



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Consumo alimentario extradoméstico en España Trimestre 03'08

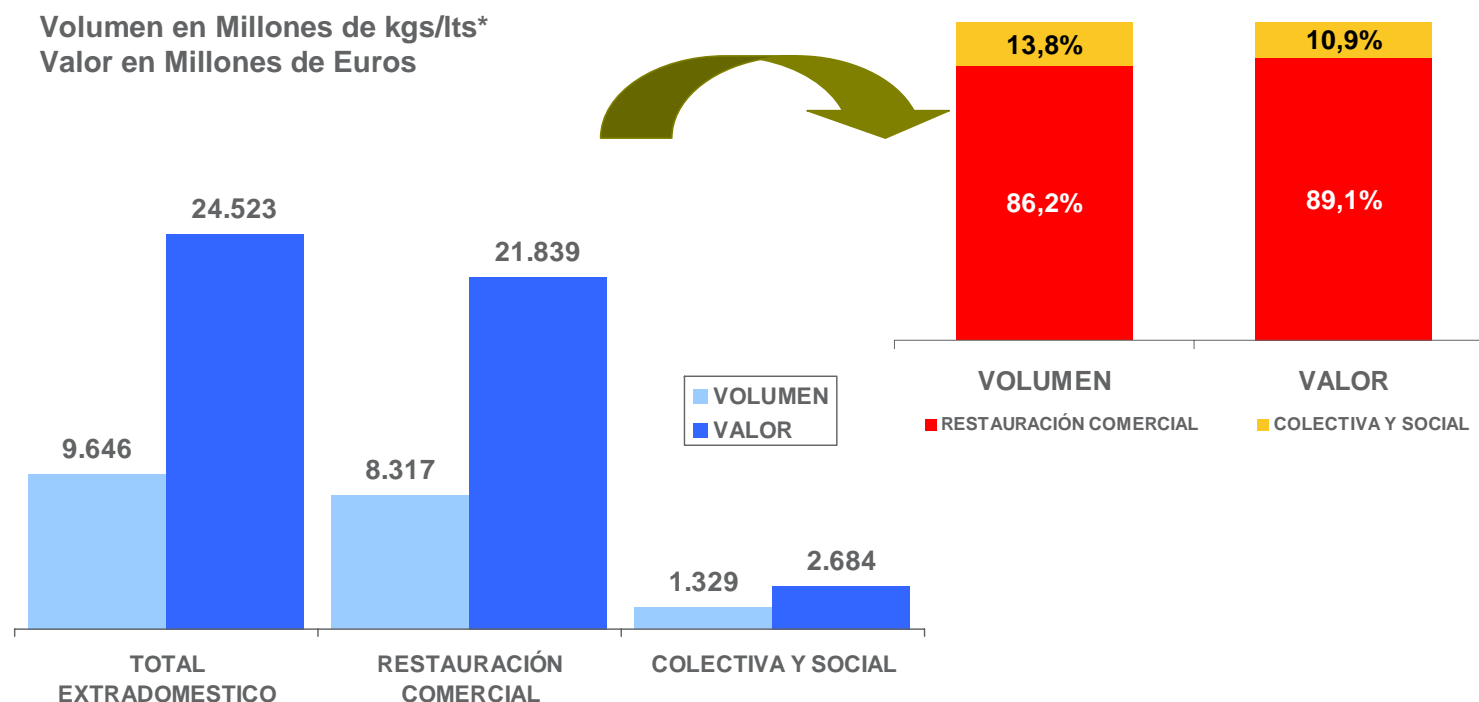
Madrid, 22 de diciembre de 2008

Consumo alimentario extracomunitario en España en el 3^{er} trimestre 2008

- En el 3^{er} trimestre del año 2008 el consumo extracomunitario ha descendido en España un -3,2%. La caída de consumo se concentra en la Restauración Comercial (-4,6%).
- En términos de VALOR de las compras, este descenso se suaviza (-1,4%) como consecuencia del aumento de precios existente, y que tiene una gran importancia para categorías muy significativas (crisis de precios de materias primas).
- Por familias de producto, el descenso del consumo extracomunitario afecta principalmente a la Alimentación (-5,8%) y a las Bebidas Alcohólicas (-2,5%). Las Bebidas sin alcohol mantienen un crecimiento en este periodo (+1,4%).

- El consumo alimentario extradoméstico en España supone casi 25 millones de EUROS (valorado a precio de compra del establecimiento detallista). El 89% se concentra en la restauración comercial y el 11% en la restauración colectiva y social.
- Supone un movimiento anual de más de 9,6 millones de kilos/litros.

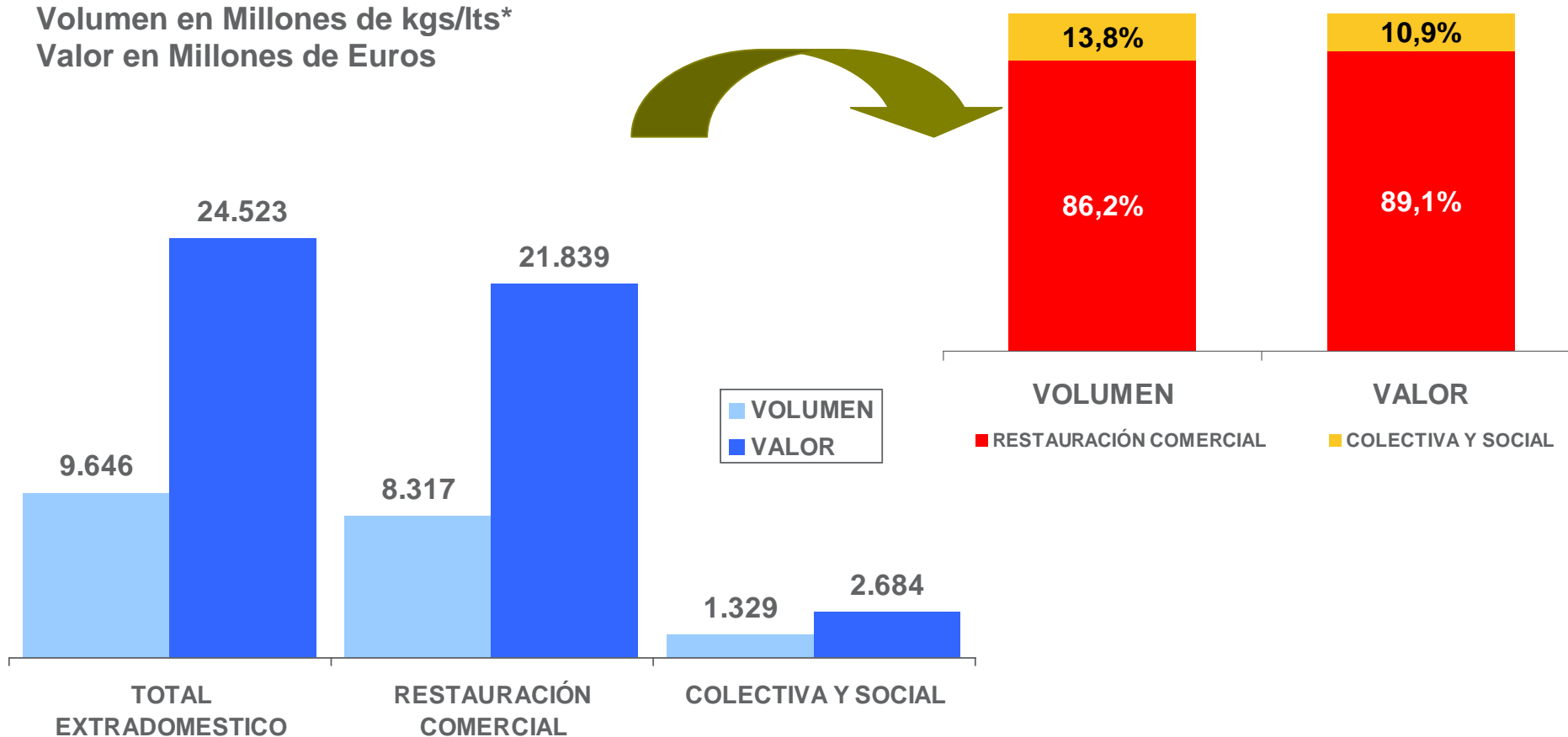
Total consumo extradoméstico. Total Compras en T.A.M. Sep'08.



* Huevos en kgs

Total consumo extradoméstico. Total Compras en T.A.M. Sep'08.

Volumen en Millones de kgs/lts*
Valor en Millones de Euros

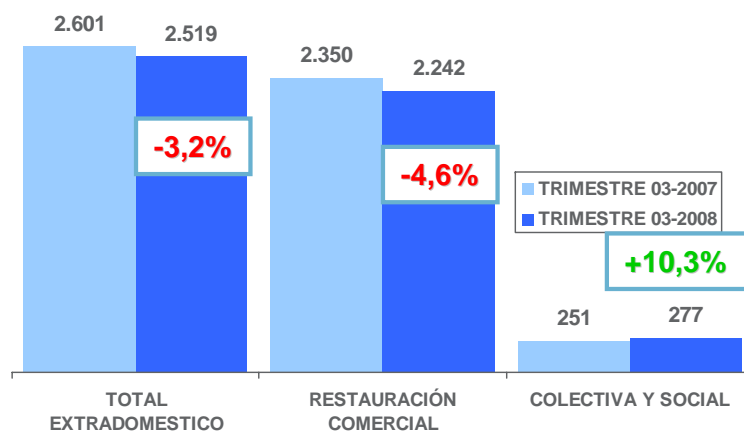


* Huevos en kgs

- En el 3^{er} trimestre del año 2008, el consumo extradoméstico ha descendido en España un -3,2%. Se concentra en la Restauración Comercial (-4,6%).
- En VALOR, este descenso se suaviza (-1,4%) por el aumento de precios, y que tiene una gran importancia para categorías muy significativas (crisis de precios de materias primas)

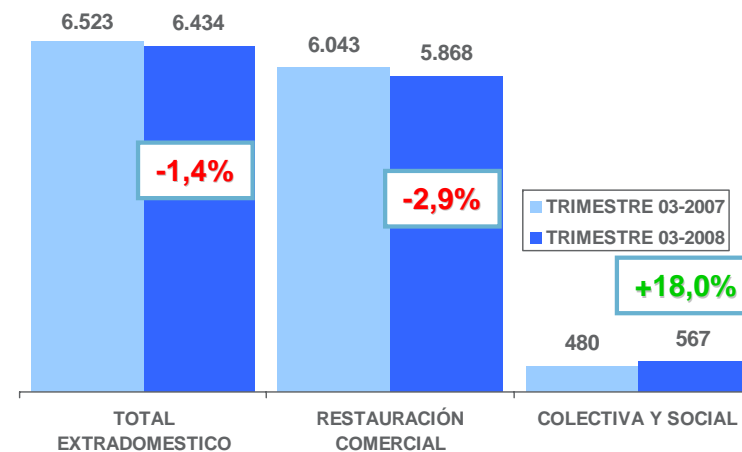
Total consumo extradoméstico. Total Compras en último trimestre (Jul-Sep'08).

VOLUMEN DE COMPRAS



Volumen en Millones de kgs/lts*
Valor en Millones de Euros

VALOR DE COMPRAS

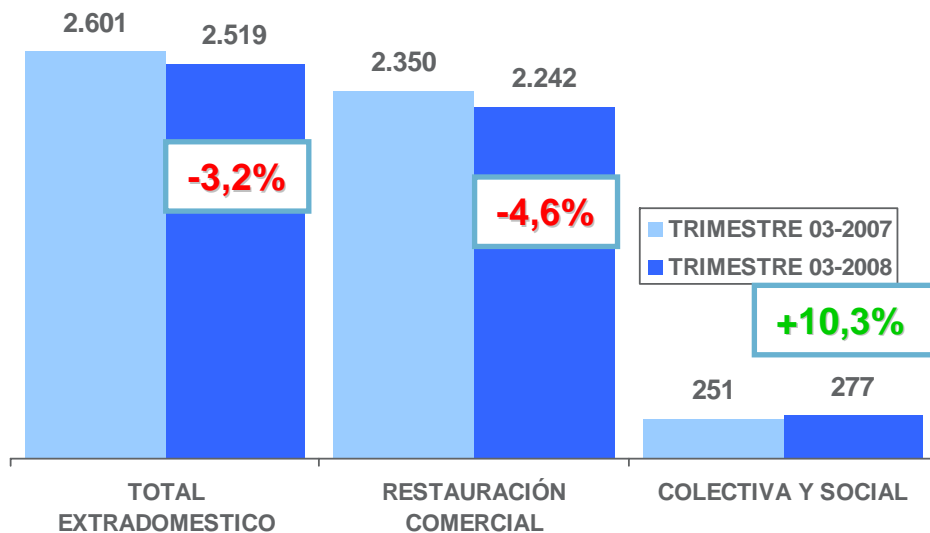


* Huevos en kgs

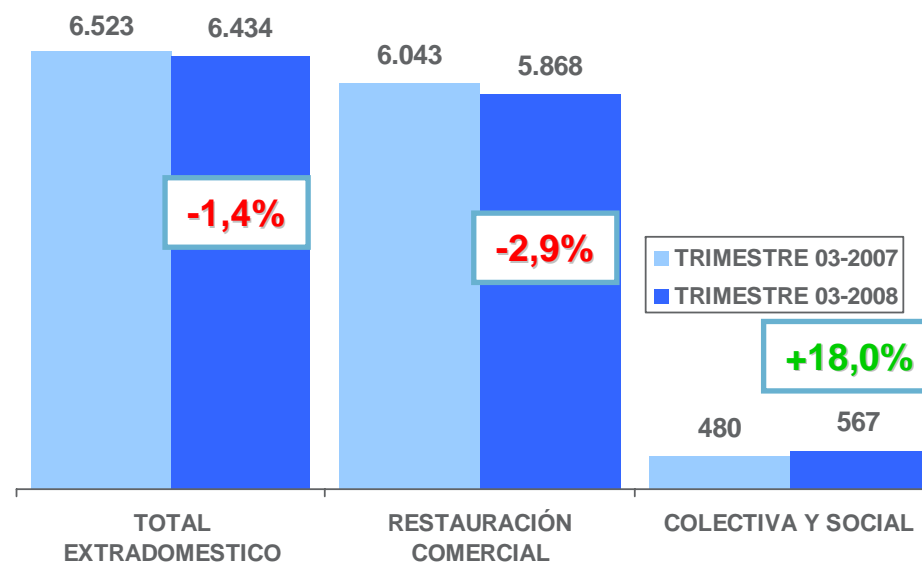
Total consumo extradoméstico. Total Compras en último trimestre (Jul-Sep'08).

VOLUMEN DE COMPRAS

Volumen en Millones de kgs/lts*
Valor en Millones de Euros



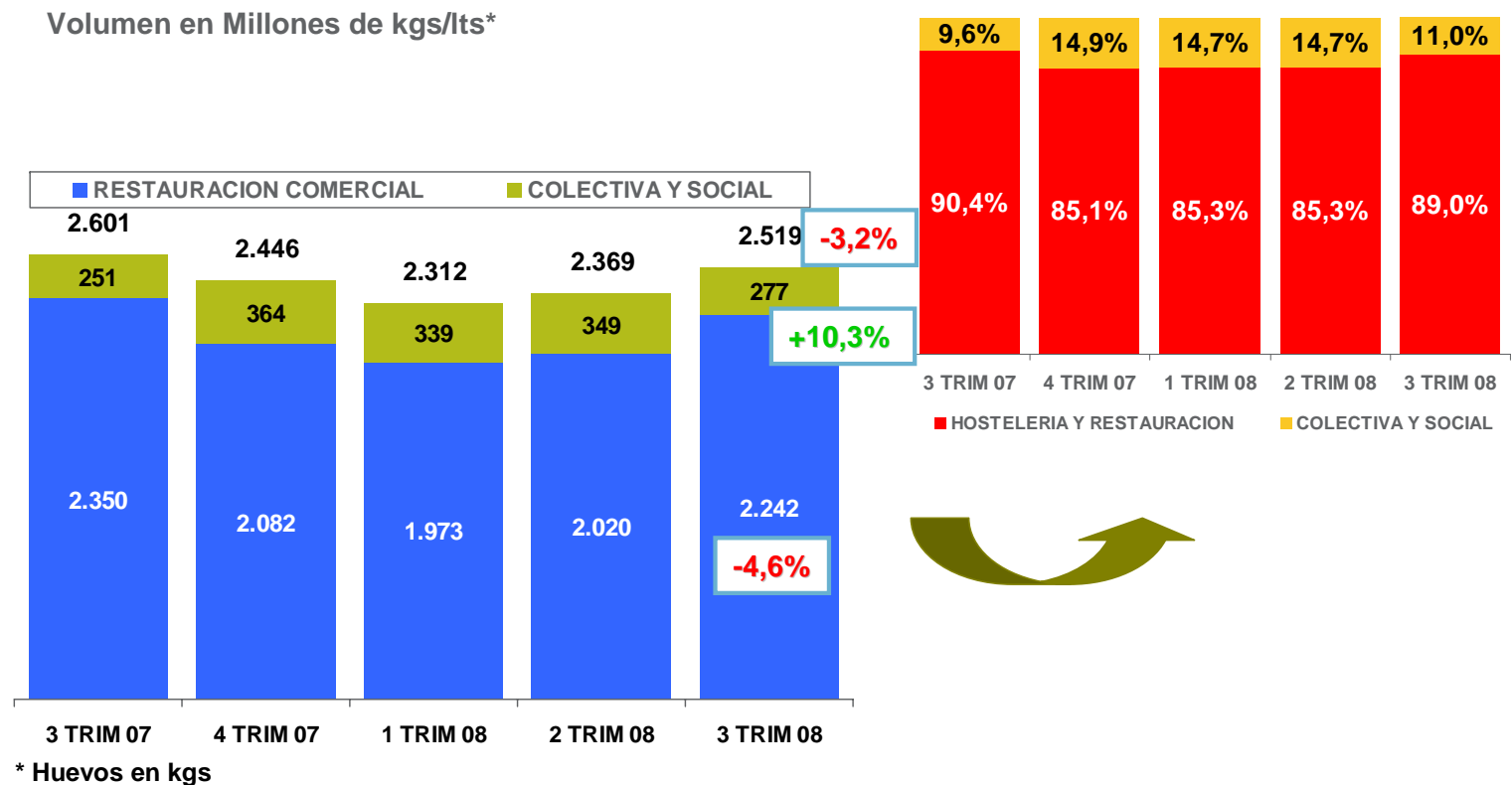
VALOR DE COMPRAS



* Huevos en kgs

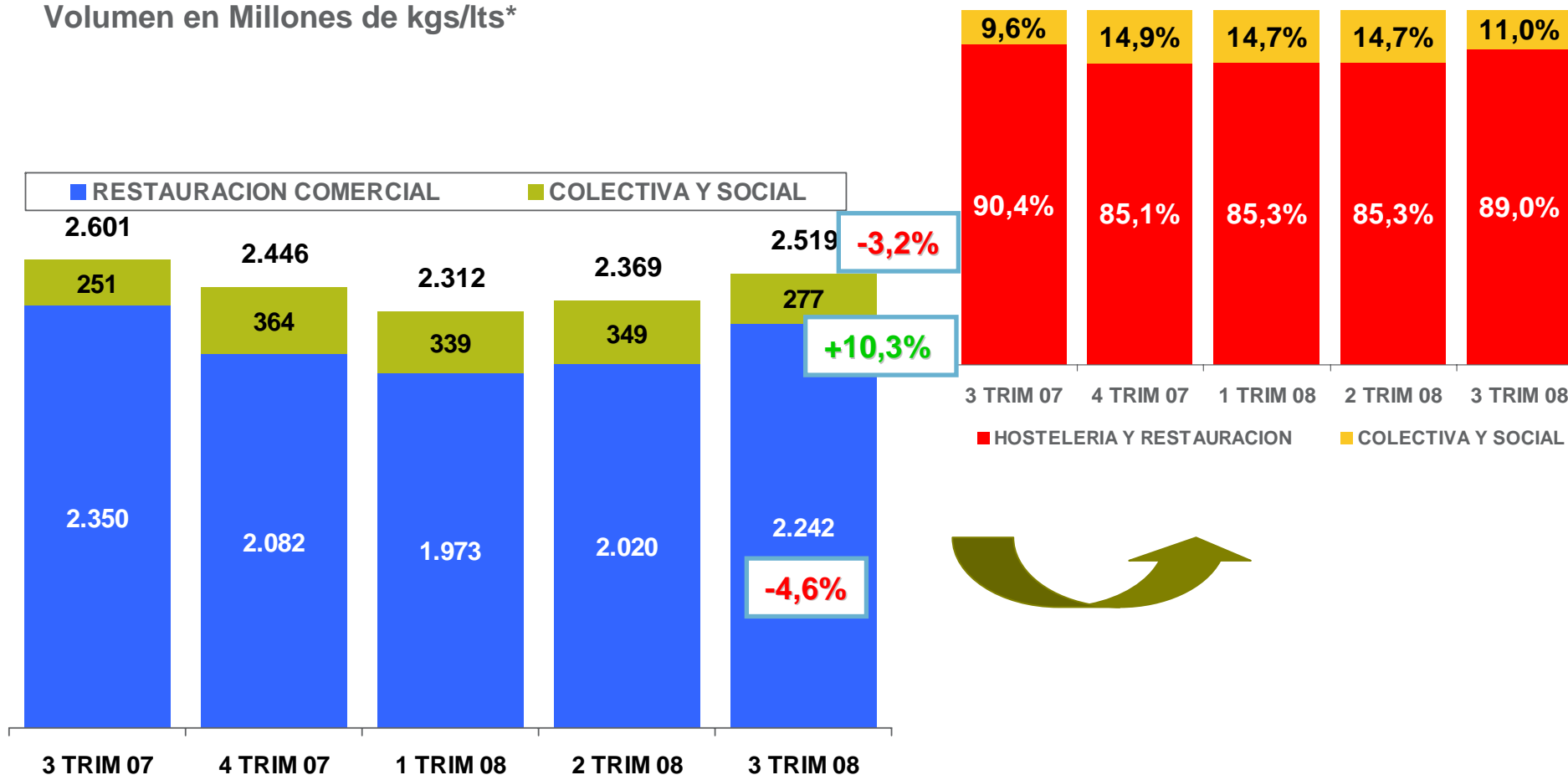
- Existe un comportamiento claramente diferenciado sobre los tipos de consumo extradoméstico. En el 3^{er} trimestre del año 2008, aumenta el consumo en la restauración colectiva y social (aunque no se trata del periodo más relevante) y desciende en la restauración comercial.

Total consumo extradoméstico. Evolución trimestral de las Compras en volumen.



Total consumo extradoméstico. Evolución trimestral de las Compras en volumen.

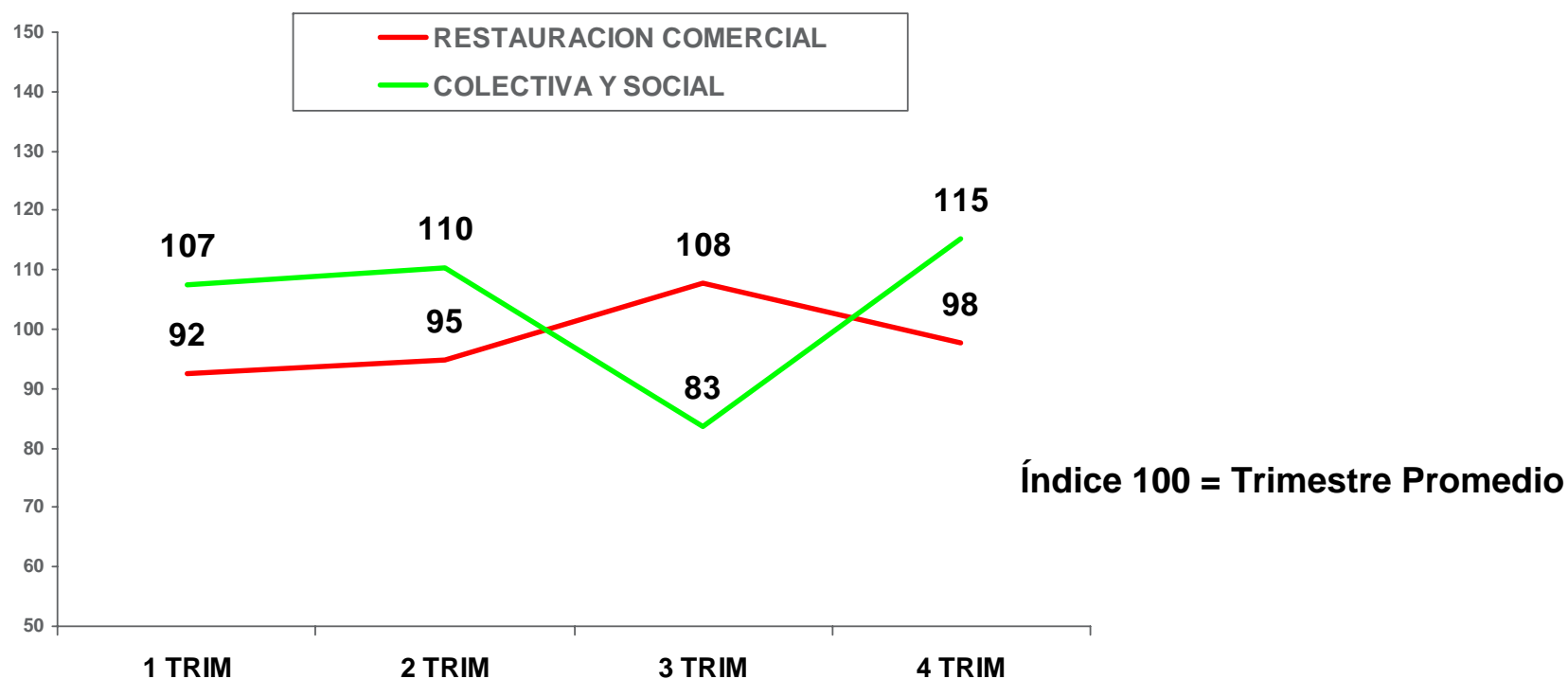
Volumen en Millones de kgs/lts*



* Huevos en kgs

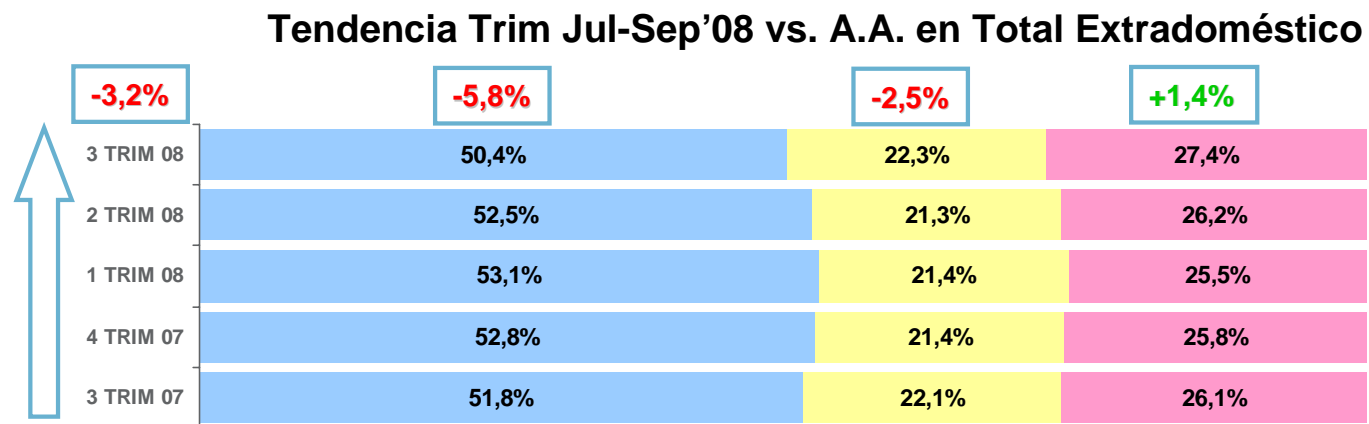
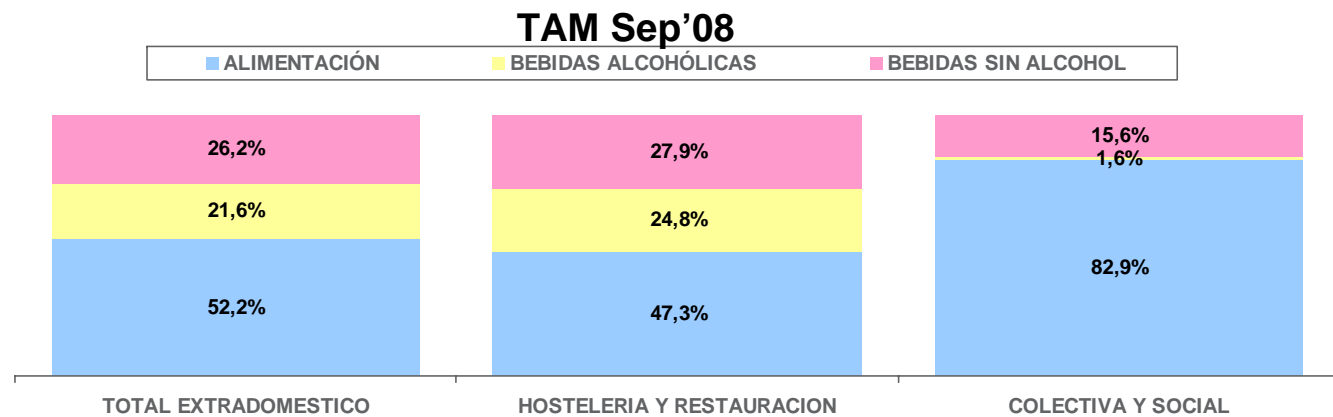
Total consumo extradoméstico. Ratio de estacionalidad trimestral de las compras en volumen.

Volumen calculado en kgs/lts, con los huevos en kgs.



- Por familias de producto, el descenso del consumo extradoméstico afecta principalmente a la Alimentación (-5,8%) y a las Bebidas Alcohólicas (-2,5%). Las Bebidas sin alcohol mantienen un crecimiento en este periodo (+1,4%).

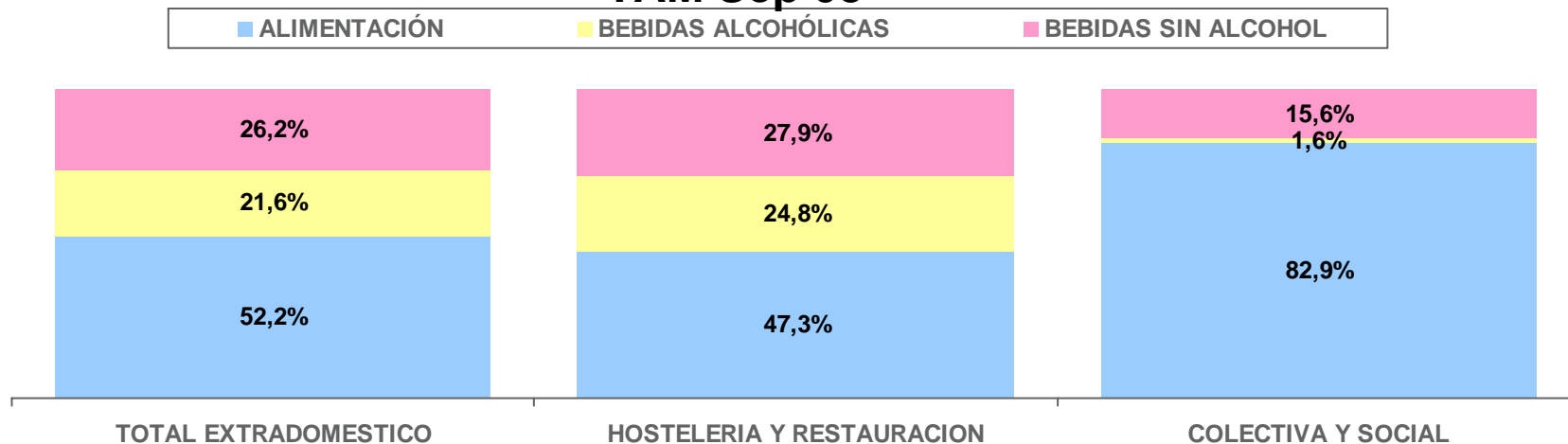
Estructura de consumo por categorías de productos. Datos en volumen. Volumen calculado en kgs/lts, con los huevos en kgs.



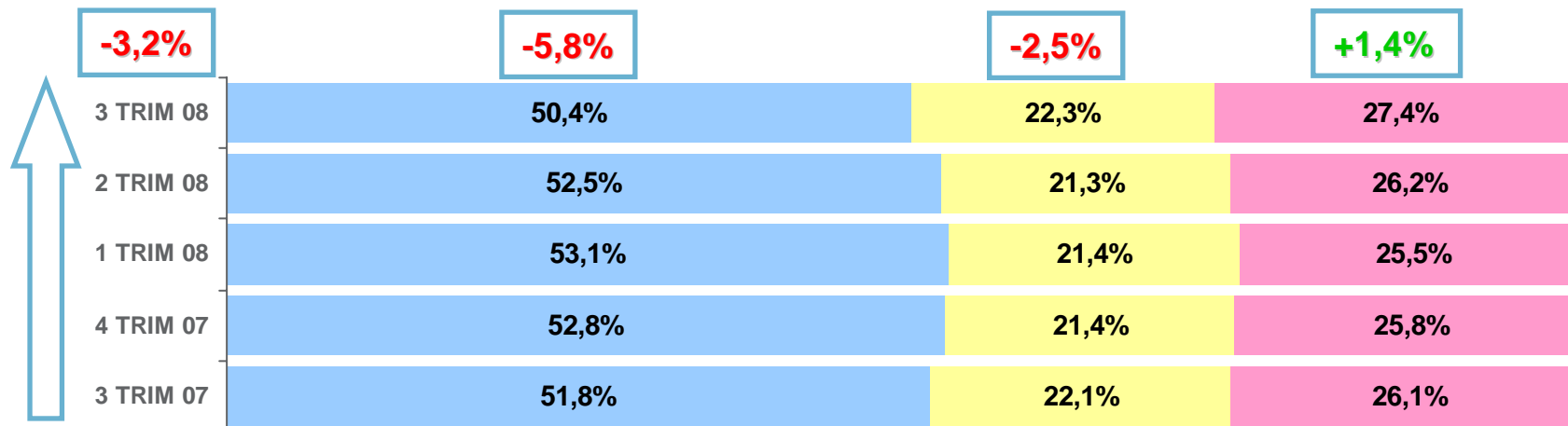
Estructura de consumo por categorías de productos. Datos en volumen.

Volumen calculado en kgs/lts, con los huevos en kgs.

TAM Sep'08

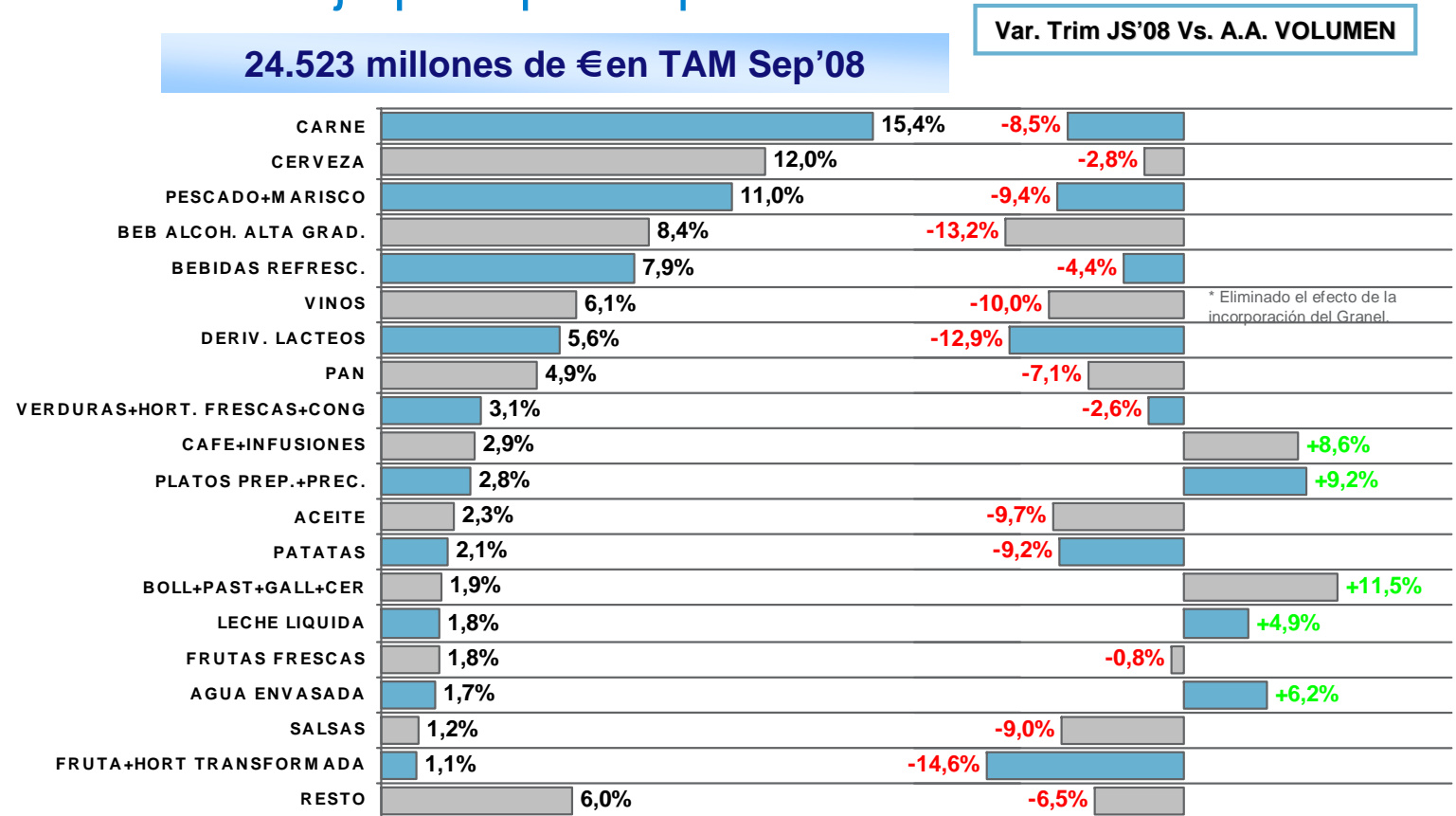


Tendencia Trim Jul-Sep'08 vs. A.A. en Total Extradoméstico



- Las grandes categorías de alimentación: carne, pescado+marisco, derivados lácteos,... descienden. Sólo crecen los platos preparados+precocinados, la bollería+pastelería+galletas+cereales y el café + infusiones.

Total gasto extradoméstico. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

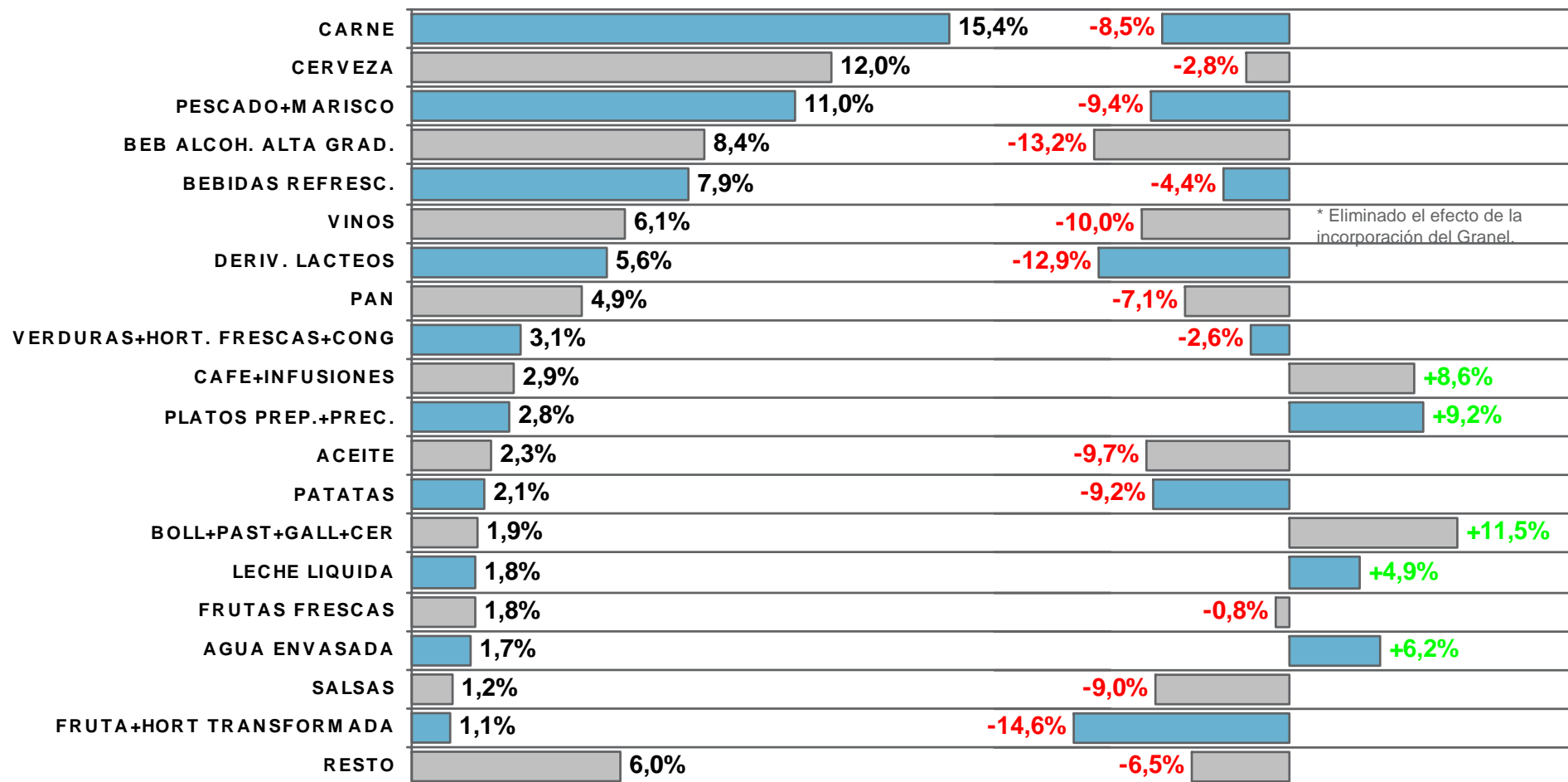


Total gasto extradoméstico. T.A.M. Sep'08.

Porcentaje por tipo de producto

24.523 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs. A.A. VOLUMEN

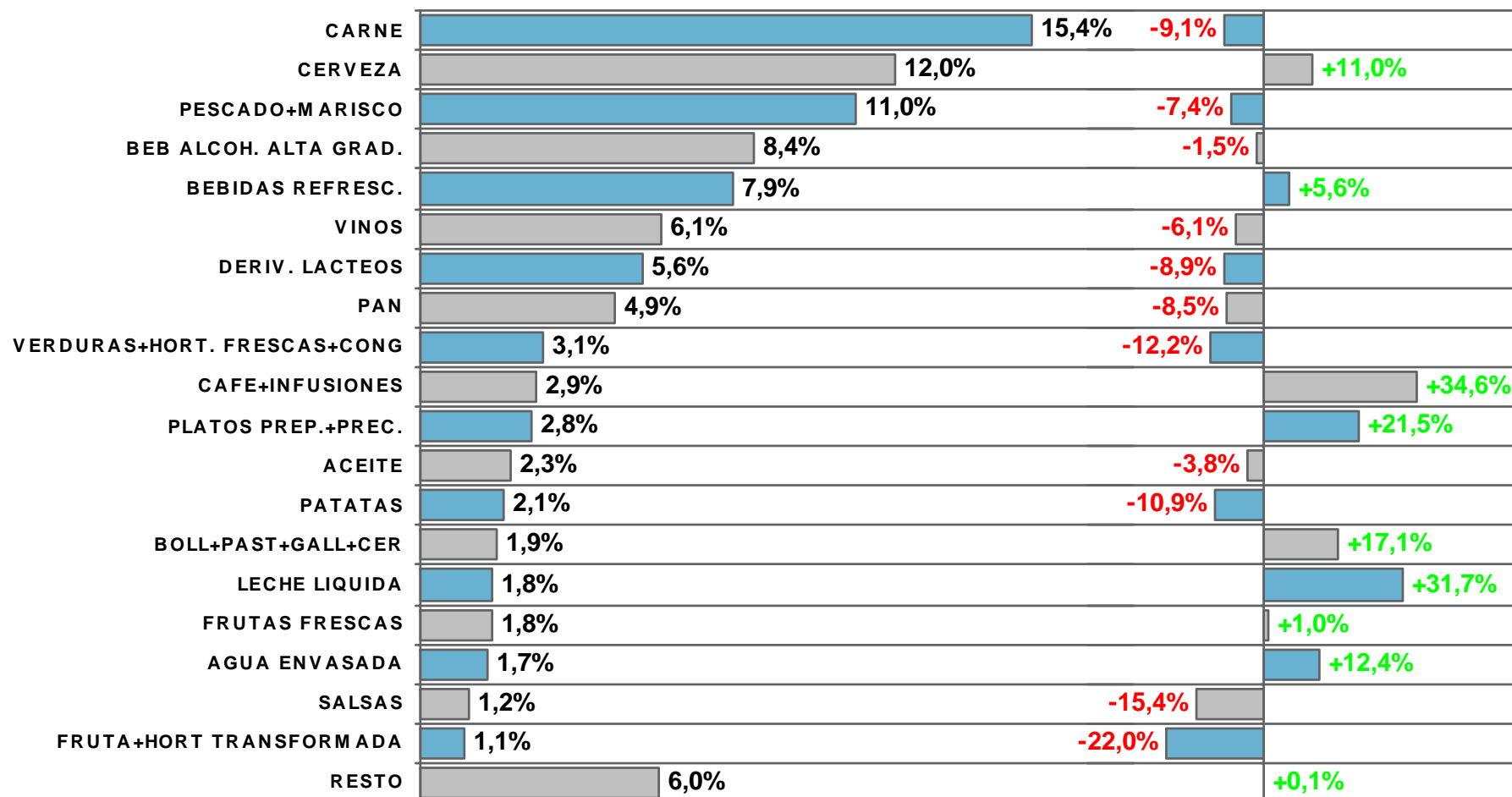


Total gasto extradoméstico. T.A.M. Sep'08.

Porcentaje por tipo de producto

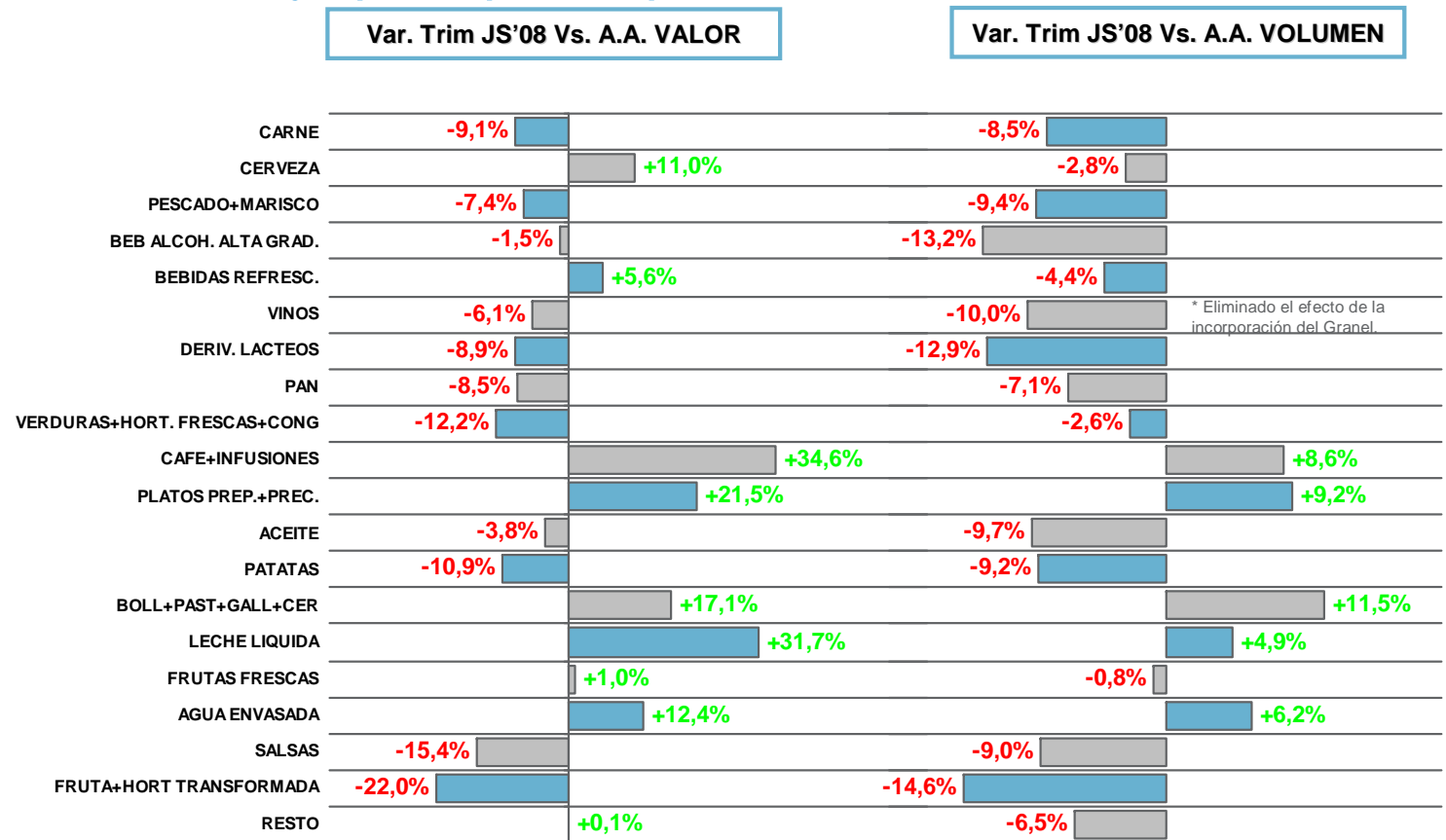
24.523 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08
Vs. A.A. VALOR



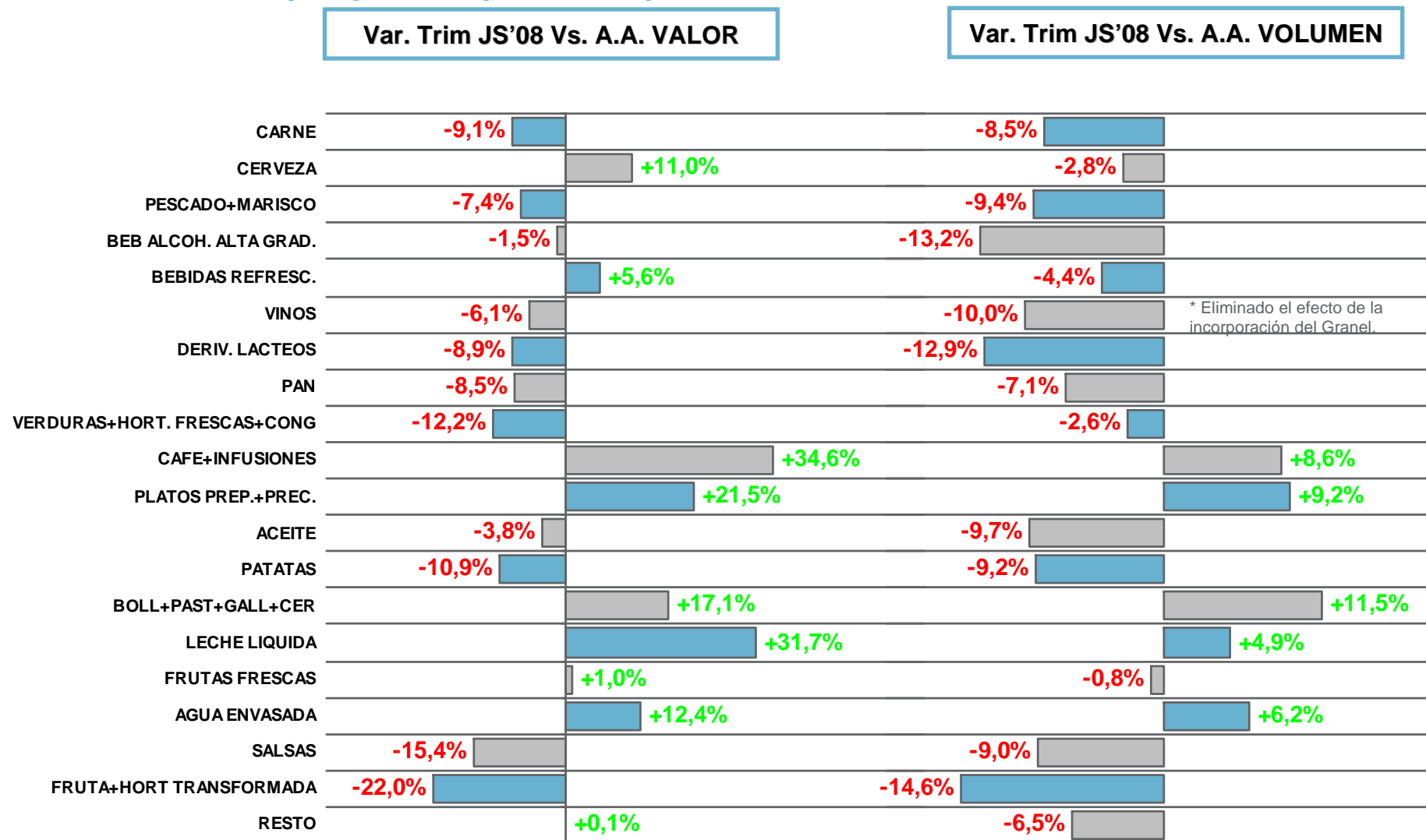
- Ese reflejo del aumento de los precios se observa en la mayor parte de las categorías.
- No obstante, también hay que tener en cuenta el cambio en “la calidad” del producto comprado.

Total gasto extradoméstico. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

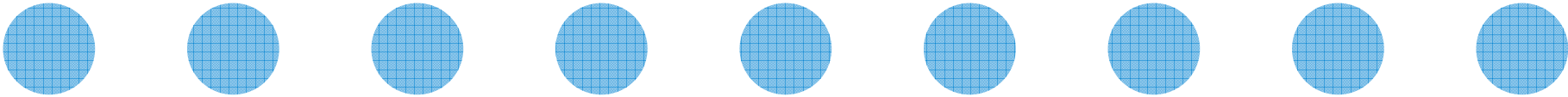


Total gasto extradoméstico. T.A.M. Sep'08.

Porcentaje por tipo de producto



Restauración Comercial

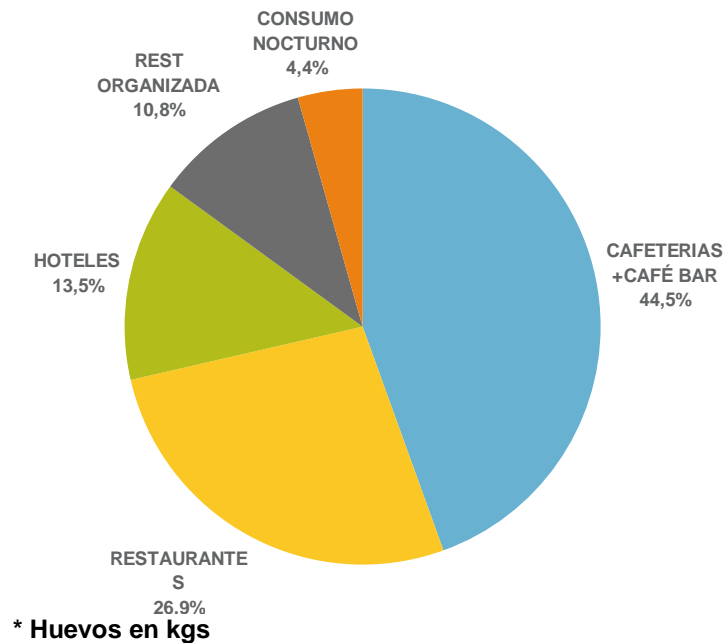


- El volumen de consumo en la restauración comercial se concentra en las cafeterías y café bar tradicionales. Junto a los restaurantes tradicionales y los hoteles concentran el 85% de las compras.
- La restauración organizada se acerca al 11%.

Total consumo y gasto extradoméstico en Restauración Comercial. Peso de los canales. TAM Septiembre'08

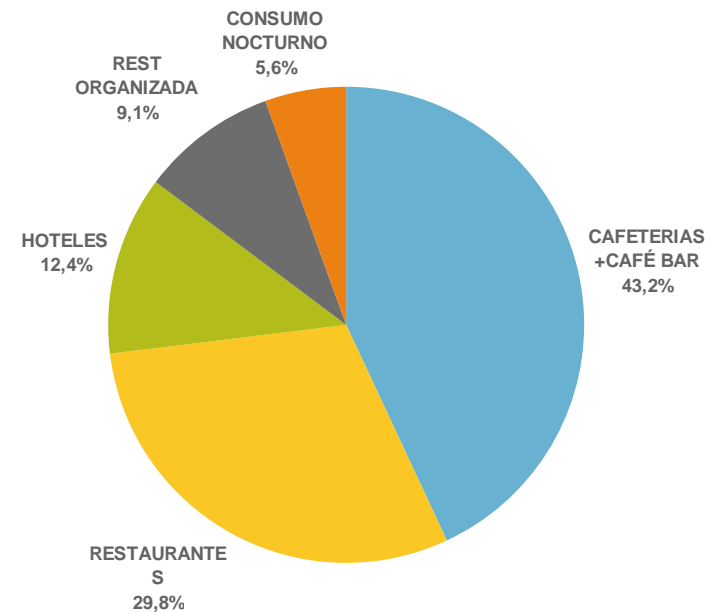
Reparto en VOLUMEN.
Volumen calculado en kgs/lts*.

8.317 millones de kgs/lts*



Reparto en VALOR

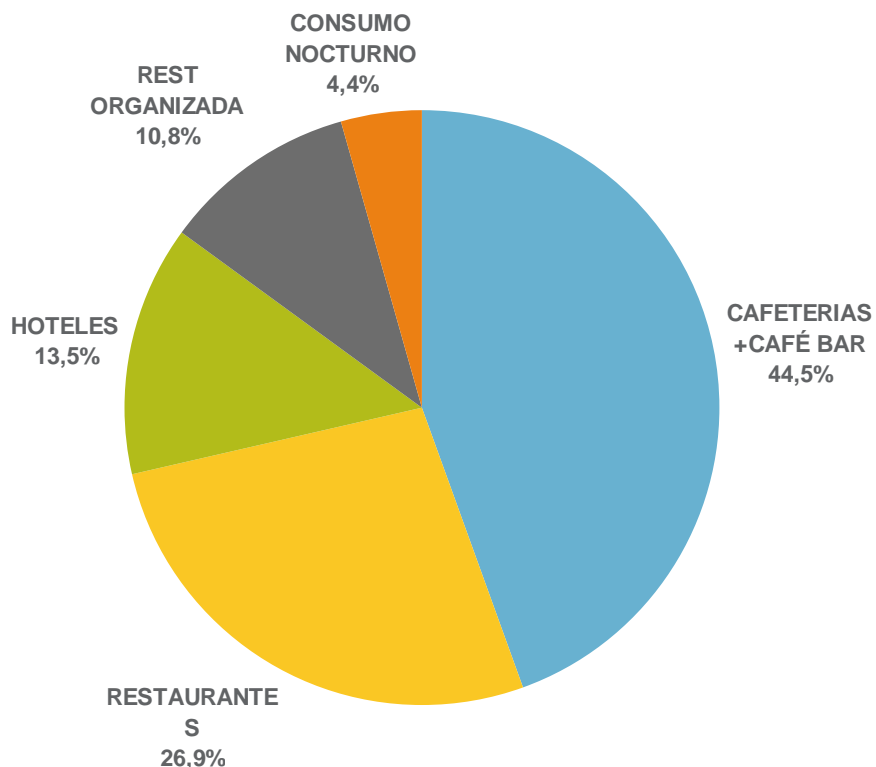
21.839 millones de Euros



Total consumo y gasto extradoméstico en Restauración Comercial. Peso de los canales. TAM Septiembre'08

Reparto en VOLUMEN.
Volumen calculado en kgs/lts*.

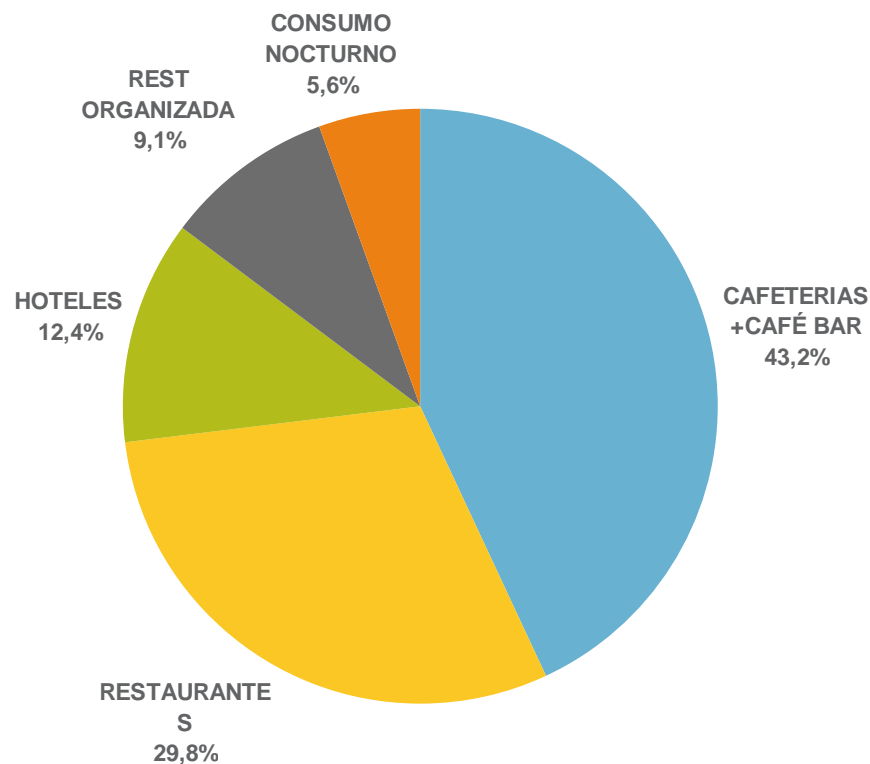
8.317 millones de kgs/lts*



* Huevos en kgs

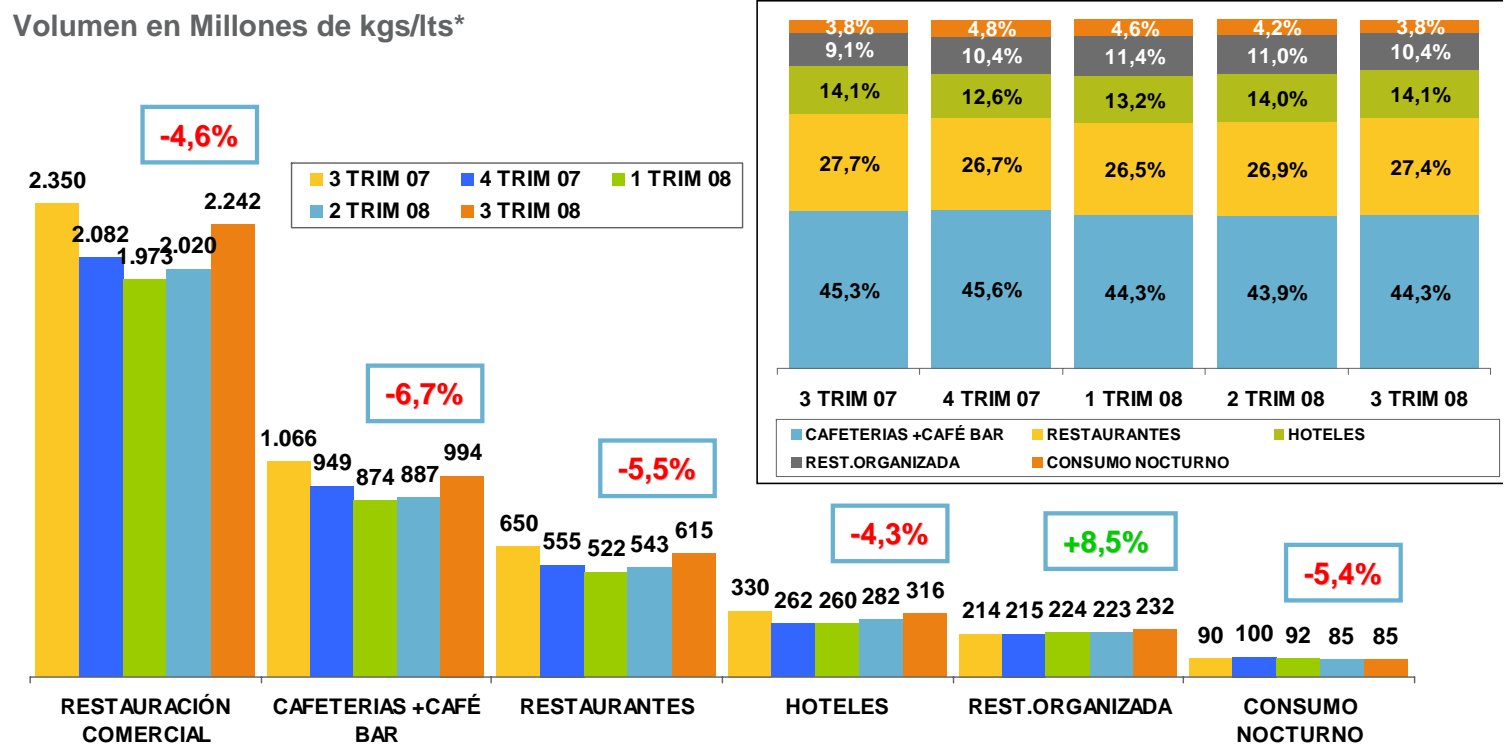
Reparto en VALOR

21.839 millones de Euros



- El descenso del consumo de la Restauración Comercial afecta a todos los tipos de establecimientos. Únicamente la Restauración Organizada contempla cifras positivas como consecuencia del aumento de establecimientos y la mejor adaptación a la actual situación.

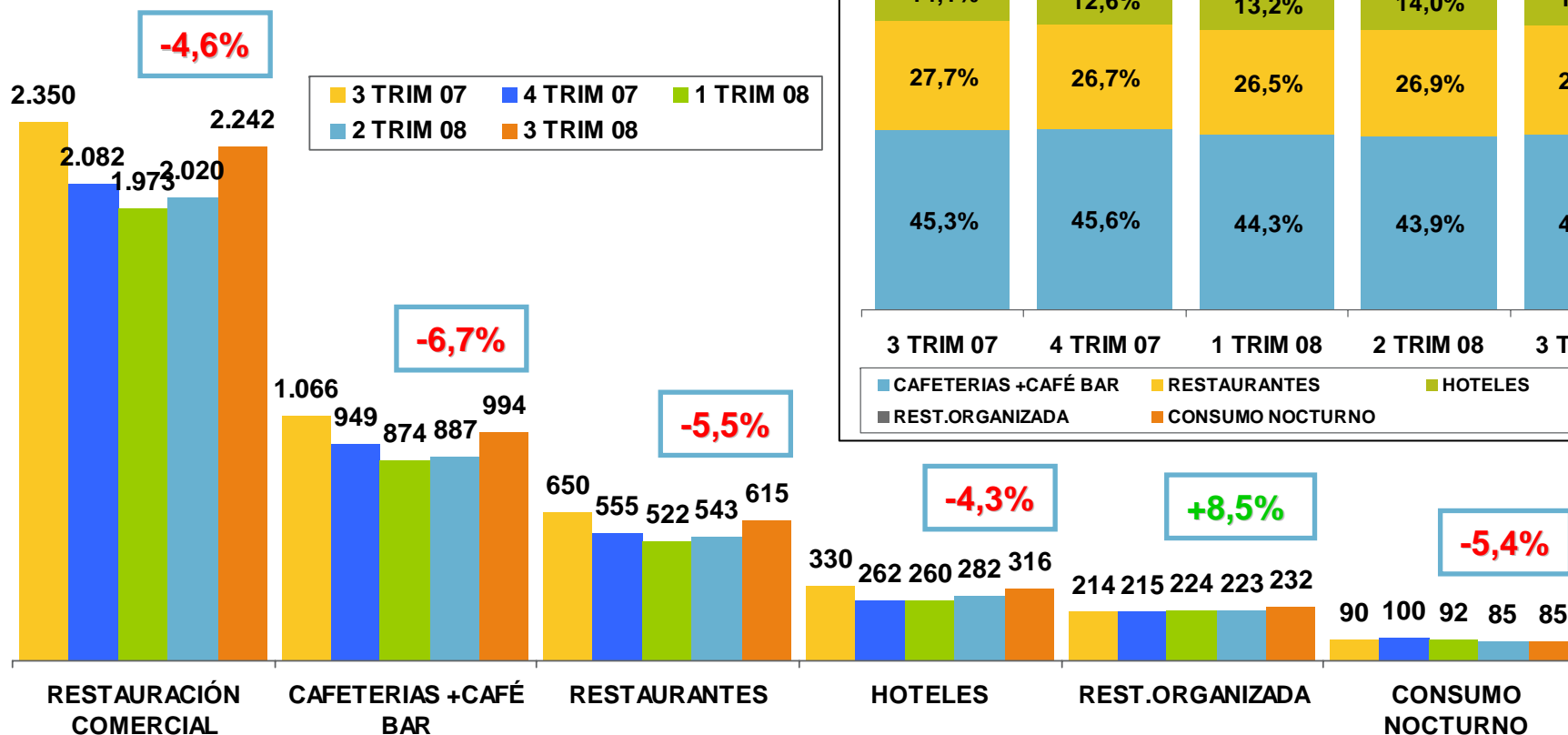
Consumo extradoméstico en Restauración Comercial. Evolución trimestral de los canales.



* Huevos en kgs

Consumo extradoméstico en Restauración Comercial. Evolución trimestral de los canales.

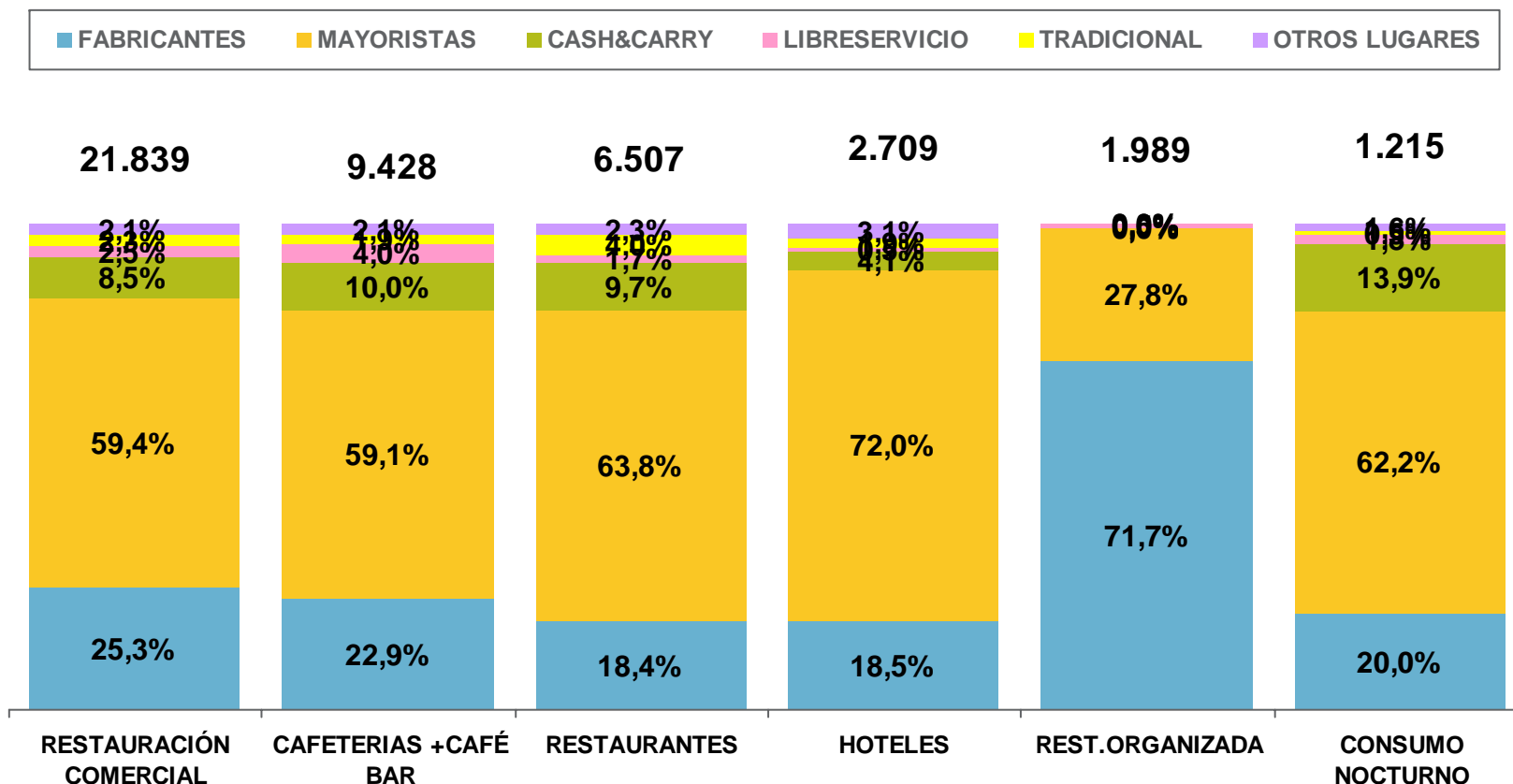
Volumen en Millones de kgs/lts*



* Huevos en kgs

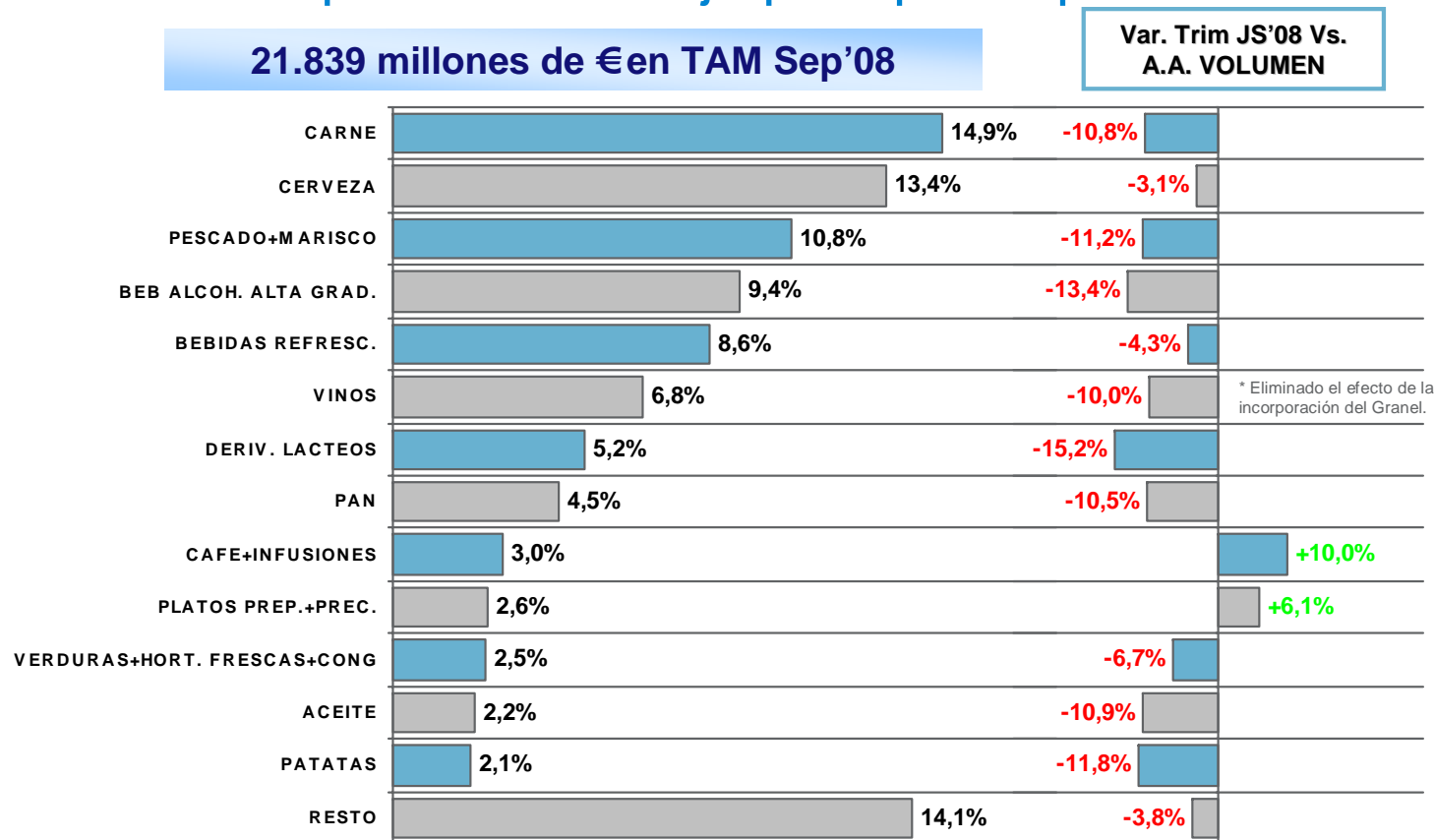
Gasto extradoméstico en Restauración Comercial. Concentración por fuentes de compra. TAM Septiembre'08. Datos en valor.

Valor en Millones de Euros



- En la Restauración Comercial, el descenso del consumo afecta a la compra de las principales categorías de producto, y de forma más intensa a aquellas que suponen un aumento del gasto por ocasión de consumo.

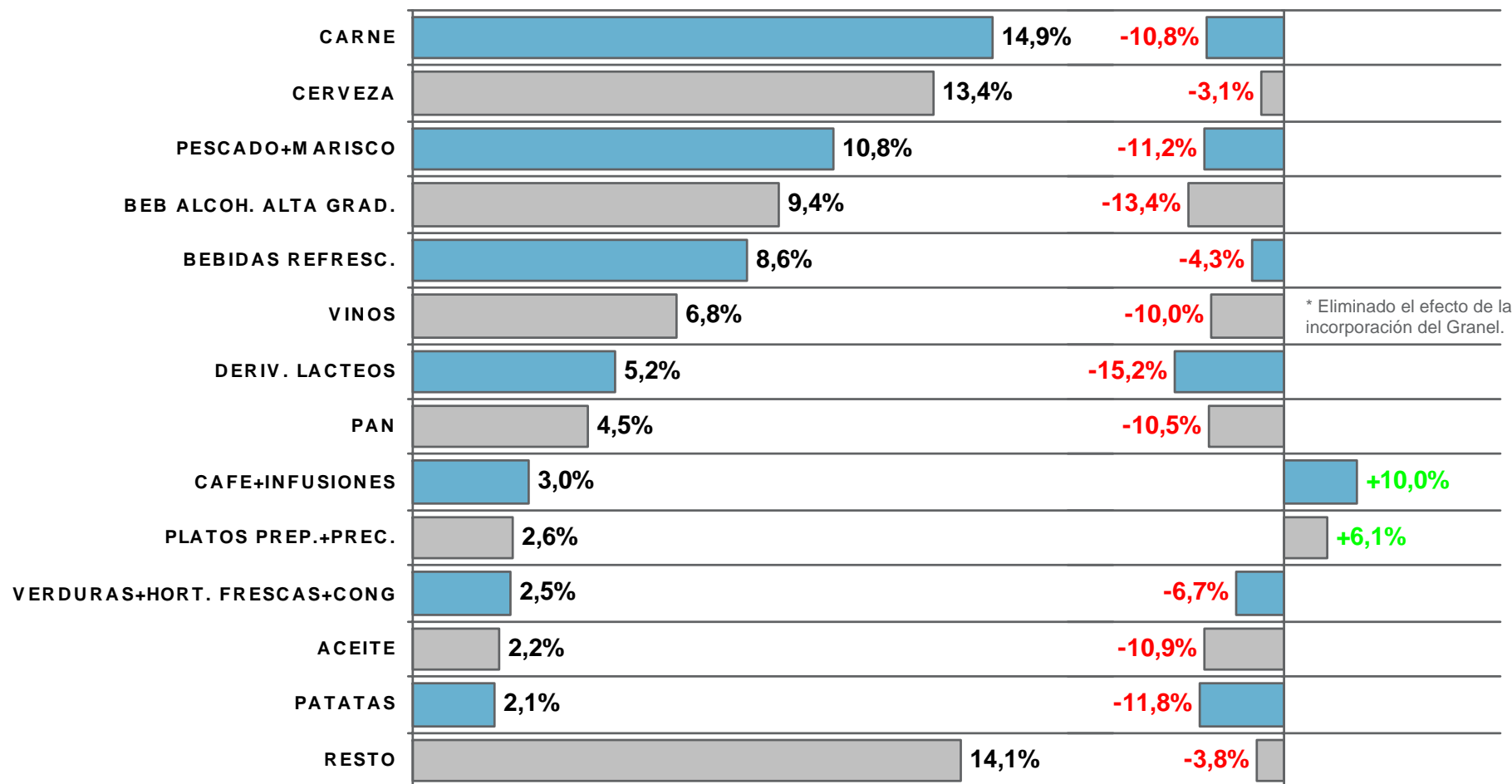
Gasto extradoméstico en Restauración Comercial. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto



Gasto extradoméstico en Restauración Comercial. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

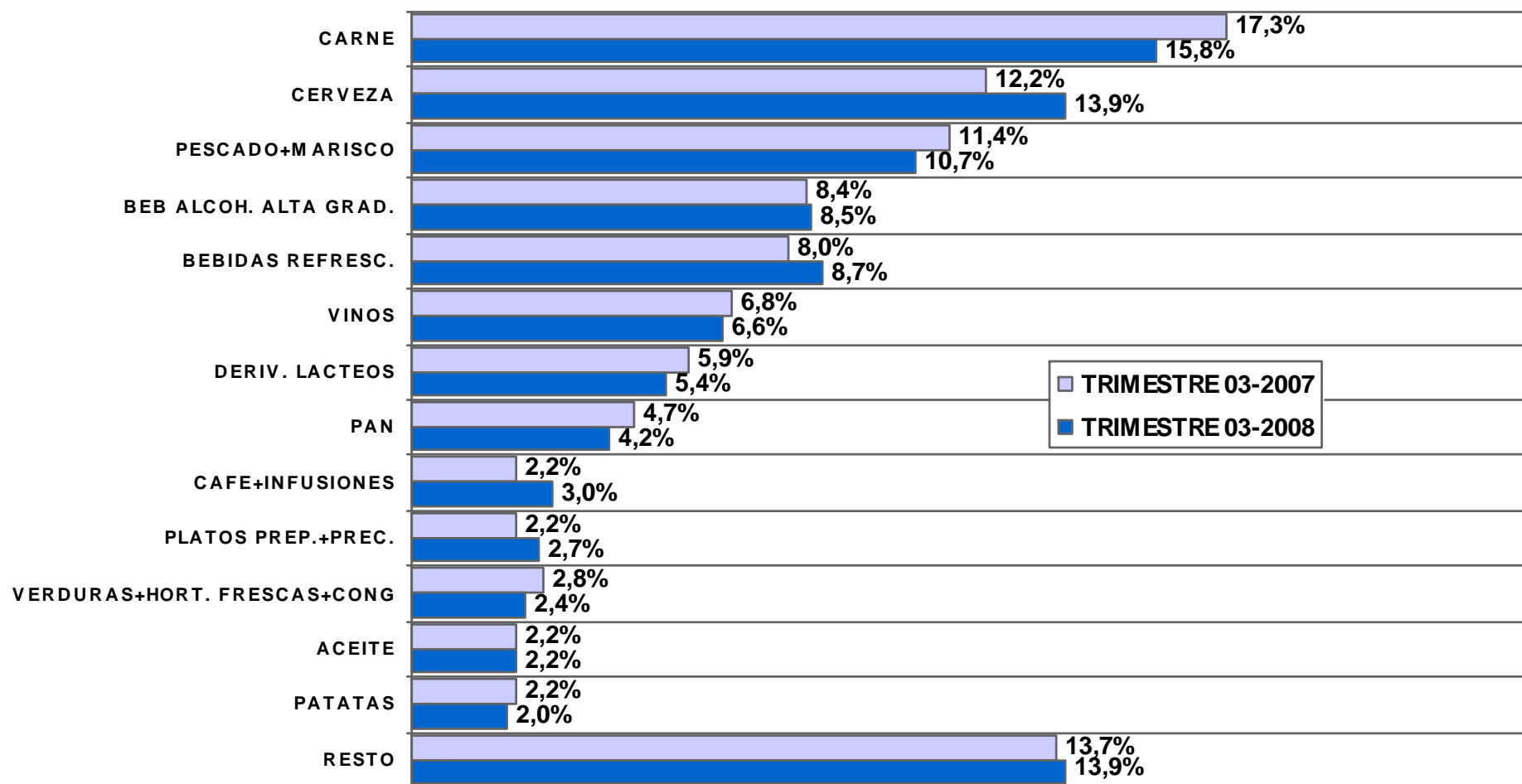
21.839 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN



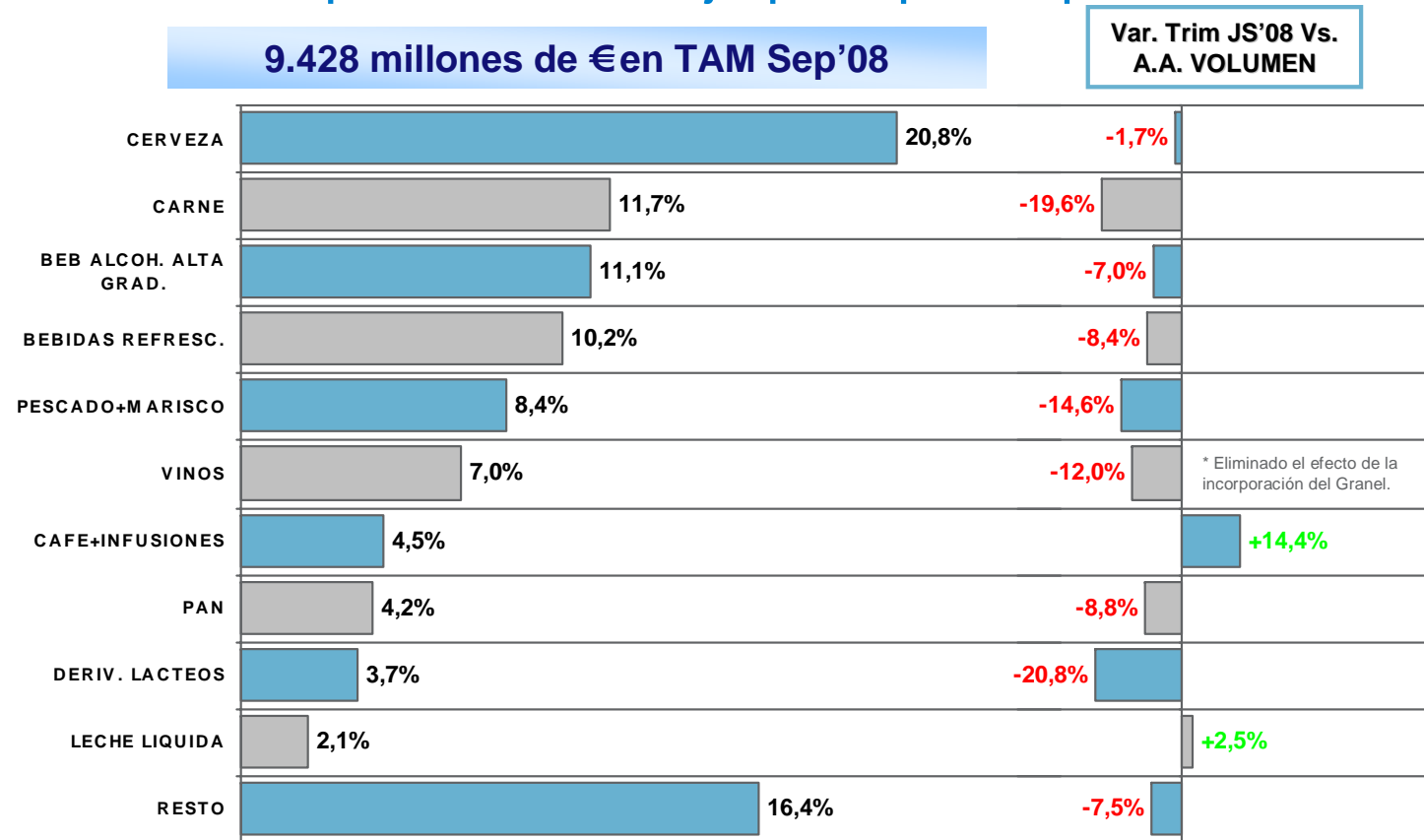
Gasto extradoméstico en Restauración Comercial. Comparación trimestres. % por tipo de producto

21.839 millones de € en TAM Sep'08



- La cerveza y el café (con leche) o infusiones son los productos que mejor evolución presentan.
- Los mayores descensos se aplican a la carne, el pescado+marisco, los derivados lácteos y el vino.

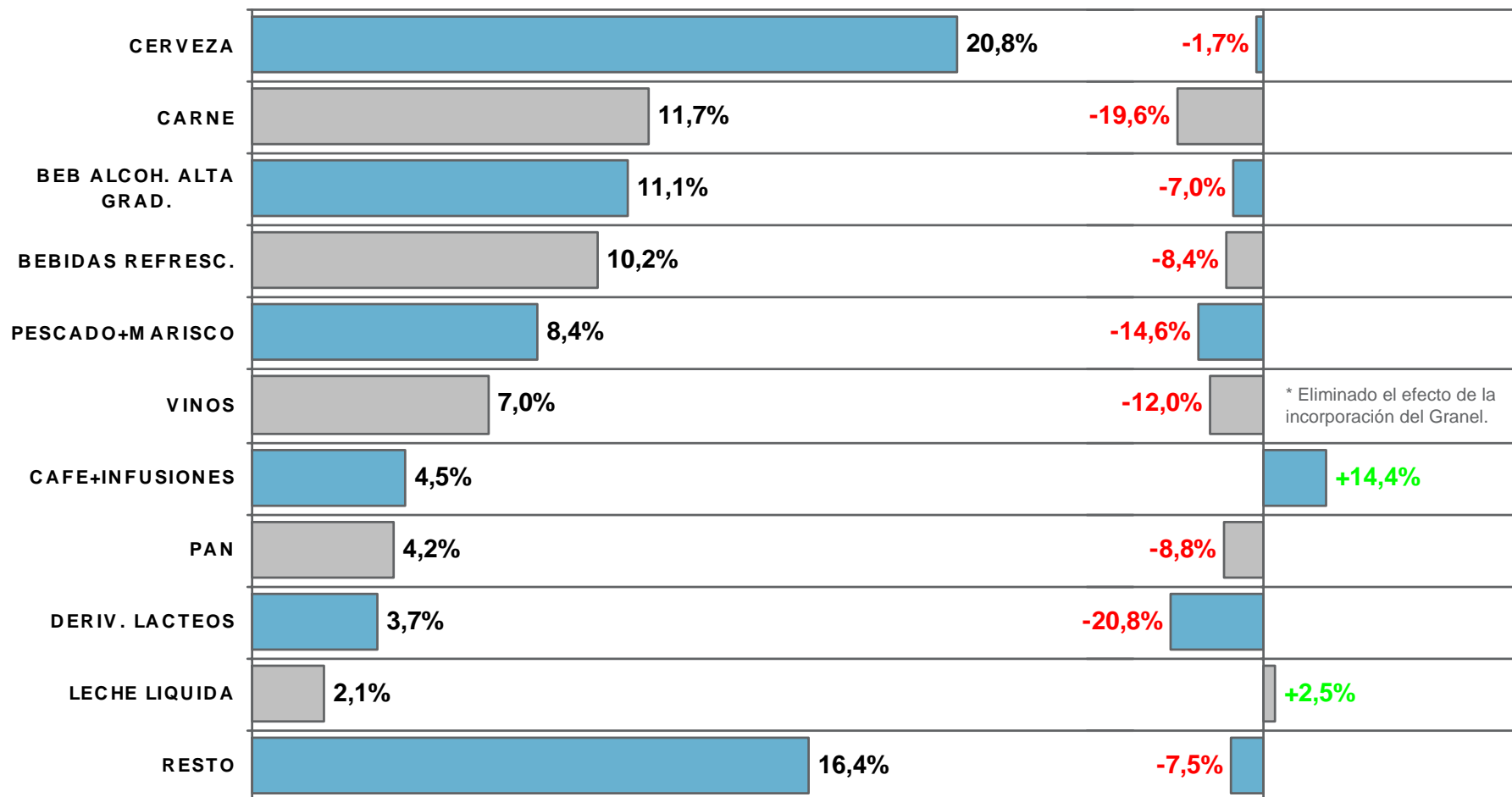
Gasto extradoméstico en Cafeterías + Café Bar. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto



Gasto extradoméstico en Cafeterías + Café Bar. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

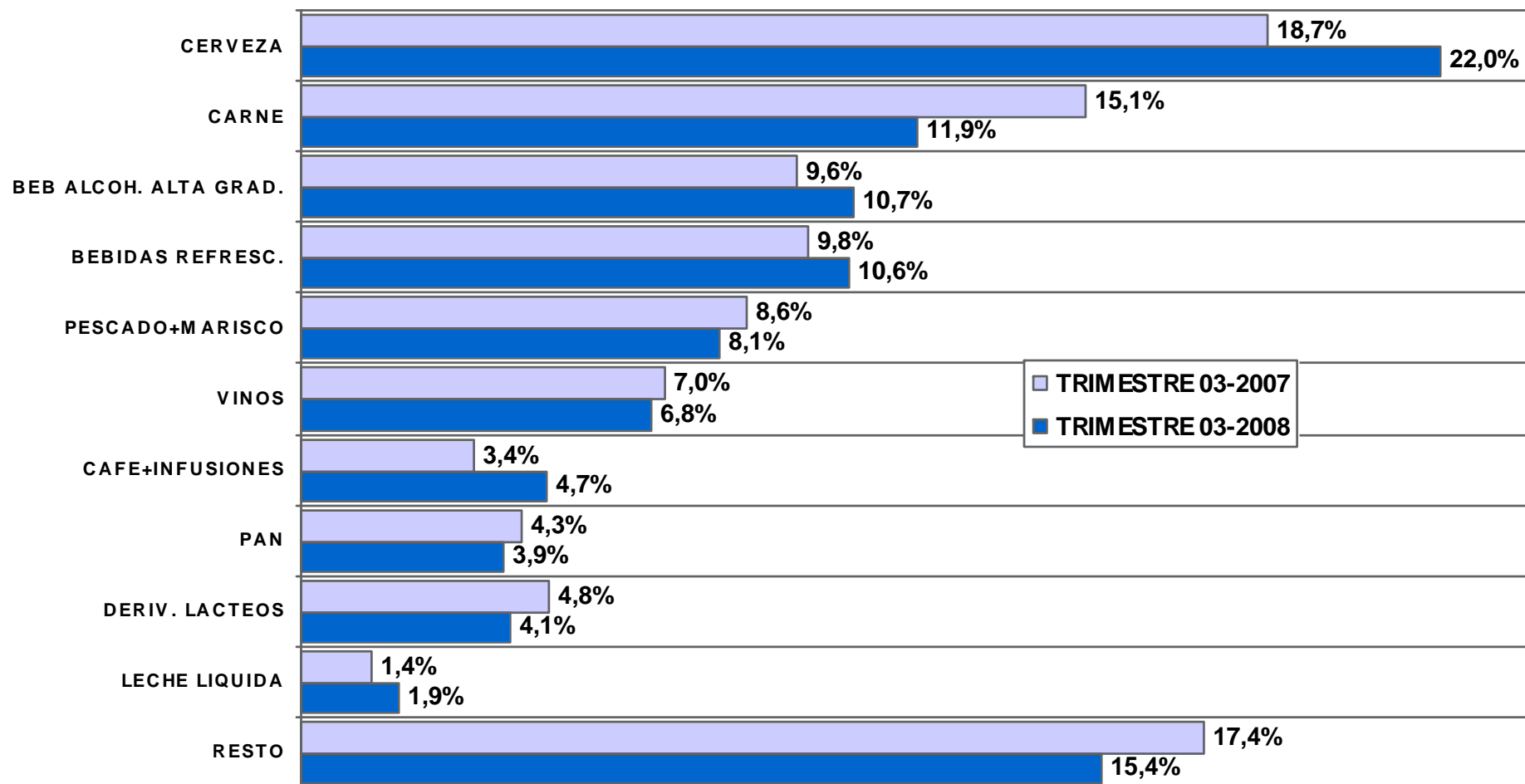
9.428 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN



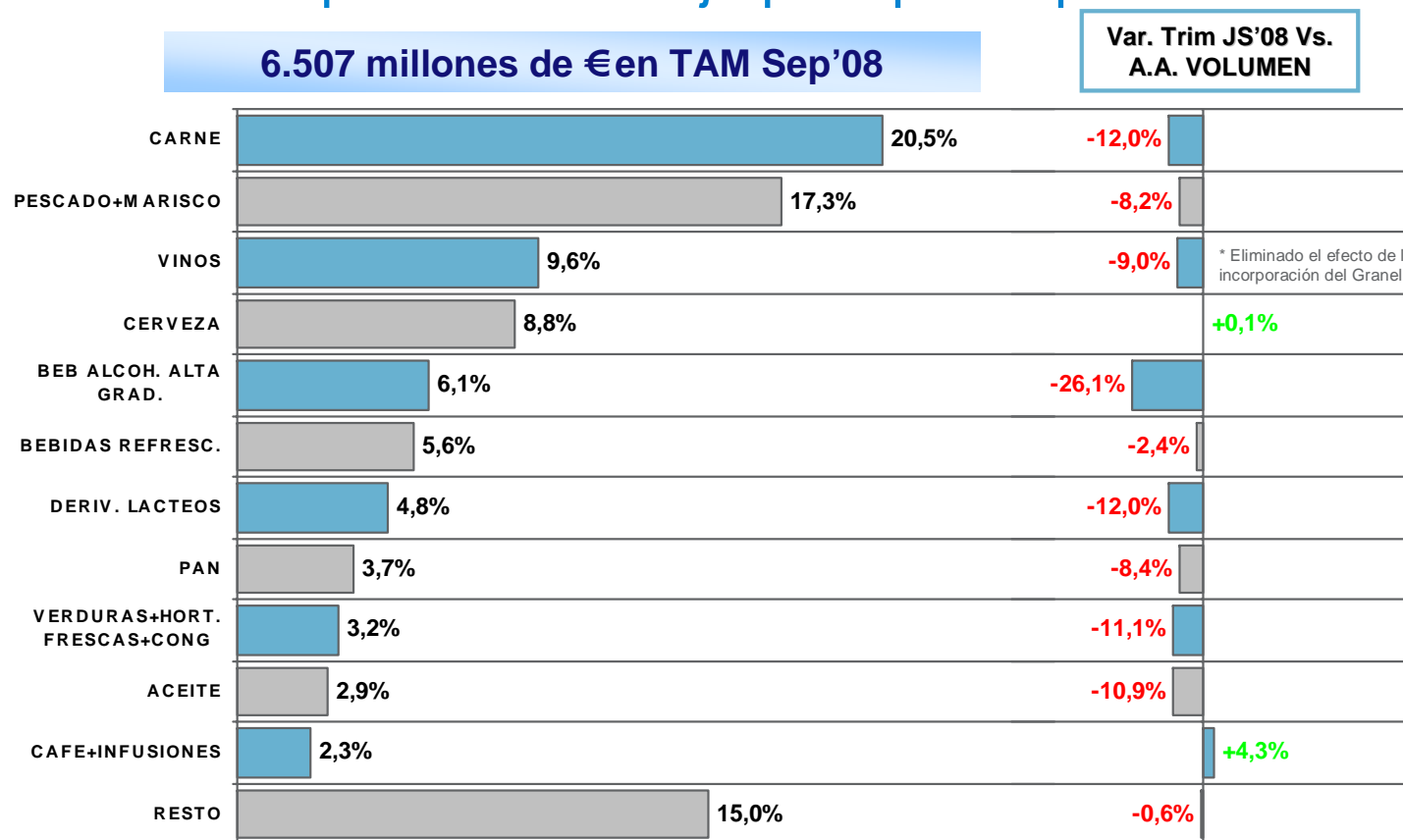
Gasto extradoméstico en Cafeterías + Café Bar. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

9.428 millones de € en TAM Sep'08



- Cerveza en vez de vino, Café en vez de postre (derivados lácteos), Se evita la copa o el chupito, son tendencias que se agravan en la actual situación.
- Y descenso en las categorías base de la comida: carne, pescado+marisco, verduras+hortalizas, aceite,...

Gasto extradoméstico en Restaurantes. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

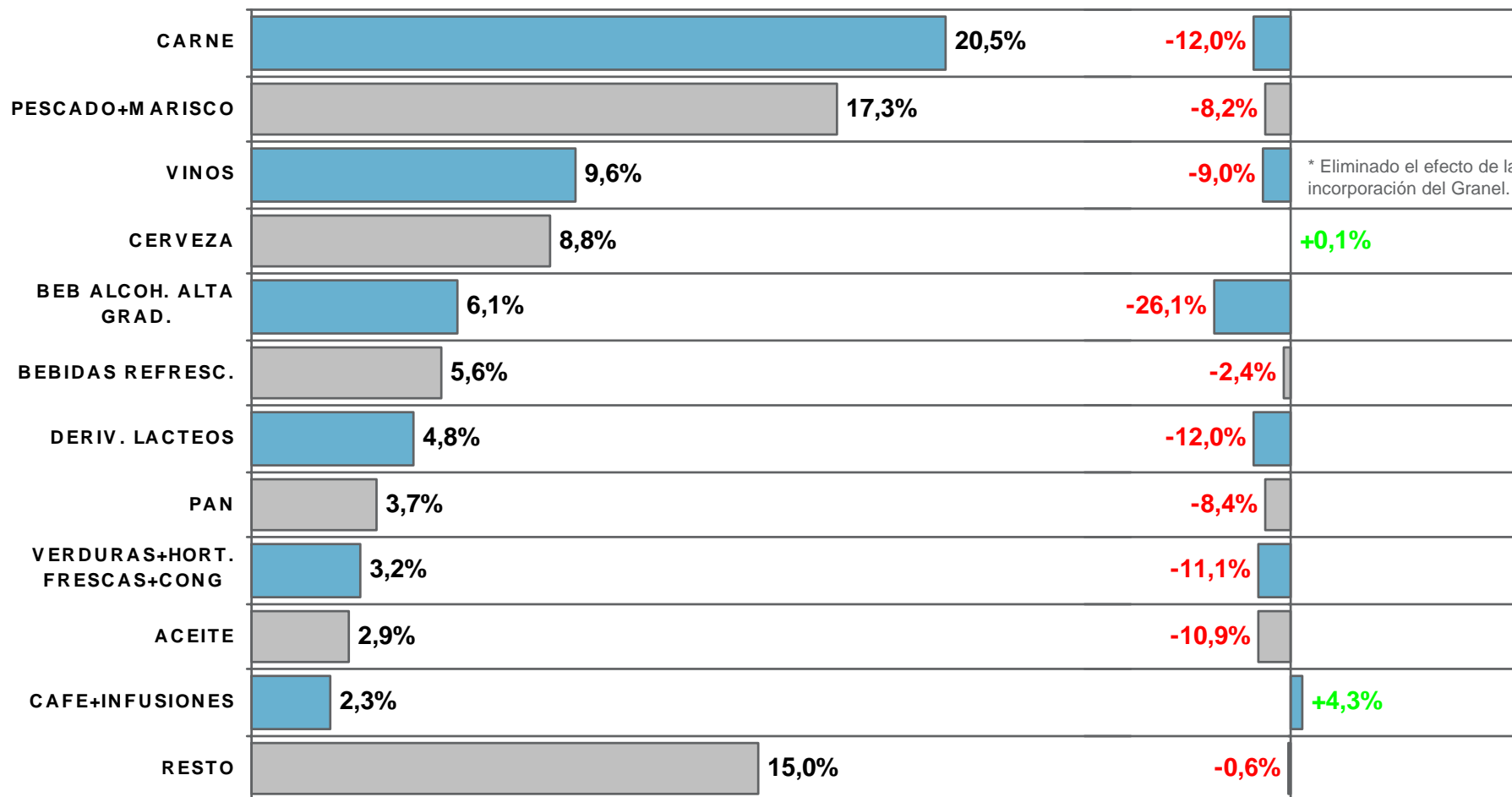


Gasto extradoméstico en Restaurantes.

T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

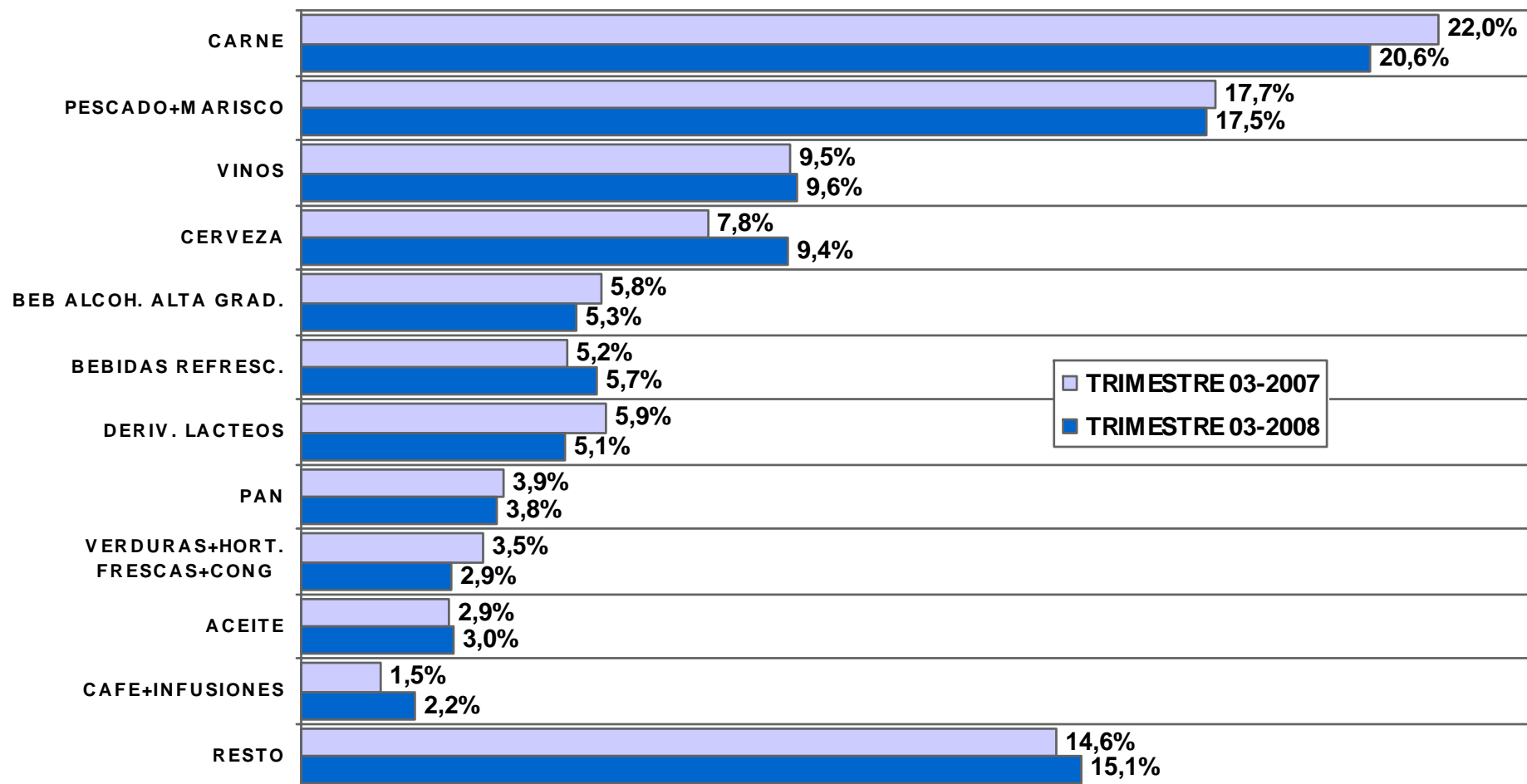
6.507 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN



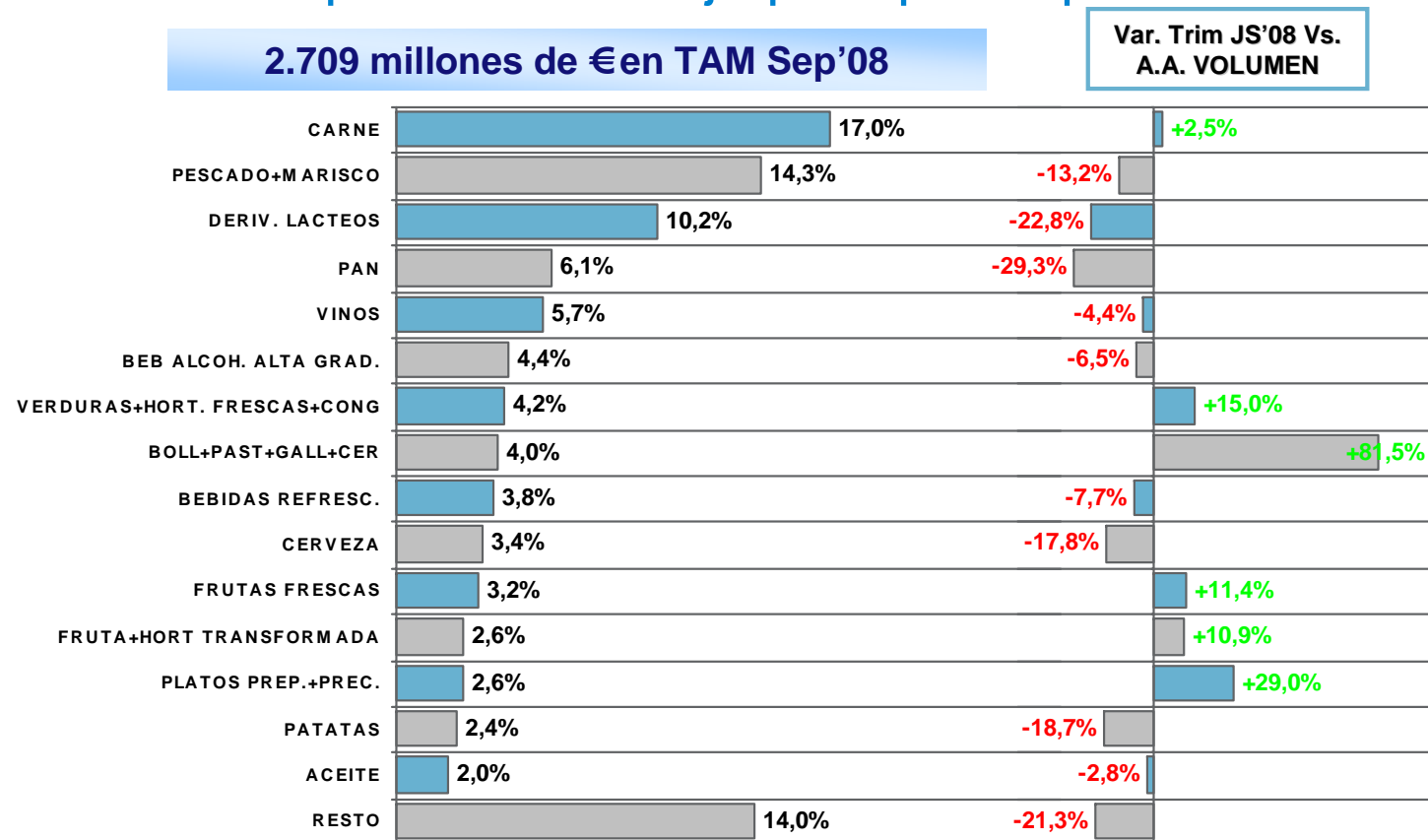
Gasto extradoméstico en Restaurantes. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

6.507 millones de € en TAM Sep'08



- Los hoteles también muestran un descenso del consumo. Es significativo el aumento de la carne, pero concentrada en la carne congelada y elaborados cárnicos cocidos. Y los fuertes crecimientos de los platos preparados y la bollería, pastelería, galletas y cereales.

Gasto extradoméstico en Hoteles. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

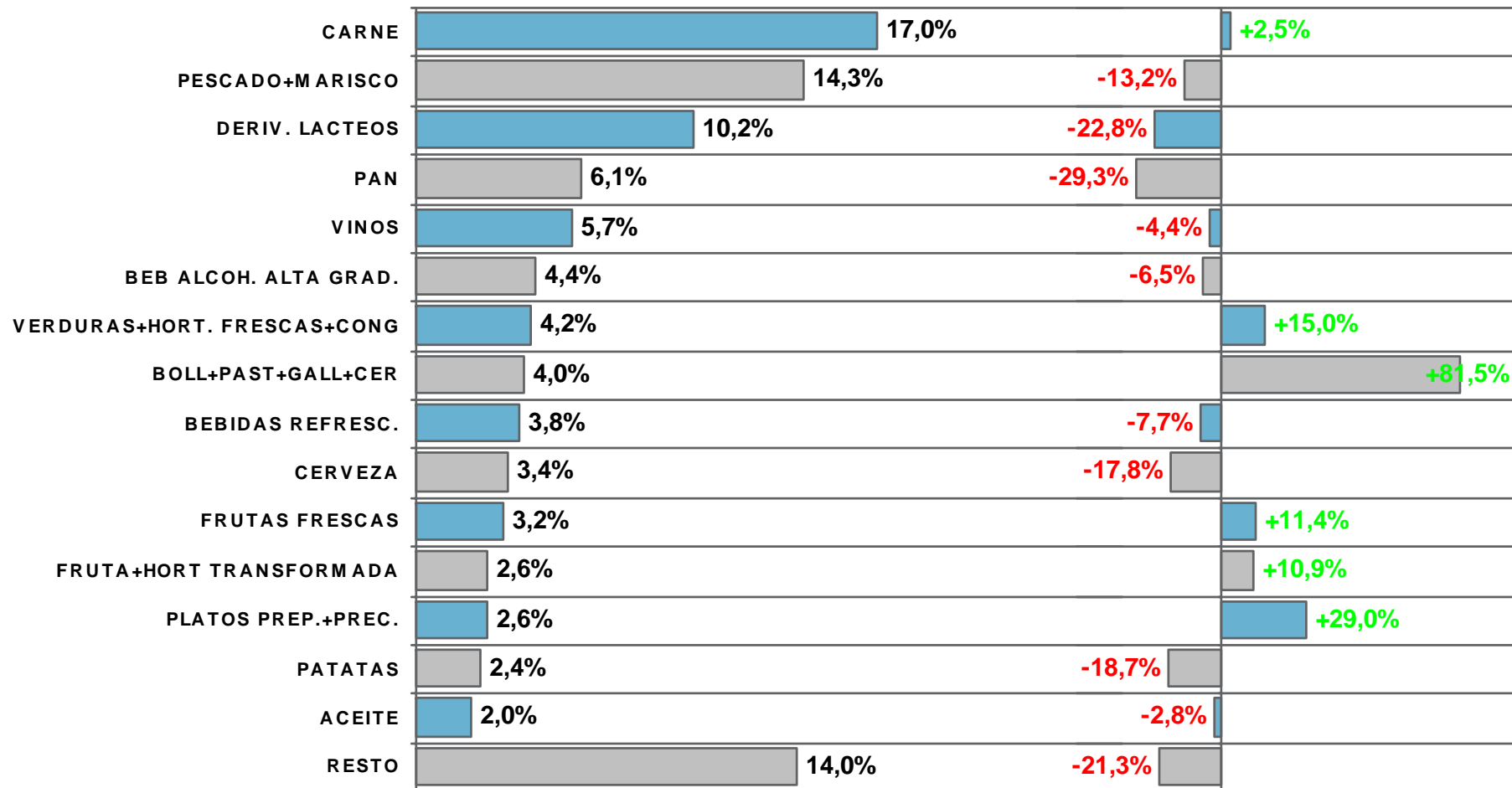


Gasto extradoméstico en Hoteles.

T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

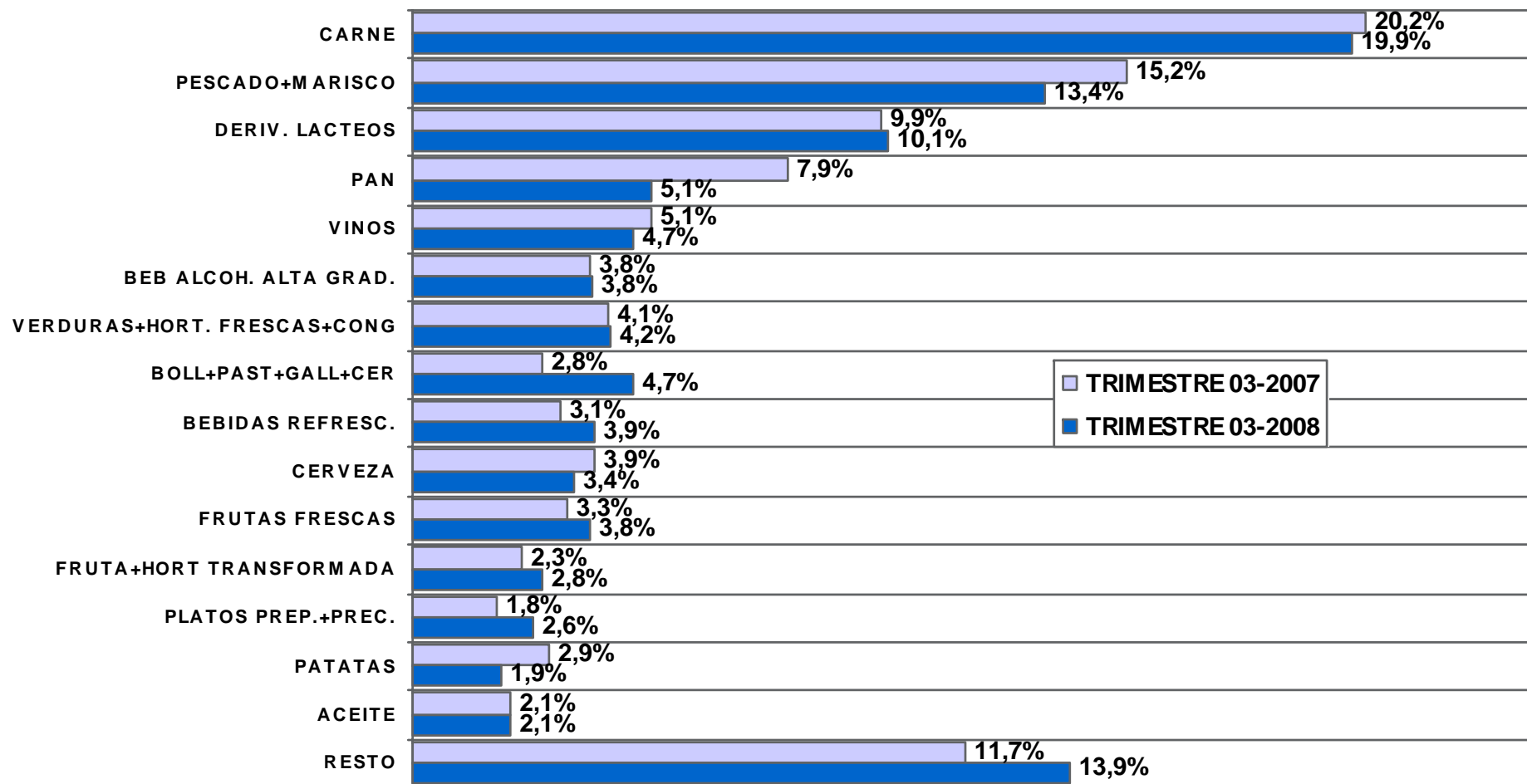
2.709 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN



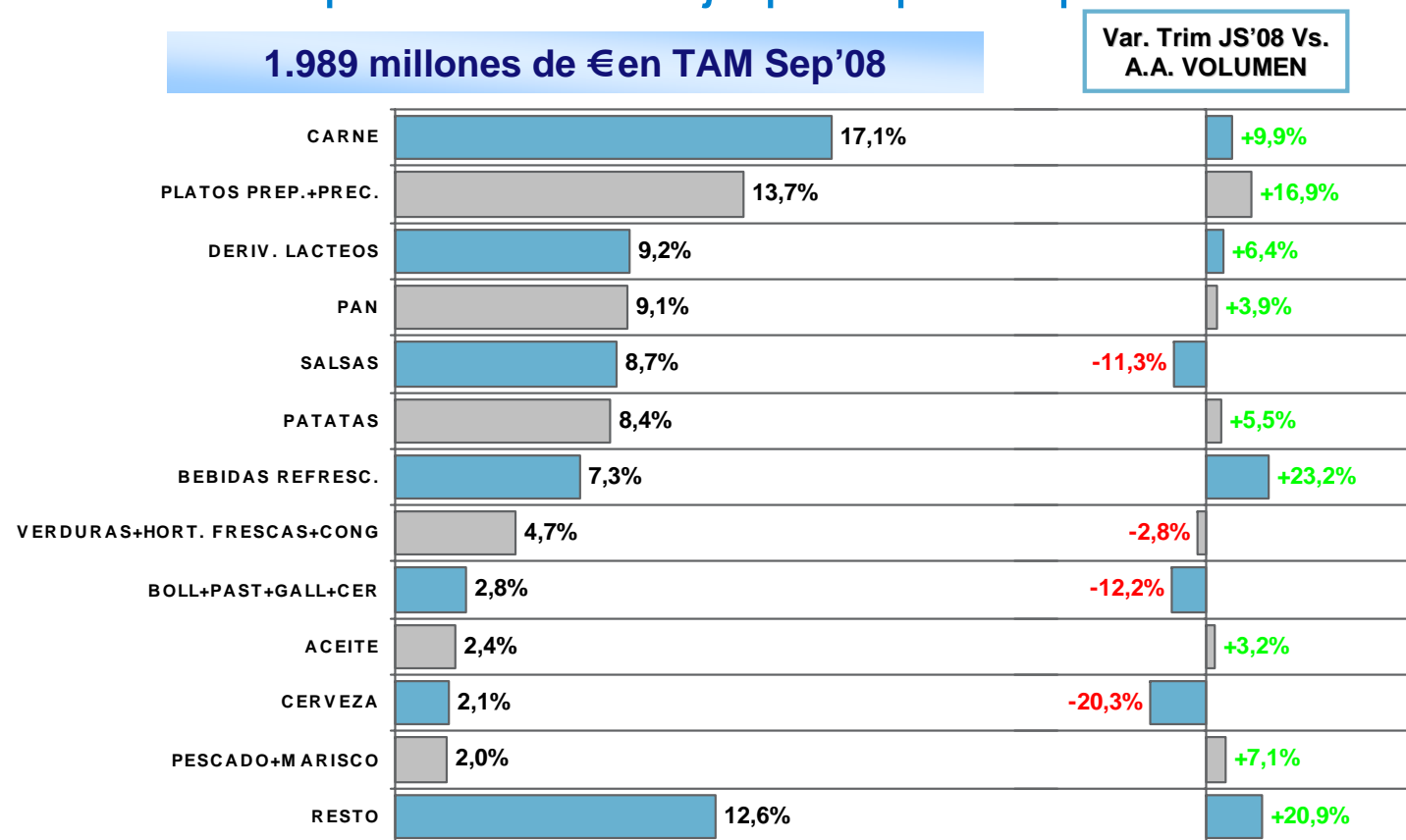
Gasto extradoméstico en Hoteles. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

2.709 millones de € en TAM Sep'08



- Los platos preparados y precocinados y las bebidas refrescantes son las categorías que más han crecido.

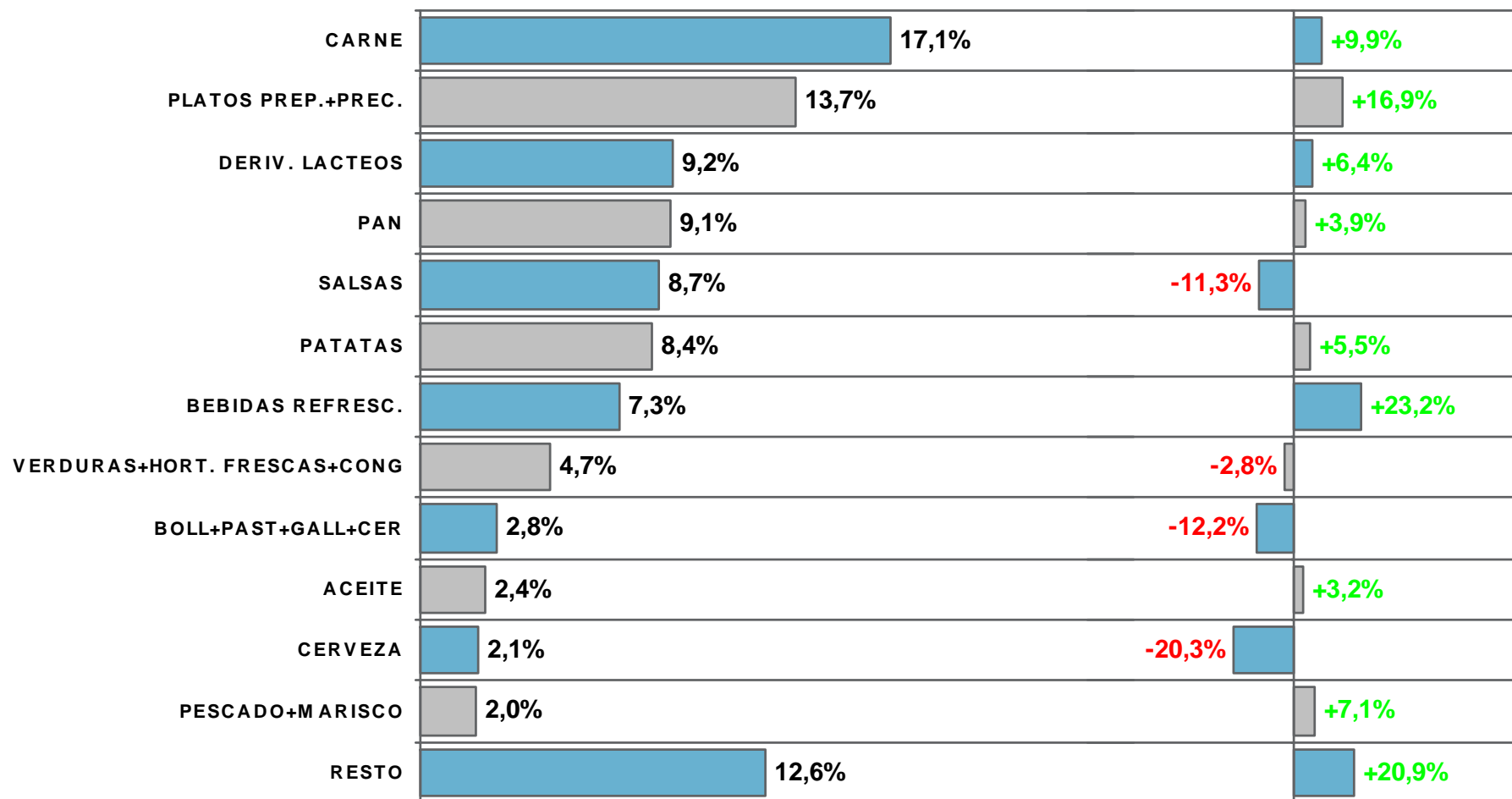
Gasto extradoméstico en Restauración Organizada. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto



Gasto extradoméstico en Restauración Organizada. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

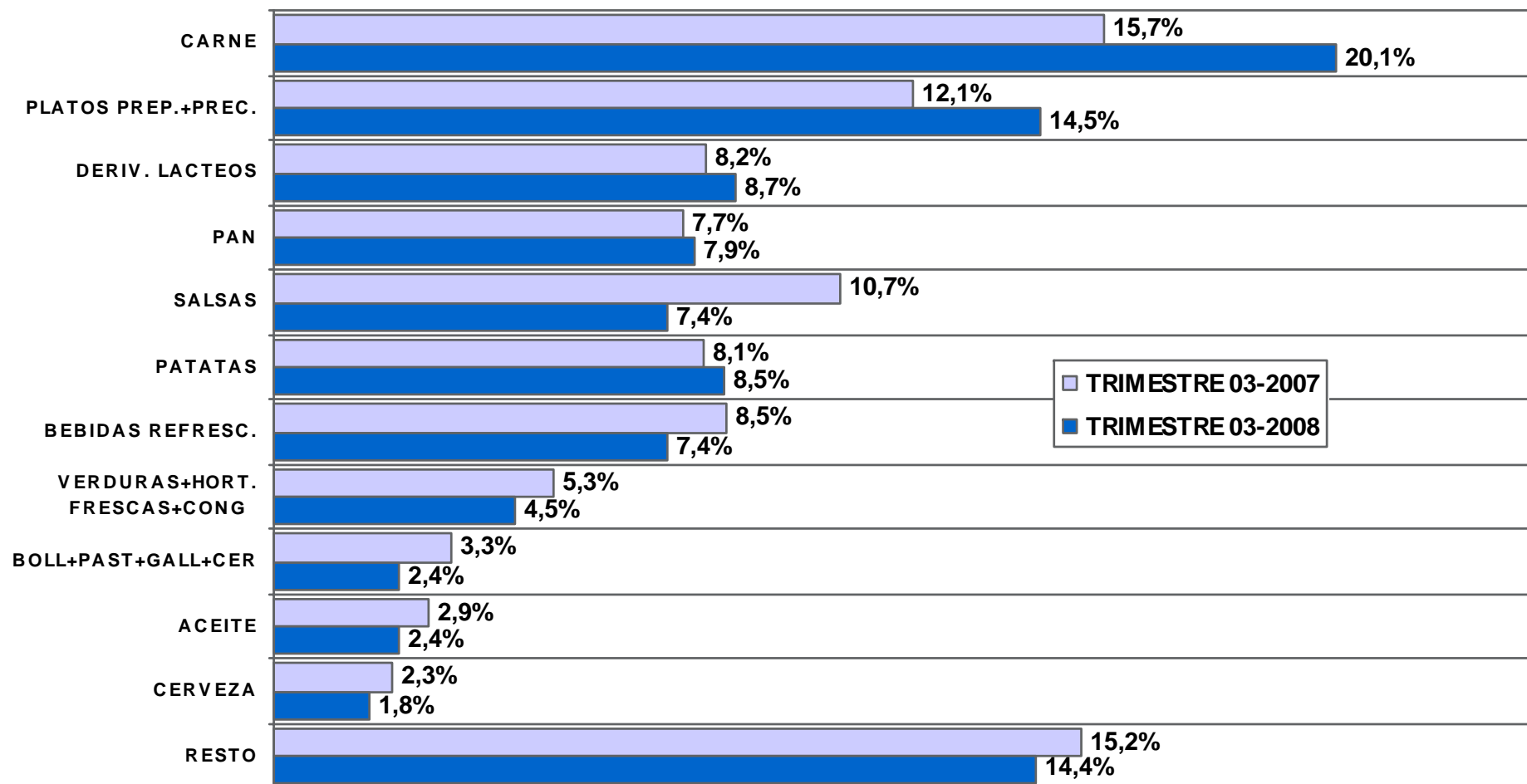
1.989 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN



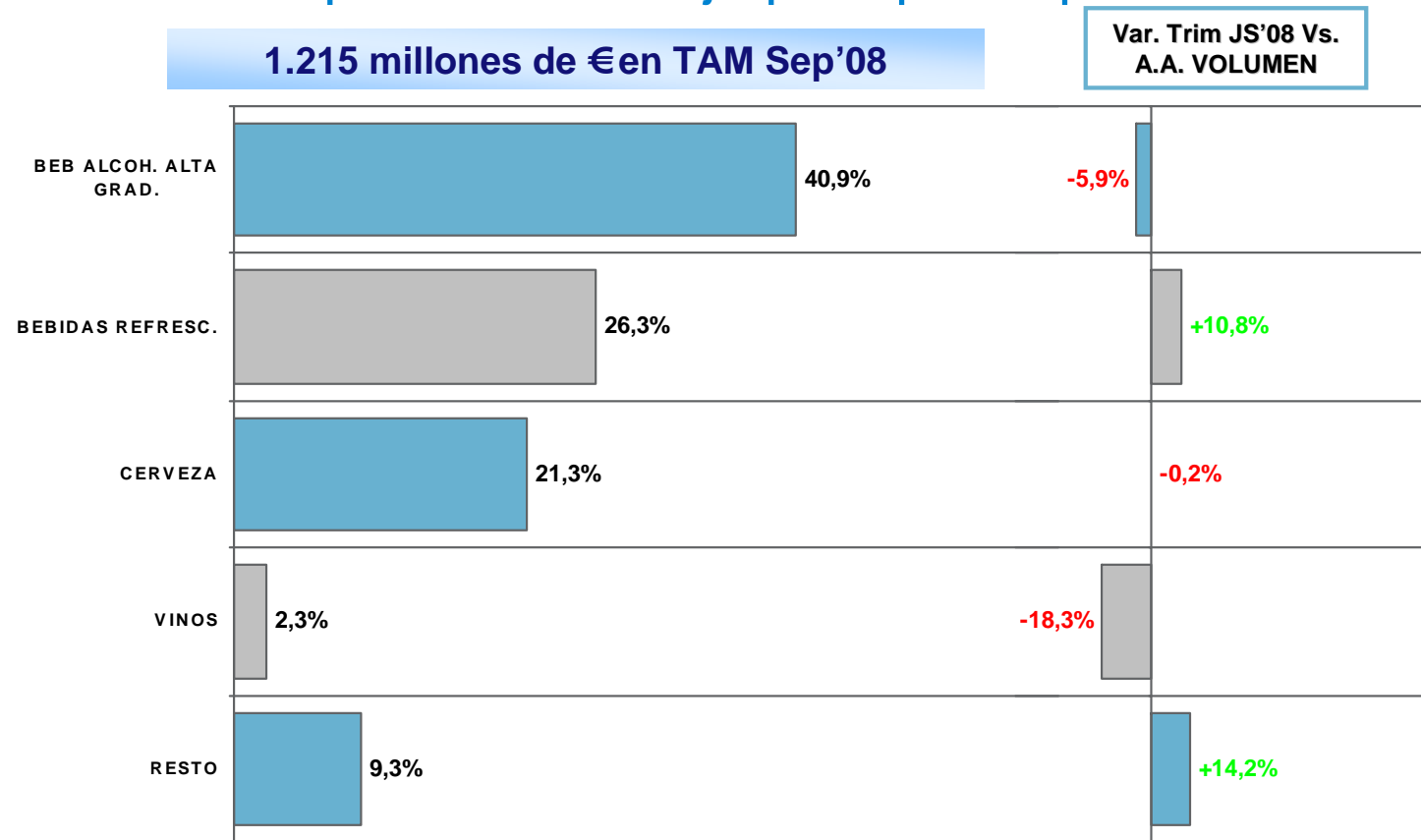
Gasto extradoméstico en Restauración Organizada. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

1.989 millones de € en TAM Sep'08



- Crece el consumo de bebidas refrescantes en detrimento de las bebidas alcohólicas de alta graduación.
- La cerveza se mantiene.

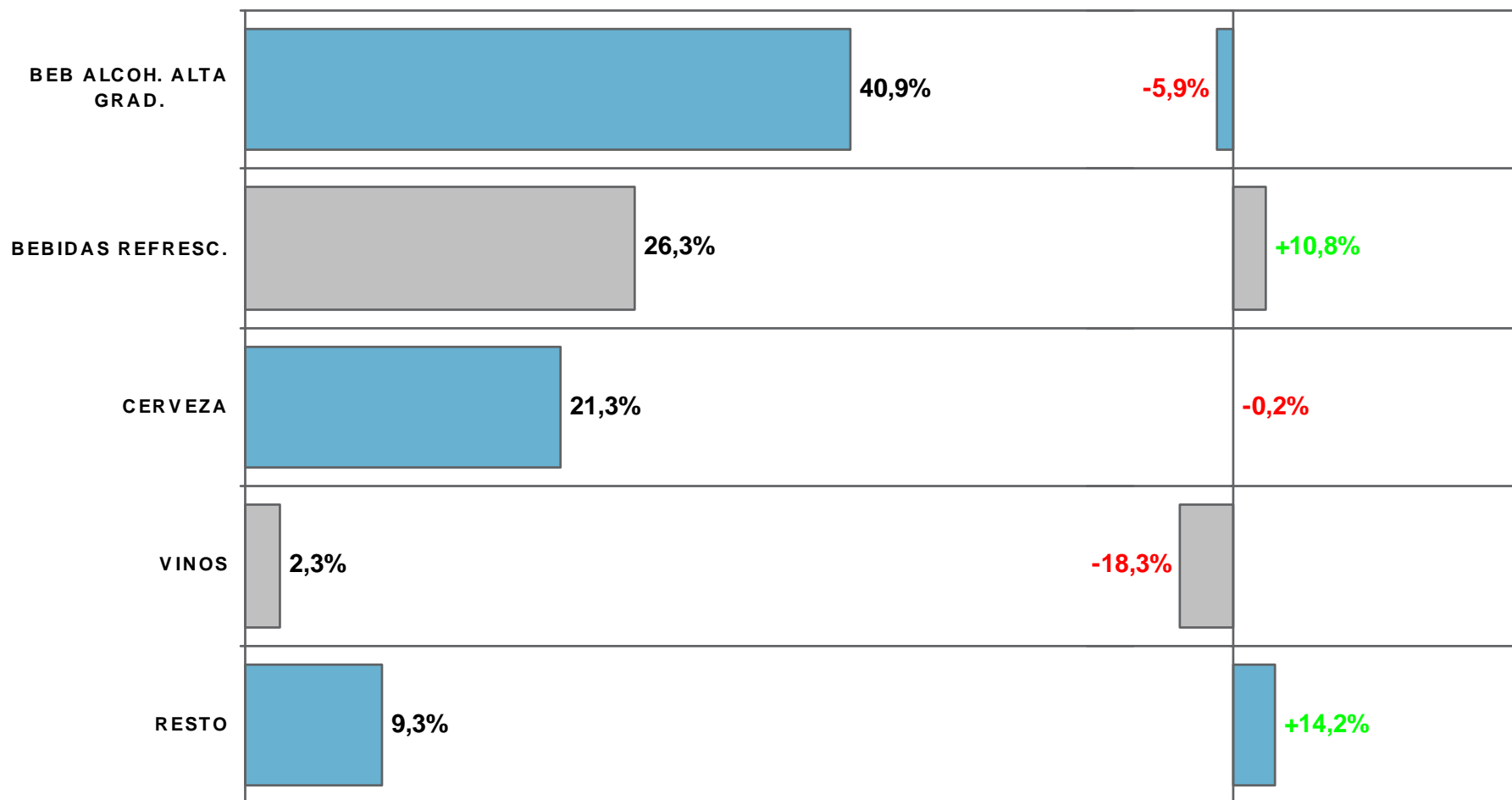
Gasto extradoméstico en Consumo nocturno. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto



Gasto extradoméstico en Consumo nocturno. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

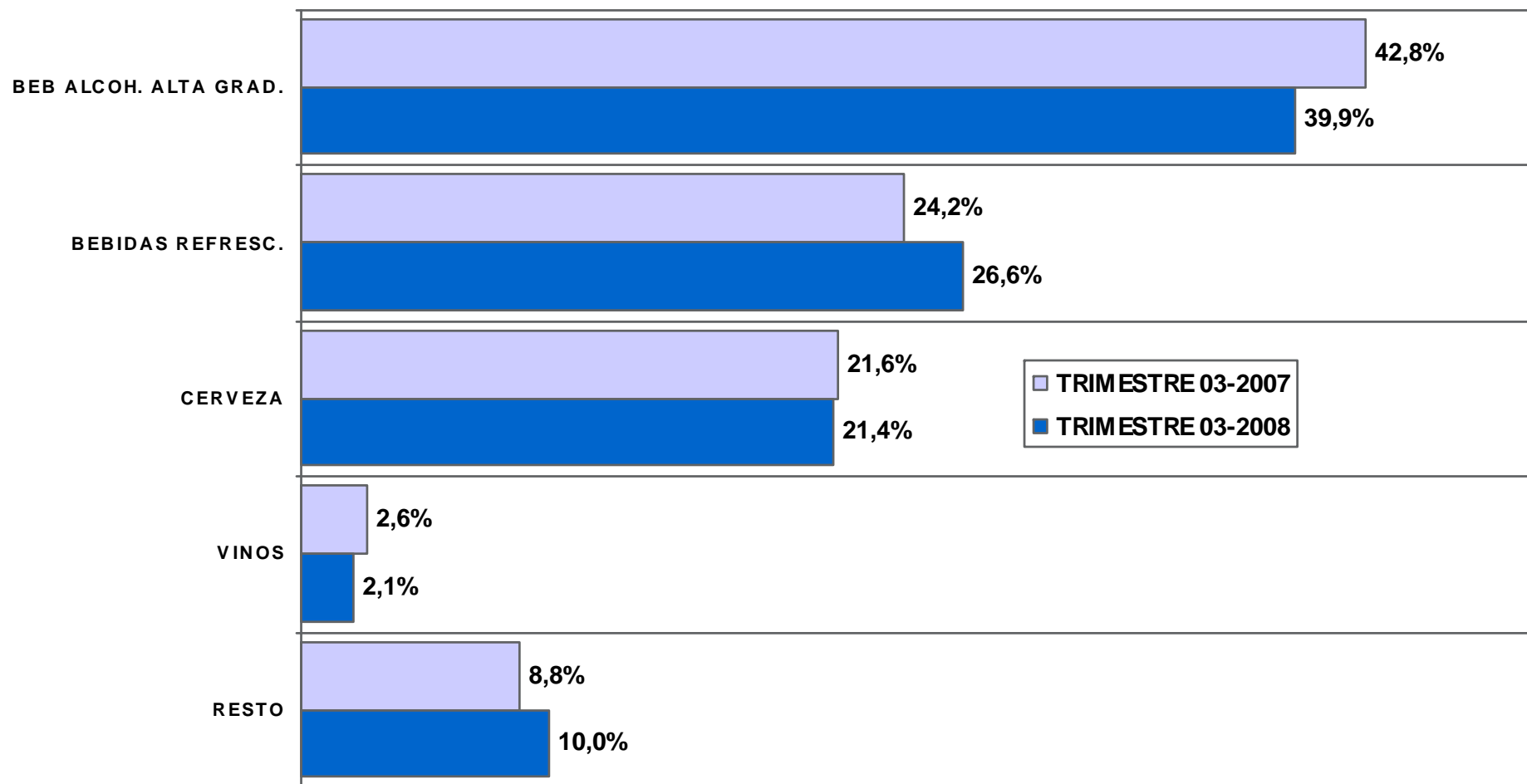
1.215 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN

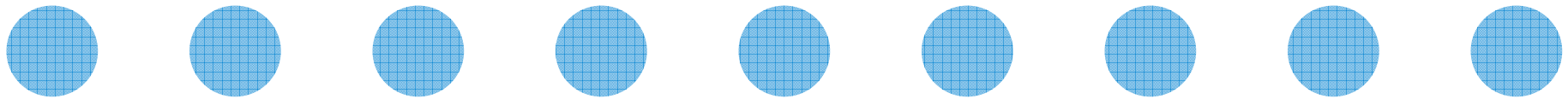


Gasto extradoméstico en Consumo nocturno. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

1.215 millones de € en TAM Sep'08



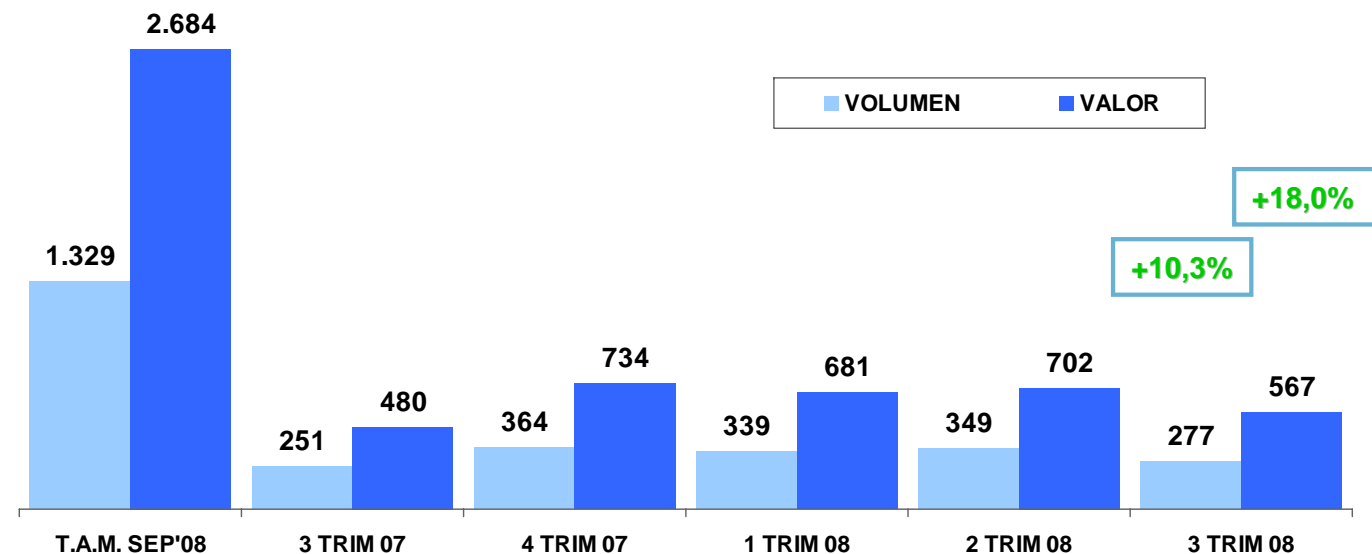
Restauración colectiva y social



- El 3^{er} trimestre es el periodo menos relevante para la Restauración Colectiva y Social por el menor impacto de los colegios y el periodo vacacional.
- Crecen las compras asociadas a este consumo.

Total consumo extradoméstico en Restauración colectiva y social. Compras en T.A.M. Jun'08.

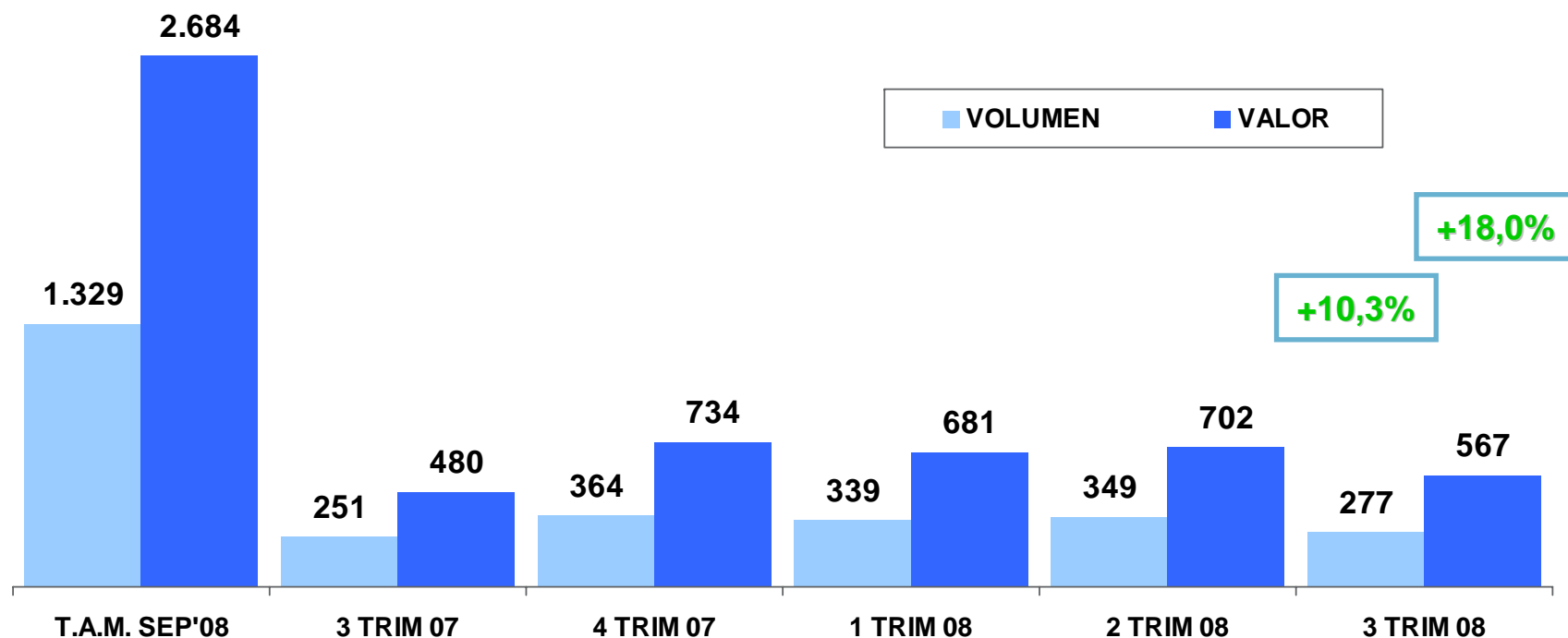
Volumen en Millones de kgs/lts*
Valor en Millones de Euros



* Huevos en kgs

Total consumo extradoméstico en Restauración colectiva y social. Compras en T.A.M. Jun'08.

Volumen en Millones de kgs/lts*
Valor en Millones de Euros



* Huevos en kgs

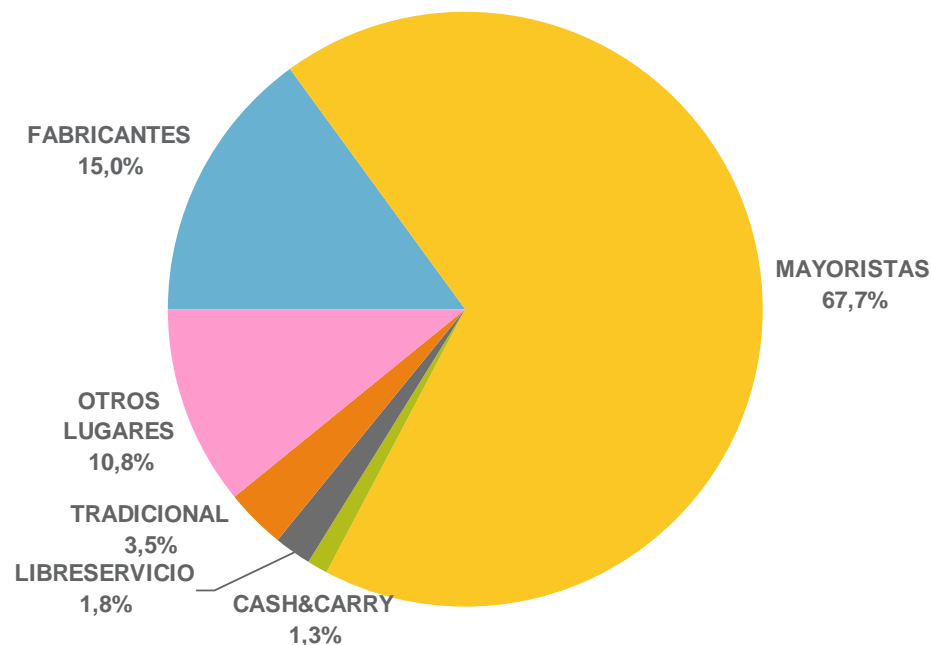
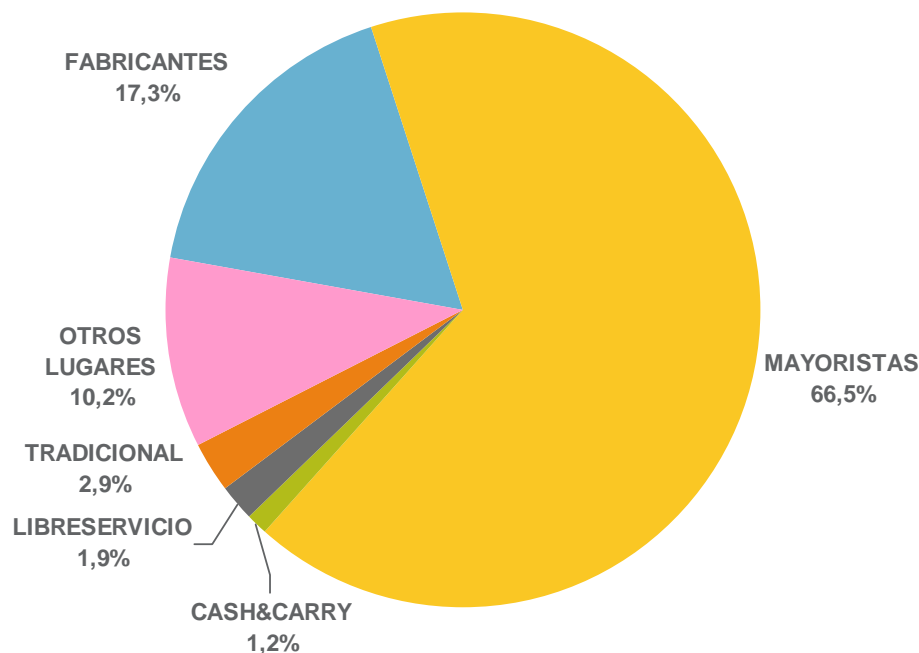
Consumo y gasto extradoméstico en Restauración colectiva y social. Fuentes de compra. T.A.M. Sep'08

Reparto en VOLUMEN.
Volumen calculado en kgs/lts*.

1.329 millones de kgs/lts*

Reparto en VALOR

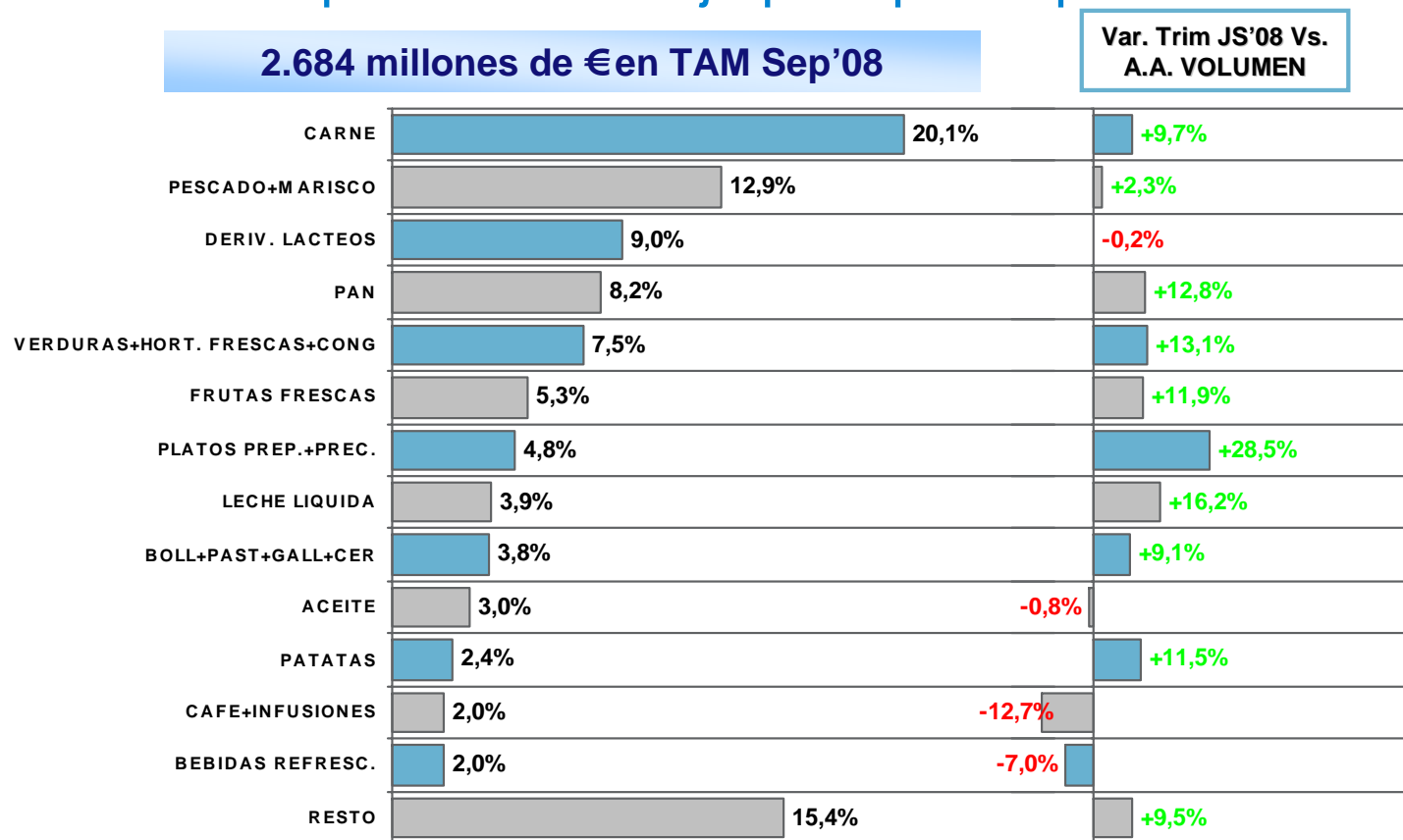
2.661 millones de Euros



* Huevos en kgs

- En el crecimiento de este canal de consumo destacan los platos preparados y precocinados. También hay que destacar la contención en los derivados lácteos.

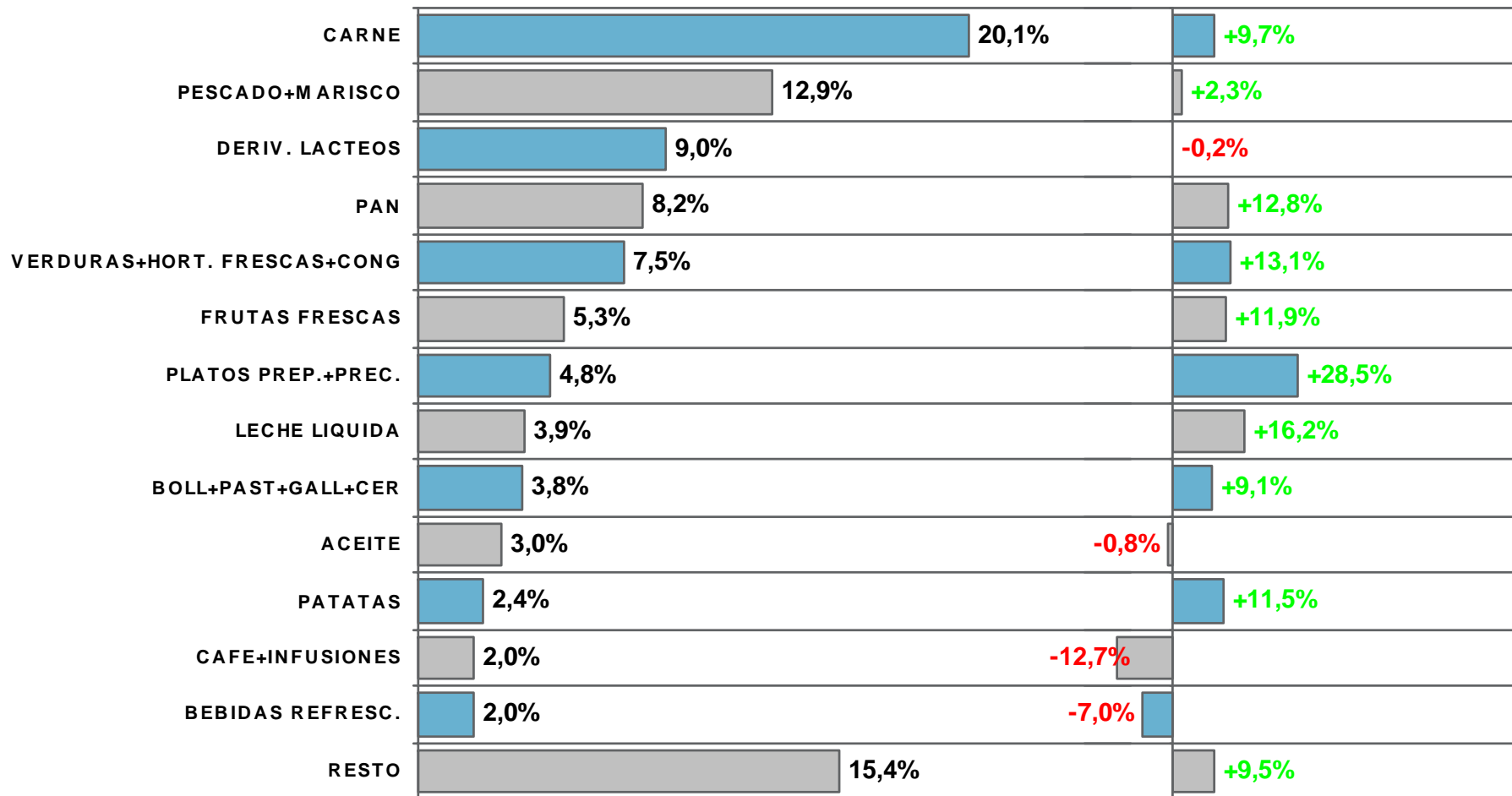
Gasto extradoméstico en Rest. colectiva y social. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto



Gasto extradoméstico en Rest. colectiva y social. T.A.M. Sep'08. Porcentaje por tipo de producto

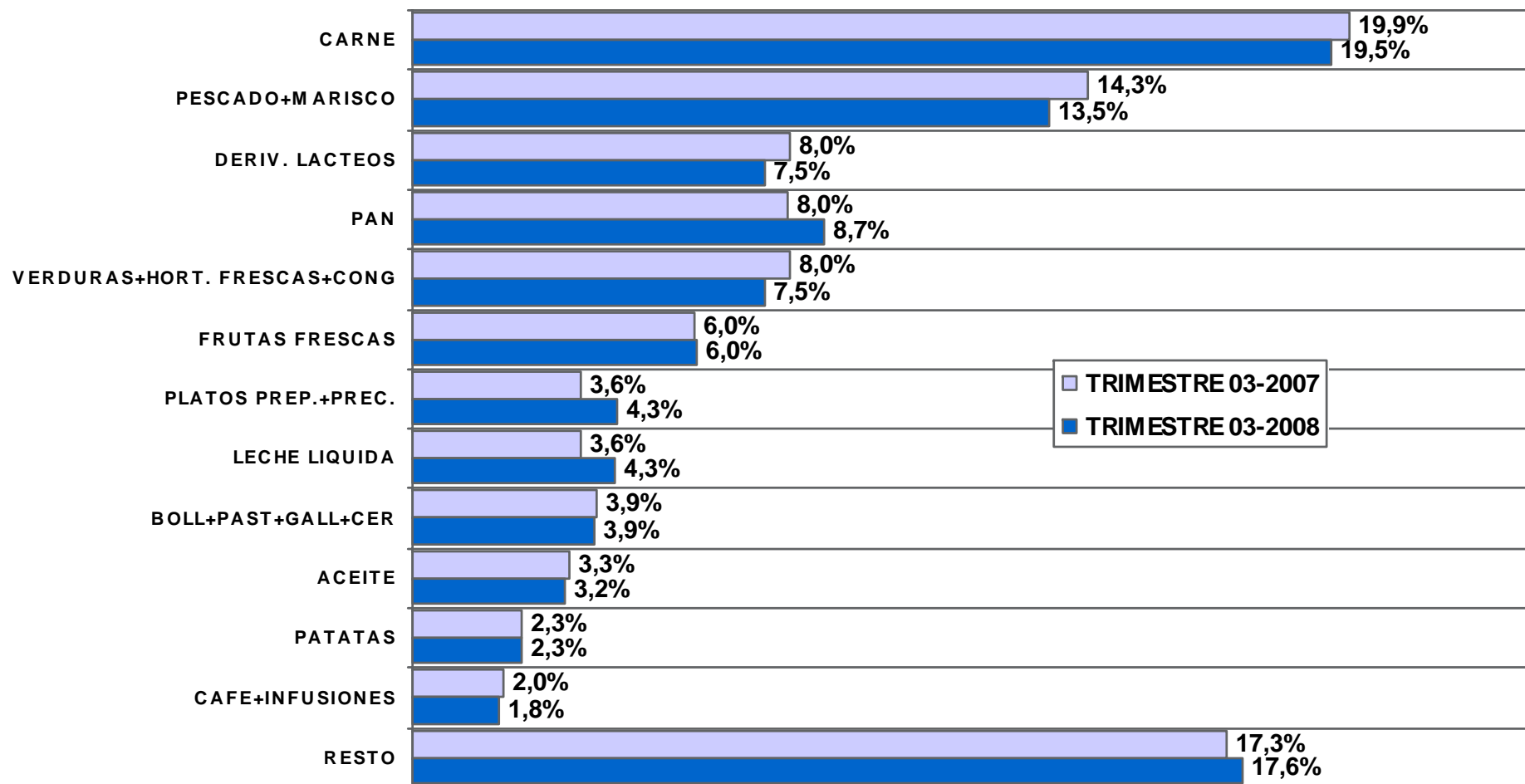
2.684 millones de € en TAM Sep'08

Var. Trim JS'08 Vs.
A.A. VOLUMEN

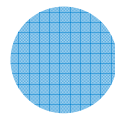
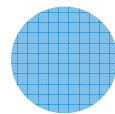
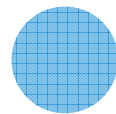
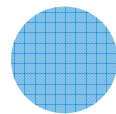
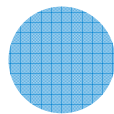
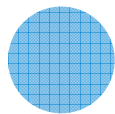
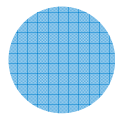
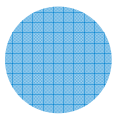
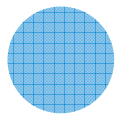


Gasto extradoméstico en Rest. colectiva y social. Comparación trimestres. Porcentaje por tipo de producto

2.684 millones de € en TAM Sep'08



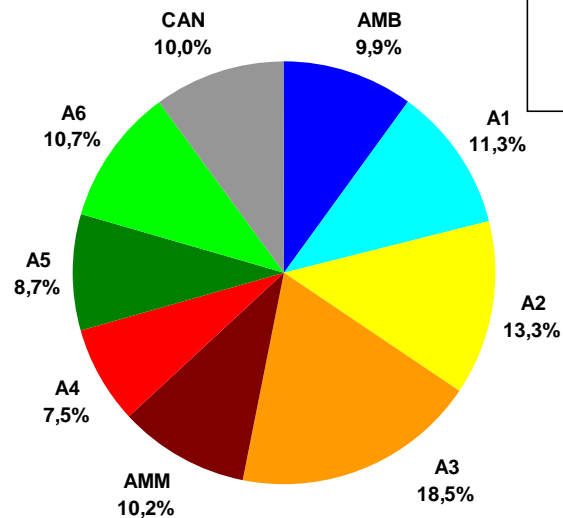
Áreas geográficas



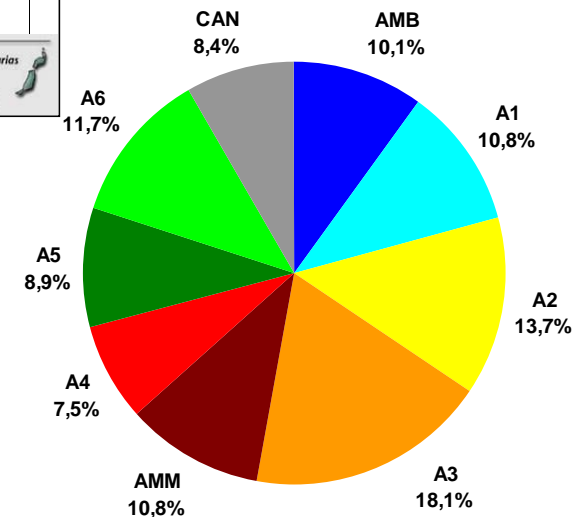
- La mayor población del área 3 (Andalucía y Badajoz) le posibilitan como la zona de mayor consumo extradoméstico.

Consumo y gasto extradoméstico en Hostelería + Restauración. Fuentes de compra. T.A.M. Sep'08

Reparto en VOLUMEN.
Volumen calculado en kgs/lts*.



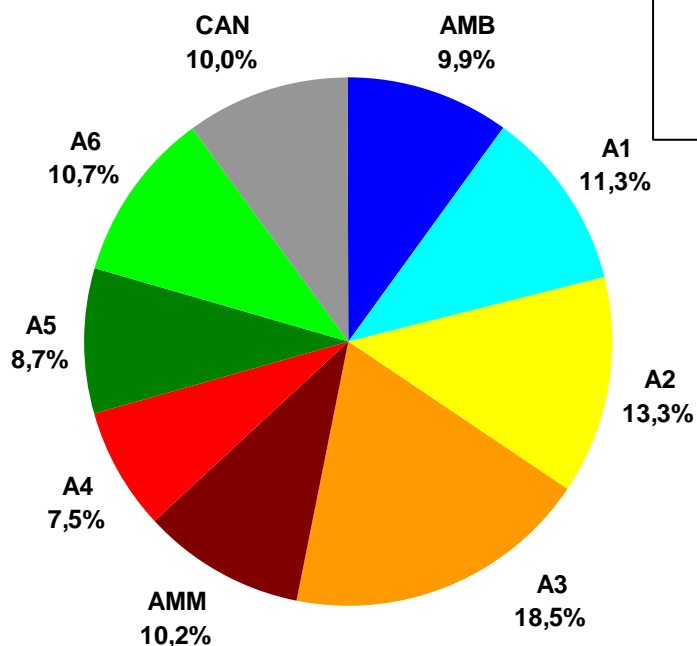
Reparto en VALOR



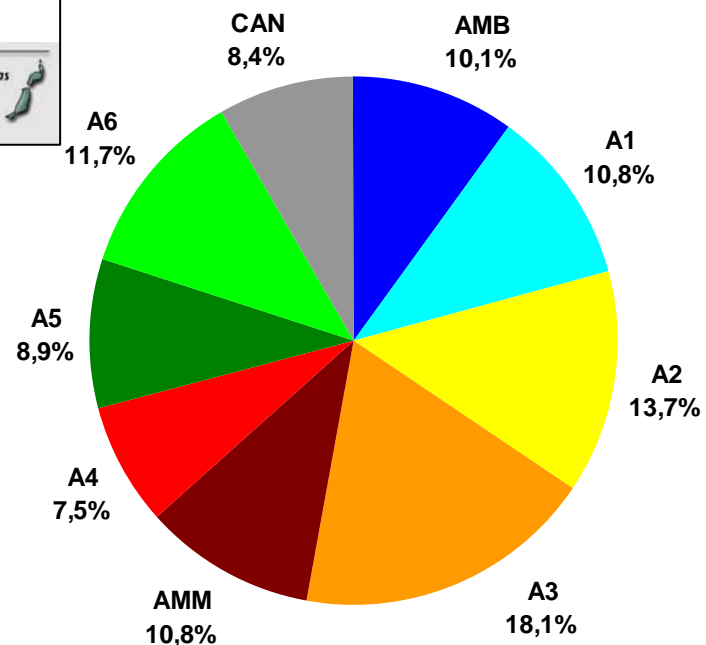
* Huevos en kgs

Consumo y gasto extradoméstico en Hostelería + Restauración. Fuentes de compra. T.A.M. Sep'08

Reparto en VOLUMEN.
Volumen calculado en kgs/lts*.



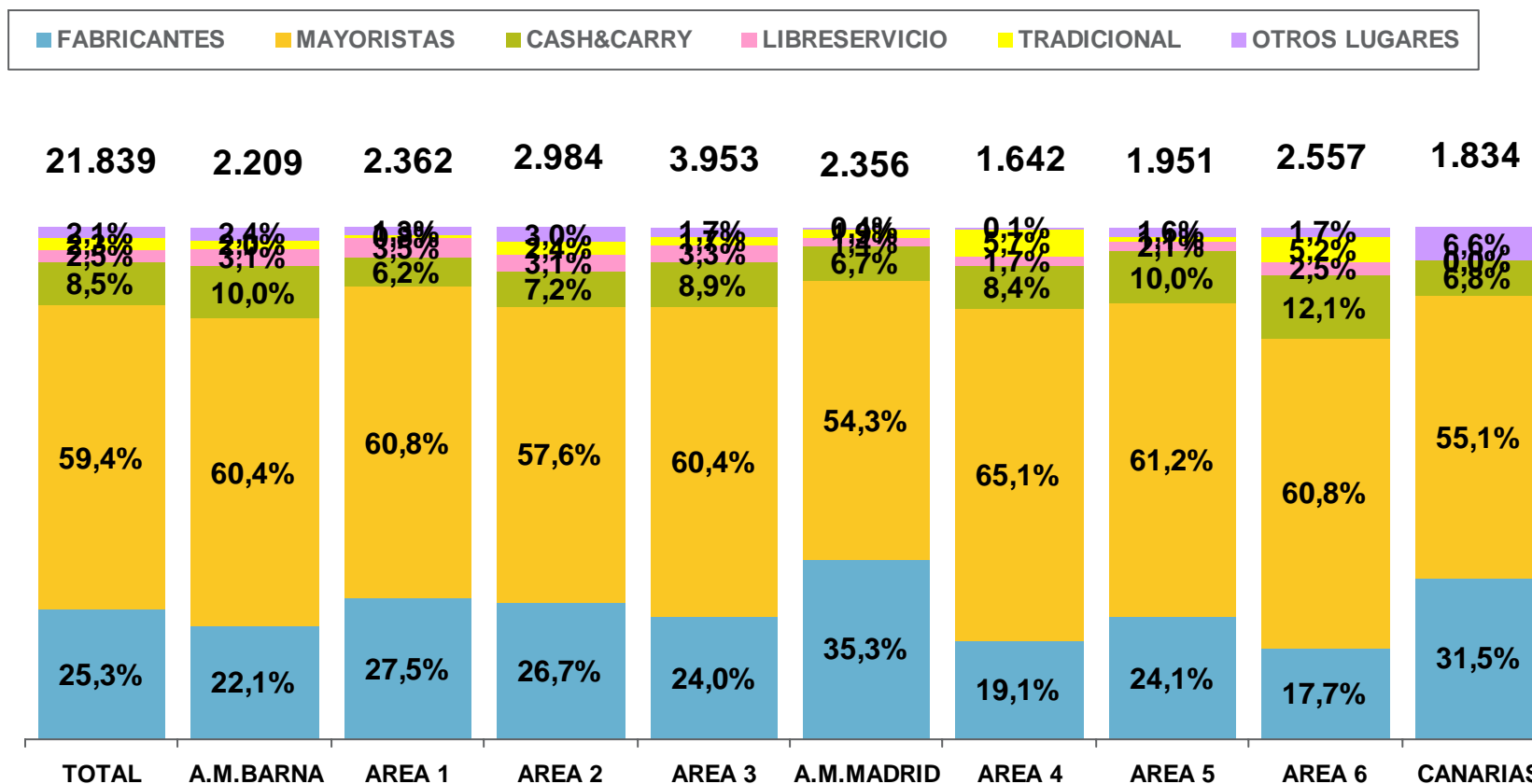
Reparto en VALOR



* Huevos en kgs

Gasto extradoméstico en Hostelería + Restauración. Concentración por fuentes de compra. T.A.M. Sep'08. Datos en valor.

Valor en Millones de Euros



nielsen

• • • • • • • • •