



**El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación ha presentado el Informe del consumo de alimentación en España 2017**

**El gasto de los españoles en alimentación en 2017 ascendió a 102.584 millones de euros, con una subida de un 3,6% frente a 2015**

Nota de

- El 80,4% de esta cantidad corresponde a la compra de alimentos y el 19,6% a la adquisición de bebidas, con un gasto medio de 2.525,71 euros por persona y año.
- El gasto en la cesta de la compra ascendió a 67.490 millones de euros, mientras que el gasto fuera del hogar alcanzó los 35.094 millones de euros.
- El principal canal de compra elegido por las familias es el supermercado, detectándose un importante incremento del comercio electrónico aunque representa aún el 1,2%.
- Más de una tercera parte del gasto total en alimentación se realiza fuera del hogar. El 68,2% del gasto se destina a alimentos y el 31,8 restante a bebidas.
- Se reduce en un 9,9 % el desperdicio de alimentos desde 2014; esta reducción ha sido de un 5,7% en el último año, aun así se tiraron a la basura 1.229 millones de kilos de alimentos, lo que supone una media de 23,6 millones de kilos semanales.
- Según el panel de usos de los alimentos se constatan cambios como la simplificación del menú o la irrupción del desayuno salado.

03 de julio de 2018. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas ha presentado hoy, en la sede del Departamento, el Informe del consumo de alimentación en España 2017, en el que se recogen los datos de consumo y gasto doméstico de los españoles en alimentación y bebidas, incluyéndose este



año información detallada sobre el consumo fuera del hogar. Además, y como complemento a todo lo anterior, el informe incluye los últimos datos disponibles del desperdicio alimentario generado en los hogares españoles, así como información sobre los usos de los alimentos y los principales hábitos de compra.

De acuerdo con los datos del informe, el gasto total de los españoles en alimentación durante 2017 ascendió a 102.584,72 millones de euros, lo que significa un incremento del 3,6% con respecto a 2015, correspondiendo el 80,4% a la compra de alimentos y el 19,6% restante a bebidas frías y calientes.

El informe presenta los datos de la evolución del consumo total en alimentación y bebidas, desde 2009, exceptuando el año 2016, debido a un cambio de metodología en la cuantificación del consumo extradoméstico.

Para la compra dentro del hogar se destinaron 67.490 millones de euros, mientras que el gasto fuera de casa alcanzó los 35.094 millones de euros.

Comparando el consumo dentro y fuera de los hogares, el 88,2% del volumen de alimentos y bebidas se consumen en casa, con sólo el 11,8% del total consumido fuera. Los alimentos que suponen un mayor volumen del consumo total son las verduras y hortalizas, con un consumo per cápita de 101,2 kg por persona y año, seguidas por la fruta, consumida principalmente en casa, con 96,4 kg por persona anuales, y en tercer lugar la carne fresca, con 42,6 kg/persona/año.

En cuanto a las bebidas, el gasto total ascendió a 13.276,7 millones de euros, consumiéndose la gran mayoría, el 82,4% dentro del hogar. Entre las preferidas destaca el agua embotellada, con 81,95 l /persona y año, la cerveza con 42,04 l/persona y año, las bebidas refrescantes con 49,43 litros por persona anuales y el café, con 23 litros por cabeza en total.

En estos resultados tienen también influencia los cambios sociodemográficos experimentados en España en los últimos seis años en los que la población española ha pasado de 47.021.031 personas en 2010 a 46.528.024 en 2017. También se aprecia un incremento significativo del número de hogares de menor tamaño, unipersonales formados por jóvenes o adultos independientes.



## **CONSUMO Y GASTO EN LOS HOGARES**

El gasto total de los hogares españoles en alimentación ascendió a 67.490,78 millones de euros, lo que supone un incremento del 0,6 por ciento respecto al año anterior (2016). Por categorías, destaca la importancia de los productos frescos en la alimentación de los hogares, que suponen el 39,9% del volumen y el 43,8% del presupuesto total destinado a la alimentación.

Se constata la importancia de productos como las frutas y hortalizas y las patatas frescas, junto con la leche y derivados.

También crece el consumo de platos preparados (+4,8 por ciento), aceite de girasol (+21,1 por ciento), arroz (+1,1 por ciento), legumbres (+4,7 por ciento) y pastas (+2,9 por ciento), entre otros alimentos. Sin embargo decrece el consumo de otros alimentos como el aceite, los mariscos y moluscos frescos, los pescados y las hortalizas frescas y alimentos básicos de alimentación como el azúcar o el pan.

En cuanto a las bebidas, los datos muestran un aumento en el consumo del agua envasada, y las cervezas, y un descenso en el caso de las bebidas refrescantes, los zumos y néctares y las bebidas espirituosas, así como los vinos con DOP/IGP.

Respecto a los establecimientos de compra, el supermercado es el canal preferido por los consumidores, representando el 47,3 por ciento de las compras de productos de alimentación. Sin embargo, los hogares prefieren acudir al comercio especializado para adquirir productos frescos. La compra por internet de productos de alimentación se sitúa en el 1,2% del volumen de las compras totales de alimentación para el hogar, por tanto, se muestra como un canal con alto potencial de desarrollo.

Si analizamos los datos por Comunidades Autónomas, vemos que el mayor consumo per cápita en el hogar se registró en ambos archipiélagos, Cataluña, Principado de Asturias, Galicia, Región de Murcia, Castilla y León y Aragón, todas por encima de la media nacional.



En relación al gasto per cápita, País Vasco, Cataluña y Cantabria fueron las tres Comunidades Autónomas con mayores cifras, mientras que en el lado contrario se situaron Extremadura, Andalucía y Castilla-La Mancha.

### **LA ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR**

Durante el año 2017, más de la tercera parte del gasto total en alimentación y bebidas se realizó fuera del hogar. El gasto en alimentos, bebidas frías, bebidas calientes y aperitivos fuera del hogar ascendió a 35.094 millones de euros, lo que equivale a 3.896,6 millones de kg-litros y cerca de 8.327,5 millones de consumiciones en términos más generales.

Si tenemos en cuenta cada tipo de consumo, el comportamiento es muy diverso según el grupo de productos contemplado, pues la elección varía enormemente en función de la ocasión de consumo (comidas principales, entre horas, etc.), el entorno (solos, con amigos, con familia, con compañeros de trabajo), o el grupo de edad. Así se puede destacar la buena evolución en general de bebidas frías como la cerveza y el agua, mientras que hay productos, como vinos y cavas, que durante el año 2017 pierden intensidad de consumo.

### **DESPERDICIO ALIMENTARIO**

El informe sobre consumo en España 2017, incluye también un apartado en el que se estudia la evolución del desperdicio alimentario. De sus datos se desprende que en 2017, los hogares españoles tiraron a la basura 1.229 millones de kilos de alimentos, lo que supone 23,6 millones de kilos semanales. Se constata una mayor concienciación de las familias en la lucha contra el desperdicio alimentario, ya que esta cifra supone una reducción del 5,7 por ciento respecto al período anterior, es decir, se tiraron a la basura 74,5 millones de kilos menos.

El 87,5 por ciento del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con alimentos desperdiciados por los hogares tal cual los compraron. Frutas, verduras/hortalizas y pan son los alimentos más desechados en cuanto a volumen total, si bien la mayor tasa de desperdicio corresponde a salsas, un 20,7% de lo comprado acaba en la basura.



Por otro lado, el 12,5 del desperdicio corresponde a los restos de platos cocinados en el hogar. Los platos base legumbres, los platos base carne y las sopas, cremas y purés son las recetas que más terminan en la basura.

### **PANEL DE USOS, HABITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO**

El Panel de usos evidencia los cambios y tendencias en el comportamiento del consumidor. En él se constata que los cambios y la simplificación del menú construyen un nuevo contexto en las comidas y en las cenas, donde la versatilidad es la clave en el consumo.

También destaca la irrupción del desayuno salado, que ofrece un nuevo panorama competitivo para las categorías de desayuno tradicional, que deben adaptarse a la nueva realidad para poder crecer en el primer momento del día.

El deporte gana relevancia en nuestra sociedad, y se convierte en una oportunidad de valor para el mercado, pues siguen creciendo las ocasiones de consumo entre los deportistas, así como las preparaciones rápidas y saludables.

En cuanto a los hábitos de compra, las encuestas del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, indican que los consumidores siguen eligiendo los establecimientos donde comprar alimentos y bebidas en función de su cercanía, la calidad de los productos y los buenos precios aparte de ofertas.

Se observa también un ligero aumento de la presencia de marcas del distribuidor en detrimento de las marcas de fabricante, aunque los consumidores ven el cambio generalmente como positivo o les resulta indiferente, y los consumidores no suelen dejar de comprar en un establecimiento porque éste haya eliminado determinadas marcas.

Por otra parte se observa que la proporción de consumidores que elaboran listas de la compra se mantiene en valores similares a años anteriores, aunque se aprecia una tendencia ligeramente decreciente en lo que respecta a comprar sólo los productos incluidos en la lista.