

*V. La alimentación
en el sector
extradoméstico 2005*

LA ALIMENTACIÓN EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

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

- En las últimas décadas, las grandes ciudades han sido polo de atracción de gran número de familias que buscaban en ellas oportunidades laborales. Normalmente, la distancia entre la casa y el lugar de trabajo es larga y es cada vez más común que la comida principal se haga fuera de casa, cerca o en el mismo lugar de trabajo. Del mismo modo, una parte importante de los escolares y estudiantes comen en sus centros de estudio. Por otro lado, la incorporación de la mujer al mundo laboral favorece la tendencia a comer fuera de casa. Todo esto provoca una desestructuración de las comidas (según datos de la consultora TNS, el 27% de las familias rara vez comen juntos).
- El tamaño de los hogares españoles cada vez es menor. Los hogares de una persona representan el 21% del total de hogares y los de dos personas un 26%, es decir, cerca del 50% son de Hogares con 2 personas o menos. Esto provoca que el consumo tienda a hacerse en raciones cada vez más pequeñas por lo que los formatos de los productos de gran consumo tienden hacia las presentaciones más pequeñas.
- A medida que aumenta el nivel de renta, se produce una menor proporción del gasto dedicado a la alimentación del conjunto de los ingresos. En cambio, se destina un porcentaje importante del gasto al ocio, entre cuyas actividades se pueden destacar la frecuencia de hacer comidas fuera del hogar y los desplazamientos turísticos internos. Hay que subrayar que cada vez existe un mayor interés por la gastronomía en sí misma.
- La utilización del tiempo dedicado de la comida como instrumento de trabajo.
- El consumidor cada vez está más preocupado por su salud y por la seguridad de los alimentos que consume.
- El crecimiento del turismo en todas las modalidades y, en particular, del turismo exterior. España es el tercer país del mundo en capacidad hotelera, con el 5,3% del total, detrás solo de EE.UU. y de Italia.

La combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y técnicas de gestión empresarial modernas, han producido una gran transformación en el

sector de restaurantes, cafeterías y bares, con nuevas formas de prestar los servicios de comidas y bebidas ante las demandas de la sociedad actual, fenómeno que se ha denominado “neo-restauración”. Comida rápida y comida a domicilio son dos de los segmentos que se han ido instalando a un ritmo vertiginoso en los últimos años y que ya forman parte de los hábitos sociales de los españoles.

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

Hay que destacar la aparición de la nueva restauración, establecimientos en los que también se puede hacer una comida rápida, pero con el incentivo de que se está cuidando el ambiente del local, esmerado servicio al cliente, la variedad de la comida servida, con especialidades específicas, lo que hacen que estos locales sean muy atractivos para realizar una comida relativamente rápida.

Según FEHRCAREM (Federación Española de Hostelería/Restauración), el conjunto de toda la restauración rápida representa el 1,2% del PIB. En términos de facturación representa más del 20% de la Hostelería total. Emplea más de 100.000 trabajadores en más de 5.500 locales.

Estos tipos de establecimientos vienen apoyados por los cambios sociales, la influencia de las modas y por la crisis económica, que condiciona a un sector de consumidores a buscar los precios más bajos de la restauración rápida.

No obstante, a pesar de todas estas circunstancias, este tipo de restauración no acaba de tener un peso importante en nuestro país. Según el estudio del OCDA, la confianza que inspira al consumidor los establecimientos de hostelería/restauración normal es cercana a 7 puntos y la de la restauración rápida no llega a 3 puntos, en una escala en que el 10 es máxima confianza y 0 ninguna confianza.

Según la consultora NPD el porcentaje de visitas a los establecimientos de comida rápida en España es de los más bajos del mundo, aunque se prevé que irá aumentando en el futuro. Según el estudio del Observatorio del Consumo y la Distribución (OCDA) que realiza el M.A.P.A. el número medio de visitas al mes durante el año 2005 a los establecimientos de comida rápida es de 0,6 días, mientras que las visitas a los de restauración tradicional alcanza un 1,7 días/mes, casi tres veces más.

GRADO DE CONFIANZA EN LOS ALIMENTOS PREP. QUE CONSUME EN DIFERENTES ESTABLECIMIENTOS

Consumidores; Base: 2.000

Mínima confianza

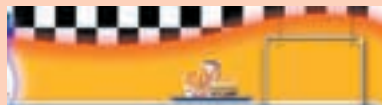
ESCALA UTILIZADA



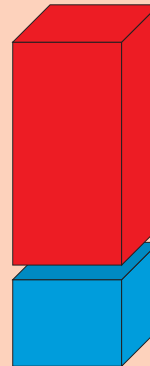
Máxima confianza



Restaurantes tradicionales



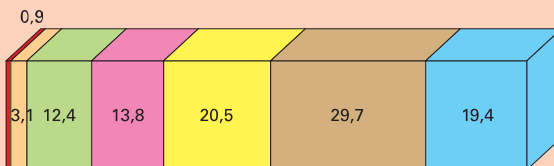
Restaurantes comida rápida



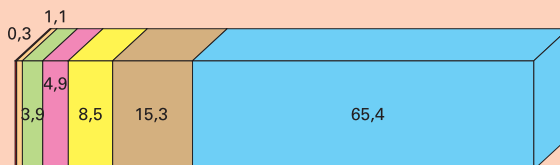
Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución.

FRECUENCIA MENSUAL CON QUE SUELE COMER EN DIFERENTES ESTABLECIMIENTOS

(%) Consumidores; Base*: 6.000



Restaurantes tradicionales



Restaurantes de comida rápida

■ Todos o casi todos los días
 ■ 2/3 veces por semana
 ■ 1 vez por semana
 ■ 2/3 veces al mes
 ■ 1 vez al mes
 ■ Menos de 1 vez al mes
 ■ Nunca

Nº medio de días al mes



Restaurantes tradicionales



Restaurantes comida rápida

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución.

(*) Pregunta semestral a partir del tercer trimestre.

Según el mismo estudio, se desprende que el 65% de la población no va nunca a restaurantes de Fast Food, este porcentaje desciende al 19% cuando se habla de restaurantes tradicionales. Así, algo más del 50% de la población declara que va al menos 1 vez al mes a los restaurantes tradicionales, sin embargo tan sólo el 19% es la cifra declarada para los restaurantes de comida rápida.

Otra de las modificaciones que se están produciendo en España en los últimos años que hace cambiar el panorama del consumo extradoméstico, es la gran expansión de los comedores colectivos, ya sean de empresas o centros educativos, además de los propios institucionales como los centros sanitarios, los de la tercera edad, asistenciales, penitenciarios, etc. Es en este ámbito donde los productos pre-elaborados han encontrado su principal consumidor, aunque este mecanismo se proyecta también a una parte de la restauración comercial.

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

Todos estos nuevos formatos de restauración son los que hacen evolucionar los nuevos e innovadores tipos de productos demandados a la industria para que sean de preparación inmediata, una vez que hayan llegado al sitio de destino y por lo tanto estén totalmente dispuestos para poderlos utilizar con el menor tiempo y esfuerzo posible.

Universo de establecimientos

El número medio de establecimientos en el año 2005 se ha establecido en 241.490, un -0,9% menor que en el año 2004, según fuentes del INE y del DIRCE.

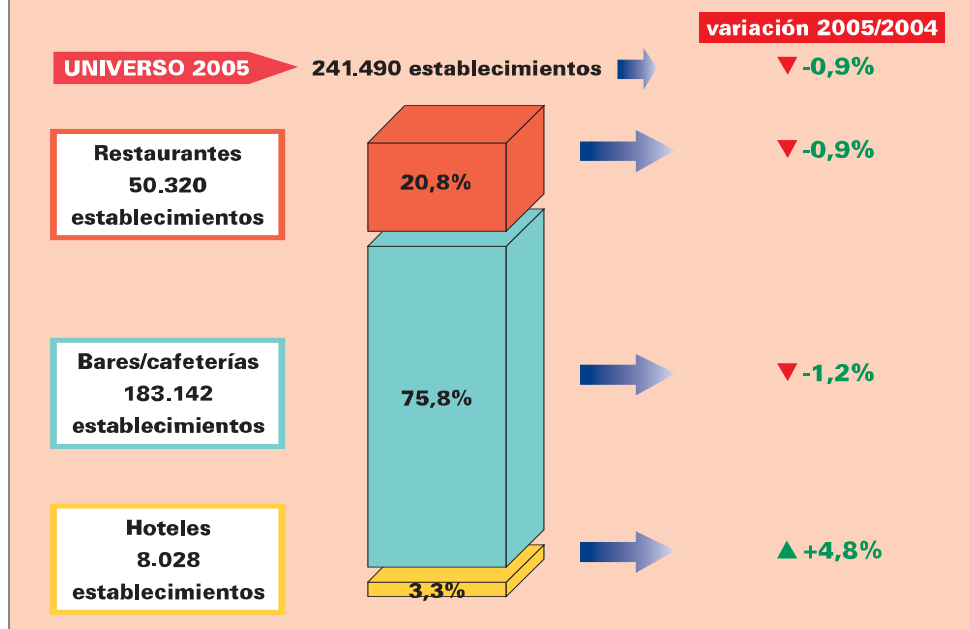
Los Restaurantes han representado el 21% del total, los bares/cafeorías el 76% y los hoteles han sido el 3%. Estos últimos son los únicos que han aumentado con respecto al año anterior (5%), los demás han tenido cifras de bajadas en un entorno del -1%

Valor de las compras

El sector de Hostelería-Restauración se ha gastado en el año 2005 en torno a 20.160 millones de euros. Lo que representa un incremento del 5,1% en moneda corriente y un 0,6% aproximadamente a precios constantes, con respecto al año anterior.

Esta cifra se refiere a lo que se ha gastado el sector, pero el montante correspondientes a las ventas realizadas por dicho sector, se estima que ha sido del

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2005



orden de 33.000 millones de euros, con un número de 7.400 millones servicios, con un gasto medio de 4,5 euros por persona y servicio (1) (NPD, III Jornadas internacionales de Restauración News).

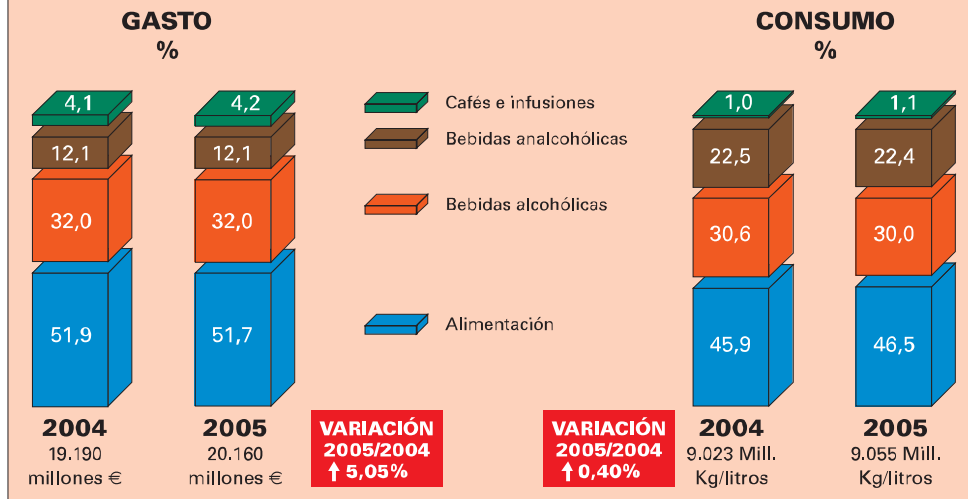
EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS DE ALIMENTOS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

(Total en millones de euros)

PRODUCTOS	Millones						2005/04	2005/00
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	% TVI
COMESTIBLES	7.408,78	7.801,18	8.512,86	8.929,12	9.944,09	10.408,17	4,7	7,0
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	5.008,74	5.130,74	5.165,31	5.552,60	6.148,72	6.457,92	5,0	5,2
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1.855,71	1.978,63	2.140,31	2.240,94	2.315,00	2.447,79	5,7	5,7
CAFÉS E INFUSIONES	593,33	636,53	666,58	734,11	782,73	846,04	8,1	7,4
TOTAL	14.866,56	15.547,08	16.485,06	17.456,76	19.190,54	20.159,92	5,1	6,3

(1) La cifra que da NPD se refiere a lo que gasta el consumidor como media en la Hostelería/Restauración.

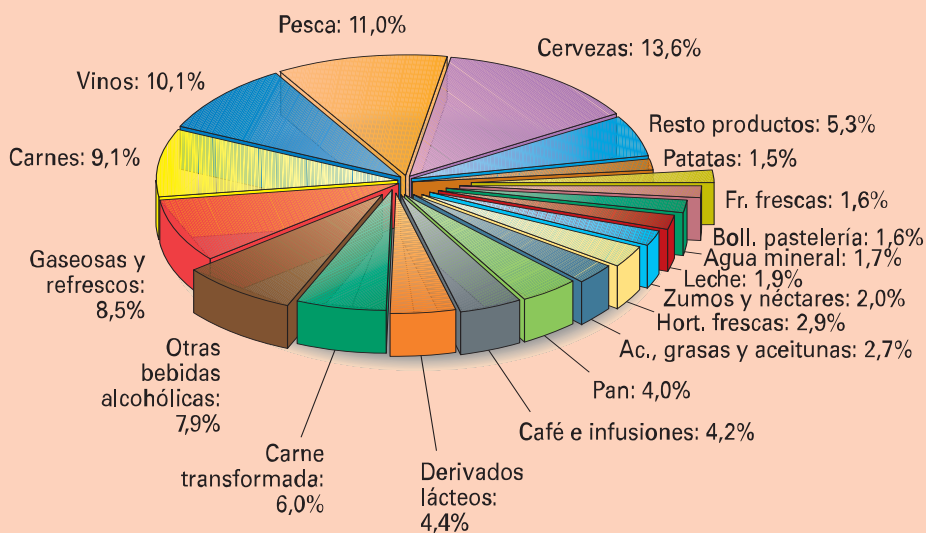
ESTRUCTURA DEL GASTO Y DEL CONSUMO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS



ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL

GASTO TOTAL EN 2005

20.160 MILLONES DE EUROS



El valor de las compras de alimentos en Hostelería y Restauración aumenta en el período 2005/00 a razón de un 6,3% medio anual, debido tanto a un aumento del coste, como a un incremento de las cantidades compradas y al incremento del número de establecimientos en este período.

Cantidades compradas

Este sector ha realizado compras por la cantidad de 9,05 millones de toneladas con un incremento del 0,4% respecto a 2004. En este sentido, destacan los aumentos de compras, ordenadas de mayor a menor:

- Miel (32,3%).
- Chocolates, cacao y sucedaneos(16,9%).
- Aceites (12,4%).
- Vino de C.P.R.D. (8,5%).
- Frutas frescas (6%).
- Frutas y hortalizas transformadas (5,5%).
- Galletas, bollería y pastelería (5,1%).
- Leche líquida (4,3%).

Los productos que han bajado sus compras han sido:

- Pastas alimenticias (-21,4%).
- Margarina (-20,4%).
- Vino de Mesa (-15,1%).
- Frutos secos (-11,3%).
- Derivados Lácteos (-7,3%).
- Productos de la Pesca (-6%).
- Platos preparados (-6%).

Evolución Trimestral del consumo y el gasto a lo largo del año 2005

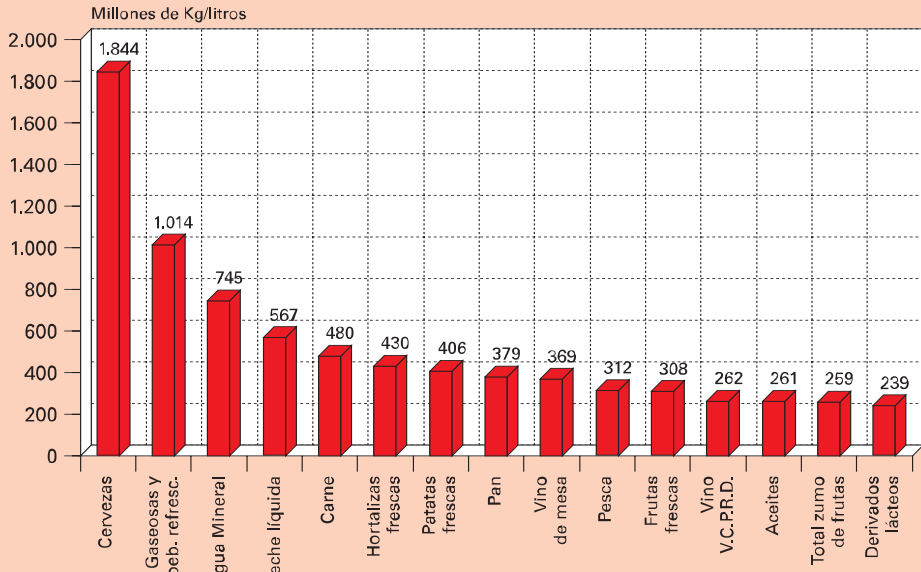
En cuanto al consumo trimestral, ha sido el segundo y tercer trimestre los que han tenido un mayor consumo, al igual que en 2004. Así mismo, el máximo gasto se ha realizado en el tercer trimestre, seguido por el segundo.

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA EN EL CONSUMO DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Kilos/Litros/Docenas (Huevos)

PRODUCTOS	Millones						2005/04 %	2005/00 % TVI
	2000	2001	2002	2003	2004	2005		
HUEVOS	163,51	150,74	145,63	155,39	169,23	173,35	2,4	1,2
CARNE Y TRANSFORMADOS	423,82	410,69	415,11	433,84	479,81	480,47	0,1	2,5
PRODUCTOS DE PESCA	283,49	303,24	328,09	315,91	332,32	312,31	-6,0	2,0
LECHE LÍQUIDA	528,53	534,92	566,21	571,58	553,06	576,79	4,3	1,8
DERIVADOS LÁCTEOS	206,93	219,56	225,44	246,02	257,64	238,81	-7,3	2,9
PAN	270,68	265,73	296,87	331,43	365,52	378,89	3,7	7,0
GALL., BOLLERÍA, PASTELERÍA	41,24	45,40	56,37	64,55	73,85	77,62	5,1	13,5
CHOC., CACAO Y SUCEDÁNEOS	5,21	5,73	6,17	6,11	5,11	5,97	16,9	2,8
CAFÉ, SUCED., INFUSIONES	74,58	78,36	79,43	88,31	93,13	96,77	3,9	5,3
ARROZ	33,59	34,61	33,26	34,91	37,59	35,56	-5,4	1,1
PASTAS ALIMENTICIAS	19,15	20,46	20,14	19,97	23,92	18,80	-21,4	-0,4
AZÚCAR	82,31	93,89	97,26	107,74	103,11	106,21	3,0	5,2
MIEL	0,93	0,73	0,64	1,04	0,86	1,14	32,3	4,0
LEGUMBRES SECAS	24,73	33,31	29,38	27,65	27,36	27,41	0,2	2,1
ACEITES	203,74	207,64	204,61	208,34	231,98	260,64	12,4	5,0
MARGARINA	4,17	4,46	4,41	7,13	7,09	5,64	-20,4	6,2
PATATAS	472,41	443,59	464,22	451,87	481,43	491,21	2,0	0,8
HORTALIZAS FRESCAS	331,90	334,09	365,75	380,13	418,17	430,19	2,9	5,3
FRUTAS FRESCAS	250,22	240,92	256,26	262,22	290,61	307,99	6,0	4,2
ACEITUNAS	34,23	39,09	41,75	40,43	36,50	35,50	-2,7	0,7
FRUTOS SECOS	22,15	20,70	20,78	24,85	25,58	22,70	-11,3	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	102,85	109,48	116,81	119,25	127,80	134,81	5,5	5,6
PLATOS PREPARADOS	12,64	15,78	14,06	18,49	20,89	19,64	-6,0	9,2
VINOS	726,10	686,92	668,86	646,22	695,84	662,95	-4,7	-1,8
CERVEZAS	1.678,57	1.653,89	1.637,63	1.729,76	1.834,51	1.844,49	0,5	1,9
SIDRA	61,81	65,04	64,66	58,83	56,29	54,52	-3,1	-2,5
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	149,18	158,67	136,06	151,36	153,70	144,75	-5,8	-0,6
ZUMOS	235,95	253,55	256,33	284,69	272,40	259,14	-4,9	1,9
AGUAS MINERALES	664,03	747,35	796,03	776,58	732,36	745,32	1,8	2,3
GASEOSAS Y REFRESCOS	1.046,12	1.041,18	988,78	1.009,95	1.015,55	1.013,82	-0,2	-0,6
TOTAL	8.227,11	8.307,92	8.429,70	8.666,27	9.022,94	9.055,05	0,4	1,9

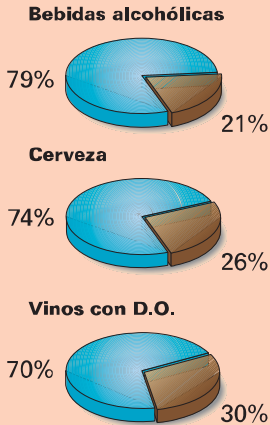
CANTIDAD COMPRADA POR LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2005



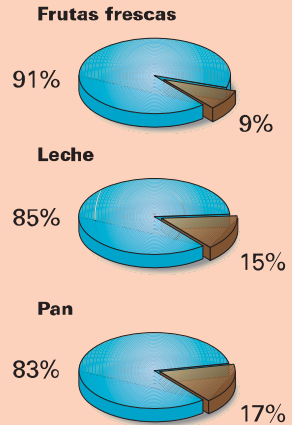
COMPARACIÓN DEL MODELO DE CONSUMO HOGARES - HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN

ESTRUCTURA DE LAS CANTIDADES COMPRADAS (%) (HOGARES+H&R= 100)

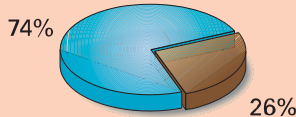
Productos con mayor proporción de Consumo en Hostelería & Restauración (%)



Productos con mayor proporción de Consumo en Hogares (%)

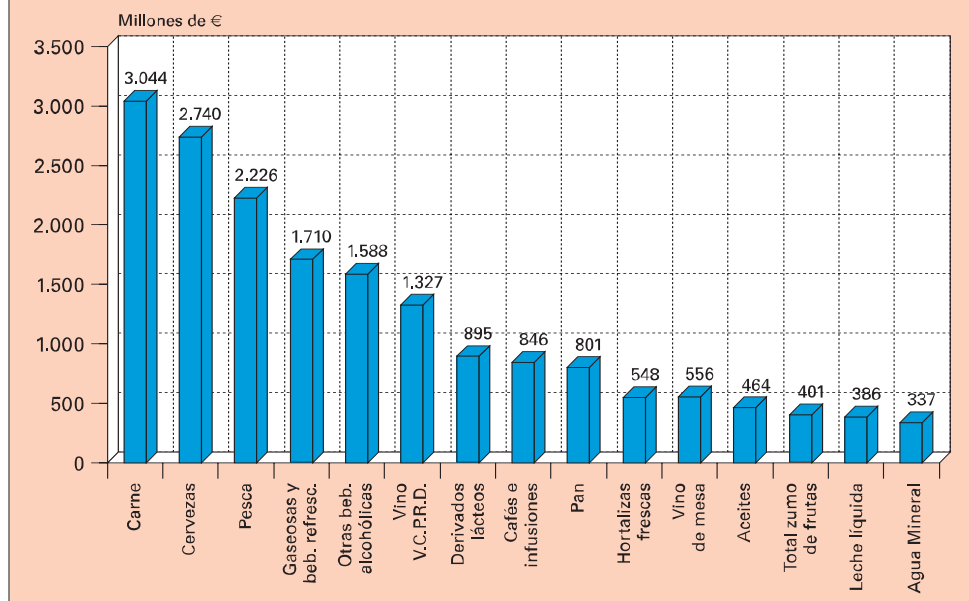


CONSUMO TOTAL



■ Hogar
 ■ H&R

GASTO REALIZADO POR LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2005



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2005

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
GASTO (MILLONES DE €)	4.713,81	5.193,87	5.203,77	5.048,47	20.159,92
CANTIDAD (MILL. DE KG)	2.167,51	2.283,19	2.346,05	2.258,30	9.055,06
PRECIO (PTS./KG/L)	2,17	2,27	2,22	2,24	2,23

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. PORCENTAJE A LO LARGO DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL AÑO 2005

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
GASTO	23,4	25,8	25,8	25,0	100,0
CANTIDAD	23,9	25,2	25,9	24,9	100,0
PRECIO *	-2,3	2,2	-0,4	0,4	-

* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual 2,23 euros/kg/l/d.

Hostelería/Restauración. Análisis por Regiones

Gasto de la Hostelería/Restauración por Regiones

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

% que representa cada Región dentro de cada tipo de establecimiento
Año 2005

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías
NORESTE	51.131	26,3	29,5	18,7
LEVANTE	31.631	7,4	15,6	12,6
ANDALUCÍA	39.897	15,8	12,7	17,6
CENTRO-SUR	41.792	15,8	12,8	18,6
CASTILLA Y LEÓN	16.849	6,7	3,2	8,0
NOROESTE	27.265	12,8	8,2	12,1
NORTE	21.179	9,8	8,6	8,8
CANARIAS	11.747	5,4	9,4	3,6
TOTAL	241.491	100,00	100,00	100,00

CENSO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

% de cada tipo de establecimiento sobre el total regional
Año 2005

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías	Total
NORESTE	51.131	4,1	29,0	66,8	100
LEVANTE	31.631	1,9	24,9	73,2	100
ANDALUCÍA	39.897	3,2	16,0	80,9	100
CENTRO-SUR	41.792	3,0	15,4	81,6	100
CASTILLA Y LEÓN	16.849	3,2	9,7	87,1	100
NOROESTE	27.265	3,8	15,2	81,0	100
NORTE	21.179	3,7	20,5	75,8	100
CANARIAS	11.747	3,7	40,1	56,2	100
TOTAL	241.491	3,3	20,9	75,8	100

GASTO REALIZADO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

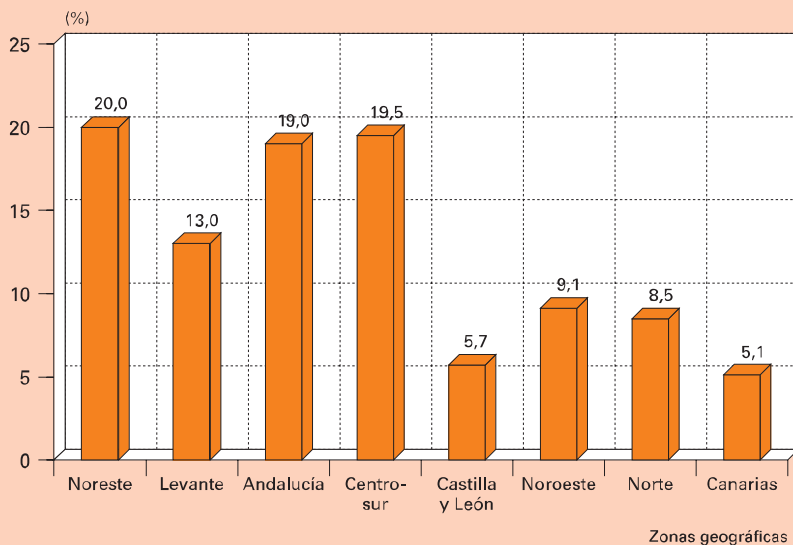
AÑO 2005

Millones de euros

	Noreste	Levante	Andalucía	Centro-Sur	Castilla y León	Noroeste	Norte	Canarias
COMESTIBLES	2.097,87	1.628,44	2.059,90	2.026,26	543,68	741,91	729,91	580,19
BEB. ALCOHÓLICAS	1.143,49	678,17	1.214,63	1.366,22	408,84	751,85	610,84	283,88
BEB. NO ALCOHÓLICAS	522,59	220,25	415,54	444,69	149,40	256,92	301,51	136,89
CAFÉS E INFUSIONES	274,14	97,28	139,56	100,92	56,24	81,47	62,59	33,84
TOTAL ALIMENTACIÓN	4.038,10	2.624,14	3.829,63	3.938,10	1.158,15	1.832,14	1.704,84	1.034,81

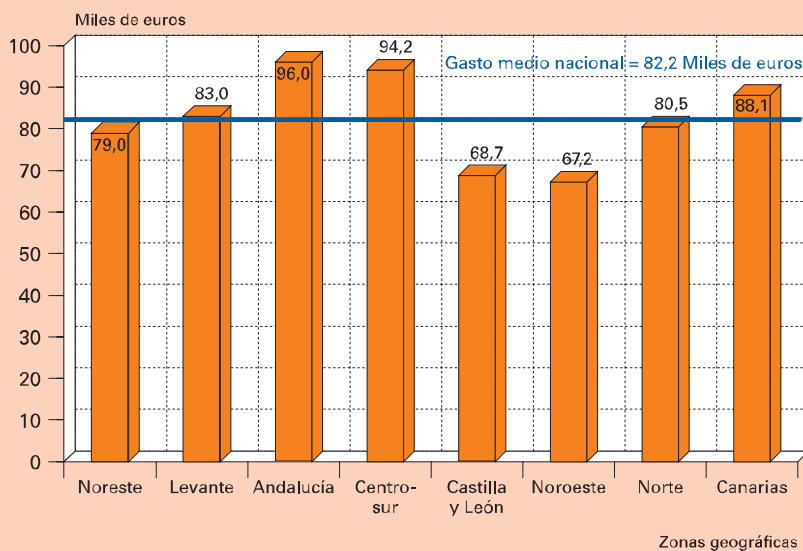
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2005

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



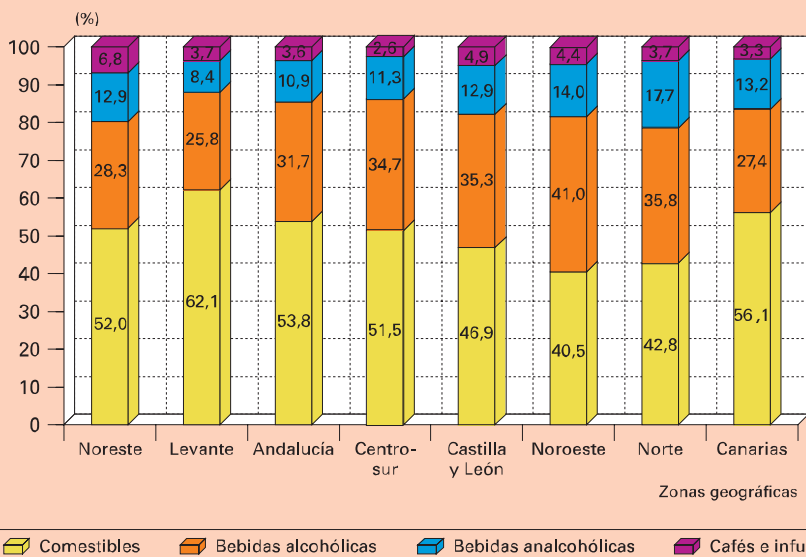
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2005

Gasto medio por establecimiento, según las regiones



GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2005

Porcentaje según tipo de producto. Diferenciado por regiones



Consumo en Hostelería/Restauración por Regiones

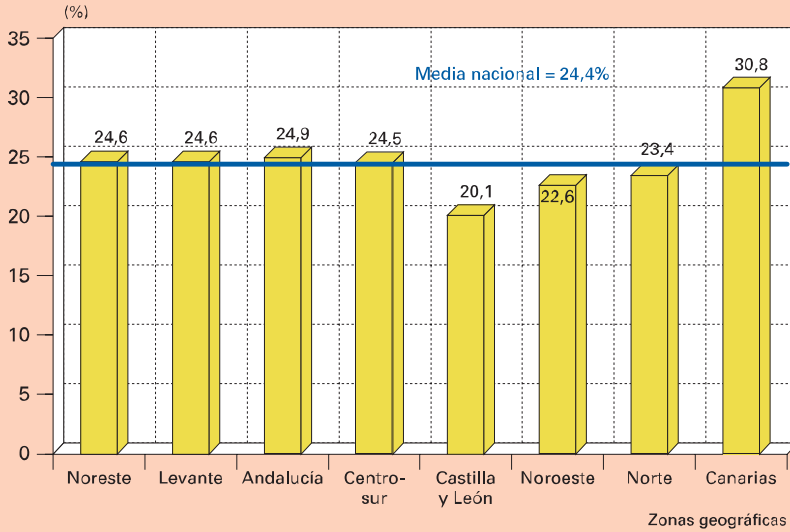
Para estudiar comparativamente el consumo por regiones y establecer una medida que no esté influida por el tamaño de la región, por el mayor número de establecimientos y la clase de estos, se relaciona con el consumo en Hogares y se compara que región tiene más alto este índice, basado en el porcentaje que representa las cantidades compradas por el sector Hotelero con respecto a la suma de ambos.

IMPORTANCIA DEL CONSUMO DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN COMPARADO CON EL DE HOGARES. SEGÚN REGIONES 2005

	Consumo Hogares millones de t	Consumo Host.- Restaur. millones de t	Total Millones de t	Host.-Restaur. Total %
TOTAL ESPAÑA	28,1	9,1	37,2	24,4
NORESTE	5,9	1,9	7,9	24,6
LEVANTE	3,6	1,2	4,8	24,6
ANDALUCÍA	5,3	1,8	7,0	24,9
CENTRO-SUR	5,2	1,7	6,9	24,5
CASTILLA Y LEÓN	1,8	0,5	2,3	20,1
NOROESTE	2,7	0,8	3,5	22,6
NORTE	2,3	0,7	3,1	23,4
TOTAL CANARIAS	1,2	0,5	1,7	30,8

CONSUMO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN COMPARATIVO CON HOGARES. AÑO 2005

Porcentajes de H&R respecto al Total (Hogares + H&R)

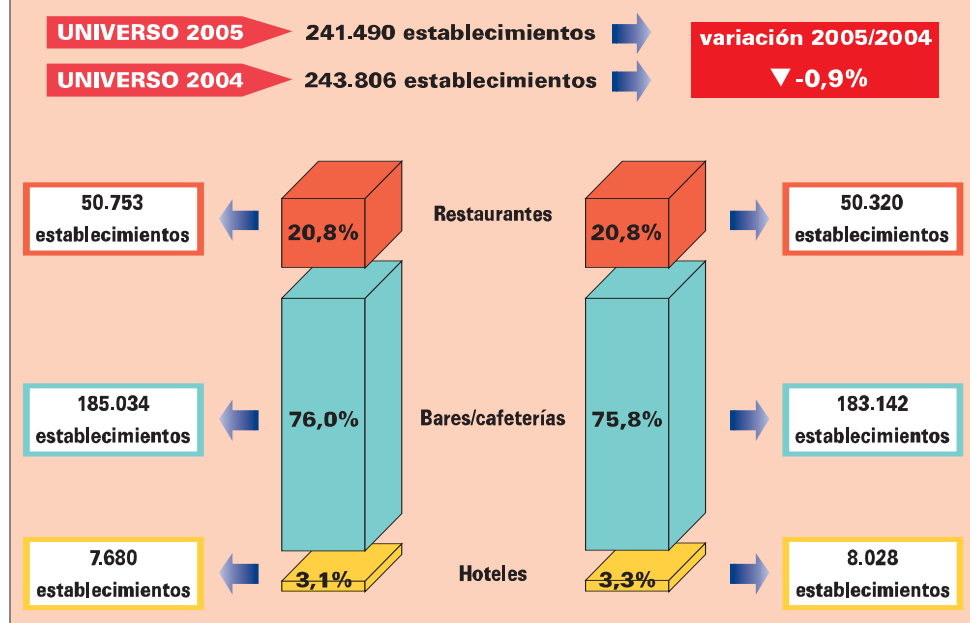


Se observa que la región con una importancia relativa más alta sigue siendo Canarias, seguida, con 6 puntos menos, de Andalucía, Noreste, Levante y Centro-Sur. Este año sigue teniendo la cifra más baja Castilla y León, seguida de Noroeste.

Hostelería/Restauración. Análisis por tipo de Establecimiento

Del universo de Hostelería-Restauración, recordamos que los hoteles representan el 3% del total de establecimientos, el 21% son restaurantes y el 76% lo componen bares/cafeorías, establecimientos de Fast Food, de entrega a domicilio, pubs, etc.

UNIVERSO DE ESTABLECIMIENTOS



Estructura del gasto según tipo de establecimientos

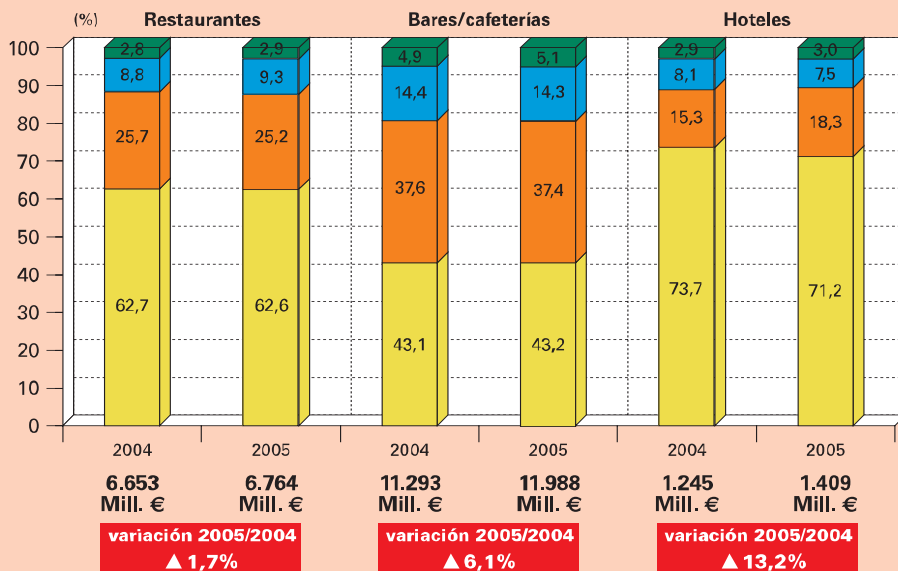
ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2005

	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	71,18	62,56	43,16	51,63
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	18,34	25,24	37,47	32,03
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	7,47	9,34	14,27	12,14
CAFÉS E INFUSIONES	3,01	2,85	5,10	4,20
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (%) SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO AÑO 2005

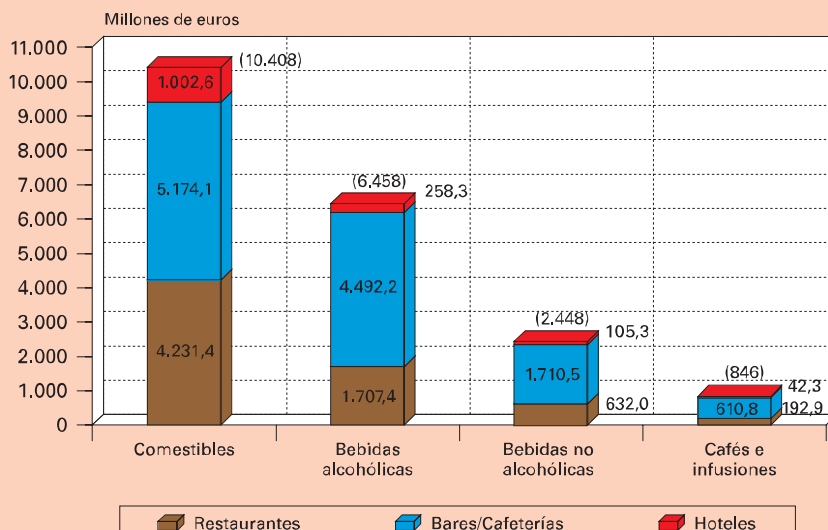
	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	9,6	40,7	49,7	100,0
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	4,0	26,4	69,6	100,0
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	4,3	25,8	69,9	100,0
CAFÉS E INFUSIONES	5,0	22,8	72,2	100,0
TOTAL	7,0	33,6	59,5	100,0

ESTRUCTURA DEL GASTO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO

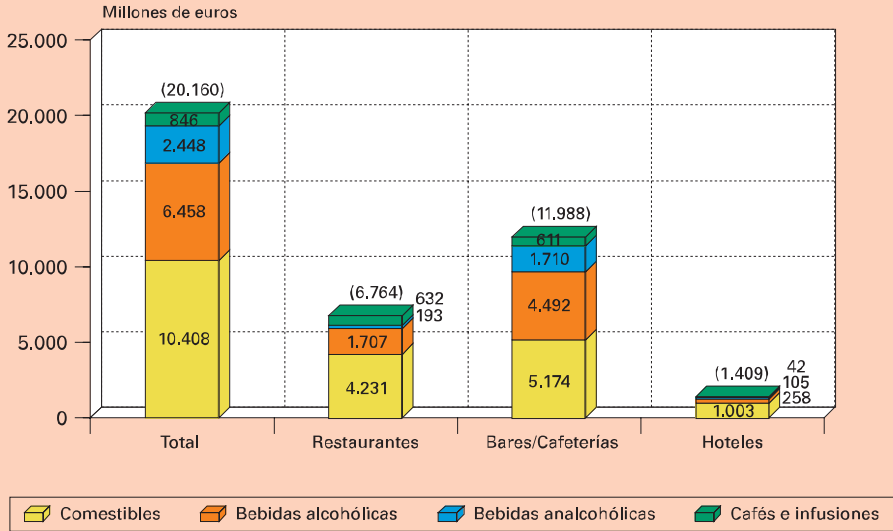


■ Comestibles
 ■ Bebidas alcohólicas
 ■ Bebidas analcohólicas
 ■ Cafés e infusiones

VALOR DE LAS COMPRAS DE COMESTIBLES Y BEBIDAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN Año 2005

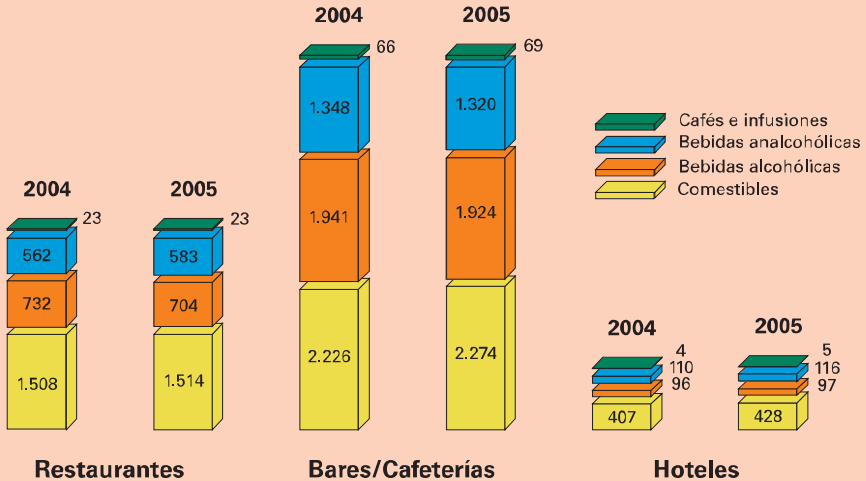


VALOR DE LAS COMPRAS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO Año 2005



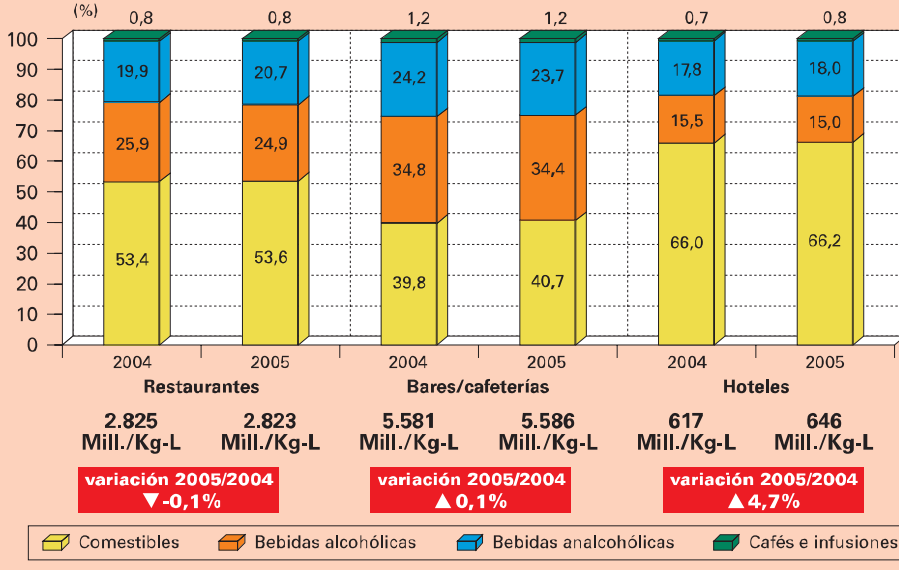
Estructura del consumo por tipo de establecimientos

CANTIDADES COMPRADAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN Millones de Kilos/Litros



ESTRUCTURA DE LA CANTIDAD POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO

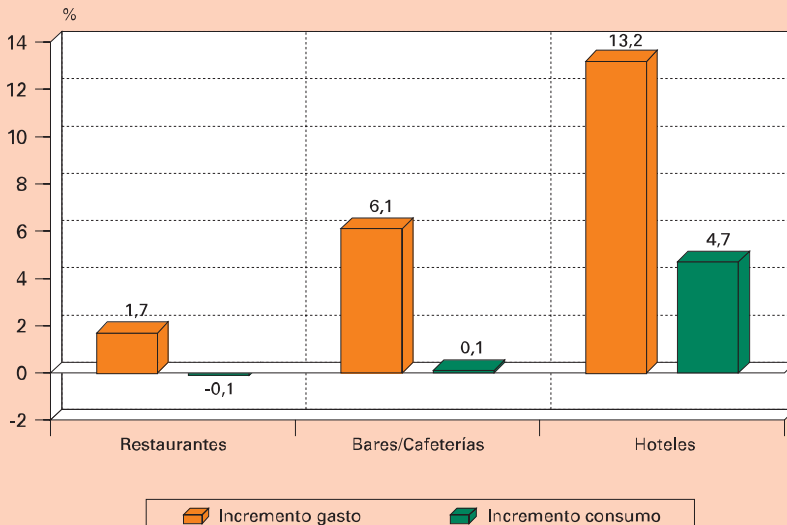
Porcentajes (%)



Evolución 2005/2004 según Tipo de Establecimiento

INCREMENTO DE CONSUMO Y GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

% 2005/2004



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

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
HUEVOS	500,57	547,52	528,32	503,80	2080,21
CARNE	113,81	123,59	122,55	120,52	480,47
PESCA	72,61	80,64	81,81	77,26	312,31
LECHE LÍQUIDA	136,00	148,31	139,71	142,94	566,96
OTRAS LECHE	2,33	2,70	2,21	2,59	9,83
DERIVADOS LÁCTEOS	57,00	60,43	64,64	56,74	238,81
PAN	96,17	95,89	97,52	89,31	378,89
BOLL., PAST., GALLET., CEREAL.	18,85	20,44	18,44	19,89	77,62
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	1,36	1,27	1,56	1,78	5,97
CAFÉS E INFUSIONES	22,72	24,43	24,96	24,66	96,77
ARROZ	9,21	9,32	8,99	8,04	35,56
PASTAS ALIMENTICIAS	6,24	5,11	3,90	3,55	18,80
AZÚCAR	25,18	27,27	27,33	26,42	106,21
MIEL	0,16	0,25	0,29	0,44	1,14
LEGUMBRES	7,49	7,79	5,63	6,50	27,41
ACEITES	63,60	60,56	64,32	72,16	260,64
AC. OLIVA	26,58	26,56	27,75	29,48	110,37
GIRASOL	31,78	29,65	33,04	36,31	130,77
MARGARINA	2,16	1,42	0,88	1,18	5,64
PATATAS FRESCAS	93,79	101,72	106,24	104,20	405,95
PATATAS CONGELADAS	11,26	10,35	11,63	9,53	42,77
PATATAS PROCESADAS	2,03	1,99	2,55	1,93	8,50
HORTALIZAS FRESCAS	103,22	108,89	109,50	108,59	430,19
FRUTAS FRESCAS	73,58	79,69	78,36	76,36	307,99
ACEITUNAS	9,62	9,92	7,97	7,99	35,50
FRUTOS SECOS	5,43	6,15	5,60	5,51	22,70
FRUTAS/HORTAL. TRANSFORM.	32,69	36,42	34,01	31,69	134,81
PLATOS PREPARADOS	5,77	4,91	4,66	4,30	19,64
CALDOS	0,30	0,29	0,13	0,26	0,98
SALSAS	10,51	11,87	12,12	11,06	45,57
VINO V.C.P.R.D.	60,48	73,64	67,70	60,44	262,26
VINO DE MESA	89,84	87,93	95,71	95,51	368,99
ESPUMOSOS Y CAVAS	4,28	4,06	5,04	8,71	22,09
OTROS VINOS	2,14	2,82	2,89	1,75	9,60
CERVEZAS	430,15	460,14	486,16	468,04	1844,49
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	36,42	35,25	37,24	35,83	144,75
SIDRA	14,75	13,10	10,54	16,14	54,52
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	65,61	61,39	70,47	61,67	259,14
ZUMO DE UVA/MOSTO	9,92	10,21	11,62	8,22	39,97
AGUA MINERAL	179,91	188,58	199,98	176,86	745,32
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	238,64	250,92	268,07	256,19	1013,82
OTROS PROD. EN PESO	17,57	15,88	16,67	17,50	67,62
OTROS PROD. EN VOLUMEN	4,49	4,85	4,07	4,27	17,69
TOTAL ALIMENTACIÓN	2.167,51	2.283,19	2.346,05	2258,30	9055,06

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

GASTOS POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de Euros

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
HUEVOS	42,32	47,18	44,55	44,17	178,22
CARNE	695,65	812,16	798,53	737,83	3044,18
PESCA	529,85	584,81	564,91	546,21	2225,78
LECHE LÍQUIDA	86,01	91,61	91,70	93,62	362,94
OTRAS LECHES	5,90	6,46	5,03	5,47	22,87
DERIVADOS LÁCTEOS	203,68	225,11	242,39	224,30	895,48
PAN	185,89	201,44	210,41	203,48	801,23
BOLL. PAST., GALL., CEREAL.	79,01	84,21	78,23	85,16	326,60
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	6,77	7,73	7,96	10,26	32,72
CAFÉS E INFUSIONES	194,61	205,39	219,79	226,25	846,04
ARROZ	9,06	9,81	8,84	8,04	35,75
PASTAS ALIMENTICIAS	7,63	7,38	4,60	4,08	23,69
AZÚCAR	43,55	43,54	45,05	42,72	174,87
MIEL	0,64	1,11	1,24	2,00	4,99
LEGUMBRES	12,47	11,44	10,41	10,29	44,60
ACEITES	113,69	107,08	115,02	128,57	464,36
AC. OLIVA	72,57	69,82	74,39	82,22	299,00
GIRASOL	34,43	30,91	35,91	37,10	138,35
MARGARINA	5,03	4,51	2,59	2,38	14,50
PATATAS FRESCAS	50,48	53,48	58,33	54,05	216,34
PATATAS CONGELADAS	11,67	10,01	9,76	8,43	39,87
PATATAS PROCESADAS	8,41	9,46	13,18	10,80	41,85
HORTALIZAS FRESCAS	131,18	140,56	137,80	138,62	548,17
FRUTAS FRESCAS	72,07	86,20	82,20	78,45	318,92
ACEITUNAS	25,26	25,68	23,36	26,20	100,49
FRUTOS SECOS	27,49	30,51	27,71	27,49	113,19
FRUTAS/HORT. TRANSFORM.	39,67	44,21	37,81	38,01	159,70
PLATOS PREPARADOS	16,86	15,63	15,73	14,24	62,46
CALDOS	0,78	0,79	0,49	0,86	2,92
SALSAS	24,51	23,88	23,35	22,23	93,96
VINO V.C.P.R.D.	296,00	382,81	342,43	305,56	1326,80
VINO DE MESA	143,03	131,83	138,35	143,21	556,42
ESPUMOSOS Y CAVAS	21,98	23,09	28,52	43,46	117,05
OTROS VINOS	8,85	11,93	11,10	7,62	39,50
CERVEZAS	615,48	701,72	719,83	702,63	2739,67
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	389,03	403,23	398,03	397,70	1587,99
SIDRA	21,78	18,42	12,88	20,77	73,86
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	93,11	102,17	107,26	98,36	400,90
ZUMO DE UVA/MOSTO	11,60	14,01	13,78	11,32	50,71
AGUA MINERAL	79,67	88,53	91,00	77,43	336,63
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	395,49	420,11	455,41	439,25	1710,25
OTROS PROD. EN PESO	15,45	14,06	14,04	14,00	57,54
OTROS PROD. EN VOLUMEN	3,81	4,58	3,97	4,28	16,63
TOTAL ALIMENTACIÓN	4.713,81	5.193,87	5.203,77	5.048,47	20.159,92

LA ALIMENTACIÓN EN INSTITUCIONES

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

Se advierte, que las Fuerzas Armadas no participan en las encuestas y para corregir esta carencia se ha incrementado la parte proporcional que correspondería a su gasto y consumo. Debido a que a partir del año 2002 se ha suprimido el Servicio Militar obligatorio, se estima que la parte proporcional correspondiente al ejército en la actualidad es de un 8% del total institucional, por lo que se añade a los resultados finales para tenerlos contemplados.

Valor gastado

El valor de adquisición de los alimentos para abastecer Centros Institucionales en 2005 ha sido de 1.475,3 millones de euros. En el último año ha habido un ascenso respecto al año pasado de 10,9 %, el más alto dentro de los tres sectores estudiados. Con respecto al quinquenio también se ha encontrado un aumento importante, cifrado en un 6% medio anual.

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

PRODUCTOS	Millones						2005/04 %	2005/00 % TVI
	2000	2001	2002	2003	2004	2005		
COMESTIBLES	1.007,8	1.072,5	1.170,8	1.151,6	1.234,1	1.364,0	10,5	6,2
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	35,1	25,2	23,7	24,8	28,7	36,7	28,1	0,9
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	42,6	36,1	34,8	38,5	52,3	54,4	3,9	5,0
CAFÉS E INFUSIONES	22,2	21,6	18,6	18,0	15,6	18,7	20,5	-3,3
TOTAL	1.107,6	1.155,4	1.247,9	1.232,9	1.330,7	1.475,3	10,9	5,9

La estructura del gasto dedicado a la compra de alimentos y bebidas en la restauración institucional tiene distinta proporción que en la restauración comercial. Sin embargo, se asemeja bastante a Hogares por la importancia de los comestibles aunque es un poco mayor en las Instituciones, que también se caracterizan por la pequeña participación que destinan a bebidas con y sin alco-

hol en contraposición al sector de Hostelería y Restauración en el que predomina el gasto en dichos productos.

Cantidades compradas

La cantidad comprada de alimentos durante el año 2005 asciende a 949,16 millones de kg/litros de alimentos y bebidas. Aumenta en un 3,8% con respecto al año 2004 y un 1,2% medio anual en el quinquenio 2000-05.

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

Entre las carnes hay que destacar una proporción grande del consumo de pollo, con un 28,5% del total carnes compradas por las instituciones, cuando sólo es del 25,50% y del 18,5% respectivamente en Hogares y Hostelería-Restauración. También es importante la proporción del vacuno mayor con respecto al total vacuno, que se estima en un 32%, mientras en Hogares y H/R se mueve entre el 7 y el 8%.

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

En los derivados lácteos destaca la importancia de las compras de yogur, que en este sector representa el 59%, mientras sólo es el 11,3% en la H/R y el 30,3% en Hogares.

Las compras de aceite de oliva representa un 40,8% del total de aceites (casi 10 puntos más que el año anterior) y el aceite de girasol representa el 56% del total aceites.

En frutas y hortalizas frescas el consumo es discreto, siendo su importancia relativa dentro de la cantidad comprada total, similar al de Hogares y por tanto más alto que el que se encuentra en la Restauración Comercial.

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

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

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

En el capítulo de bebidas analcohólicas, tanto el consumo de agua mineral con la cifra más alta (42,3 millones de litros, que representan el 51% dentro del grupo) como el de zumos (20,2 millones de litros, 24,3% del total de analco-

hólicas) representan en proporciones relativas con respecto al total del grupo cifras mayores que las que se encuentran en el sector de Hogares y de la Hostelería Comercial. Sin embargo, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes (20,60 millones de litros, 25%) no alcanza la importancia relativa que tiene en los otros dos sectores.

La evolución de las compras en el último quinquenio ha sido de 1,3% de incremento medio anual, para el total alimentación. Destacan, por haber tenido mayores aumentos, los platos preparados con un 23,6% medio anual (se man-

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA EN EL CONSUMO DE INSTITUCIONES

Kilos/Litros/Unidades (Huevos)

PRODUCTOS	Millones						2005/04 %	2005/00 % TVI
	2000	2001	2002	2003	2004	2005		
HUEVOS	312,51	288,02	266,25	329,18	323,95	293,66	-9,4	-1,2
CARNES Y TRANSFORMADOS	82,39	89,76	93,53	92,91	90,87	104,52	15,0	4,9
PRODUCTOS DE PESCA	38,31	38,12	35,96	32,70	37,30	41,21	10,5	1,5
LECHE LÍQUIDA	112,84	102,16	98,34	89,59	95,31	90,58	-5,0	-4,3
DERIVADOS LÁCTEOS	52,03	48,70	46,15	48,93	57,83	59,45	2,8	2,7
PAN	50,63	40,63	40,01	44,96	44,98	41,61	-7,5	-3,8
GALL., BOLL., PASTELERÍA	12,95	13,82	11,56	12,06	9,90	11,95	20,7	-1,6
CHOCOLATE/CACAO/SUC.	1,41	1,17	1,43	1,26	1,68	1,93	15,0	6,4
CAFÉ, SUCED., INFUSIONES	2,77	2,89	2,21	2,44	1,99	2,64	32,6	-0,9
ARROZ	10,94	9,86	9,95	10,29	10,33	11,19	8,3	0,5
PASTAS ALIMENTICIAS	7,93	9,22	10,43	10,37	10,90	11,60	6,4	7,9
AZÚCAR	7,78	6,32	5,39	4,92	4,73	5,83	23,2	-5,6
LEGUMBRES SECAS	12,03	11,11	11,30	13,17	12,38	16,42	32,6	6,4
ACEITES	30,20	26,87	28,17	27,81	29,19	30,65	5,0	0,3
MARGARINA	1,60	1,22	0,78	0,84	0,92	0,98	7,4	-9,3
PATATAS	96,65	121,61	114,92	108,23	100,19	94,25	-5,9	-0,5
HORTALIZAS FRESCAS	74,76	80,67	80,46	84,36	87,24	83,52	-4,3	2,2
FRUTAS FRESCAS	92,56	114,54	115,30	115,87	110,38	108,64	-1,6	3,3
ACEITUNAS	1,82	1,29	2,25	1,32	1,29	2,05	58,8	2,3
FRUTOS SECOS	0,30	0,37	0,38	0,32	0,35	0,46	32,4	9,2
FRUTAS Y HORT. TRANSFORM.	39,04	46,49	46,13	54,74	52,49	61,57	17,3	9,5
PLATOS PREPARADOS	10,47	16,88	21,44	24,79	29,59	30,24	2,2	23,6
VINOS	8,95	7,68	6,91	7,84	7,28	9,53	31,0	1,3
CERVEZAS	12,22	6,72	7,61	4,94	6,80	8,71	28,1	-6,5
SIDRA	0,18	0,18	0,14	0,25	0,26	0,25	-3,7	7,1
OTROS BEB. ALCOHÓLICAS	1,01	0,42	0,39	0,52	0,46	0,61	32,2	-9,6
ZUMOS	22,29	20,02	19,97	19,38	19,05	20,18	6,0	-2,0
AGUAS MINERALES	54,54	37,04	29,71	37,71	37,54	42,26	12,6	-5,0
GASEOSAS Y REFRESCOS	14,92	14,93	14,40	16,42	17,41	20,60	18,3	6,7
TOTAL	890,13	910,71	887,33	905,42	914,34	949,16	3,81	1,29

tienen los primeros del ranking por cuarto año consecutivo), seguidos por frutas y hortalizas transformadas con 9,5%, frutos secos (9,2%), pastas alimenticias, la sidra (7,1%), y las gaseosa y beb. Refrescantes (6,7%).

Las que más han disminuido en el quinquenio han sido las bebidas de alta graduación (-9,6%), la margarina (-9,3%), las cervezas (-6,5%), el azúcar (-5,6%) y el agua mineral (-5%).

Evolución del consumo trimestral a lo largo del año 2005

INSTITUCIONES. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2005

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
GASTO (MILL. DE EUROS)	401,98	400,28	266,17	406,88	1.475,31
CANTIDAD (MILL. KG/L)	256,01	254,47	175,01	263,67	949,15
PRECIO (EUROS/KG/L)	1,57	1,57	1,52	1,54	1,55

INSTITUCIONES. PORCENTAJE A LO LARGO DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL AÑO 2005

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2005
GASTO (% del total anual)	27,2	27,1	18,0	27,6	100,0
CANTIDAD (% del total anual)	27,0	26,8	18,4	27,8	100,0
PRECIO (Euro/kg/l) *	1,0	1,2	-2,2	-0,7	-

* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual de 1,55 euros/kg/l.

Consumo en los Centros de enseñanza

Al estudiar el consumo en los Centros de Enseñanza por un lado y en el Resto de Instituciones (Total Instituciones-Centros de Enseñanza) por otro, se observa, que en los Centros de Enseñanza se consume casi el 37% de todas las Instituciones.

Para poder comparar las cifras de los Centros de Enseñanza con el Resto de las Instituciones, se calcula el porcentaje de las cantidades compradas de cada grupo de alimentos con respecto a la cantidad total comprada en cada una de las segmentaciones. Estas cifras que son porcentajes, son las que comparamos para decidir cuanto más o menos se consume en los Centros de Enseñanza.

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN 2005 INSTITUCIONES - CENTROS DE ENSEÑANZA

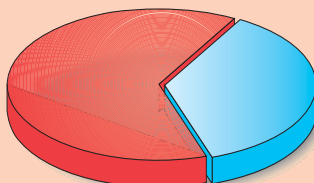
**TOTAL CONSUMO
INSTITUCIONES. 2005**

949,2 MILLONES DE KGS.

variación 2005/2004

▲ 3,8%

602 Millones
de Kg/Litro:
63,4%



347 Millones
de Kg/Litro:
36,6%



Resto



Enseñanza

**MAYOR consumo en centros
de enseñanza que en el resto
de Instituciones**

1. Chocolate

2. Pastas alimenticias

3. Bebidas refrescantes

4. Legumbres

5. Derivados lácteos

6. Platos preparados

**MENOR consumo en centros
de enseñanza que en el resto
de Instituciones**

1. Bollería/pastelería

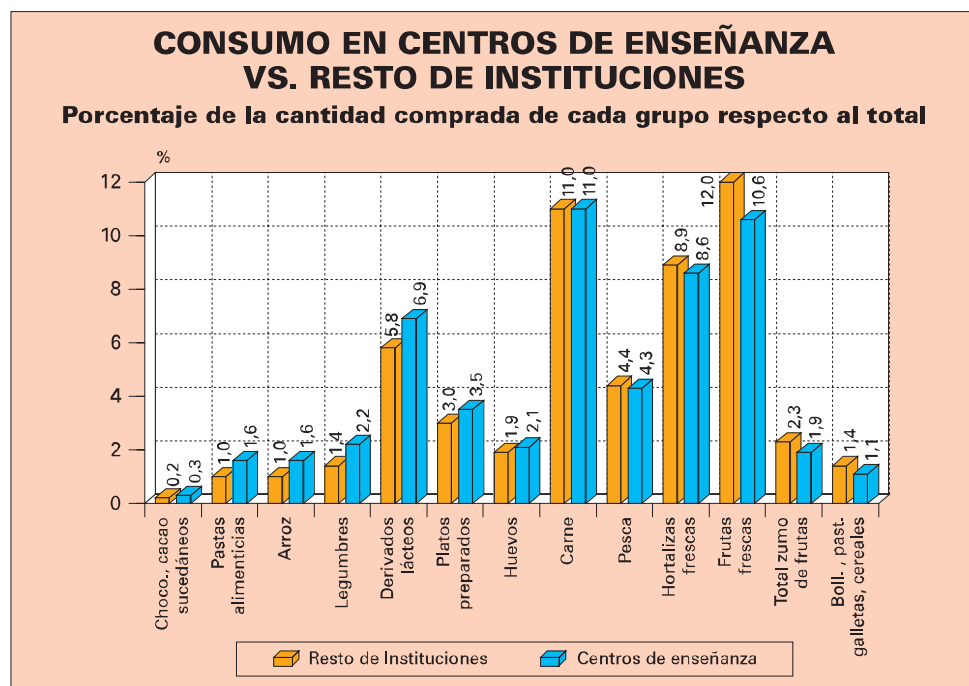
2. Zumos de frutas

3. Frutas frescas

Los productos que se compran en mayor medida en estos Centros al compararlos con el Resto de las Instituciones han sido ordenados de mayor a menor: chocolates, pastas alimenticias, arroz legumbres, derivados lácteos, platos preparados y huevos. En 2005, el consumo de carne y pescados ha sido similar al del Resto de Instituciones. Los productos que se compran proporcionalmente menos, ordenados de mayor a menor diferencia en los Centros de Enseñanza han sido: galletas/bollería/pastelería, los zumos de frutas, las frutas frescas y las hortalizas frescas.

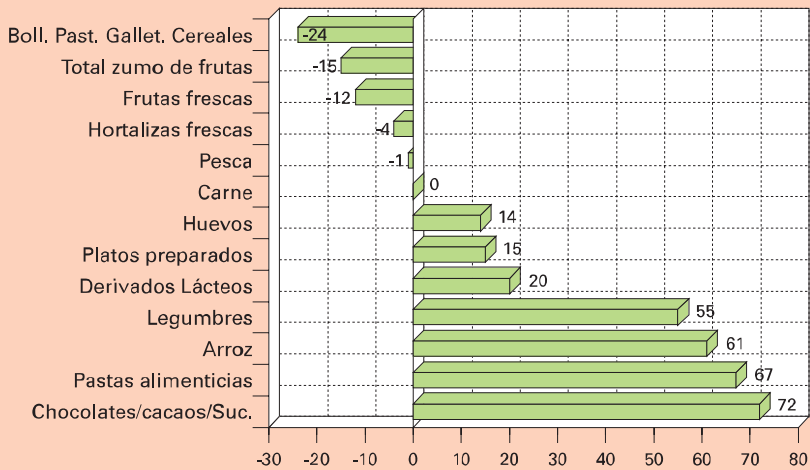
Es importante señalar, que el que las diferencias sean más o menos grandes, no quiere decir que se consuma más de las más grandes, ni menos de las diferencias negativas, ya que es una medida totalmente relativa. Como se puede observar, los productos que se consumen en mayor cantidad, en ambas divisiones son: las carnes, las frutas frescas, las hortalizas frescas, los derivados lácteos y los productos de la pesca.

Hay resultados coincidentes con los del año 2004 , en el que se ponía de manifiesto que las frutas frescas eran proporcionalmente menos consumidas en los Centros de Enseñanza, mientras que los postres lácteos tienen mayor proporción en ellos, que también se compran más legumbres, arroz y pastas, que en el Resto. La carne y el pescado tienen cifras próximas en los dos tipos de Instituciones.



CONSUMO EN CENTROS DE ENSEÑANZA VS. RESTO DE INSTITUCIONES

% Centros de enseñanza / Resto Instituciones



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

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

INSTITUCIONES CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	1 ^{er} Trim. 05	2 ^o Trim. 05	3 ^{er} Trim. 05	4 ^o Trim. 05	Año 2005
HUEVOS	76,94	85,95	50,34	80,43	293,66
CARNE	30,12	26,33	17,85	30,22	104,52
PESCA	11,81	9,61	8,06	11,74	41,21
LECHE LÍQUIDA	23,37	23,91	19,38	23,93	90,58
OTRAS LECHES	0,15	0,16	0,11	0,11	0,53
DERIVADOS LÁCTEOS	16,25	17,17	9,61	15,90	58,92
PAN	12,12	12,02	6,11	11,36	41,61
BOLL., PAS., GALL., CEREAL.	3,15	3,18	2,39	3,23	11,95
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,46	0,79	0,31	0,38	1,93
CAFÉS E INFUSIONES	0,83	0,65	0,45	0,70	2,64
ARROZ	2,61	3,96	1,66	2,96	11,19
PASTAS ALIMENTICIAS	3,77	3,12	1,81	2,90	11,60
AZÚCAR	1,58	1,47	1,29	1,49	5,83
MIEL	0,03	0,02	0,01	0,01	0,07
LEGUMBRES	5,37	4,33	1,68	5,04	16,42
ACEITES	7,28	9,37	5,48	8,53	30,65
AC. OLIVA	3,18	3,95	2,30	3,07	12,50
GIRASOL	3,68	5,32	3,03	5,22	17,25
MARGARINA	0,26	0,28	0,12	0,32	0,98
PATATAS FRESCAS	17,16	16,51	12,01	22,61	68,29
PATATAS CONGELADAS	2,56	1,13	1,91	2,45	8,05
PATATAS PROCESADAS	0,92	0,87	0,97	0,82	3,58
HORTALIZAS FRESCAS	24,88	20,91	15,96	21,78	83,52
FRUTAS FRESCAS	27,43	30,40	20,92	29,89	108,64
ACEITUNAS	0,32	0,57	0,56	0,59	2,05
FRUTOS SECOS	0,07	0,10	0,12	0,17	0,46
FRUTAS/HORT. TRANSFORM.	17,56	17,25	11,07	15,69	61,57
PLATOS PREPARADOS	9,40	7,24	4,75	8,85	30,24
CALDOS	0,25	0,20	0,13	0,21	0,79
SALSAS	0,45	0,84	0,54	0,52	2,34
VINO V.C.P.R.D.	0,32	0,44	0,44	0,47	1,68
VINO DE MESA	1,95	1,92	1,60	1,82	7,30
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,02	0,13	0,11	0,22	0,48
OTROS VINOS	0,01	0,01	0,04	0,01	0,07
CERVEZAS	1,95	2,80	1,67	2,29	8,71
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,11	0,25	0,15	0,10	0,61
SIDRA	0,03	0,05	0,04	0,14	0,25
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	5,47	5,06	4,75	4,89	20,18
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,66	0,71	0,31	0,04	1,72
AGUA MINERAL	10,16	12,24	6,17	13,69	42,26
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	3,79	6,62	5,03	5,16	20,60
OTROS PROD. EN PESO	2,93	2,87	2,06	3,42	11,29
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,53	0,70	0,60	0,60	2,42
TOTAL ALIMENTACIÓN	256,01	254,47	175,01	263,67	949,15

INSTITUCIONES GASTO POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de euros

	1 ^{er} Trim. 05	2 ^o Trim. 05	3 ^{er} Trim. 05	4 ^o Trim. 05	Año 2005
HUEVOS	6,53	6,84	4,20	6,38	23,95
CARNE	107,77	97,72	64,29	108,67	378,44
PESCA	52,49	44,16	33,39	54,82	184,86
LECHE LÍQUIDA	12,60	13,79	10,70	13,02	50,11
OTRAS LECHES	0,42	0,41	0,30	0,35	1,49
DERIVADOS LÁCTEOS	28,67	30,87	17,75	25,24	102,53
PAN	18,49	23,25	10,98	18,43	71,15
BOLL., PAST., GALL., CEREAL.	11,00	12,83	9,00	12,18	45,00
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	1,83	2,53	1,84	2,05	8,26
CAFÉS E INFUSIONES	6,09	5,77	3,65	4,73	20,24
ARROZ	2,51	3,48	1,48	2,57	10,04
PASTAS ALIMENTICIAS	3,02	2,51	1,41	2,39	9,34
AZÚCAR	2,34	2,16	1,65	1,87	8,01
MIEL	0,12	0,07	0,06	0,06	0,31
LEGUMBRES	5,84	4,57	1,87	5,07	17,35
ACEITES	11,68	16,01	8,19	14,45	50,34
AC. OLIVA	8,00	10,16	5,49	9,29	32,94
GIRASOL	3,29	5,73	2,54	4,89	16,45
MARGARINA	0,54	0,74	3,07	0,79	5,15
PATATAS FRESCAS	7,15	7,47	4,28	8,48	27,38
PATATAS CONGELADAS	2,52	1,04	1,41	2,16	7,13
PATATAS PROCESADAS	1,71	2,78	2,84	1,93	9,26
HORTALIZAS FRESCAS	27,26	19,38	15,52	22,49	84,66
FRUTAS FRESCAS	24,60	28,87	18,37	26,87	98,71
ACEITUNAS	0,69	1,33	0,79	1,29	4,10
FRUTOS SECOS	0,34	0,79	0,35	0,78	2,26
FRUTAS/HORT. TRANSFORM.	18,02	16,17	12,11	16,67	62,98
PLATOS PREPARADOS	25,32	19,05	13,87	23,35	81,59
CALDOS	0,84	0,67	0,45	0,65	2,62
SALSAS	0,99	1,55	1,26	1,00	4,80
VINO V.C.P.R.D.	0,91	2,08	1,24	2,17	6,40
VINO DE MESA	2,02	1,97	1,70	1,98	7,67
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,09	0,60	0,42	1,01	2,13
OTROS VINOS	0,03	0,04	0,08	0,07	0,21
CERVEZAS	2,33	3,93	2,24	2,89	11,39
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	1,27	2,83	1,37	1,14	6,62
SIDRA	0,04	0,08	0,06	0,21	0,39
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	4,15	4,98	3,73	3,90	16,76
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,42	0,53	0,23	0,06	1,24
AGUA MINERAL	2,10	3,85	2,48	4,77	13,20
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	4,30	9,13	5,41	5,58	24,42
OTROS PROD. EN PESO	2,96	3,55	1,98	3,71	12,20
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,40	0,45	0,36	0,69	1,90
TOTAL ALIMENTACIÓN	401,98	400,28	266,17	406,88	1.475,31

CENTRO DE ENSEÑANZA CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de Kg/Litros/Unidades

	1 ^{er} Trim. 05	2 ^o Trim. 05	3 ^{er} Trim. 05	4 ^o Trim. 05	Año 2005
HUEVOS	36,41	35,23	7,94	36,84	116,42
CARNE	12,89	9,59	3,44	12,36	38,28
PESCA	4,94	3,48	1,88	4,70	15,00
LECHE LÍQUIDA	5,35	5,10	2,86	6,45	19,76
OTRAS LECHES	0,06	0,12	0,05	0,07	0,30
DERIVADOS LÁCTEOS	7,27	7,98	1,86	7,02	24,12
PAN	5,12	5,23	1,06	4,08	15,49
BOLL., PAST., GALL., CEREAL.	0,70	1,14	0,46	1,35	3,65
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,22	0,45	0,08	0,22	0,96
CAFÉS E INFUSIONES	0,31	0,24	0,09	0,34	0,98
ARROZ	1,47	2,17	0,31	1,44	5,39
PASTAS ALIMENTICIAS	1,81	2,00	0,45	1,43	5,69
AZÚCAR	0,37	0,46	0,12	0,52	1,48
MIEL	0,01	0,01	0,00	0,01	0,03
LEGUMBRES	2,68	2,33	0,35	2,40	7,76
ACEITES	3,32	4,81	0,88	3,22	12,23
AC. OLIVA	1,28	2,03	0,29	1,36	4,97
GIRASOL	1,92	2,78	0,59	1,70	6,99
MARGARINA	0,09	0,05	0,02	0,07	0,23
PATATAS FRESCAS	7,67	6,55	2,14	8,80	25,15
PATATAS CONGELADAS	1,64	0,54	0,47	1,53	4,17
PATATAS PROCESADAS	0,36	0,49	0,12	0,38	1,35
HORTALIZAS FRESCAS	11,65	7,07	2,56	8,42	29,70
FRUTAS FRESCAS	11,08	10,89	3,10	11,62	36,69
ACEITUNAS	0,13	0,34	0,15	0,23	0,85
FRUTOS SECOS	0,04	0,06	0,05	0,09	0,24
FRUTAS/HORT. TRANSFORM.	7,30	8,23	2,52	6,72	24,77
PLATOS PREPARADOS	4,42	2,73	1,12	3,79	12,06
CALDOS	0,07	0,08	0,02	0,07	0,24
SALSAS	0,29	0,57	0,17	0,30	1,33
VINO V.C.P.R.D.	0,22	0,21	0,11	0,13	0,67
VINO DE MESA	0,63	0,42	0,14	0,49	1,69
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,01	0,04	0,02	0,07	0,15
OTROS VINOS	0,00	0,00	0,02	0,01	0,03
CERVEZAS	1,07	0,80	0,39	0,98	3,25
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,06	0,07	0,03	0,03	0,19
SIDRA	0,01	0,01	0,00	0,02	0,04
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	1,49	2,27	1,06	1,79	6,62
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,30	0,60	0,22	0,02	1,13
AGUA MINERAL	4,11	6,29	1,54	6,47	18,40
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	1,82	3,46	2,05	2,63	9,96
OTROS PROD. EN PESO	1,02	1,19	0,66	1,65	4,53
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,21	0,34	0,12	0,22	0,90
TOTAL ALIMENTACIÓN	105,67	102,05	33,46	105,99	347,16

CENTRO DE ENSEÑANZA GASTO POR TRIMESTRES

AÑO 2005

Millones de euros

	1 ^{er} Trim. 05	2 ^o Trim. 05	3 ^{er} Trim. 05	4 ^o Trim. 05	Año 2005
HUEVOS	2,94	2,68	0,60	2,80	9,02
CARNE	47,75	35,93	12,31	44,73	140,71
PESCA	21,19	15,04	5,86	20,08	62,16
LECHE LÍQUIDA	2,97	3,17	1,62	3,59	11,35
OTRAS LECHES	0,19	0,29	0,13	0,20	0,81
DERIVADOS LÁCTEOS	11,42	14,85	3,96	11,36	41,60
PAN	7,04	9,49	1,79	6,26	24,58
BOLL., PAST., GALL., CEREAL.	3,35	4,54	2,00	5,40	15,28
CHOCOLATES/CACAO/SUC.	0,93	1,35	0,87	1,18	4,32
CAFÉS E INFUSIONES	1,41	1,85	0,63	1,91	5,81
ARROZ	1,50	2,02	0,31	1,35	5,18
PASTAS ALIMENTICIAS	1,47	1,62	0,40	1,23	4,71
AZÚCAR	0,45	0,57	0,22	0,51	1,75
MIEL	0,07	0,05	0,02	0,03	0,16
LEGUMBRES	2,86	2,49	0,40	2,42	8,17
ACEITES	5,22	7,98	1,31	6,00	20,52
AC. OLIVA	3,34	5,13	0,82	4,00	13,29
GIRASOL	1,79	2,85	0,50	1,83	6,96
MARGARINA	0,17	0,14	0,04	0,20	0,54
PATATAS FRESCAS	3,41	3,12	0,83	3,70	11,06
PATATAS CONGELADAS	1,57	0,54	0,43	1,34	3,88
PATATAS PROCESADAS	0,85	1,82	0,45	1,04	4,16
HORTALIZAS FRESCAS	13,52	6,74	2,60	9,22	32,08
FRUTAS FRESCAS	10,02	10,24	2,81	9,95	33,02
ACEITUNAS	0,32	0,79	0,18	0,50	1,80
FRUTOS SECOS	0,18	0,52	0,18	0,41	1,29
FRUTAS/HORT. TRANSFORM.	6,36	6,65	2,63	6,67	22,31
PLATOS PREPARADOS	12,22	7,70	3,51	10,78	34,20
CALDOS	0,21	0,31	0,09	0,21	0,82
SALSAS	0,63	1,05	0,49	0,59	2,77
VINO V.C.P.R.D.	0,57	0,96	0,19	0,61	2,32
VINO DE MESA	0,69	0,46	0,17	0,56	1,88
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,06	0,19	0,05	0,28	0,58
OTROS VINOS	0,01	0,01	0,03	0,03	0,08
CERVEZAS	1,11	1,09	0,41	1,18	3,79
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,77	0,89	0,19	0,28	2,13
SIDRA	0,01	0,02	0,01	0,03	0,06
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	1,02	1,77	0,82	1,36	4,97
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,19	0,45	0,15	0,03	0,82
AGUA MINERAL	0,85	1,90	0,66	2,41	5,82
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	2,12	5,20	2,39	2,94	12,66
OTROS PROD. EN PESO	1,06	1,23	0,68	1,02	3,98
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,14	0,22	0,10	0,16	0,63
TOTAL ALIMENTACIÓN	168,61	157,49	52,36	164,52	542,98

