2,9	2,1	-30,3%	7,29	7,85	7,7%	151,8	106,9
CASTILLA - LEÓN	5,7	5,7	-15,1%	5,5	5,3	-9,8%	7,42	7,89	6,3%	163,5	159,3
CATALUÑA	12,8	11,5	-23,2%	12,9	11,7	-16,0%	7,77	8,50	9,4%	75,2	70,0
EXTREMADURA	1,8	1,6	-23,1%	1,8	1,6	-19,4%	7,68	8,05	4,9%	127,3	111,2
GALICIA	7,1	6,5	-20,9%	7,0	6,4	-15,0%	7,68	8,24	7,4%	172,2	149,7
LA RIOJA	0,9	1,0	-3,9%	0,8	0,9	4,3%	7,32	7,94	8,5%	136,5	148,4
MADRID	23,7	24,6	-11,0%	23,7	24,5	-4,6%	7,78	8,34	7,2%	172,9	182,4
MURCIA	1,5	1,6	-7,0%	1,5	1,7	2,0%	7,69	8,43	9,7%	70,8	72,4
NAVARRA	2,7	2,4	-24,3%	2,7	2,4	-17,7%	7,67	8,34	8,7%	208,0	184,4
PAÍS VASCO	7,5	7,2	-18,3%	7,6	7,0	-14,6%	7,87	8,23	4,6%	166,3	158,7
VALENCIA	4,3	5,5	9,8%	4,4	5,7	21,3%	7,88	8,70	10,5%	42,1	50,4

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Mermeladas



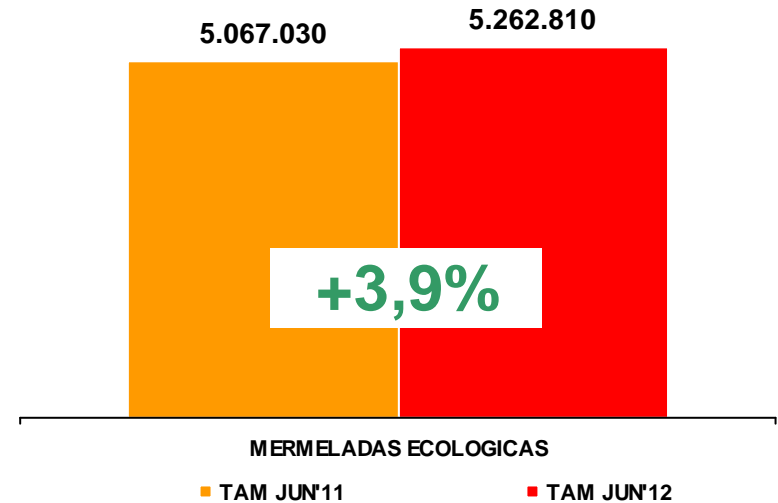
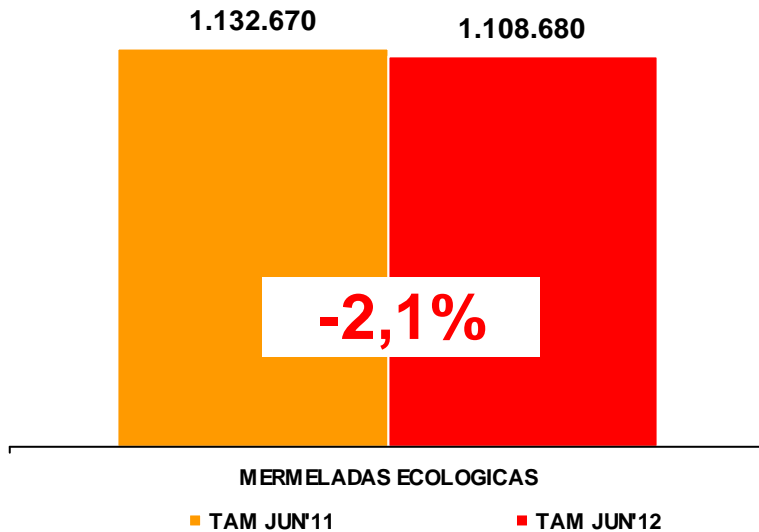


# Mermeladas

## Dimensionamiento del mercado

Volumen 1.108.680 kg

Valor 5.262.810 €



### Porcentaje sobre la categoría

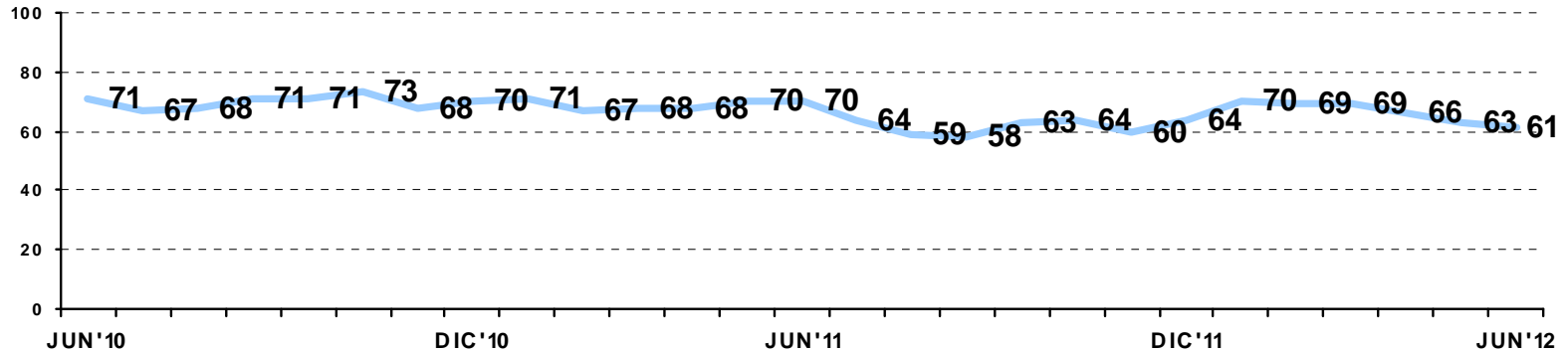


# Mermeladas

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

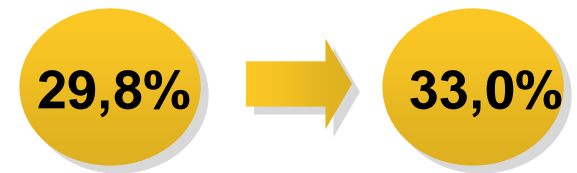
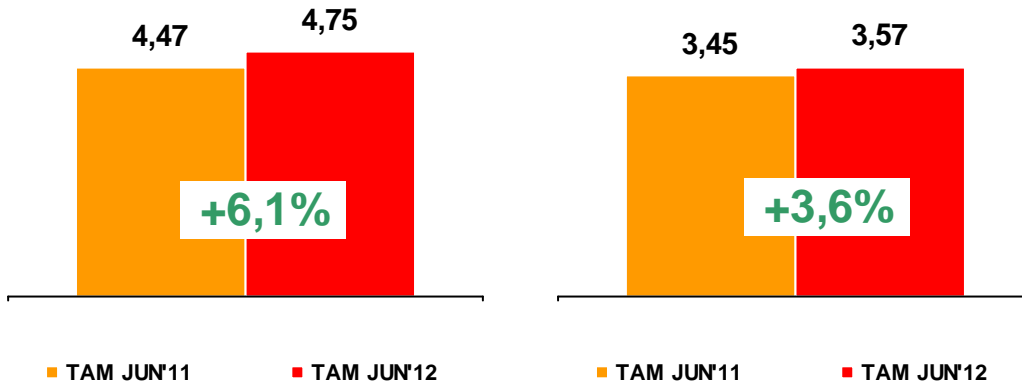


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



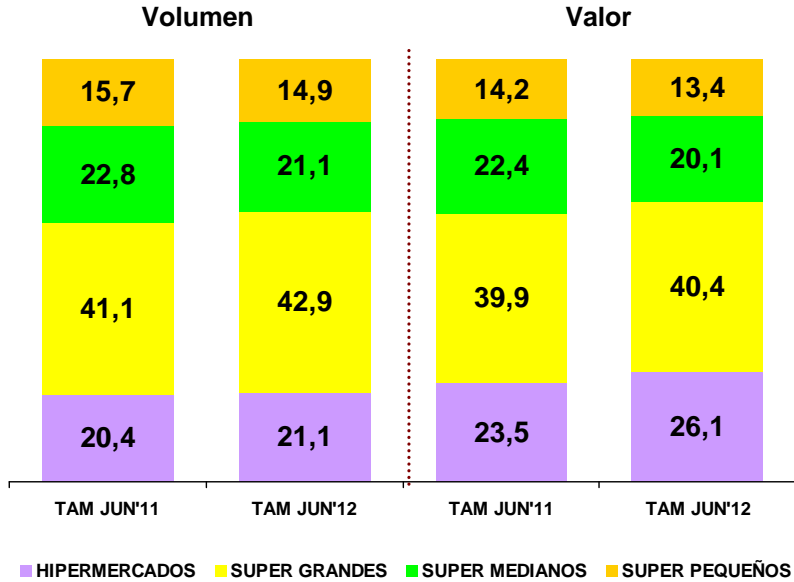
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

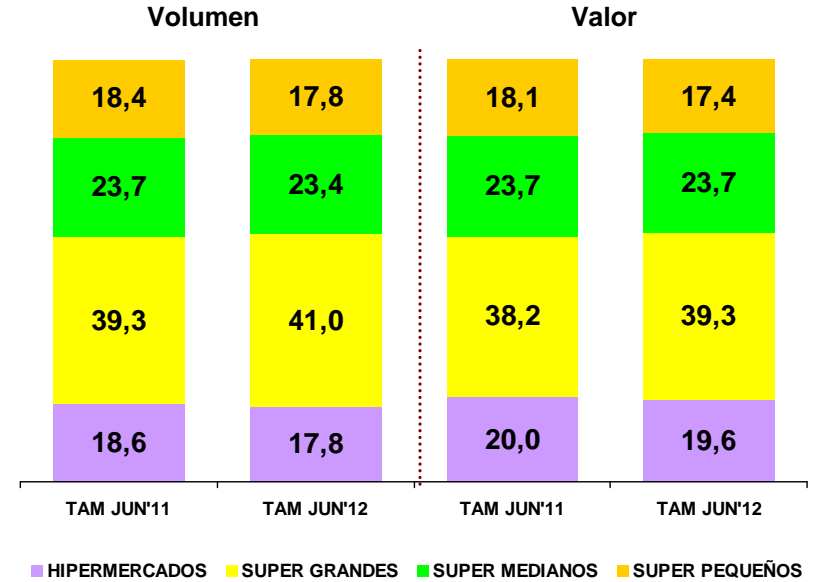
Productos ecológicos

# Mermeladas Canales

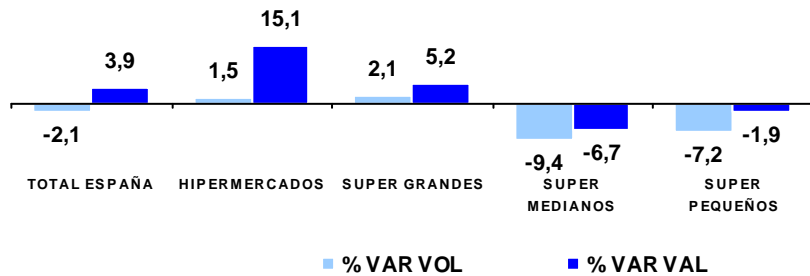
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



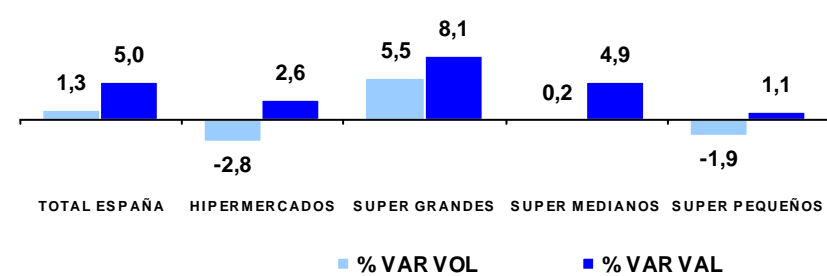
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

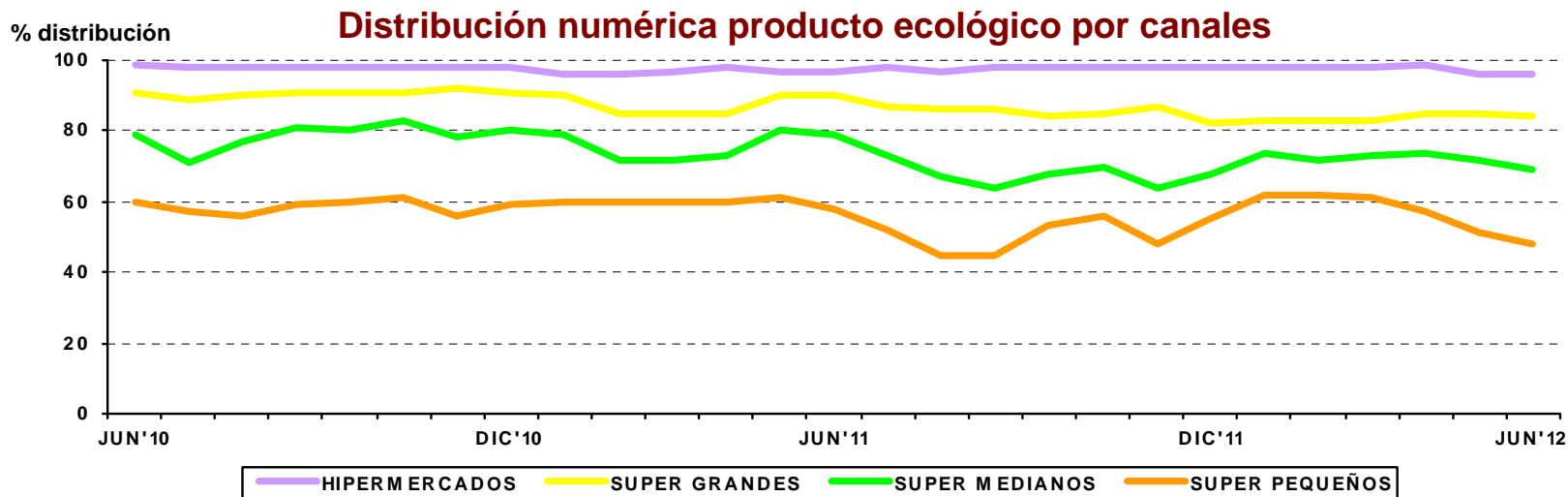


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

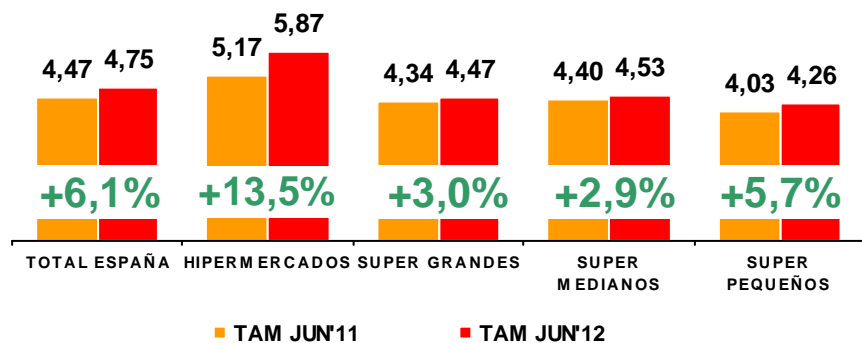


# Mermeladas

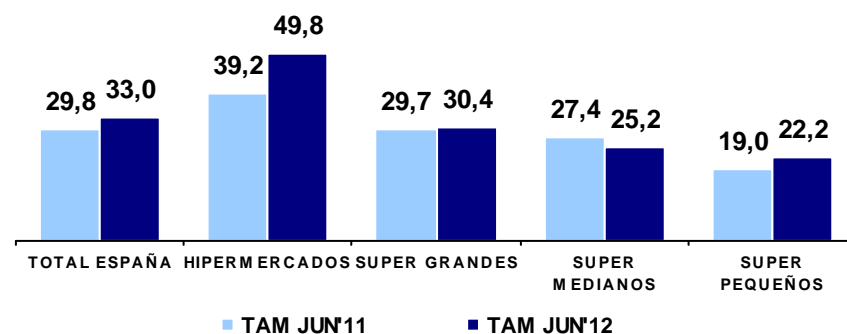
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Mermeladas

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-2,1%	100,0	100,0	3,9%	4,47	4,75	6,1%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	12,7	12,3	-5,2%	12,0	11,6	0,4%	4,22	4,47	5,9%	115,1	108,5
ARAGÓN	3,0	3,2	4,3%	3,0	3,1	7,9%	4,45	4,60	3,4%	99,1	103,4
ASTURIAS	2,5	2,9	17,1%	2,4	2,9	23,6%	4,43	4,67	5,5%	75,2	91,0
BALEARES	2,6	3,3	22,4%	2,5	3,1	29,0%	4,29	4,52	5,4%	113,5	129,5
CANARIAS	4,2	4,4	2,8%	4,4	4,6	7,2%	4,70	4,90	4,3%	76,2	79,7
CANTABRIA	2,0	2,0	-2,5%	1,8	1,8	5,9%	4,03	4,37	8,5%	88,3	91,6
CASTILLA - LA MANCHA	3,4	3,1	-12,5%	3,1	2,7	-8,5%	4,02	4,20	4,6%	92,1	85,0
CASTILLA - LEÓN	4,3	4,2	-4,7%	4,2	4,1	2,5%	4,32	4,64	7,5%	72,5	72,6
CATALUÑA	22,9	21,4	-8,5%	23,7	22,3	-2,5%	4,63	4,93	6,5%	142,7	133,2
EXTREMADURA	1,2	1,0	-21,5%	1,2	0,9	-17,2%	4,17	4,40	5,5%	72,2	58,2
GALICIA	4,9	4,6	-8,0%	5,8	5,4	-3,0%	5,34	5,63	5,4%	72,8	68,3
LA RIOJA	0,6	0,7	19,3%	0,6	0,7	20,0%	4,55	4,57	0,5%	71,7	83,3
MADRID	15,6	16,0	0,5%	15,9	16,1	5,4%	4,56	4,78	4,9%	98,7	101,7
MURCIA	3,3	3,1	-7,3%	2,9	2,7	-0,5%	3,93	4,22	7,3%	140,1	137,5
NAVARRA	1,2	1,5	14,6%	1,3	1,5	20,3%	4,59	4,82	5,0%	72,1	87,4
PAÍS VASCO	3,7	4,5	16,8%	4,6	5,3	19,4%	5,54	5,67	2,2%	50,3	60,9
VALENCIA	11,8	11,8	-1,6%	10,7	11,1	8,0%	4,04	4,44	9,7%	114,5	114,9

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Pan envasado

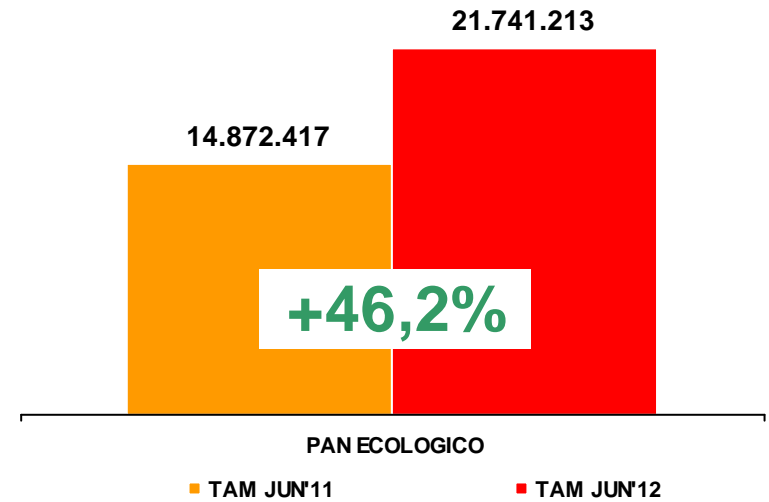
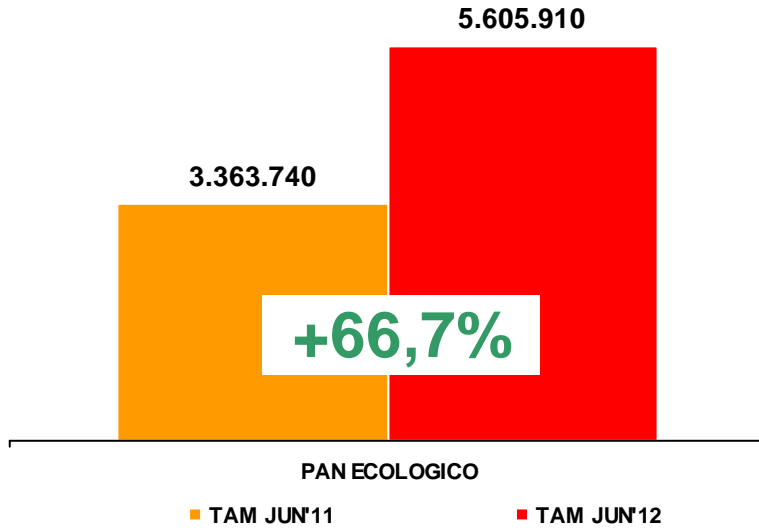


# Pan envasado

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 5.605.910 kg**

**Valor 21.741.213 €**



### Porcentaje sobre la categoría

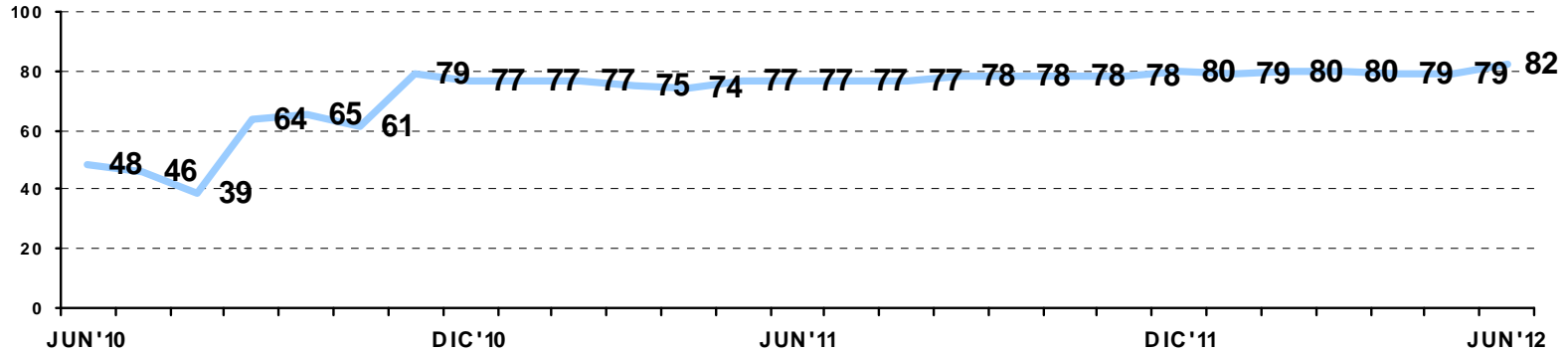


# Pan envasado

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

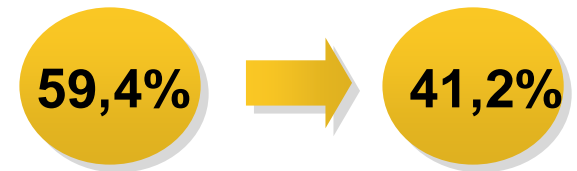
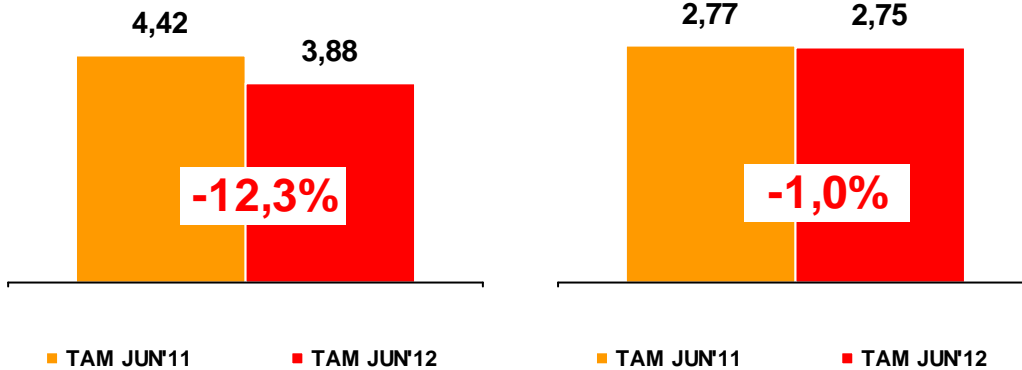


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

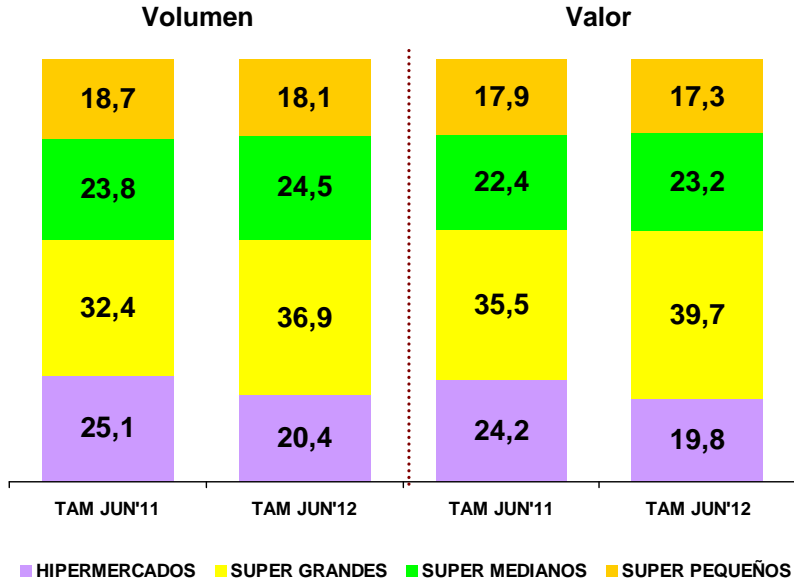
Productos ecológicos



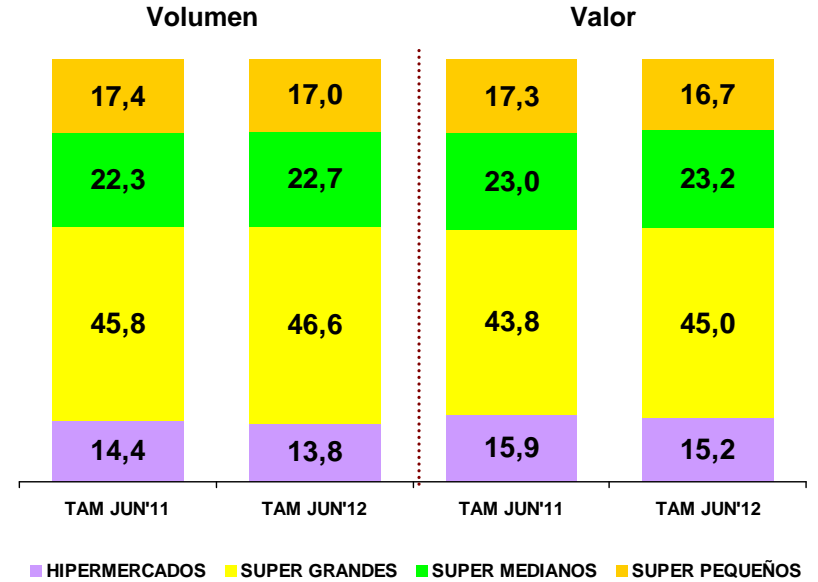
# Pan envasado

## Canales

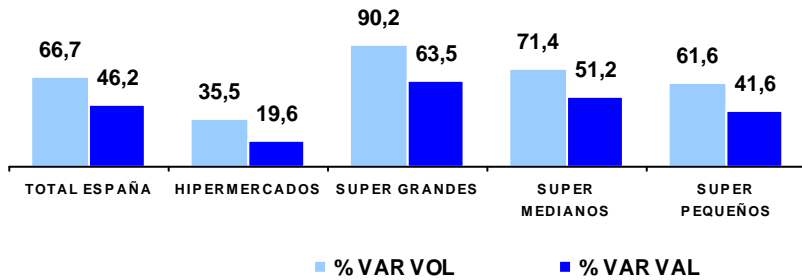
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



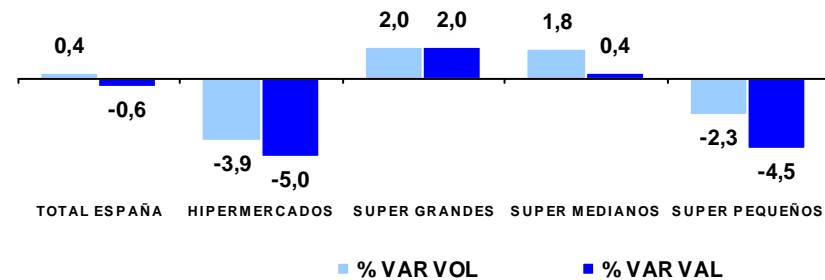
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

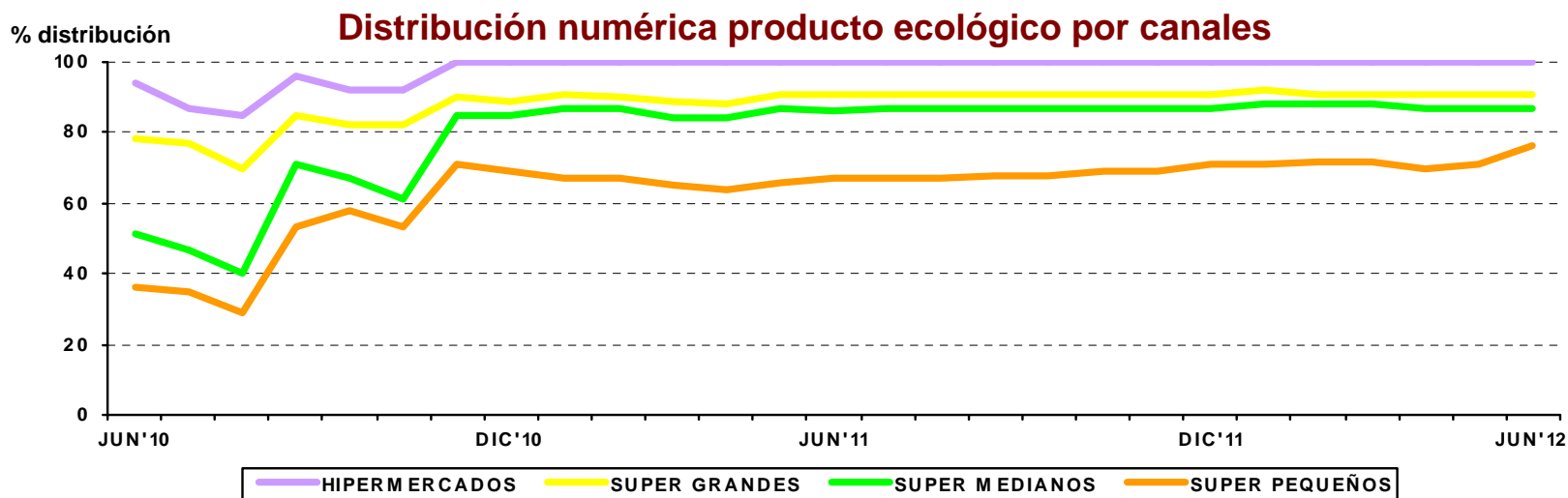


**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

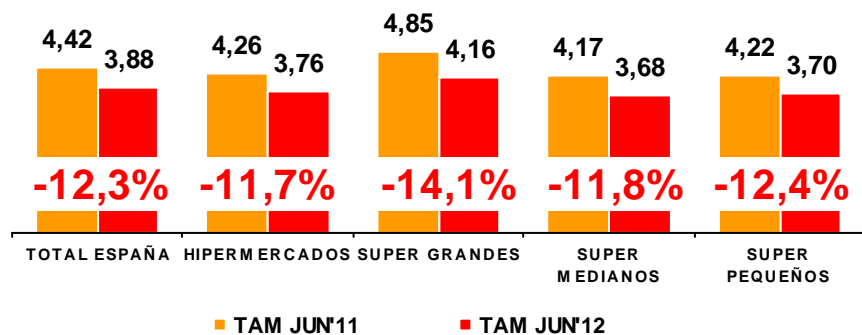


# Pan envasado

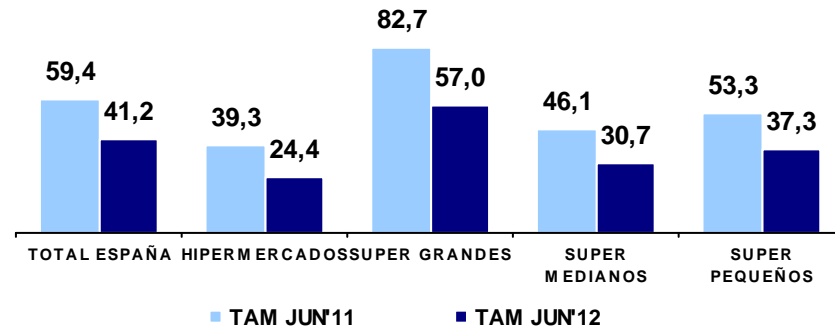
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Pan envasado

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	66,7%	100,0	100,0	46,2%	4,42	3,88	-12,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	10,8	10,7	64,7%	11,2	11,1	44,3%	4,60	4,03	-12,4%	58,7	59,1
ARAGÓN	1,9	2,2	90,2%	2,0	2,2	61,5%	4,60	3,91	-15,1%	84,5	94,4
ASTURIAS	3,8	4,4	90,6%	3,5	4,1	68,5%	4,09	3,62	-11,6%	162,3	189,5
BALEARES	1,7	2,2	115,1%	1,9	2,2	73,4%	4,93	3,98	-19,4%	78,7	94,0
CANARIAS	0,6	1,2	203,8%	1,1	1,5	100,3%	7,61	5,02	-34,1%	10,9	19,7
CANTABRIA	2,0	1,9	57,0%	1,9	1,8	38,4%	4,18	3,69	-11,8%	128,2	120,9
CASTILLA - LA MANCHA	3,4	3,6	75,3%	3,5	3,7	56,5%	4,52	4,03	-10,7%	82,8	87,2
CASTILLA - LEÓN	4,0	4,3	79,6%	3,8	4,2	58,1%	4,29	3,78	-12,0%	83,8	90,5
CATALUÑA	23,4	20,3	44,8%	23,0	20,4	29,4%	4,34	3,88	-10,6%	160,4	140,7
EXTREMADURA	1,3	1,2	51,8%	1,3	1,3	36,1%	4,71	4,22	-10,3%	54,9	51,0
GALICIA	8,4	8,8	76,0%	7,7	8,3	56,1%	4,08	3,62	-11,3%	159,7	166,5
LA RIOJA	0,6	0,8	117,4%	0,6	0,8	95,4%	4,29	3,85	-10,1%	75,9	94,9
MADRID	22,1	22,1	67,1%	22,1	22,3	47,1%	4,43	3,90	-12,0%	137,1	137,6
MURCIA	1,8	1,6	48,1%	1,9	1,7	29,7%	4,64	4,06	-12,4%	64,9	58,9
NAVARRA	1,6	1,5	50,6%	1,5	1,4	34,5%	4,21	3,77	-10,6%	144,7	131,3
PAÍS VASCO	5,4	5,6	72,2%	4,9	5,1	51,6%	4,00	3,52	-12,0%	124,5	123,6
VALENCIA	7,1	7,7	80,3%	7,8	8,0	50,2%	4,87	4,05	-16,7%	63,6	67,9

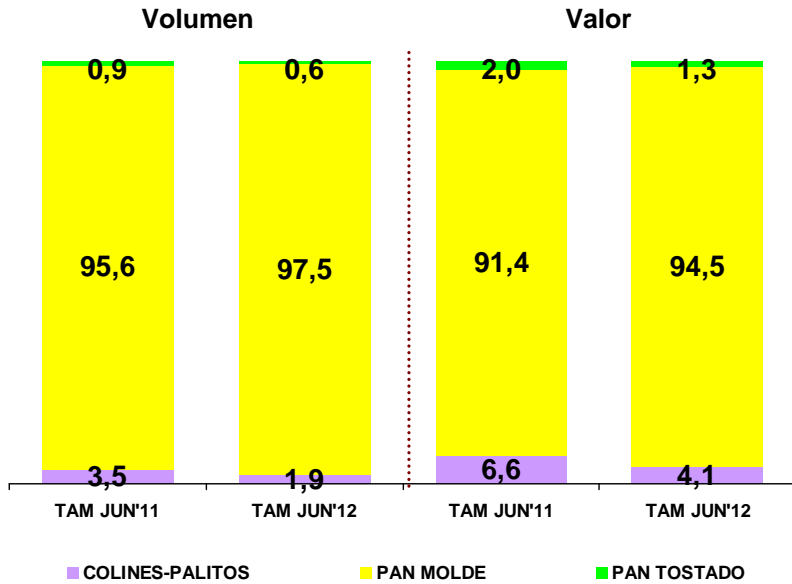
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Pan envasado

## Segmentos

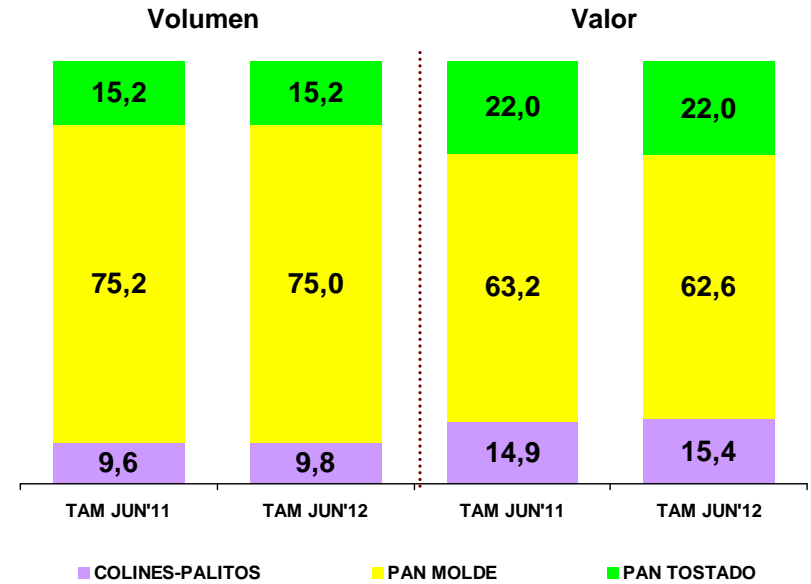
### Producto ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

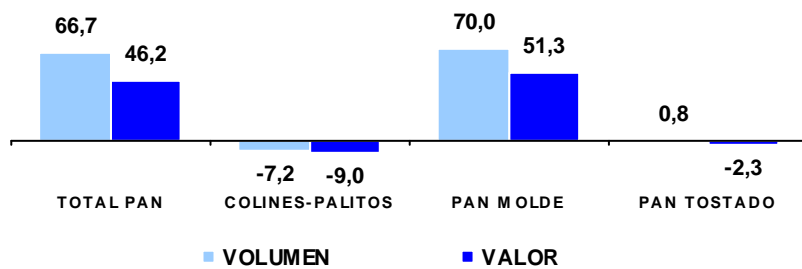


### Producto no ecológico

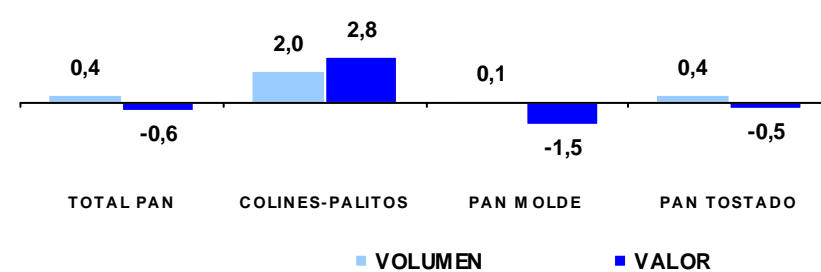
#### Concentración volumen por segmentos (%)



#### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

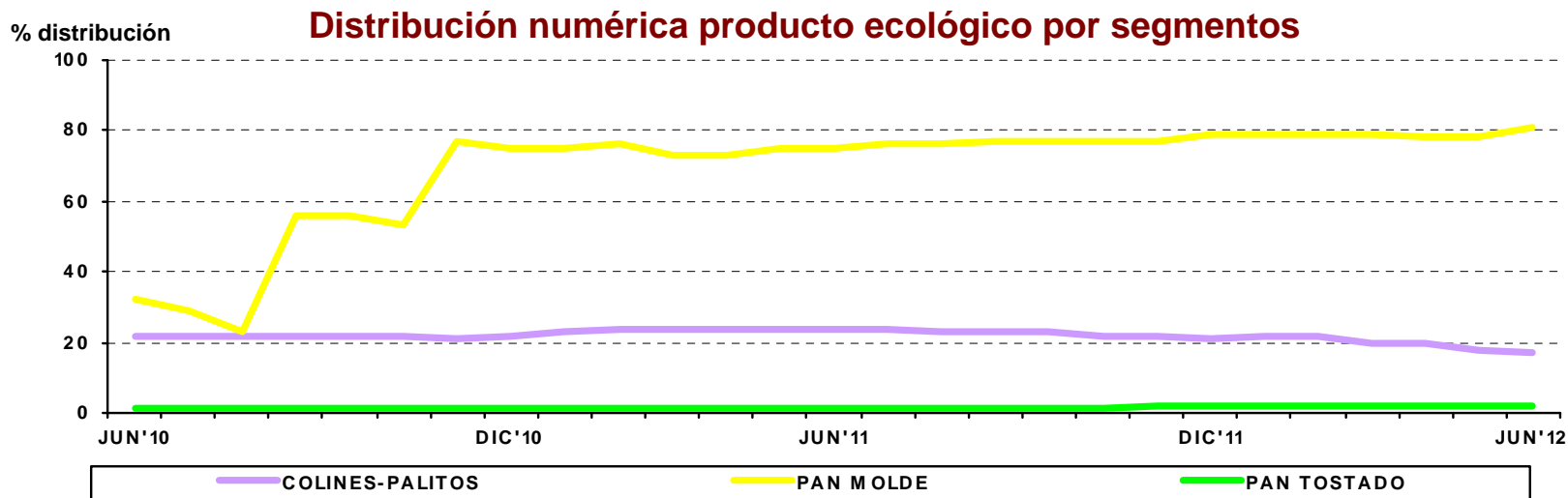


#### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)



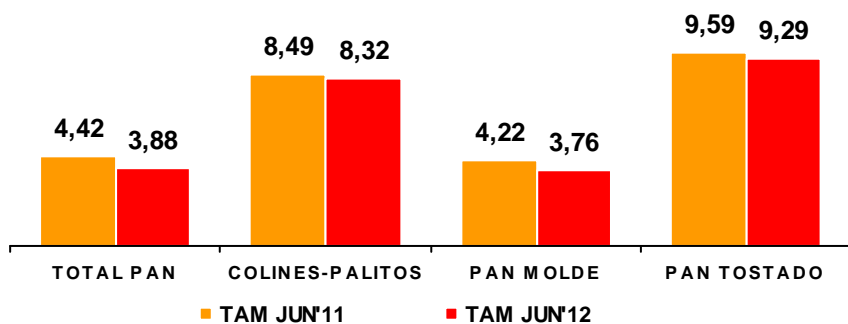
# Pan envasado

## Canales - Distribución y precios

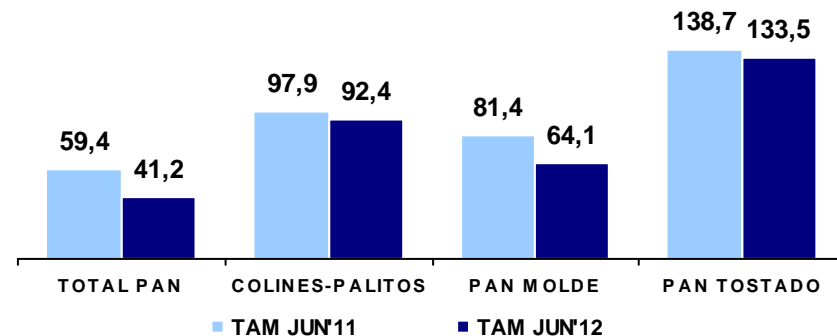


### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)

**-12,3%**    **-2,0%**    **-11,0%**    **-3,1%**



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

---

# Pastas alimenticias

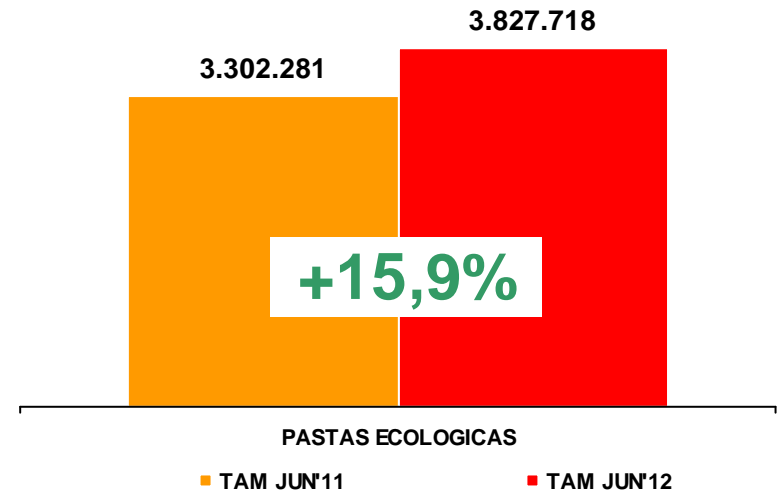
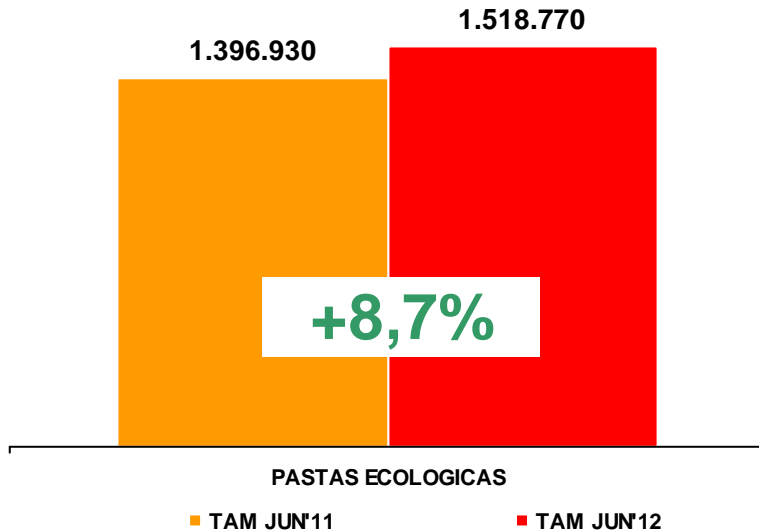


# Pastas alimenticias

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.518.770 kg**

**Valor 3.827.718 €**



### Porcentaje sobre la categoría

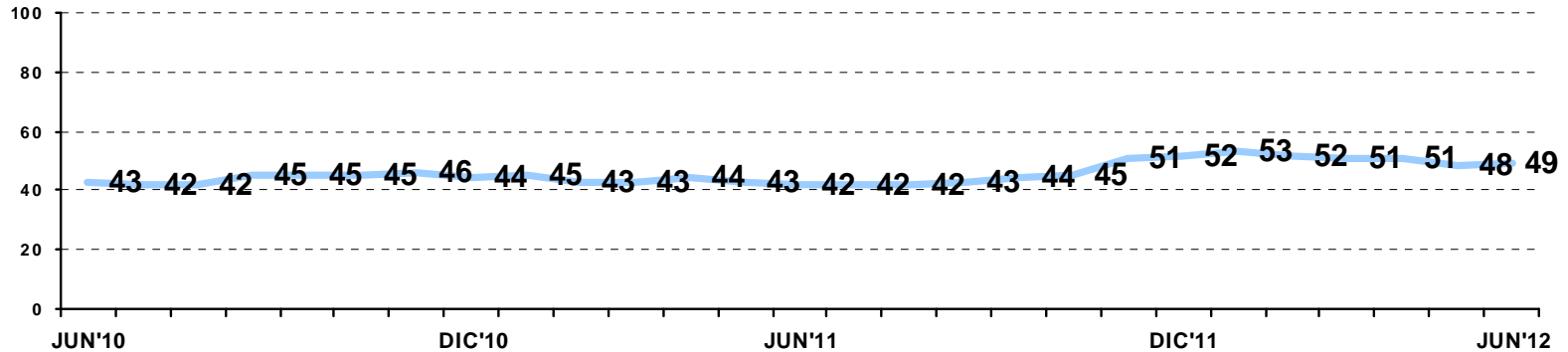


# Pastas alimenticias

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

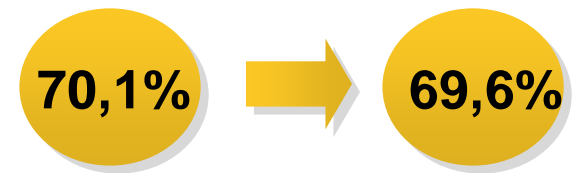
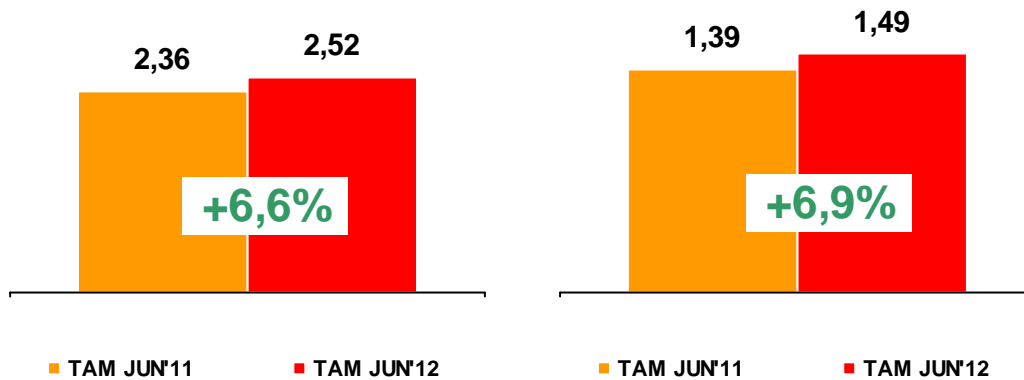


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

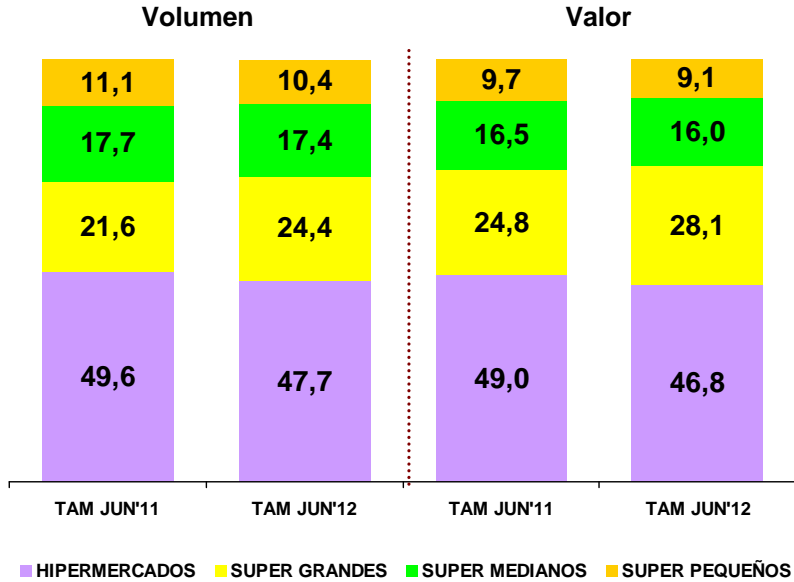
Productos ecológicos



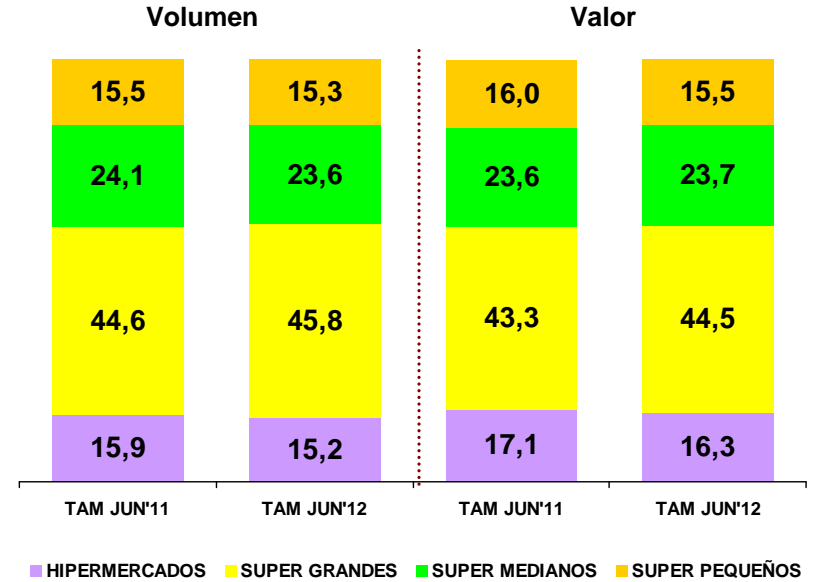
# Pastas alimenticias

## Canales

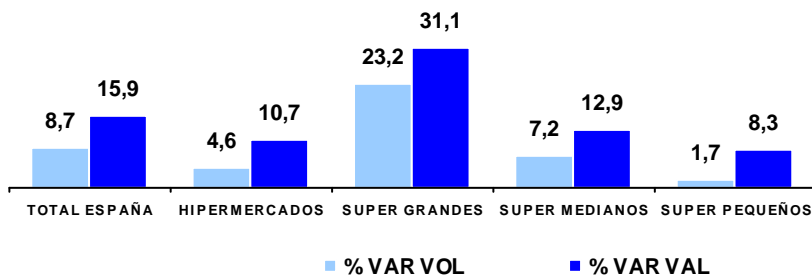
### Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



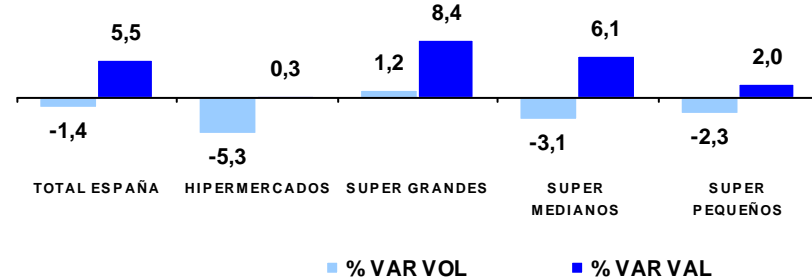
### Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

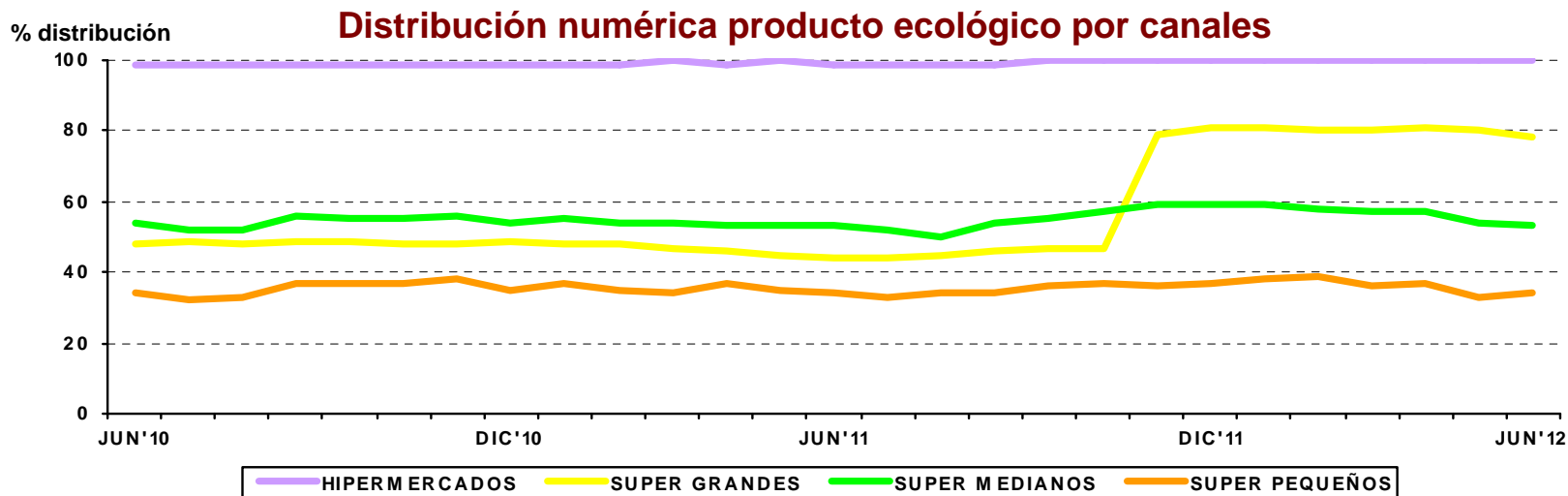


### Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

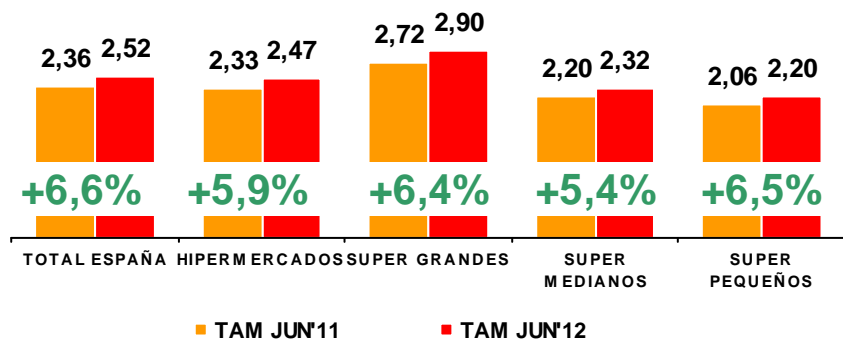


# Pastas alimenticias

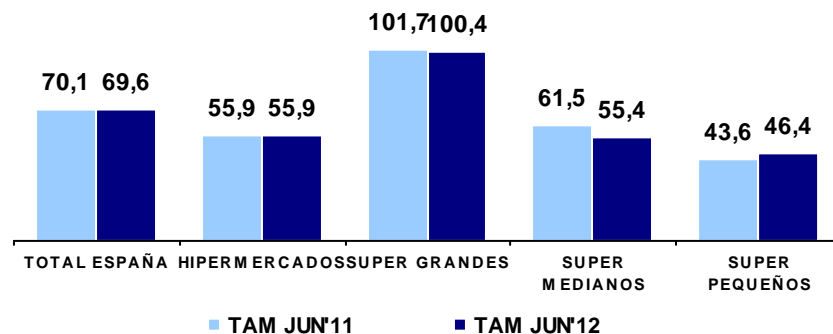
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# Pastas alimenticias

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	8,7%	100,0	100,0	15,9%	2,36	2,52	6,6%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	9,0	9,2	11,4%	9,2	10,2	27,9%	2,43	2,78	14,8%	57,2	58,6
ARAGÓN	3,6	3,5	3,7%	4,0	3,6	2,3%	2,63	2,59	-1,4%	135,8	127,9
ASTURIAS	3,5	3,5	8,0%	3,4	3,3	13,1%	2,27	2,37	4,7%	171,5	169,4
BALEARES	3,7	4,4	29,5%	3,6	4,4	40,4%	2,30	2,50	8,4%	132,7	145,8
CANARIAS	1,0	1,4	41,6%	1,3	1,8	58,3%	3,03	3,39	11,8%	30,0	38,7
CANTABRIA	1,3	1,4	14,1%	1,4	1,4	17,4%	2,48	2,56	2,9%	92,9	98,1
CASTILLA - LA MANCHA	2,5	2,1	-7,7%	2,3	1,9	-1,4%	2,19	2,34	6,8%	60,3	51,3
CASTILLA - LEÓN	4,9	4,6	2,0%	4,8	4,5	8,2%	2,29	2,43	6,1%	103,1	96,9
CATALUÑA	18,7	18,6	7,8%	18,0	19,0	22,5%	2,26	2,57	13,7%	95,2	95,7
EXTREMADURA	1,5	1,6	11,8%	1,4	1,5	23,0%	2,19	2,41	10,0%	81,0	81,4
GALICIA	12,1	12,8	15,1%	11,8	11,5	12,6%	2,31	2,26	-2,2%	191,9	197,9
LA RIOJA	0,9	0,9	12,4%	0,9	0,8	11,3%	2,26	2,24	-1,0%	140,5	142,3
MADRID	16,6	14,6	-4,2%	17,8	15,7	2,4%	2,53	2,70	6,9%	131,6	115,9
MURCIA	1,8	1,8	6,8%	1,7	1,8	23,2%	2,19	2,52	15,3%	60,7	62,3
NAVARRA	2,2	2,3	18,2%	2,5	2,3	8,5%	2,71	2,49	-8,2%	175,0	191,6
PAÍS VASCO	7,5	8,5	23,0%	7,9	7,7	13,5%	2,46	2,27	-7,8%	185,9	210,4
VALENCIA	9,0	8,8	5,9%	8,2	8,7	23,6%	2,14	2,50	16,7%	66,3	65,2

$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

---

# Postres lácteos

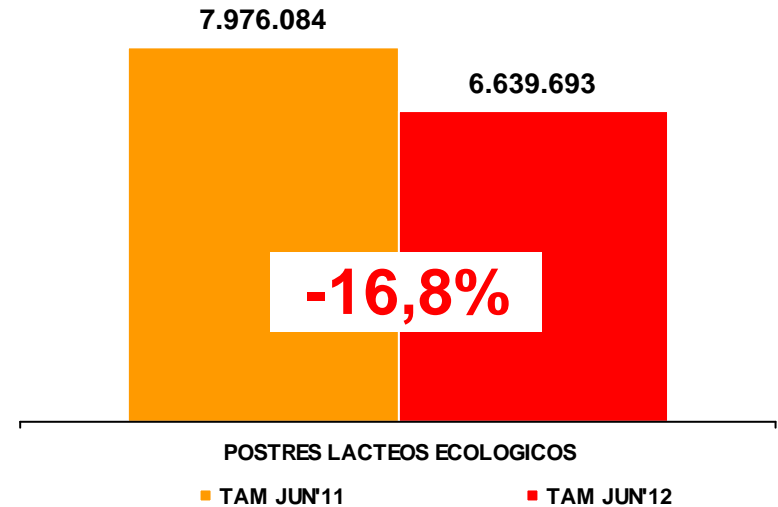
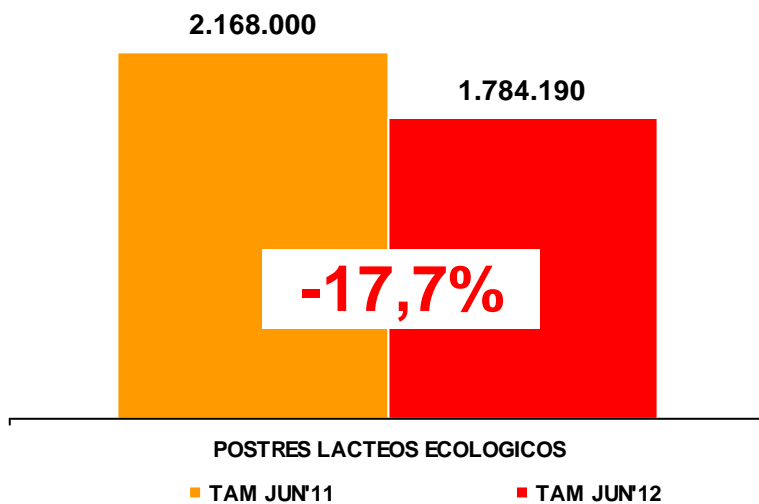


# Postres lácteos

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 1.784.190 kg**

**Valor 6.639.693 €**



### Porcentaje sobre la categoría

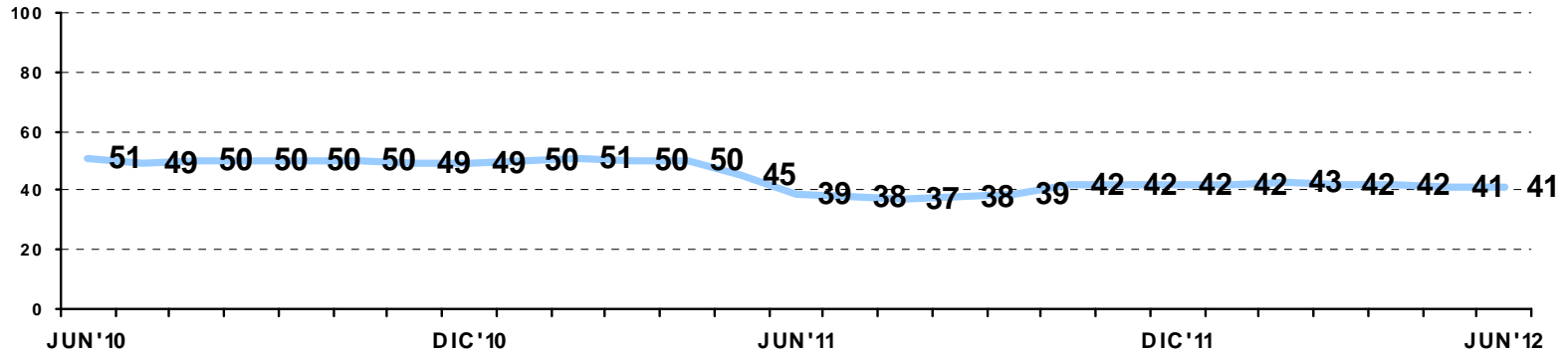


# Postres lácteos

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

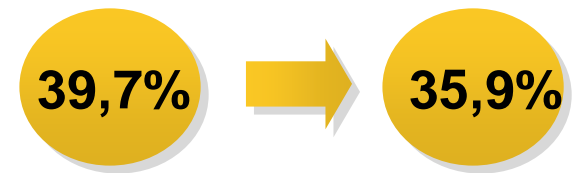
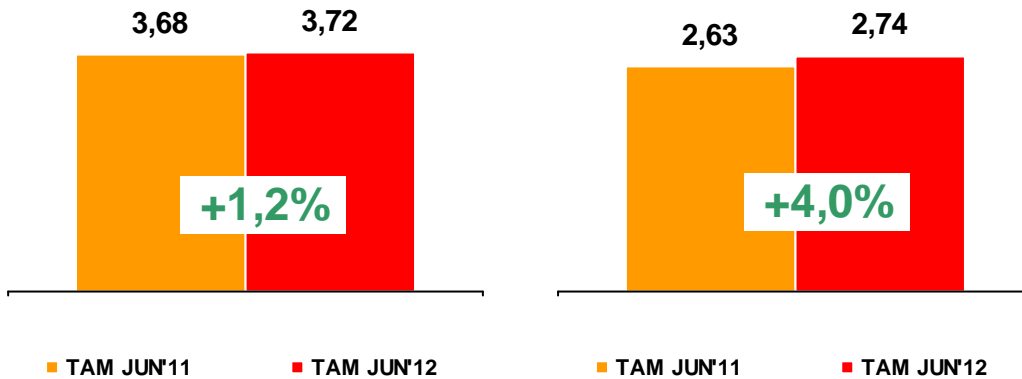


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



GOBIERNO DE ESPAÑA

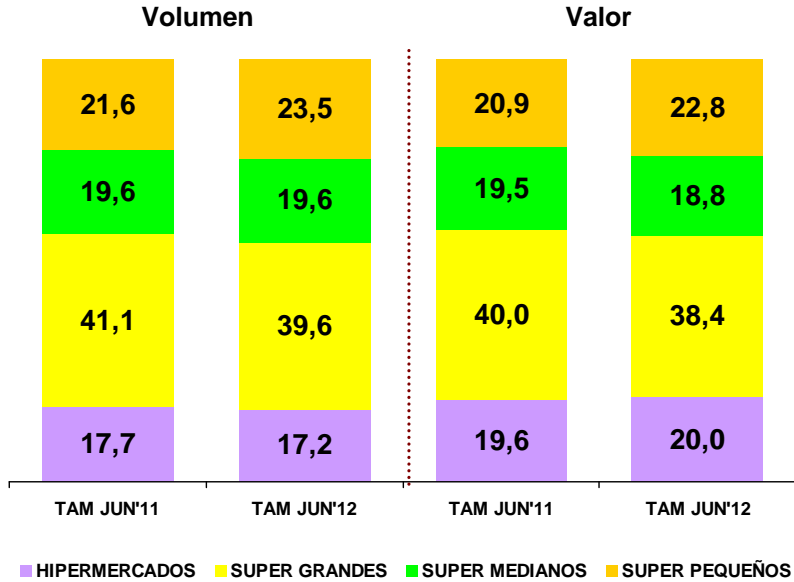
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Productos ecológicos

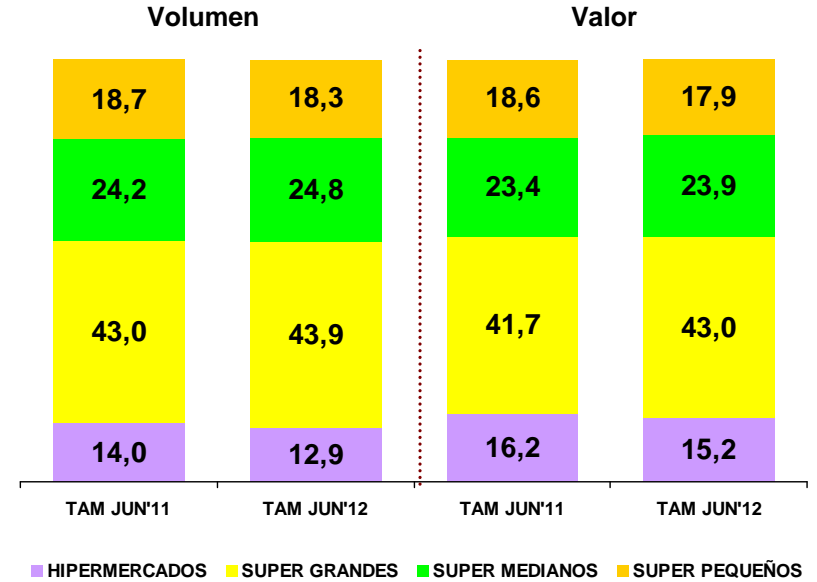
# Postres lácteos

## Canales

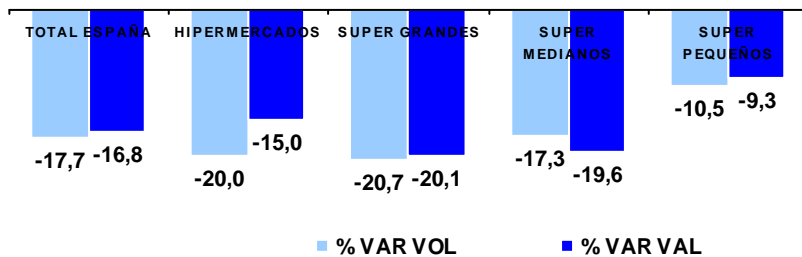
**Producto ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



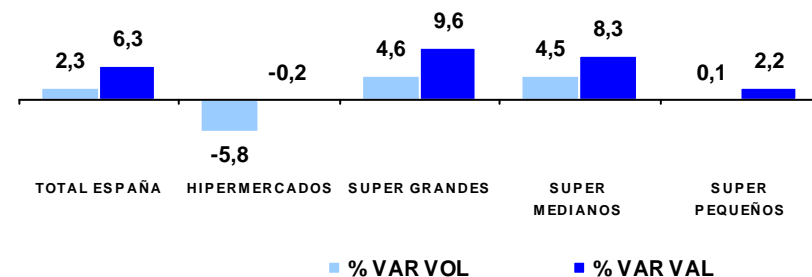
**Producto no ecológico**  
Concentración volumen por canales (%)



**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

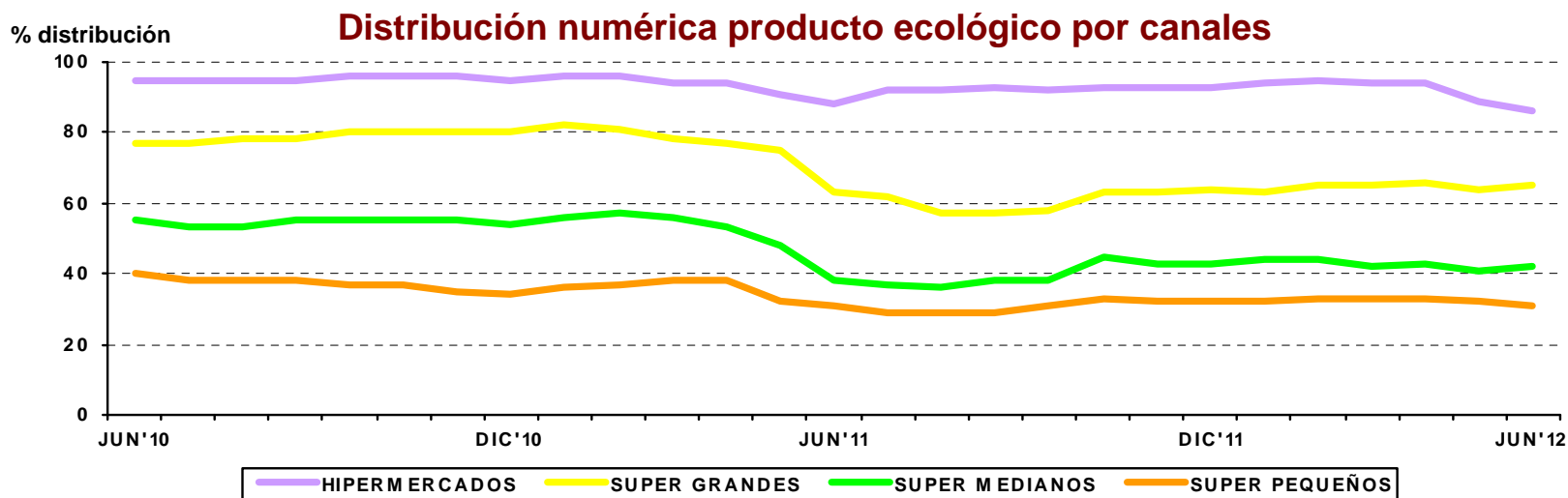


**Evolución de los canales**  
(% variación de la venta absoluta)

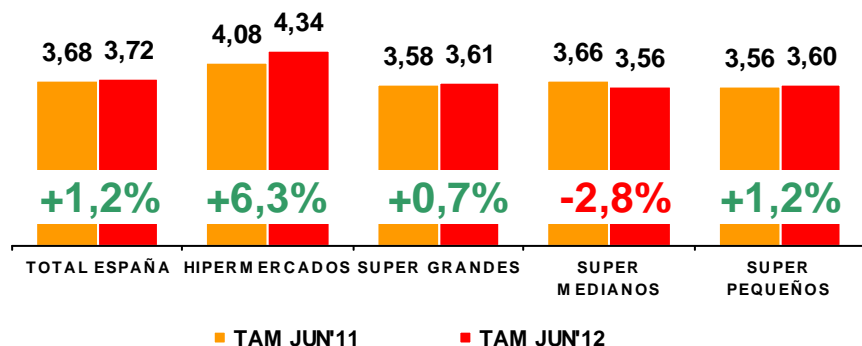


# Postres lácteos

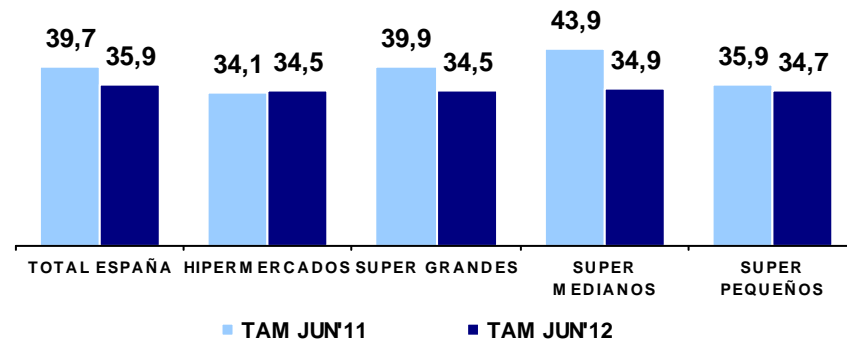
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)





# Postres lácteos

## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	-17,7%	100,0	100,0	-16,8%	3,68	3,72	1,2%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	15,2	14,4	-22,0%	14,5	13,8	-20,8%	3,51	3,56	1,6%	73,4	70,6
ARAGÓN	3,3	3,8	-7,8%	3,3	3,6	-7,7%	3,60	3,60	0,1%	130,0	142,7
ASTURIAS	2,9	1,7	-51,2%	3,7	2,1	-52,6%	4,60	4,46	-3,0%	128,1	76,6
BALEARES	1,4	1,3	-24,3%	1,4	1,4	-18,6%	3,76	4,04	7,5%	68,0	60,8
CANARIAS	1,9	1,9	-16,7%	2,1	2,2	-14,7%	4,11	4,21	2,4%	38,3	37,9
CANTABRIA	2,2	1,8	-29,8%	2,9	2,4	-31,7%	4,96	4,82	-2,8%	134,3	116,2
CASTILLA - LA MANCHA	3,9	3,7	-19,9%	3,5	3,4	-17,9%	3,33	3,42	2,6%	86,3	84,1
CASTILLA - LEÓN	5,5	5,6	-16,0%	5,5	5,5	-15,5%	3,64	3,67	0,6%	111,7	115,1
CATALUÑA	14,8	16,2	-9,5%	14,4	15,6	-9,9%	3,59	3,58	-0,4%	96,7	109,3
EXTREMADURA	1,7	1,8	-13,3%	1,6	1,7	-11,8%	3,45	3,51	1,7%	69,8	71,8
GALICIA	5,9	6,4	-10,0%	6,4	6,9	-9,9%	4,00	4,01	0,1%	108,6	117,0
LA RIOJA	0,8	0,9	-10,0%	0,8	0,8	-8,5%	3,54	3,60	1,6%	108,2	113,0
MADRID	12,6	13,3	-13,1%	13,6	14,5	-10,8%	3,96	4,07	2,7%	104,2	111,2
MURCIA	3,8	3,8	-19,7%	3,6	3,5	-19,4%	3,46	3,47	0,4%	125,4	126,2
NAVARRA	1,2	1,4	-1,6%	1,2	1,5	0,1%	3,94	4,01	1,7%	75,2	89,3
PAÍS VASCO	5,1	5,8	-7,6%	5,7	6,5	-4,5%	4,08	4,22	3,3%	98,1	106,2
VALENCIA	17,9	16,2	-25,4%	15,9	14,5	-24,3%	3,28	3,33	1,5%	166,8	145,2

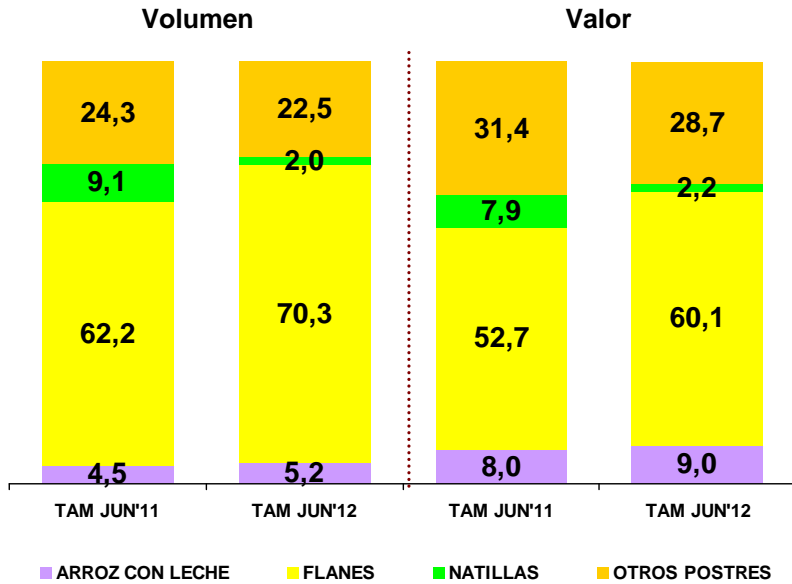
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Postres lácteos

## Segmentos

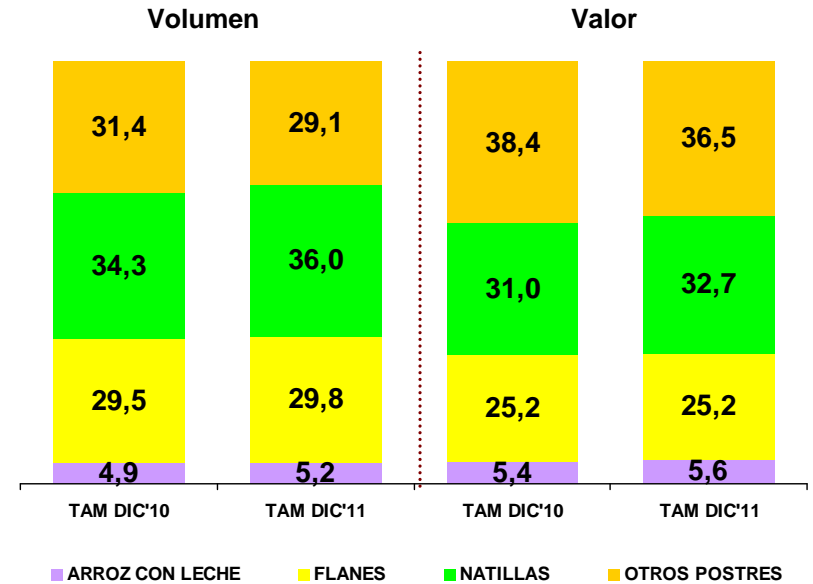
### Producto ecológico

#### Concentración volumen por segmentos (%)

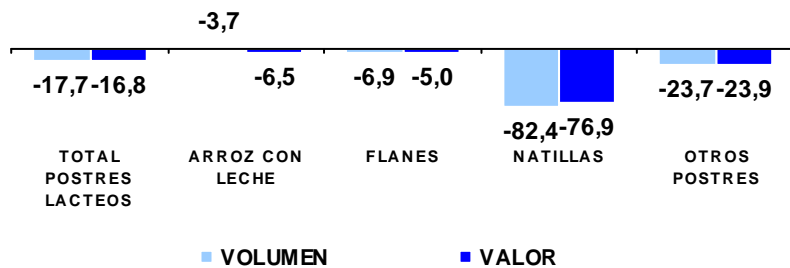


### Producto no ecológico

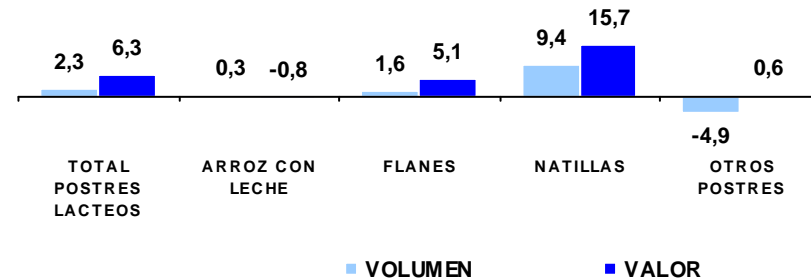
#### Concentración volumen por segmentos (%)



### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

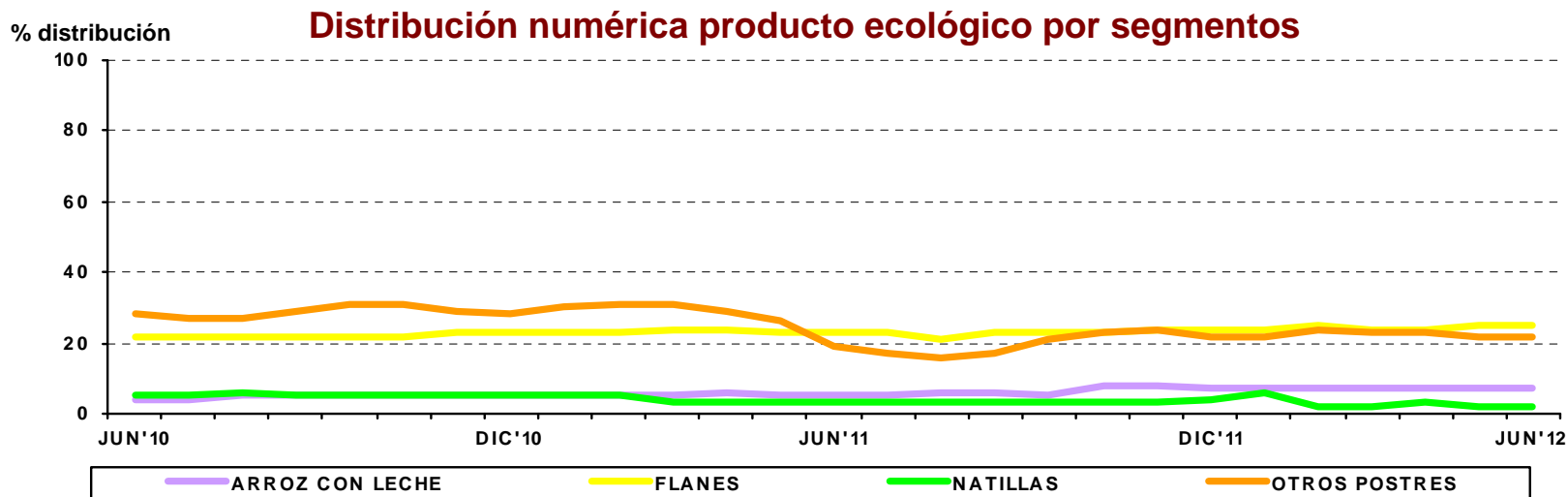


### Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

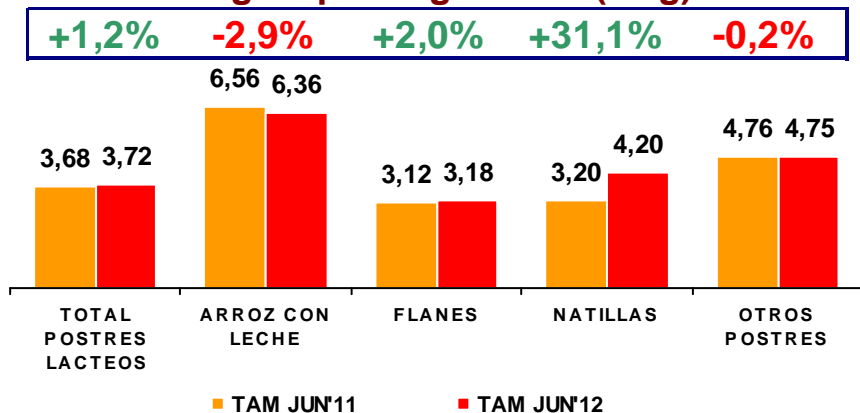


# Postres lácteos

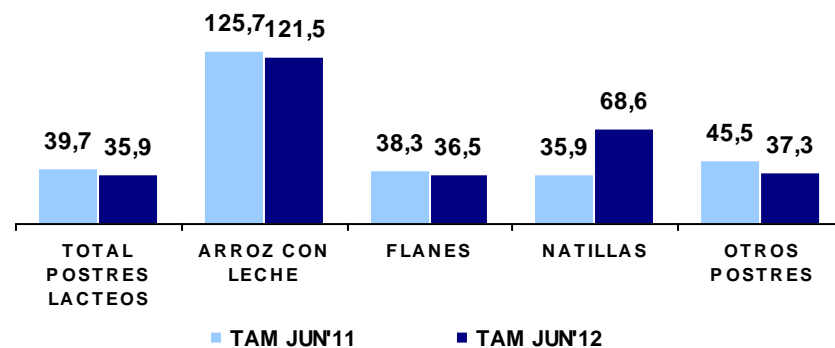
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



---

# Quesos

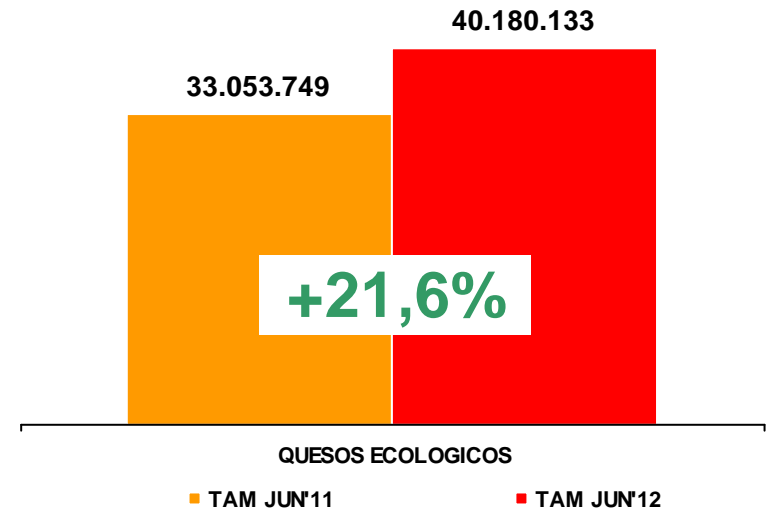
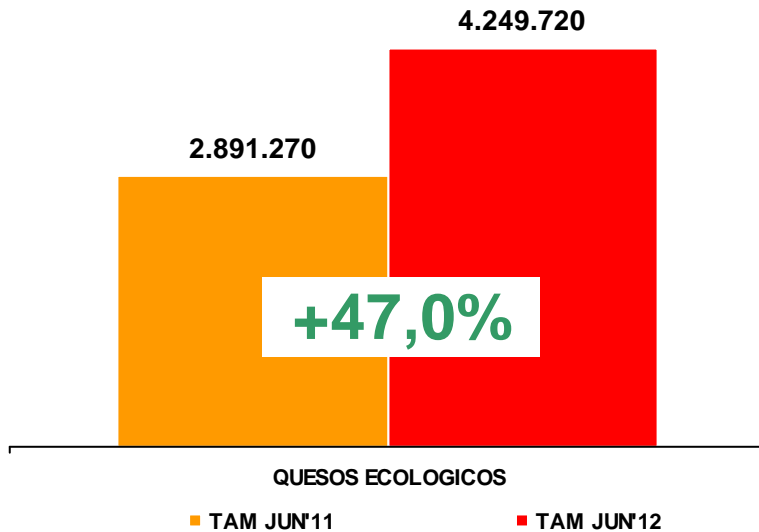


# Quesos

## Dimensionamiento del mercado

**Volumen 4.249.720 kg**

**Valor 40.180.133 €**



### Porcentaje sobre la categoría

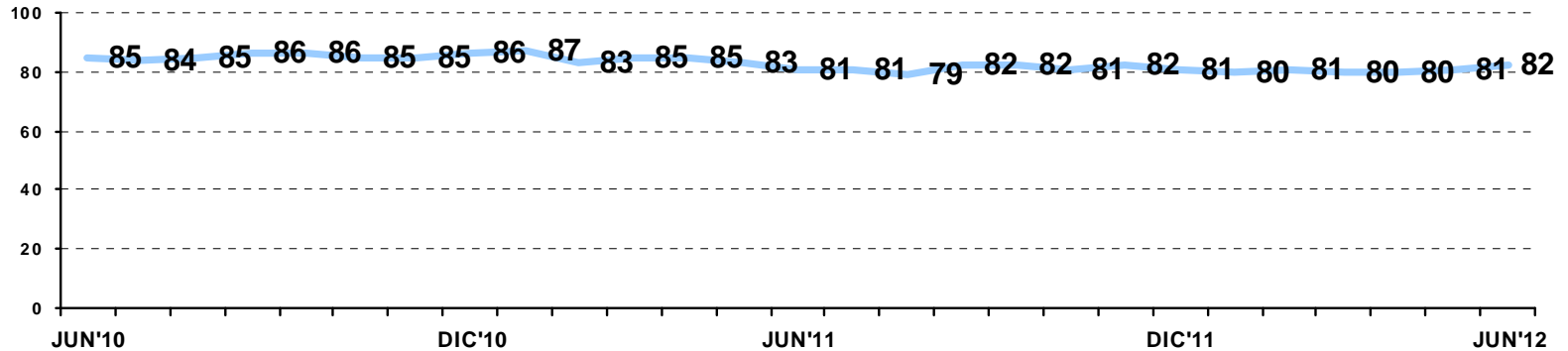


# Quesos

## Distribución y precios

% distribución

### Distribución numérica producto ecológico

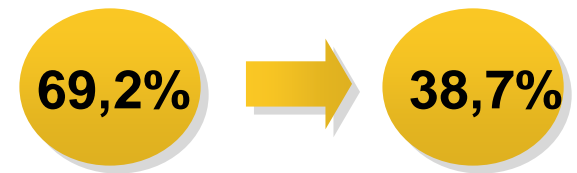
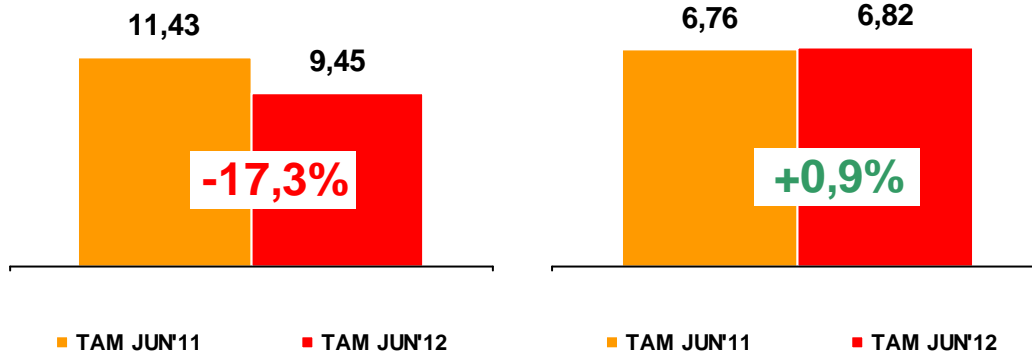


### Evolución del precio (€/kg) Ecológico vs. no ecológico

Producto ecológico

Producto no ecológico

### Evolución del diferencial de precio



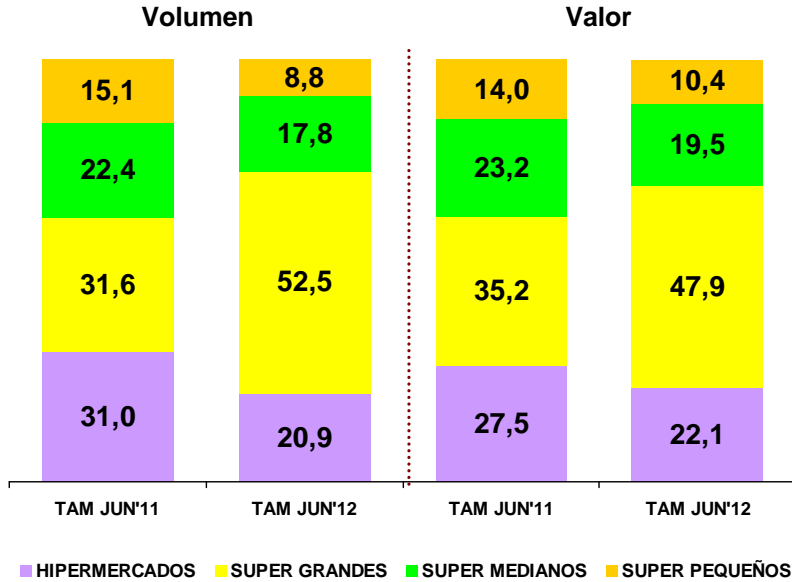
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

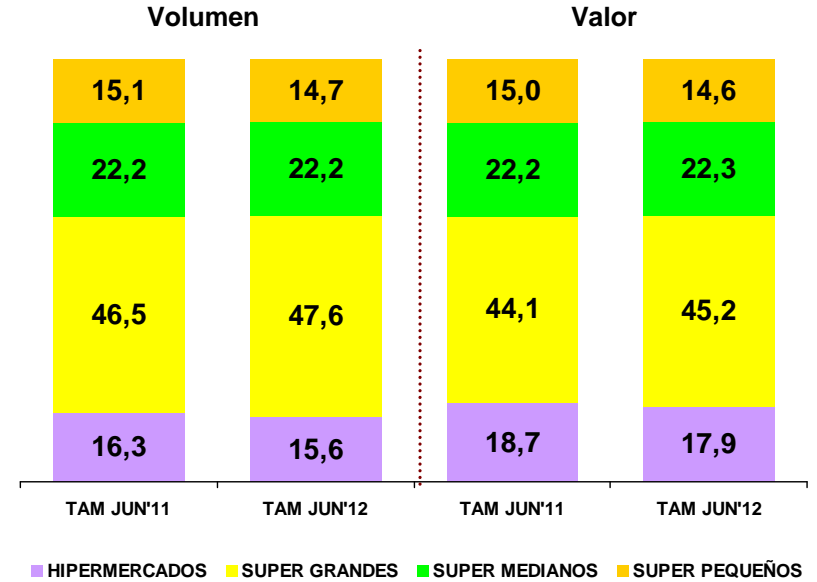
Productos ecológicos

# Quesos Canales

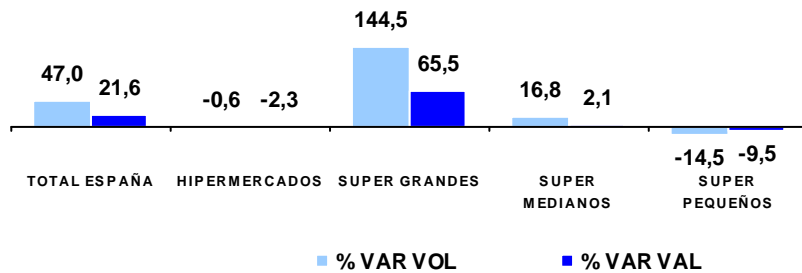
## Producto ecológico Concentración volumen por canales (%)



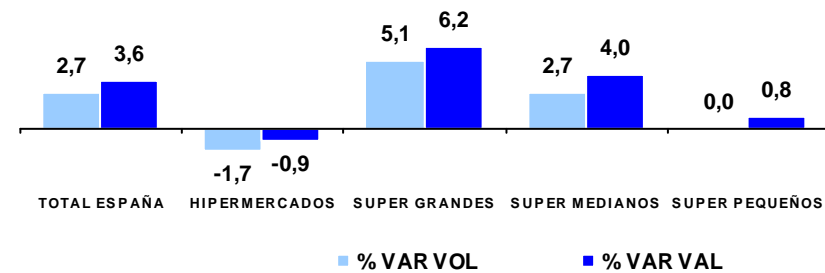
## Producto no ecológico Concentración volumen por canales (%)



## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

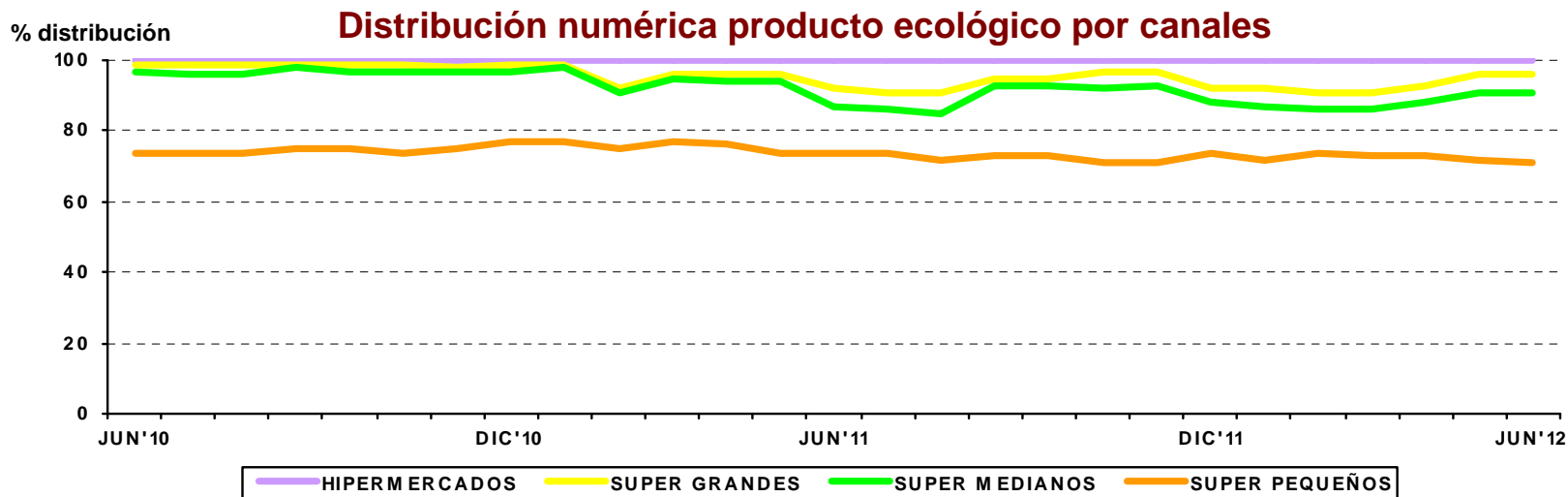


## Evolución de los canales (% variación de la venta absoluta)

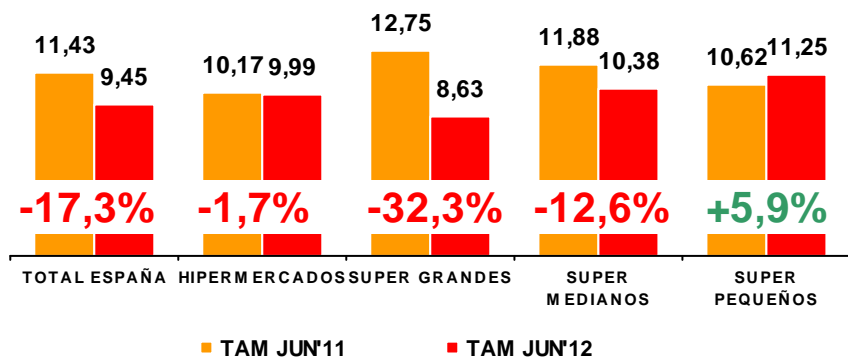


# Quesos

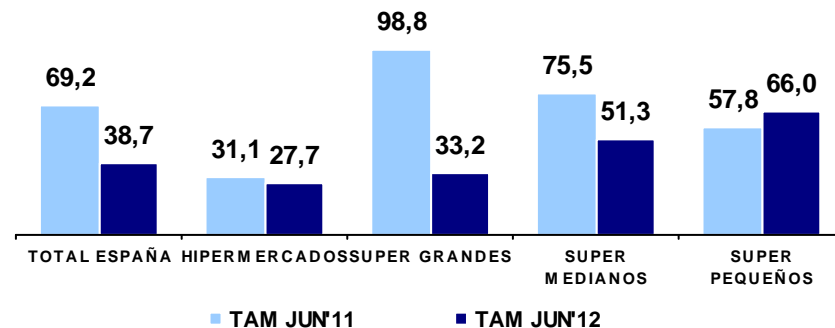
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por canales (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)





# Quesos

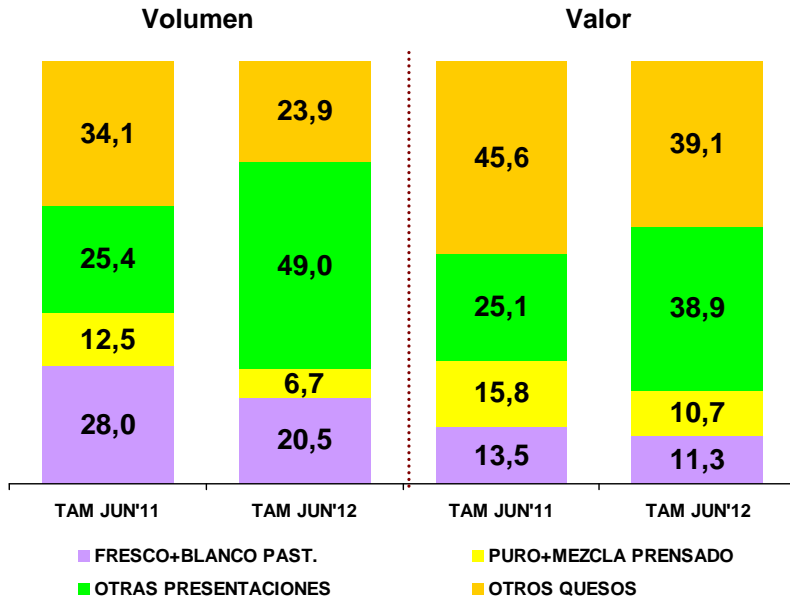
## Comunidades Autónomas

	% VOLUMEN			% VALOR			PRECIO MEDIO			% ÍNDICE CONSUMO	
	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VOL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR VAL	TAM JUN'11	TAM JUN'12	% VAR PRECIO	TAM JUN'11	TAM JUN'12
TOTAL ESPAÑA	100,0	100,0	47,0%	100,0	100,0	21,6%	11,43	9,45	-17,3%	100,0	100,0
ANDALUCÍA	16,4	17,0	52,1%	15,3	15,7	24,5%	10,65	8,72	-18,1%	90,6	94,9
ARAGÓN	2,9	2,8	39,2%	3,1	3,0	18,2%	12,07	10,25	-15,1%	119,8	111,4
ASTURIAS	1,9	1,4	13,5%	1,8	1,6	5,5%	11,13	10,34	-7,0%	71,3	55,0
BALEARES	2,7	2,9	58,5%	2,9	3,5	43,9%	12,31	11,18	-9,2%	107,0	107,4
CANARIAS	2,8	2,5	33,6%	2,7	2,8	24,0%	11,26	10,45	-7,2%	52,7	46,5
CANTABRIA	1,5	1,2	14,0%	1,4	1,2	4,5%	10,49	9,61	-8,4%	105,4	82,0
CASTILLA - LA MANCHA	2,9	2,9	45,9%	2,7	2,7	20,4%	10,61	8,76	-17,5%	80,1	80,2
CASTILLA - LEÓN	4,1	3,3	19,3%	3,7	3,3	6,2%	10,39	9,25	-11,0%	87,7	70,8
CATALUÑA	20,9	22,4	57,0%	23,5	23,9	23,4%	12,83	10,09	-21,4%	134,0	145,4
EXTREMADURA	2,0	1,5	9,8%	1,8	1,3	-10,7%	10,44	8,50	-18,7%	90,0	64,6
GALICIA	5,4	3,4	-6,5%	4,7	3,4	-12,1%	10,05	9,45	-6,0%	80,8	49,9
LA RIOJA	0,7	0,6	20,1%	0,7	0,6	8,7%	11,20	10,13	-9,5%	100,6	79,3
MADRID	17,1	13,9	19,3%	16,8	15,0	8,8%	11,22	10,24	-8,8%	130,2	106,1
MURCIA	2,0	3,6	167,7%	2,0	3,1	82,6%	11,68	7,97	-31,8%	63,7	121,4
NAVARRA	1,9	1,1	-11,4%	1,9	1,4	-11,4%	11,64	11,65	0,1%	164,1	99,6
PAÍS VASCO	5,3	3,5	-3,0%	5,1	4,0	-4,5%	11,01	10,83	-1,6%	137,9	88,4
VALENCIA	9,4	15,9	148,4%	9,7	13,6	70,7%	11,76	8,08	-31,3%	73,9	126,1

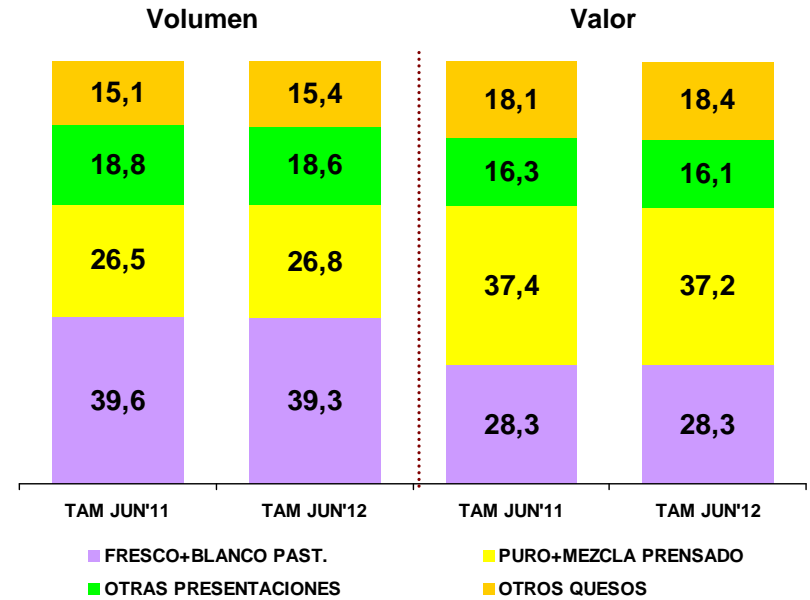
$$\text{ÍNDICE DE CONSUMO} = \frac{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO ECO}}{\% \text{ VOLUMEN PRODUCTO NO ECO}} \times 100$$

# Quesos Segmentos

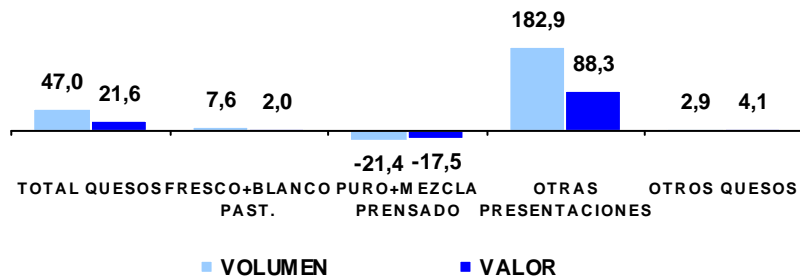
## Producto ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



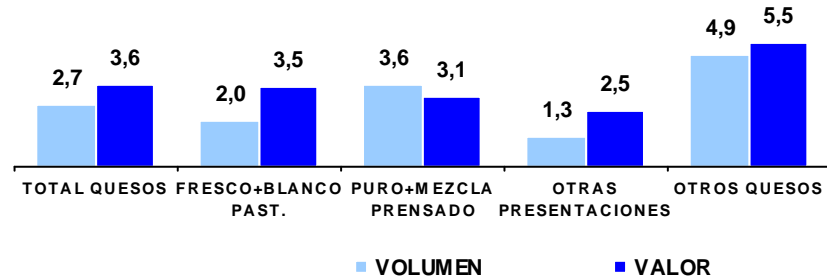
## Producto no ecológico Concentración volumen por segmentos (%)



## Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

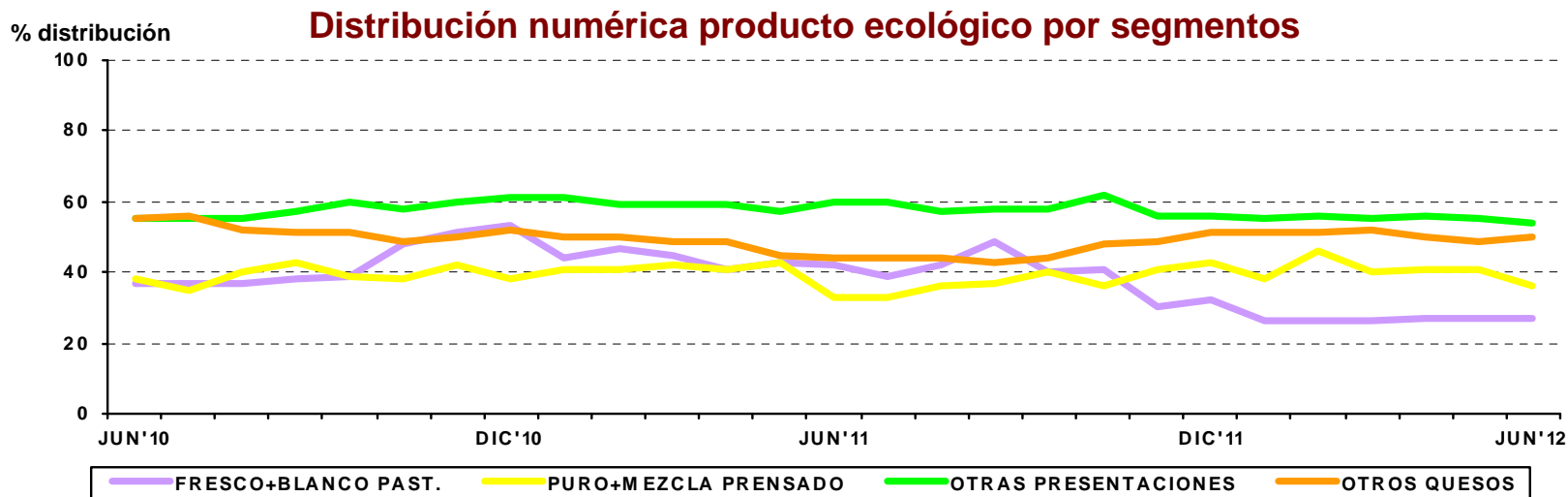


## Evolución de los segmentos (% variación de la venta absoluta)

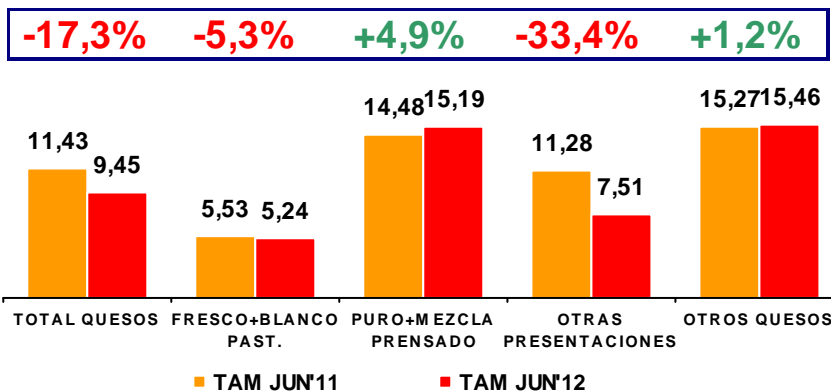


# Quesos

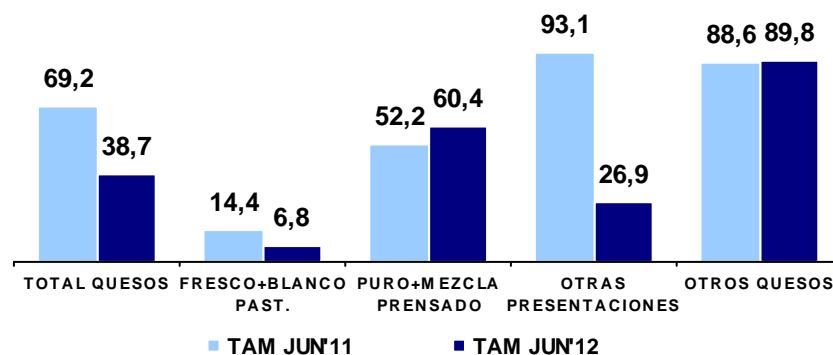
## Canales - Distribución y precios



### Evolución del precio del producto ecológico por segmentos (€/kg)



### Porcentaje de diferencial de precio vs. producto no ecológico (%)



# **Caracterización de la presencia y posicionamiento de los productos ecológicos en los libreservicios de distribución organizada de más de 100 m2**

**Evolución del mercado de Productos Ecológicos**  
(Evolución de las categorías en los establecimientos en régimen de libreservicio >100 m2)

**Semestre 01'12**



**Madrid, 2012**