

*V. La alimentación  
en el sector  
extradoméstico 2006*



## 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 24,6%, 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, 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.

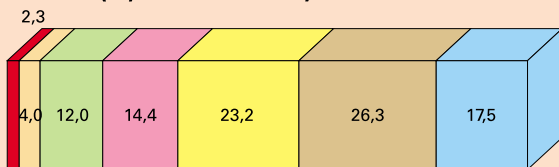
Estos tipos de establecimientos vienen apoyados por los cambios sociales, la influencia de las modas y por la crisis económica, que condiciona a un sector de consumidores a buscar los precios más bajos de la restauración rápida.

Según el estudio del **Observatorio del Consumo y la Distribución Agroalimentaria** (OCDA) en el año 2006, el consumidor español suele comer o cenar una media de dos días al mes en restaurantes tradicionales y menos de una ocasión al mes (0,8) en los de comida rápida. Existen grandes diferencias entre personas que nunca comen/cenan en restaurantes tradicionales (17,5%) y de los que nunca comen/cenan en restaurantes de comida rápida (61,7%). Si se excluye a los entrevistados que nunca van a los restaurantes, la frecuencia media de comer fuera del hogar sube a 2,5 veces al mes en el restaurante tradicional y a 2,1 vez al mes en los restaurantes de comida rápida. Por edades existe algunas diferencias, los más jóvenes acostumbra a salir a comer fuera de casa más veces que los mayores, tanto en los restaurantes de tipo tradicional, como los de concepción moderna.

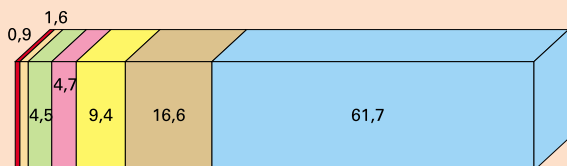
## FRECUENCIA MENSUAL CON QUE SUELE COMER EN DIFERENTES ESTABLECIMIENTOS

Habitualmente ¿Con qué frecuencia suele comer/cenar en restaurantes tradicionales y/o restaurantes de comida rápida (Burger, Pizzeria, establecimientos de bocadillos o sandwiches)?

(%) Consumidores; Base: 4.006



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



2,0

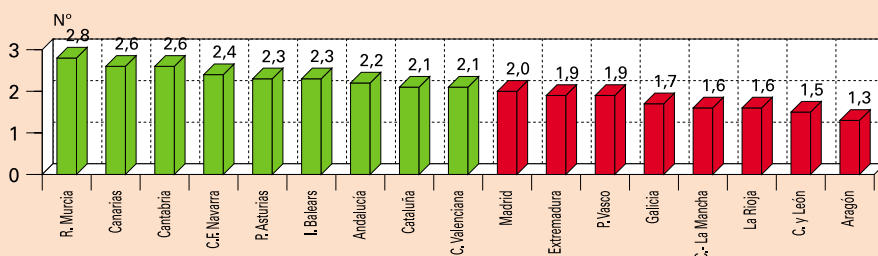
Restaurantes comida rápida



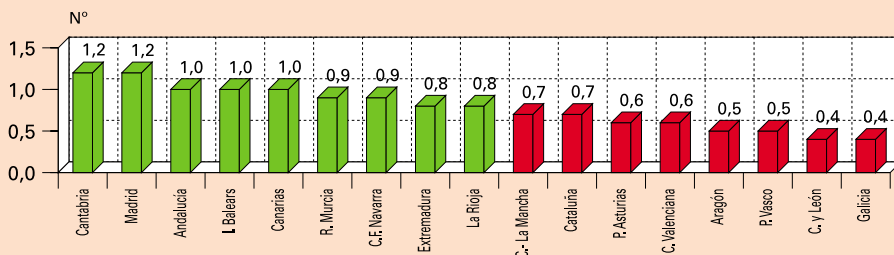
0,8

Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.

## FRECUENCIA MEDIA MENSUAL CON QUE SUELEN COMER EN RESTAURANTES TRADICIONALES



## FRECUENCIA MEDIA MENSUAL CON QUE SUELEN COMER EN RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA



Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.

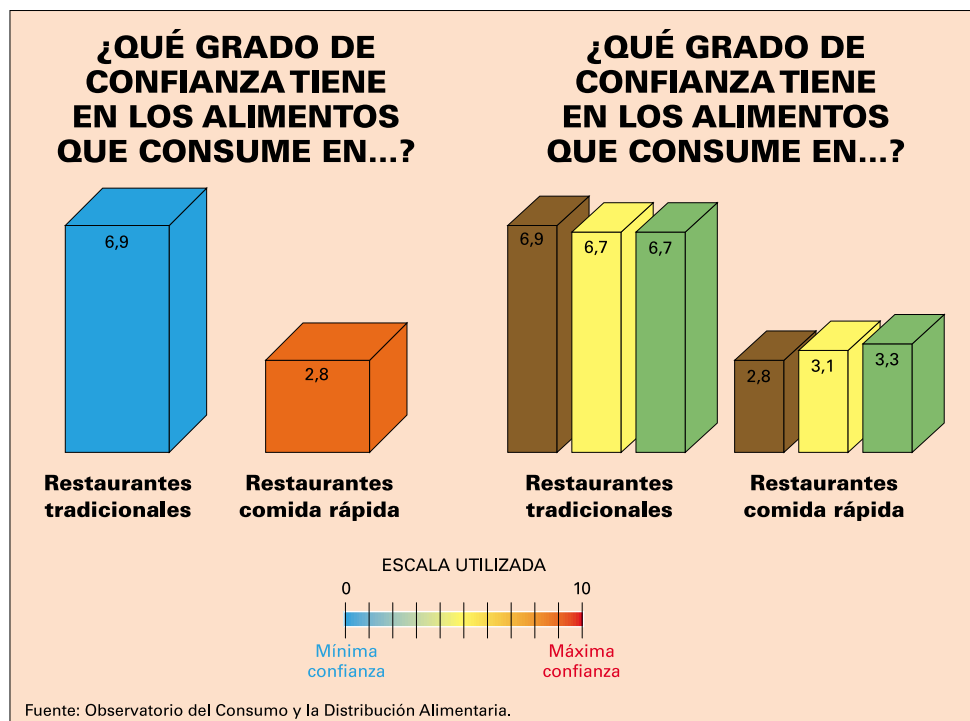
Por CC.AA., los murcianos son los que más veces comen/cenan en restaurantes tradicionales (2,8 veces al mes) y los aragoneses los que menos (1,3 veces al mes). Los cántabros y madrileños son los que más visitan los restaurantes de comida rápida (1,2 veces al mes) frente a los gallegos y los castellano-leoneses que son los que menos visitan este tipo de establecimientos (0,4 veces al mes).

La frecuencia de visita está estrechamente relacionada con la **confianza** en los diferentes tipos de establecimientos. Los alimentos consumidos en restaurantes tradicionales transmiten mucha más confianza a los españoles (6,9 sobre 10) que los que se consumen en establecimientos de comida rápida (2,8 sobre 10).

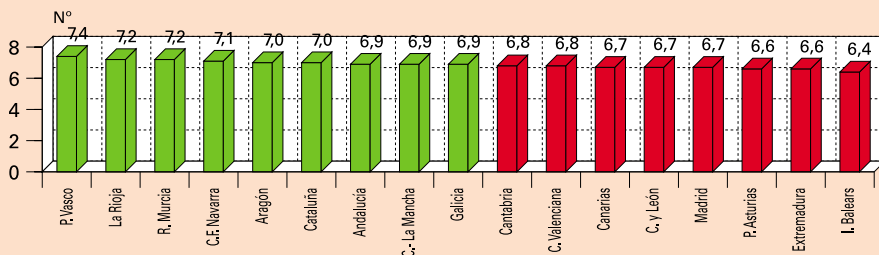
Comparando los resultados con los de años anteriores se observa un ligero aumento de confianza en los restaurantes tradicionales y un ligero descenso en los restaurantes de comida rápida.

Por edad, a medida que aumenta la edad disminuye la confianza en los alimentos consumidos en los establecimientos de restauración tanto tradicional como de comida rápida.

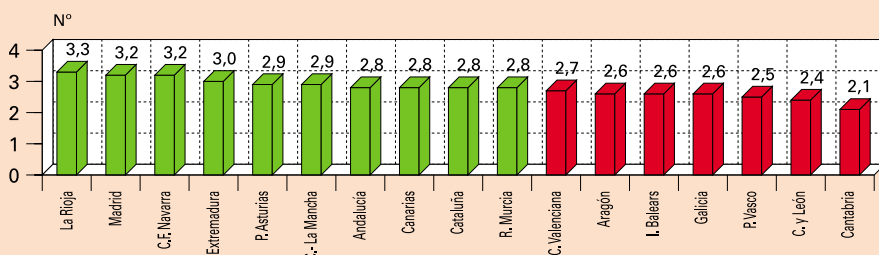
Por CC.AA., los vascos son los que más confían en los alimentos consumidos en restaurantes tradicionales y los entrevistados de Baleares los que menos. En cuanto a los establecimientos de comida rápida, los riojanos son los que más confianza muestran en los establecimientos de comida rápida y los cántabros los que menos.



## ¿QUÉ GRADO DE CONFIANZA TIENE EN LOS ALIMENTOS QUE CONSUME EN RESTAURANTES TRADICIONALES?



## ¿QUÉ GRADO DE CONFIANZA TIENE EN LOS ALIMENTOS QUE CONSUME EN RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA?



Fuente: Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.

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.

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.

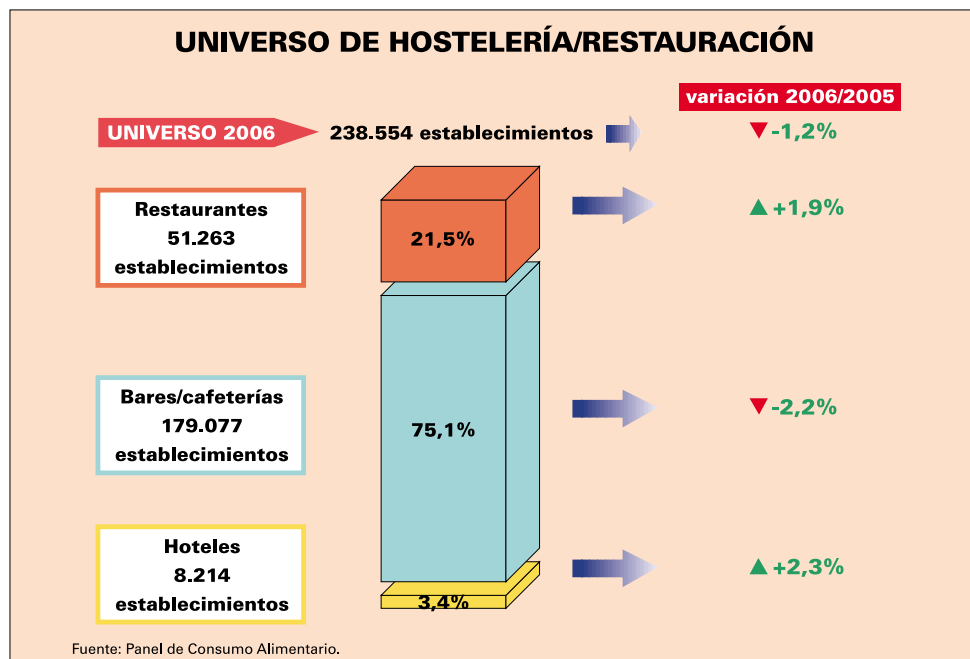
El sector privado de empresas de catering sirve a comedores colectivos (enseñanza, empresas, hospitales, residencias, instituciones, etc.) a medios de transporte (catering aéreo y ferroviario) y también a la restauración comercial.

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 2006 se ha establecido en 238.554, un 1,2% menor que en el año 2005, según fuentes del INE y del DIRCE.

Los Restaurantes han representado el 21,5% del total, los bares/cafeeterías el 75,1% y los hoteles han sido el 3,4%. Los establecimientos que han disminuido en número han sido los bares/cafeeterías que han bajado un -2,2%, mientras los hoteles y restaurantes han aumentado alrededor del 2% cada uno.



## Valor de las compras

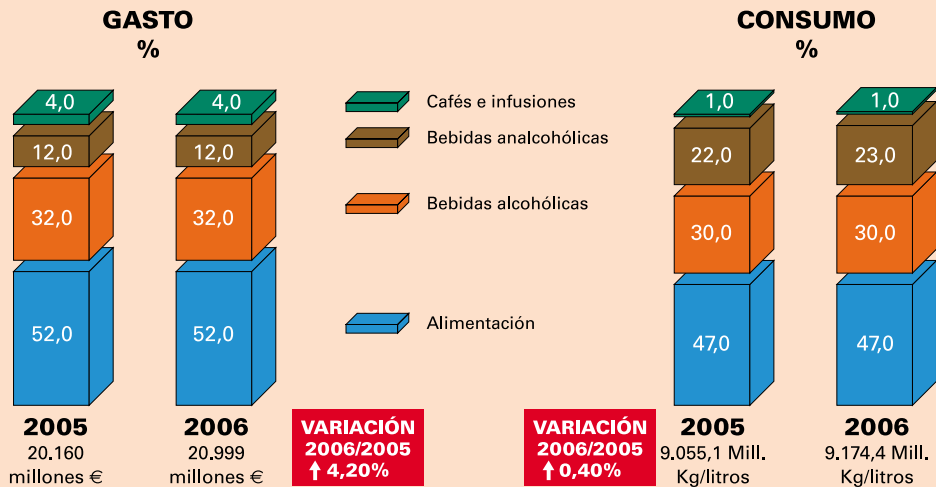
El sector de Hostelería-Restauración se ha gastado en el año 2006 en torno a 20.990 millones de euros. Lo que representa un incremento del 4,2% en moneda corriente y un 1,1% aproximadamente a precios constantes, con respecto al año anterior.

Esta cifra se refiere a lo que se ha gastado el sector, pero el montante correspondientes a las ventas realizadas por dicho sector (1), se estima que ha sido del orden de un 60% más, alrededor de 33.500 millones de euros.

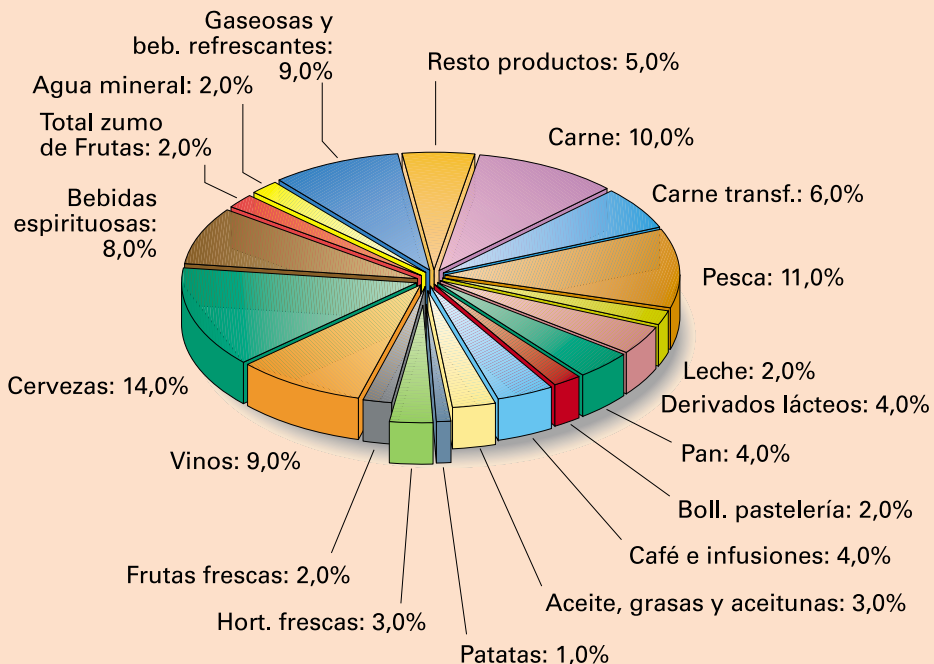
(1) La cifra que se da se refiere a lo que habrá gastado aproximadamente el consumidor en la Hostelería/Restauración.



## ESTRUCTURA DEL GASTO Y DEL CONSUMO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS



## ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL. AÑO 2006



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

(Total en millones de euros)

PRODUCTOS	Millones						2006/05	2006/01
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	%	% TVI
COMESTIBLES	7.801,18	8.512,86	8.929,12	9.944,09	10.408,17	11.017,84	5,9	7,1
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	5.130,74	5.165,31	5.552,60	6.148,72	6.457,92	6.639,56	2,8	5,3
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1.978,63	2.140,31	2.240,94	2.315,00	2.447,79	2.543,73	3,9	5,2
CAFÉS E INFUSIONES	636,53	666,58	734,11	782,73	846,04	798,02	-5,7	4,6
<b>TOTAL</b>	<b>15.547,08</b>	<b>16.485,06</b>	<b>17.456,76</b>	<b>19.190,54</b>	<b>20.159,92</b>	<b>20.999,15</b>	<b>4,2</b>	<b>6,2</b>

El valor de las compras de alimentos en Hostelería y Restauración aumenta en el período 2006/01 a razón de un 6,2% 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 9.174,4 miles de toneladas con un incremento del 1,3% respecto a 2005. En este sentido, destacan los aumentos de compras, ordenadas de mayor a menor:

- Patatas congeladas (27,4%)
- Legumbres (17,7%)
- Galletas/bollería/pastelería (10,7%)
- Pastas Alimenticias (10,4%)
- Platos preparados (8,2%)
- Carnes (6,8%)
- Frutas frescas (6,6%)
- Arroz (6,4%)
- Pan (6,2%)
- Aceite de oliva (5,0%)

Los productos que han bajado sus compras han sido:

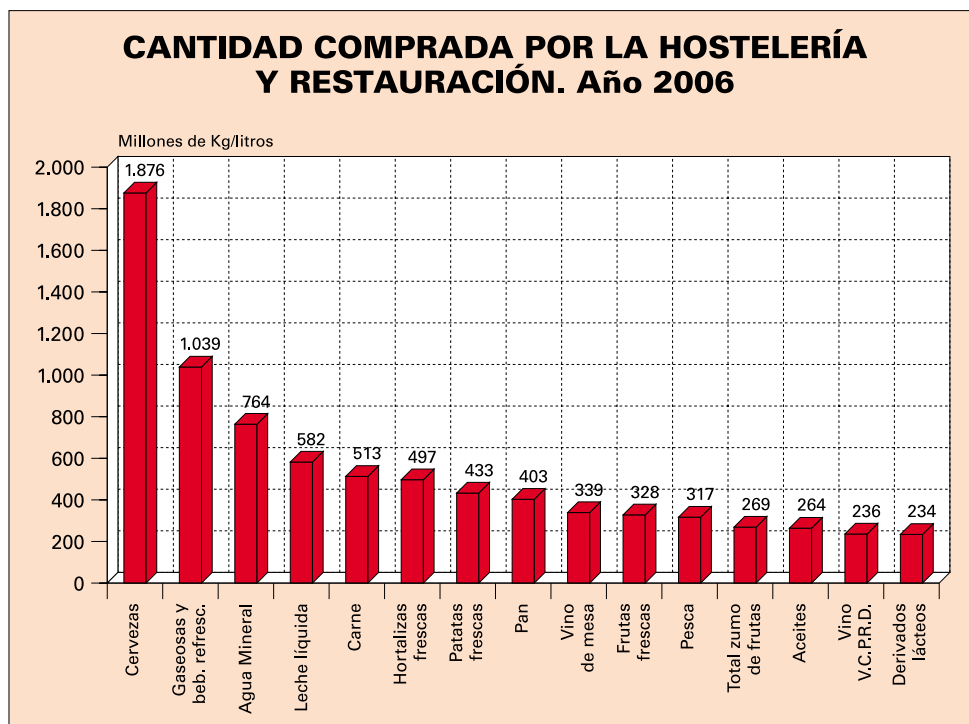
- Margarina (-40,5%)
- Patatas procesadas (-14,0%)
- Vino de C.P.R.D. (-10,1%)
- Vino de mes (-8,1%)

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

Kilos/Litros/Docenas (Huevos)

PRODUCTOS	Millones						2006/05 %	2006/01 % TVI
	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
HUEVOS	150,7	145,6	155,4	169,2	173,4	161,4	-6,9	1,4
CARNES Y TRANSFORMADOS	410,7	415,1	433,8	479,8	480,5	513,3	6,8	4,6
PRODUCTOS PESCA	303,2	328,1	315,9	332,3	312,3	317,2	1,6	0,9
LECHE LÍQUIDA	534,9	566,2	571,6	553,1	576,8	581,9	0,9	1,7
DERIVADOS LÁCTEOS	219,6	225,4	246,0	257,6	238,8	233,6	-2,2	1,2
PAN	265,7	296,9	331,4	365,5	378,9	402,6	6,2	8,7
GALL., BOLL. Y PASTELERÍA	45,4	56,4	64,5	73,8	77,6	85,9	10,7	13,6
CHOC., CACAO Y SUC.	5,7	6,2	6,1	5,1	6,0	6,2	4,0	1,6
CAFÉ, SUCED. E INFUSIONES	78,4	79,4	88,3	93,1	96,8	90,3	-6,7	2,9
ARROZ	34,6	33,3	34,9	37,6	35,6	37,8	6,4	1,8
PASTAS ALIMENTICIAS	20,5	20,1	20,0	23,9	18,8	20,7	10,4	0,3
AZÚCAR	93,9	97,3	107,7	103,1	106,2	102,0	-4,0	1,7
MIEL	0,7	0,6	1,0	0,9	1,1	1,0	-7,7	7,5
LEGUMBRES SECAS	33,3	29,4	27,7	27,4	27,4	32,3	17,7	-0,6
ACEITES	207,6	204,6	208,3	232,0	260,6	263,8	1,2	4,9
MARGARINA	4,5	4,4	7,1	7,1	5,6	3,4	-40,5	-5,5
PATATAS	443,6	464,2	451,9	481,4	491,2	497,3	1,2	2,3
HORTALIZAS FRESCAS	334,1	365,8	380,1	418,2	430,2	432,8	0,6	5,3
FRUTAS FRESCAS	240,9	256,3	262,2	290,6	308,0	328,3	6,6	6,4
ACEITUNAS	39,1	41,8	40,4	36,5	35,5	33,1	-6,8	-3,3
FRUTOS SECOS	20,7	20,8	24,9	25,6	22,7	21,3	-6,4	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANS.	109,5	116,8	119,3	127,8	134,8	132,1	-2,0	3,8
PLATOS PREPARADOS	15,8	14,1	18,5	20,9	19,6	21,2	8,2	6,1
VINOS	686,9	668,9	646,2	695,8	662,9	606,4	-8,5	-2,5
CERVEZAS	1.653,9	1.637,6	1.729,8	1.834,5	1.844,5	1.876,3	1,7	2,6
SIDRA	65,0	64,7	58,8	56,3	54,5	58,5	7,4	-2,1
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	158,7	136,1	151,4	153,7	144,7	148,2	2,4	-1,4
ZUMOS	253,5	256,3	284,7	272,4	259,1	269,0	3,8	1,2
AGUAS MINERALES	747,3	796,0	776,6	732,4	745,3	764,4	2,6	0,5
GASEOSAS Y REFRESCOS	1.041,2	988,8	1.010,0	1.015,5	1.013,8	1.039,0	2,5	-0,0
<b>TOTAL</b>	<b>8.307,9</b>	<b>8.429,7</b>	<b>8.666,3</b>	<b>9.022,9</b>	<b>9.055,1</b>	<b>9.174,4</b>	<b>1,3</b>	<b>2,0</b>

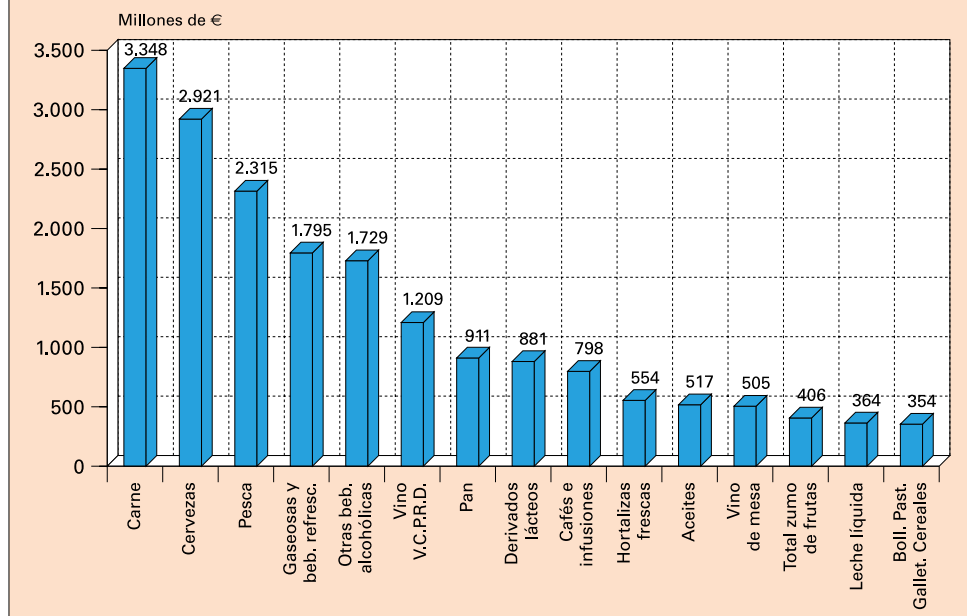
- Miel (-7,7%)
- Huevos (-6,9%)
- Aceitunas (-6,8%)
- Cafés/Infusiones (-6,7%)
- Frutos secos (-6,4%)
- Salsas (-5,0%)



### **Evolución Trimestral del consumo y el gasto a lo largo del año 2006**

Al analizar las cantidades compradas en los cuatro trimestres, se observa que han sido el segundo y tercer trimestre los que han tenido un mayor consumo, al igual que en 2004 y 2005. Por otra parte, el máximo gasto en estas compras se ha realizado en el cuarto trimestre, seguido por el tercero, el segundo y en el que menos gasto ha habido ha sido en el primero.

## GASTO REALIZADO POR LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2006



### HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2006

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
GASTO (MILLONES DE €)	4.906,98	5.311,08	5.363,43	5.417,66	20.999,15
CANTIDAD (MILL. DE KG)	2.199,17	2.332,69	2.361,24	2.281,33	9.174,42
PRECIO (PTS./KG/L)	2,23	2,28	2,27	2,38	2,29

### HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. PORCENTAJE A LO LARGO DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL AÑO 2006

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
GASTO	23,4	25,3	25,5	25,8	100,0
CANTIDAD	24,0	25,4	25,7	24,9	100,0
PRECIO *	-2,5	-0,4	-0,6	3,8	-

\* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual 2,29 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 2006

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías
NORESTE	48.439	25,8	27,3	18,2
LEVANTE	32.065	7,7	16,4	12,7
ANDALUCÍA	40.164	16,4	13,2	18
CENTRO-SUR	41.690	16,6	13,2	18,7
CASTILLA Y LEÓN	16.500	6,8	3,3	8
NOROESTE	26.696	12,2	8,1	12
NORTE	20.514	9,4	8,6	8,6
CANARIAS	12.486	5,1	9,9	3,8
<b>TOTAL</b>	<b>238.554</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

#### CENSO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

% de cada tipo de establecimiento sobre el total regional  
Año 2006

	Nº de Establecimiento	Hoteles	Restaurantes	Bares y Cafeterías	Total
NORESTE	48.439	4,4	29,0	66,6	100
LEVANTE	32.065	1,9	26,2	71,9	100
ANDALUCÍA	40.164	3,4	16,8	79,8	100
CENTRO-SUR	41.690	3,3	16,2	80,5	100
CASTILLA Y LEÓN	16.500	3,4	10,2	86,4	100
NOROESTE	26.696	3,7	15,6	80,7	100
NORTE	20.514	3,8	21,4	74,8	100
CANARIAS	12.486	3,2	40,6	56,2	100
<b>TOTAL</b>	<b>238.554</b>	<b>3,4</b>	<b>75,1</b>	<b>21,5</b>	<b>100</b>

#### GASTO REALIZADO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

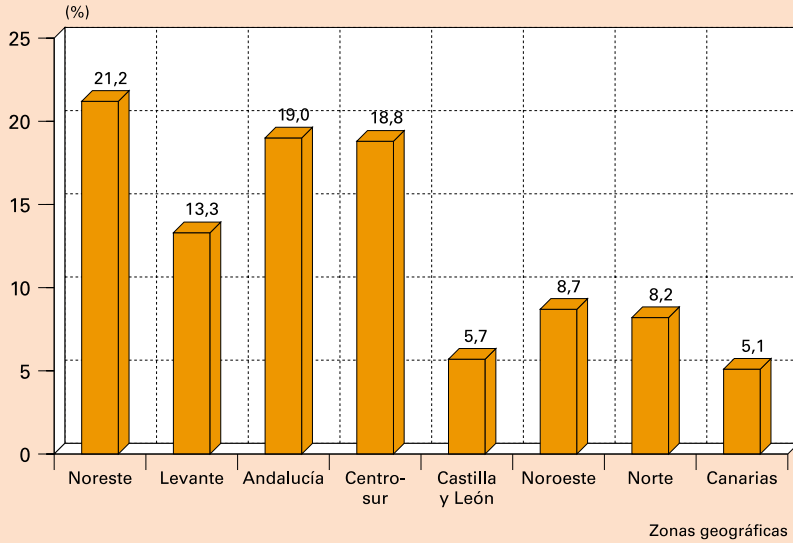
AÑO 2006

Millones de euros

	Noreste	Levante	Andalucía	Centro-Sur	Castilla y León	Noroeste	Norte	Canarias
COMESTIBLES	2.542,74	1.775,93	2.111,01	1.953,83	539,84	715,60	788,99	611,91
BEB. ALCOHÓLICAS	1.166,42	687,57	1.276,71	1.419,85	424,30	759,26	605,50	299,95
BEB. NO ALCOHÓLICAS	519,20	221,11	497,60	461,14	180,41	271,43	265,24	127,59
CAFÉS E INFUSIONES	233,78	108,55	108,90	114,86	48,88	92,50	63,52	27,03
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>4.462,15</b>	<b>2.793,15</b>	<b>3.994,21</b>	<b>3.949,68</b>	<b>1.193,43</b>	<b>1.838,79</b>	<b>1.723,25</b>	<b>1.066,49</b>

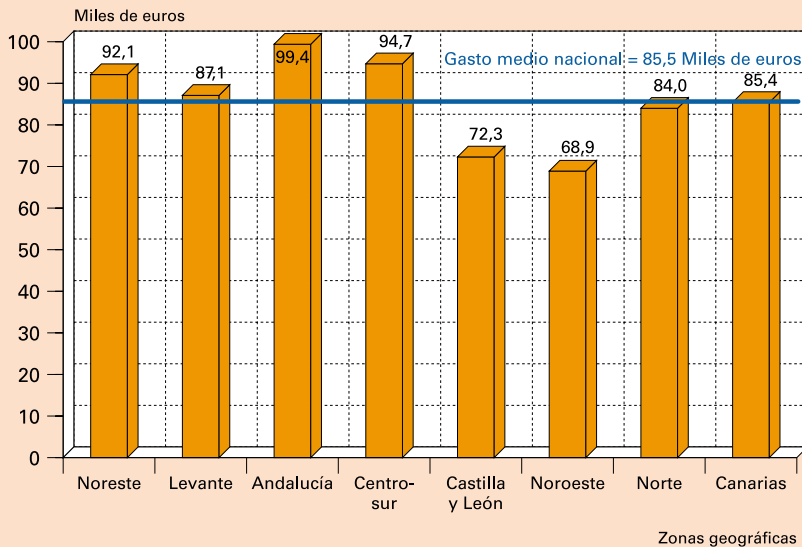
## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. Año 2006

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



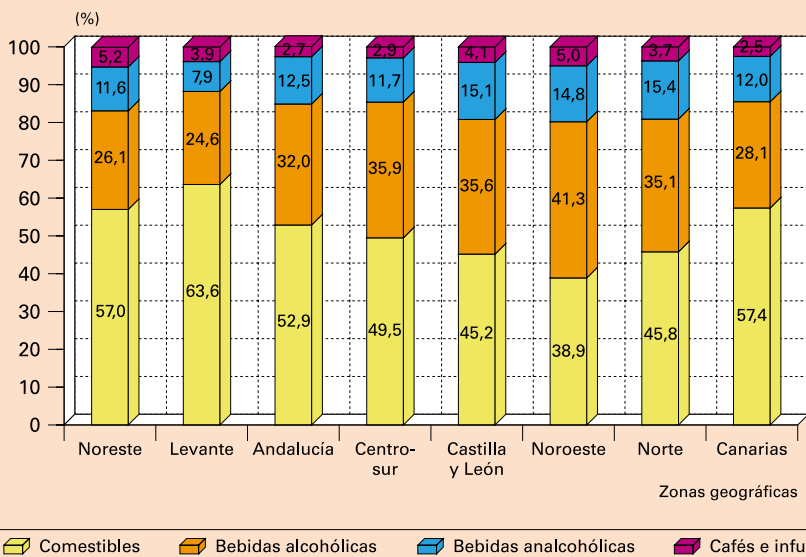
## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2006

### Gasto medio por establecimiento, según las regiones



## GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2006

### 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

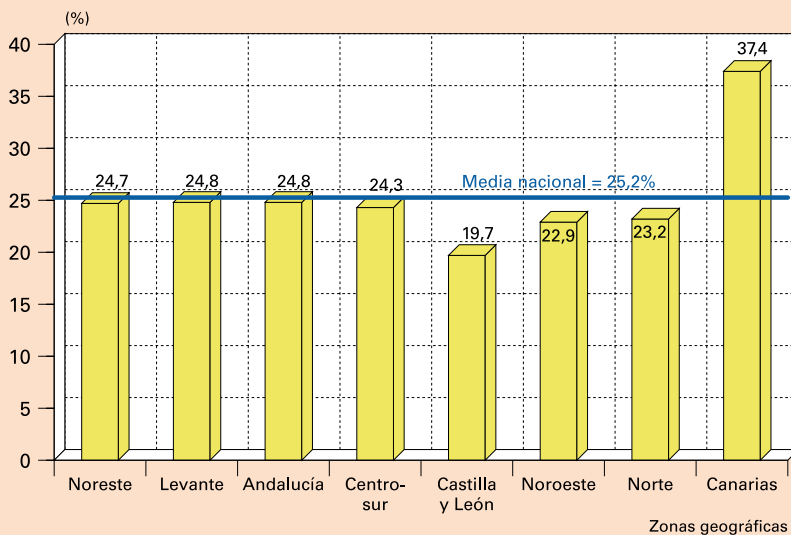
### IMPORTANCIA DEL CONSUMO DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN COMPARADO CON EL DE HOGARES. SEGÚN REGIONES 2006

	Consumo Hogares millones de t	Consumo Host.- Restaur. millones de t	Total Millones de t	Host.-Restaur. Total %
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>28,2</b>	<b>9,2</b>	<b>37,4</b>	<b>24,5</b>
NORESTE	6,0	2,0	8,0	24,7
LEVANTE	3,6	1,2	4,8	24,8
ANDALUCÍA	5,4	1,8	7,2	24,8
CENTRO-SUR	5,3	1,7	7,0	24,3
CASTILLA Y LEÓN	1,9	0,5	2,4	19,7
NOROESTE	2,7	0,8	3,5	22,9
NORTE	2,4	0,7	3,1	23,2
TOTAL CANARIAS	0,9	0,5	1,4	37,4



## CONSUMO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN COMPARATIVO CON HOGARES. AÑO 2006

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

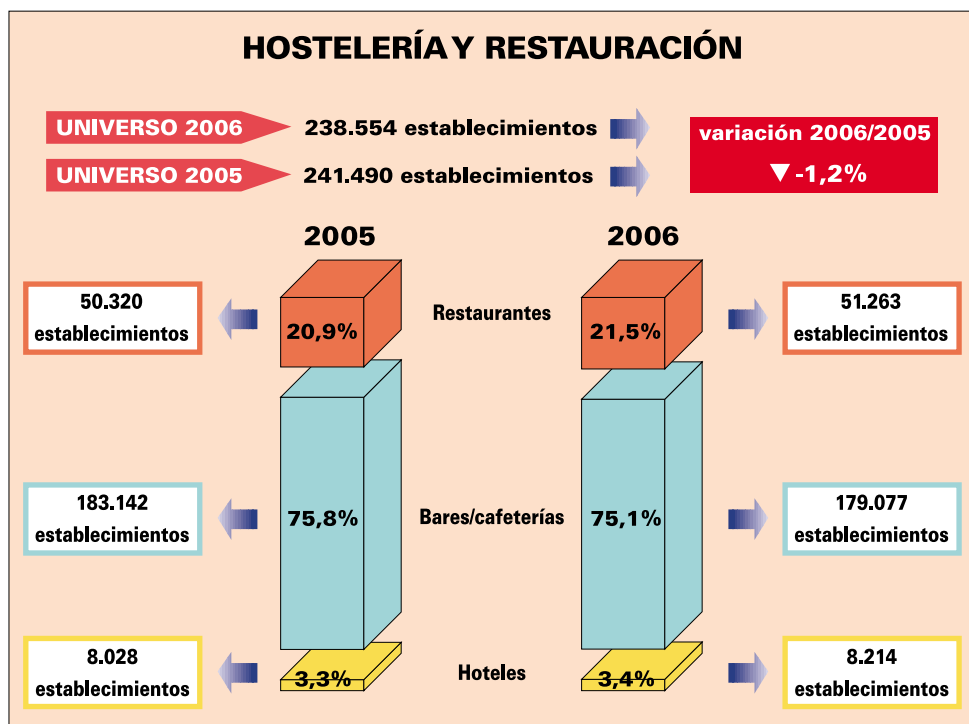


de establecimientos y la clase de estos, se relaciona con el consumo en Hogares y se compara que región tiene más alto este índice, basado en el porcentaje que representa las cantidades compradas por el sector Hotelero con respecto a la suma de ambos.

Se observa que la región con una importancia relativa más alta sigue siendo Canarias, seguida, con 12,6 puntos menos, de Andalucía y Levante. 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 3,5% del total de establecimientos, el 21,5% son restaurantes y el 75% lo componen bares/cafeeterías, establecimientos de Fast Food, de entrega a domicilio, pubs, etc. Han crecido los Restaurantes y algo los Hoteles y han disminuido los Bares/Cafeeterías.



*Estructura del gasto según tipo de establecimientos*

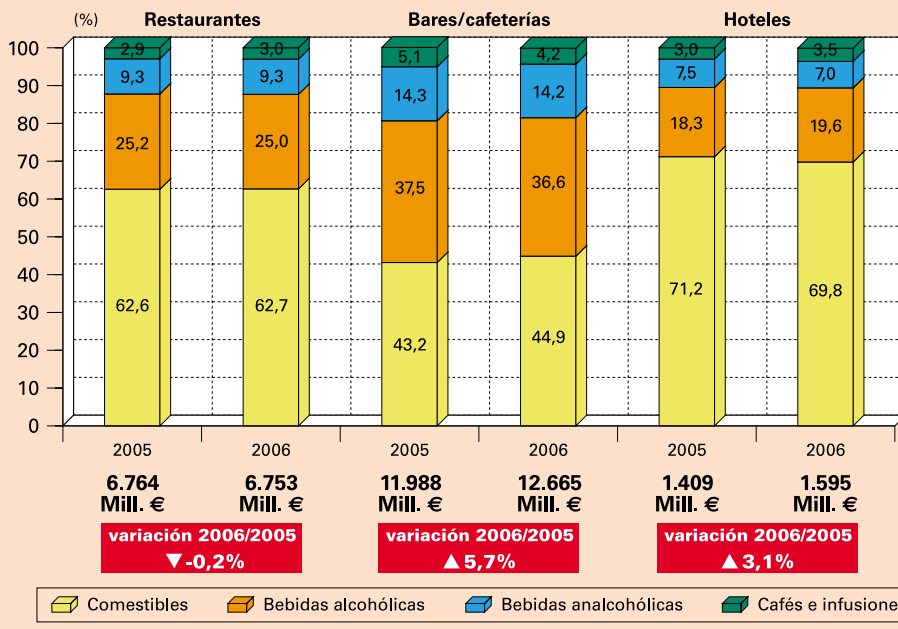
#### ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. AÑO 2006

	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	69,85	62,71	44,89	52,52
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	19,56	24,95	36,64	31,59
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	7,04	9,32	14,22	12,10
CAFÉS E INFUSIONES	3,55	3,01	4,25	3,80
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

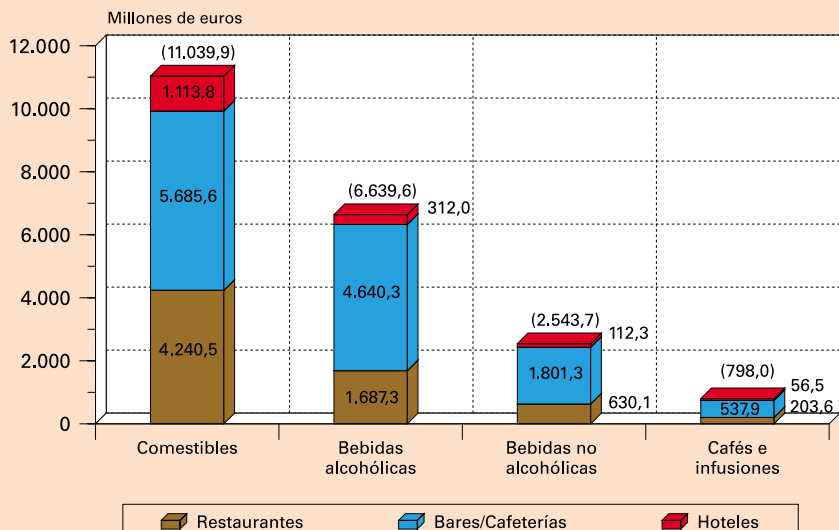
#### DISTRIBUCIÓN DEL VALOR DE LAS COMPRAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN (%) SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO AÑO 2006

	Hoteles	Restaurante	Bar / Cafetería	Total
ALIMENTACIÓN	10,1	38,4	51,5	100,0
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	4,7	25,4	69,9	100,0
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	4,4	24,8	70,8	100,0
CAFÉS E INFUSIONES	7,1	25,5	67,4	100,0
<b>TOTAL</b>	<b>7,6</b>	<b>32,2</b>	<b>60,2</b>	<b>100,0</b>

## ESTRUCTURA DEL GASTO POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO

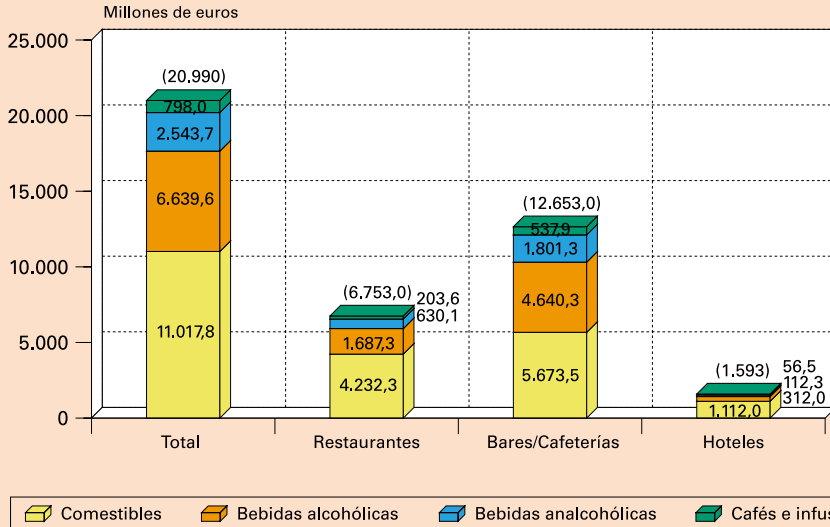


## VALOR DE LAS COMPRAS DE COMESTIBLES Y BEBIDAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN Año 2006



## VALOR DE LAS COMPRAS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO

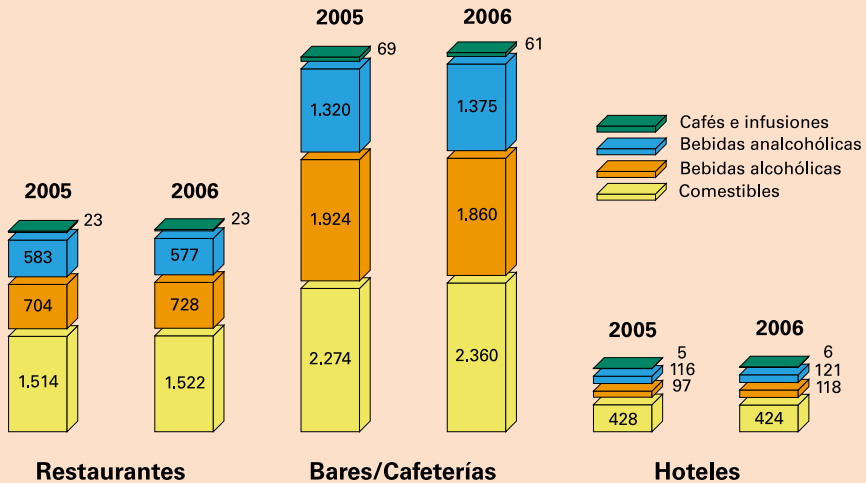
Año 2006



*Estructura del consumo por tipo de establecimiento*

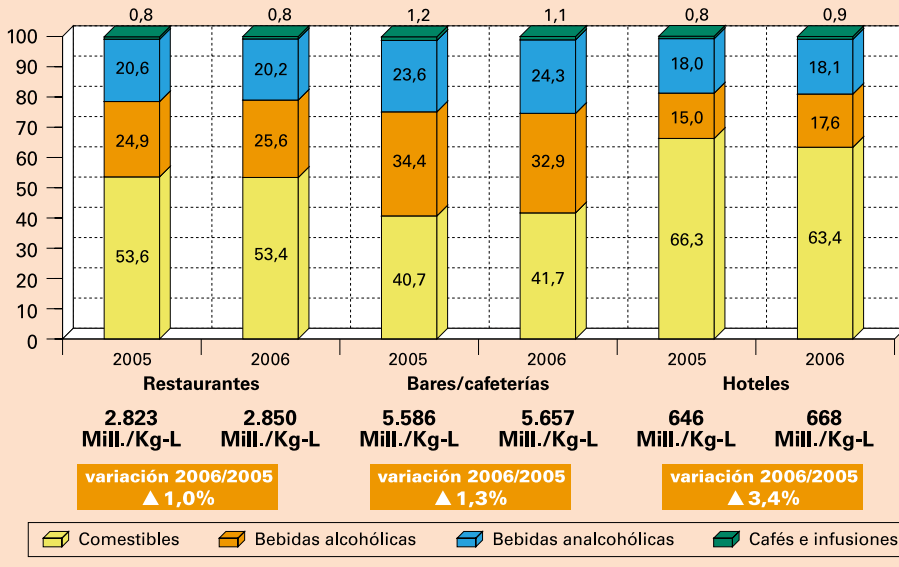
## CANTIDADES COMPRADAS EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Millones de Kilos/Litros



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

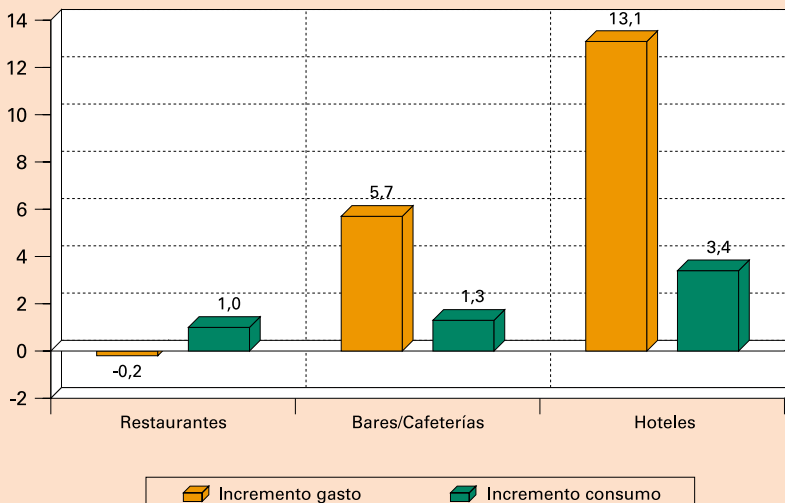
Porcentajes (%)



*Evolución 2006/2005 según tipo de Establecimiento*

## INCREMENTO DE CONSUMO Y GASTO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

% 2006/2005



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 2006

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
HUEVOS	493,94	474,85	456,85	510,69	1.936,34
CARNE	123,55	132,50	125,83	131,44	513,31
PESCA	75,74	79,65	79,21	82,63	317,23
LECHE LÍQUIDA	138,67	153,48	138,13	143,08	573,36
OTRAS LECHE	2,17	1,78	2,90	1,71	8,55
DERIVADOS LÁCTEOS	56,56	57,10	59,75	60,19	233,60
PAN	97,09	103,14	104,73	97,59	402,56
BOLL., PAST., GALLET., CEREALES	19,61	22,39	21,88	22,04	85,92
CHOCOLATES/CACAOS/SUC.	1,28	1,48	1,50	1,94	6,21
CAFÉS E INFUSIONES	23,75	22,02	22,23	22,28	90,27
ARROZ	8,88	10,13	9,01	9,82	37,85
PASTAS ALIMENTICIAS	4,85	5,27	5,01	5,62	20,75
AZÚCAR	25,69	24,11	24,89	27,32	102,01
MIEL	0,16	0,37	0,20	0,32	1,05
LEGUMBRES	8,97	7,68	7,50	8,11	32,27
ACEITES	67,07	62,98	60,54	73,23	263,82
AC. OLIVA	26,83	26,50	25,87	36,67	115,87
GIRASOL	36,04	31,76	31,63	33,33	132,76
MARGARINA	0,97	0,79	0,63	0,97	3,36
PATATAS FRESCAS	102,33	104,38	108,96	90,56	406,23
PATATAS CONGELADAS	8,61	11,55	8,29	26,05	54,50
PATATAS PROCESADAS	1,59	1,78	2,22	1,72	7,31
HORTALIZAS FRESCAS	100,64	115,97	106,42	109,79	432,82
FRUTAS FRESCAS	76,88	84,97	84,42	82,02	328,30
ACEITUNAS	8,22	8,95	8,52	7,39	33,08
FRUTOS SECOS	5,28	4,81	4,57	6,59	21,26
FRUTAS/HORTA. TRANSFORM.	30,89	34,28	32,23	34,72	132,12
PLATOS PREPARADOS	4,92	4,62	5,81	5,90	21,24
CALDOS	0,34	0,16	0,28	0,34	1,12
SALSAS	11,45	9,96	9,55	12,31	43,28
VINO V.C.P.R.D.	54,13	55,58	56,23	69,92	235,86
VINO DE MESA	91,98	87,52	85,38	74,15	339,03
ESPUMOSOS Y CAVAS	3,55	4,53	6,11	7,61	21,81
OTROS VINOS	1,93	2,06	2,91	2,81	9,71
CERVEZAS	446,04	479,67	501,65	448,98	1.876,34
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	33,36	37,33	38,81	38,69	148,19
SIDRA	15,42	14,23	11,91	16,97	58,53
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	64,72	73,13	72,48	58,68	269,00
ZUMO DE UVA/MOSTO	9,62	9,80	9,69	9,54	38,65
AGUA MINERAL	176,05	197,17	211,22	179,96	764,39
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	246,82	257,51	279,74	254,93	1.039,00
OTROS PROD. EN PESO	17,75	16,16	17,51	17,61	69,02
OTROS PROD. EN VOLUMEN	3,30	4,02	3,94	5,77	17,03
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>2.199,17</b>	<b>2.332,69</b>	<b>2.361,24</b>	<b>2.281,33</b>	<b>9.174,42</b>

# HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

## GASTOS POR TRIMESTRES

AÑO 2006

Millones de Euros

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
HUEVOS	41,32	40,69	37,27	40,86	160,14
CARNE	764,40	908,92	817,36	857,12	3.347,80
PESCA	531,84	562,46	567,61	653,39	2.315,30
LECHE LÍQUIDA	88,71	96,89	88,73	90,10	364,43
OTRAS LECHES	4,92	5,14	8,40	4,87	23,32
DERIVADOS LÁCTEOS	192,62	231,14	234,35	223,17	881,28
PAN	212,32	232,65	242,62	223,79	911,38
BOLL.,PAST.,GALLET.,CEREALES	77,92	91,75	90,57	93,34	353,57
CHOCOLATES/CACAOS/SUC.	6,91	7,88	7,99	12,12	34,90
CAFÉS E INFUSIONES	203,96	191,34	202,22	200,50	798,02
ARROZ	8,87	10,11	8,50	9,42	36,91
PASTAS ALIMENTICIAS	5,41	5,85	6,96	7,61	25,83
AZÚCAR	47,44	44,21	48,08	55,03	194,76
MIEL	0,70	1,80	0,90	1,67	5,07
LEGUMBRES	12,75	9,90	8,41	10,81	41,86
ACEITES	122,68	124,47	122,90	146,83	516,88
AC. OLIVA	71,65	80,79	79,60	104,06	336,09
GIRASOL	36,90	33,36	33,12	36,25	139,64
MARGARINA	2,77	2,42	1,88	2,93	10,00
PATATAS FRESCAS	53,27	57,28	60,66	50,17	221,38
PATATAS CONGELADAS	10,08	11,06	8,34	27,32	56,81
PATATAS PROCESADAS	7,87	10,63	8,75	8,76	36,01
HORTALIZAS FRESCAS	130,97	144,81	135,04	142,75	553,58
FRUTAS FRESCAS	78,56	87,90	90,27	88,06	344,78
ACEITUNAS	23,19	25,44	23,79	20,15	92,57
FRUTOS SECOS	22,08	25,29	23,40	30,26	101,03
FRUTAS/HORTA. TRANSFORM.	36,96	46,62	42,95	52,97	179,51
PLATOS PREPARADOS	15,11	17,28	18,85	16,87	68,11
CALDOS	0,60	0,49	0,55	0,87	2,51
SALSAS	23,24	20,22	21,80	30,61	95,87
VINO V.C.P.R.D.	279,71	297,17	281,14	350,49	1.208,51
VINO DE MESA	137,67	127,71	132,86	106,76	505,00
ESPUMOSOS Y CAVAS	21,84	27,62	35,19	48,71	133,36
OTROS VINOS	8,25	10,69	15,32	14,46	48,73
CERVEZAS	675,34	752,39	791,30	702,43	2.921,46
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	418,13	413,63	452,72	444,04	1.728,52
SIDRA	18,63	17,96	15,55	22,71	74,85
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	98,14	109,53	108,61	89,45	405,74
ZUMO DE UVA/MOSTO	11,40	12,97	11,84	12,24	48,45
AGUA MINERAL	79,82	89,08	91,05	82,65	342,59
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	434,21	438,36	495,84	426,99	1.795,40
OTROS PROD. EN PESO	12,63	12,23	16,94	22,47	64,26
OTROS PROD. EN VOLUMEN	3,46	5,00	4,26	6,41	19,14
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>4.906,98</b>	<b>5.311,08</b>	<b>5.363,43</b>	<b>5.417,66</b>	<b>20.999,15</b>

## 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 2006 ha sido de 1.557,2 millones de euros. En el último año ha habido un ascenso respecto al año pasado de 5,5%, semejante al de hogares. Con respecto al quinquenio también se ha encontrado un aumento importante, cifrado en un 6,2% medio anual.

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

PRODUCTOS	Millones						2006/05 %	2006/01 % TVI
	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
COMESTIBLES	1.072,5	1.170,8	1.151,6	1.234,1	1.364,0	1.436,7	5,3	6,0
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	25,2	23,7	24,8	28,7	36,7	46,0	25,3	12,8
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	36,1	34,8	38,5	52,3	54,4	56,2	3,4	9,3
CAFÉS E INFUSIONES	21,6	18,6	18,0	15,6	18,7	18,3	-2,6	-3,3
<b>TOTAL</b>	<b>1.155,4</b>	<b>1.247,9</b>	<b>1.232,9</b>	<b>1.330,7</b>	<b>1.475,3</b>	<b>1.557,2</b>	<b>5,5</b>	<b>6,2</b>

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 2006 asciende a 977,36 millones de kilos/litros de alimentos y bebidas. Aumenta en un 3% con respecto al año 2005 y un 1,4% medio anual en el quinquenio 2001-06.

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

Entre las carnes hay que destacar una proporción grande del consumo de pollo, con un 31,9% del total carnes compradas por las instituciones, cuando sólo es del 25,1% y del 19,3% respectivamente en Hogares y Hostelería-Restauración. También es importante la proporción del vacuno mayor con respecto al total vacuno, que se estima en un 34%, mientras en Hogares y H/R se mueve entre el 6 y el 9%.

Las compras de pescado congelado son bastante superiores a las de fresco, inversamente a lo que sucede en los otros sectores. En Instituciones el 69% del pescado comprado es congelado, mientras en Hogares y en Hostelería-Restauración representa el 19% y 28%, 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 63%, mientras sólo es el 11% en la H/R y el 30% en Hogares.

Las compras de aceite de oliva representa un 34% del total de aceites mientras que en hogares el 67% y en H/R el 44%; el aceite de girasol representa el 63% del total aceites, en hogares el 28% y el 50% en H/R.

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.

Además de los productos señalados, son relevantes las compras de, patatas congeladas, platos preparados 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 (47,6 millones de litros, que representan el 52,1% dentro del grupo) como el de zumos (21,5 millones de litros, 23,5% del total de anal-

cohólicas) 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 (22,3 millones de litros, 24,4%) no alcanza la importancia relativa que tiene en los otros dos sectores.

## EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA EN EL CONSUMO DE INSTITUCIONES

Kilos/Litros/Unidades (Huevos)

PRODUCTOS	Millones						2006/05 %	2006/01 % TVI
	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
HUEVOS	288,02	266,25	329,18	323,95	293,66	310,44	5,7	1,5
CARNES Y TRANSFORMADOS	89,76	93,53	92,91	90,87	104,52	114,89	9,9	5,1
PRODUCTOS PESCA	38,12	35,96	32,70	37,30	41,21	42,90	4,1	2,4
LECHE LÍQUIDA	102,16	98,34	89,59	95,31	90,58	89,72	-1,0	-2,6
DERIVADOS LÁCTEOS	48,70	46,15	48,93	57,83	59,45	59,04	-0,7	3,9
PAN	40,63	40,01	44,96	44,98	41,61	40,78	-2,0	0,1
GALL., BOLL. Y PASTELERÍA	13,82	11,56	12,06	9,90	11,95	12,80	7,1	-1,5
CHOC., CAC. Y SUCEDÁNEOS	1,17	1,43	1,26	1,68	1,93	2,11	9,3	12,4
CAFÉ, SUCED. E INFUSIONES	2,89	2,21	2,44	1,99	2,64	1,93	-26,7	-7,7
ARROZ	9,86	9,95	10,29	10,33	11,19	11,28	0,8	2,7
PASTAS ALIMENTICIAS	9,22	10,43	10,37	10,90	11,60	11,21	-3,4	4,0
AZÚCAR	6,32	5,39	4,92	4,73	5,83	5,42	-7,0	-3,0
LEGUMBRES SECAS	11,11	11,30	13,17	12,38	16,42	15,21	-7,4	6,5
ACEITES	26,87	28,17	27,81	29,19	30,65	30,00	-2,1	2,2
MARGARINA	1,22	0,78	0,84	0,92	0,98	0,79	-19,5	-8,3
PATATAS	121,61	114,92	108,23	100,19	94,25	88,78	-5,8	-6,1
HORTALIZAS FRESCAS	80,67	80,46	84,36	87,24	83,52	78,76	-5,7	-0,5
FRUTAS FRESCAS	114,54	115,30	115,87	110,38	108,64	112,09	3,2	-0,4
ACEITUNAS	1,29	2,25	1,32	1,29	2,05	1,41	-30,9	1,8
FRUTOS SECOS	0,37	0,38	0,32	0,35	0,46	0,77	66,4	16,0
FRU.Y HOR.TRANS.	46,49	46,13	54,74	52,49	61,57	65,85	7,0	7,2
PLATOS PREPARADOS	16,88	21,44	24,79	29,59	30,24	30,21	-0,1	12,3
VINOS	7,68	6,91	7,84	7,28	9,53	9,96	4,5	5,3
CERVEZAS	6,72	7,61	4,94	6,80	8,71	9,44	8,4	7,0
SIDRA	0,18	0,14	0,25	0,26	0,25	0,22	-11,6	32,5
OTRAS BEB. ALCOHÓLICAS	0,42	0,39	0,52	0,46	0,61	0,73	20,3	-11,9
ZUMOS	20,02	19,97	19,38	19,05	20,18	21,53	6,7	1,5
AGUAS MINERALES	37,04	29,71	37,71	37,54	42,26	47,63	12,7	5,2
GASEOSAS Y REFRESCOS	14,93	14,40	16,42	17,41	20,60	22,30	8,2	8,4
<b>TOTAL</b>	<b>910,71</b>	<b>887,33</b>	<b>905,42</b>	<b>914,34</b>	<b>949,16</b>	<b>977,36</b>	<b>2,97</b>	<b>1,42</b>

La evolución de las compras en el último quinquenio ha sido de 1,4% de incremento medio anual, para el total alimentación. Destacan, por haber tenido mayores aumentos, la sidra (32,5%), los frutos secos (16%), los chocolates (12,4%), los platos preparados (12,3%), las gaseosas y bebidas refrescantes (8,4%), las frutas y hortalizas transformadas (7,2%), las cervezas (7%) y las legumbres (6,5%)

Las que más han disminuido en el quinquenio han sido otras bebidas alcohólicas (-11,9%), margarina (-8,3%), café (-7,7%), patatas (-6,1%), azúcar (-3%), leche (-2,6%), y galletas y bollería (-1,5%).

## Evolución del consumo trimestral a lo largo del año 2006

### INSTITUCIONES. EVOLUCIÓN A LO LARGO DEL AÑO AÑO 2006

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
GASTO (MILL. DE EUROS)	407,66	416,11	288,31	445,08	1.557,16
CANTIDAD (MILL. KG/L)	264,73	262,99	183,35	266,29	977,36
PRECIO (EUROS/KG/L)	1,54	1,58	1,57	1,67	1,59

### INSTITUCIONES. PORCENTAJE A LO LARGO DEL AÑO CON RESPECTO AL TOTAL AÑO 2006

	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre	Año 2006
GASTO (% del total anual)	26,2	26,7	18,5	28,6	100,0
CANTIDAD (% del total anual)	27,1	26,9	18,8	27,2	100,0
PRECIO (Euro/kg/l) *	-3,3	-0,7	-1,3	4,9	-

\* Porcentaje desviado respecto al precio medio anual de 1,59 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 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.

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, legumbres, gaseosas y bebidas refrescantes, pastas alimenticias, platos preparados, derivados lácteos, arroz, carne y bollería. En 2006, el consumo de 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: frutas frescas, huevos y 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 2005, 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 se consume más en los centros de enseñanza y el pescado menos.

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

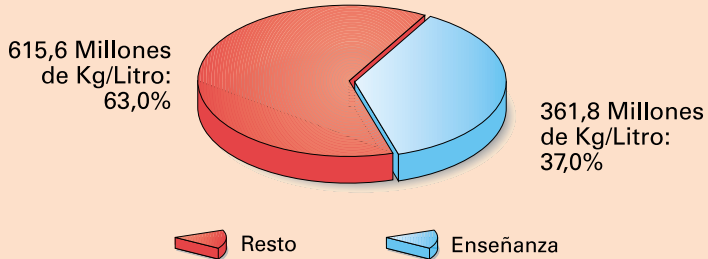
También se dan a continuación la serie completa de los cuatro trimestres de los Centros de Enseñanza.

## ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN 2006 INSTITUCIONES - CENTROS DE ENSEÑANZA

**TOTAL CONSUMO  
INSTITUCIONES, 2006**

**977,4 MILLONES DE KGS./LITROS**

**variación 2006/2005  
▲ 3,0%**



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

**1. Chocolate**

**2. Legumbres**

**3. Bebidas refrescantes**

**4. Pastas alimenticias**

**5. Platos preparados**

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

**1. Frutas Frescas**

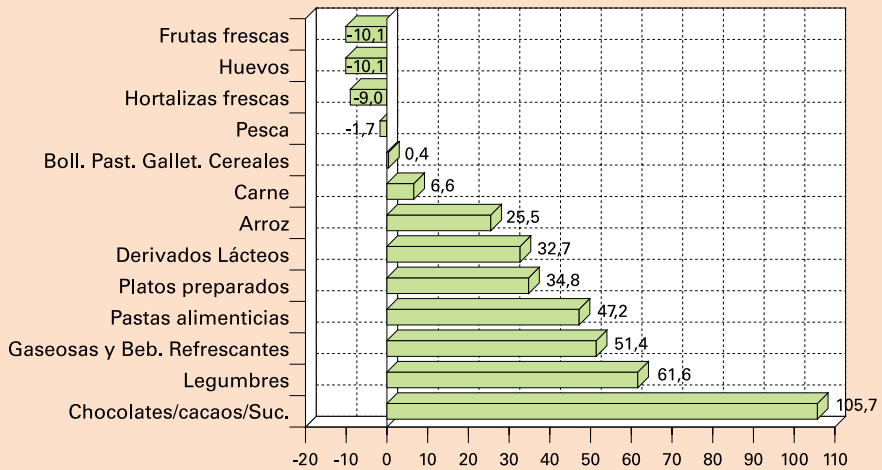
**2. Huevos**

**3. Hortalizas frescas**

**4. Pesca**

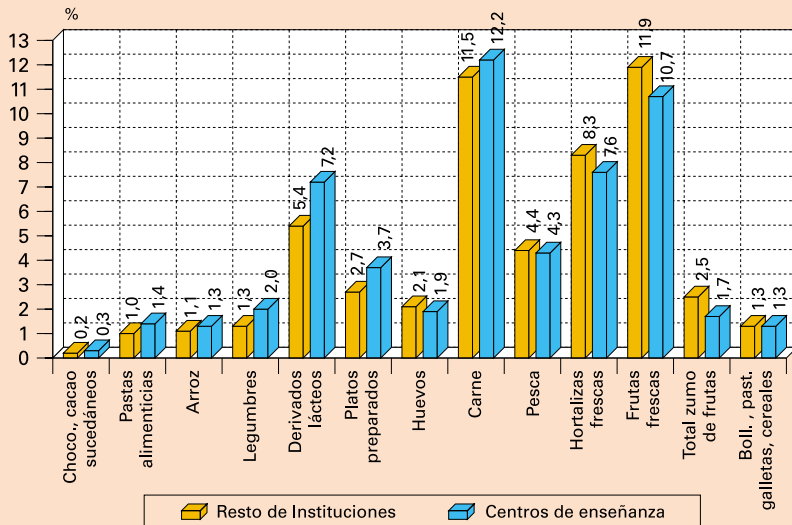
## CONSUMO EN CENTROS DE ENSEÑANZA VS. RESTO DE INSTITUCIONES

% Centros de enseñanza / Resto Instituciones



## CONSUMO EN CENTROS DE ENSEÑANZA VS. RESTO DE INSTITUCIONES

Porcentaje de la cantidad comprada de cada grupo respecto al total



# INSTITUCIONES CONSUMO POR TRIMESTRES

AÑO 2006

Millones de Kilos/Litros/Unidades

	1 <sup>er</sup> Trim. 06	2 <sup>o</sup> Trim. 06	3 <sup>er</sup> Trim. 06	4 <sup>o</sup> Trim. 06	Año 2006
HUEVOS	85,32	80,63	54,42	90,06	310,44
CARNE	33,03	30,14	18,93	32,79	114,89
PESCA	11,04	12,01	7,70	12,16	42,90
LECHE LÍQUIDA	22,70	21,55	21,57	23,36	89,19
OTRAS LECHES	0,15	0,16	0,12	0,10	0,53
DERIVADOS LÁCTEOS	16,66	16,43	9,53	16,43	59,04
PAN	12,80	10,12	8,51	9,34	40,78
BOLL., PAST., GALLET., CEREALES	3,09	3,82	2,01	3,88	12,80
CHOCOLATES/CACAOS/SUC.	0,41	0,83	0,51	0,36	2,11
CAFÉS E INFUSIONES	0,50	0,46	0,44	0,53	1,93
ARROZ	3,49	2,71	1,85	3,23	11,28
PASTAS ALIMENTICIAS	3,43	2,74	1,51	3,53	11,21
AZÚCAR	1,47	1,22	1,31	1,42	5,42
MIEL	0,02	0,05	0,02	0,03	0,11
LEGUMBRES	4,87	3,94	1,97	4,43	15,21
ACEITES	8,18	8,78	5,46	7,58	30,00
AC. OLIVA	2,93	2,78	1,64	2,87	10,22
GIRASOL	5,10	5,86	3,48	4,59	19,03
MARGARINA	0,20	0,29	0,10	0,21	0,79
PATATAS FRESCAS	20,63	17,08	12,83	21,81	72,36
PATATAS CONGELADAS	3,32	4,05	2,30	4,27	13,94
PATATAS PROCESADAS	0,71	0,83	0,43	0,52	2,49
HORTALIZAS FRESCAS	21,94	19,86	15,37	21,59	78,76
FRUTAS FRESCAS	30,58	31,71	21,32	28,48	112,09
ACEITUNAS	0,36	0,40	0,28	0,36	1,41
FRUTOS SECOS	0,06	0,31	0,06	0,33	0,77
FRUTAS/HORTA. TRANSF.	18,16	17,68	11,78	18,23	65,85
PLATOS PREPARADOS	8,52	7,95	5,27	8,47	30,21
CALDOS	0,26	0,24	0,17	0,24	0,91
SALSAS	0,52	0,85	0,41	0,54	2,32
VINO V.C.P.R.D.	0,38	1,02	0,37	1,02	2,79
VINO DE MESA	1,80	1,76	1,67	1,37	6,60
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,05	0,17	0,09	0,19	0,49
OTROS VINOS	0,01	0,04	0,03	0,01	0,08
CERVEZAS	1,74	2,89	2,68	2,12	9,44
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	0,09	0,29	0,20	0,15	0,73
SIDRA	0,04	0,05	0,05	0,08	0,22
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	5,74	6,33	4,90	4,56	21,53
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,10	0,08	0,16	0,08	0,43
AGUA MINERAL	11,50	14,45	8,44	13,24	47,63
GASEOSAS Y BEB. REFRESC.	3,87	6,87	5,28	6,28	22,30
OTROS PROD. EN PESO	3,53	3,60	1,85	4,12	13,10
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,58	0,85	0,85	1,05	3,34
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>264,73</b>	<b>262,99</b>	<b>183,35</b>	<b>266,29</b>	<b>977,36</b>

# INSTITUCIONES GASTO POR TRIMESTRES

AÑO 2006

Millones de euros

	1 <sup>er</sup> Trim. 06	2 <sup>o</sup> Trim. 06	3 <sup>er</sup> Trim. 06	4 <sup>o</sup> Trim. 06	Año 2006
HUEVOS	6,68	6,12	4,11	7,11	24,02
CARNE	115,65	106,89	70,41	125,96	418,91
PESCA	49,88	55,66	37,39	59,61	202,54
LECHE LÍQUIDA	12,41	12,03	12,29	13,78	50,51
OTRAS LECHES	0,45	0,43	0,28	0,25	1,40
DERIVADOS LÁCTEOS	24,91	28,42	18,40	31,10	102,82
PAN	21,95	18,41	16,67	20,26	77,29
BOLL.,PAST.,GALLET., CEREALES	11,25	11,44	7,73	13,01	43,44
CHOCOLATES/CACAOS/SUC.	2,09	4,17	2,64	2,46	11,37
CAFÉS E INFUSIONES	4,64	4,32	4,34	4,95	18,25
ARROZ	2,93	2,29	1,50	2,80	9,53
PASTAS ALIMENTICIAS	2,65	2,41	1,28	3,21	9,56
AZÚCAR	1,45	1,59	1,63	1,75	6,43
MIEL	0,08	0,19	0,07	0,12	0,45
LEGUMBRES	5,14	3,96	1,94	4,53	15,57
ACEITES	14,32	15,37	9,42	12,11	51,21
AC. OLIVA	9,77	9,96	6,03	7,94	33,71
GIRASOL	4,34	5,11	2,98	3,98	16,41
MARGARINA	0,43	0,62	0,23	0,60	1,88
PATATAS FRESCAS	8,99	7,50	5,74	9,80	32,03
PATATAS CONGELADAS	2,92	3,15	1,83	3,47	11,37
PATATAS PROCESADAS	1,79	2,71	1,60	1,53	7,62
HORTALIZAS FRESCAS	22,84	21,31	16,18	22,92	83,24
FRUTAS FRESCAS	26,63	28,53	19,92	27,74	102,82
ACEITUNAS	0,90	0,90	0,63	0,78	3,22
FRUTOS SECOS	0,41	0,79	0,44	1,27	2,90
FRUTAS/HORTA. TRANSFORM.	16,54	16,78	11,88	17,64	62,83
PLATOS PREPARADOS	23,71	20,23	13,71	24,35	81,99
CALDOS	0,87	0,71	0,48	0,81	2,87
SALSAS	1,16	1,71	0,77	1,27	4,91
VINO V.C.P.R.D.	1,78	5,33	1,43	4,25	12,80
VINO DE MESA	1,74	1,92	1,69	1,54	6,89
ESPUMOSOS Y CAVAS	0,16	0,89	0,47	0,88	2,40
OTROS VINOS	0,06	0,24	0,15	0,05	0,49
CERVEZAS	2,14	3,82	3,22	2,85	12,04
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓL.	0,98	2,99	2,25	1,25	7,48
SIDRA	0,05	0,08	0,11	0,13	0,37
TOTAL ZUMO DE FRUTAS	4,87	5,19	3,90	3,60	17,56
ZUMO DE UVA/MOSTO	0,10	0,06	0,15	0,06	0,36
AGUA MINERAL	2,71	4,14	2,60	3,48	12,94
GASEOSAS Y BEB. REFRESCANTES	4,91	8,03	5,85	6,95	25,74
OTROS PROD. EN PESO	3,85	3,87	2,31	3,90	13,93
OTROS PROD. EN VOLUMEN	0,74	0,97	0,83	1,00	3,54
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>407,66</b>	<b>416,11</b>	<b>288,31</b>	<b>445,08</b>	<b>1.557,16</b>