



Hoy, en la presentación de Informe de Consumo Alimentario 2023

## Luis Planas: La dieta mediterránea continúa en la base de la alimentación de los españoles, con menús más saludables y sencillos de preparar

- Los españoles consumieron 30.728,56 millones de kilos/litros de alimentos en 2023, el 0,7 % menos que el año anterior, mientras que el gasto subió el 7,5 %
- Los alimentos frescos, sobre todo, los lácteos, las frutas y las verduras, copan el 37,6 % en volumen de la alimentación de los hogares
- Los españoles priman la salud, el sabor y la sencillez en las preparaciones, como lo demuestran la preferencia por la ensalada verde y las preparaciones a la plancha
- El supermercado sigue siendo el principal canal de compra de productos de alimentación y bebidas, con el 50,7 % del total, seguido por las tiendas descuento (14,1 %)

21 de junio de 2024. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha señalado hoy que la dieta mediterránea mantiene su prevalencia en España, como demuestra la preferencia de los españoles por recetas más saludables y con productos frescos, según constata el *Informe del consumo alimentario en España 2023*, con datos de dentro y fuera del hogar de los residentes españoles.

En la presentación del panel, el ministro ha destacado que la dieta mediterránea y de los hábitos saludables asociada a ella están reconocidos como uno de los elementos más atractivos de los alimentos y de la forma de vida de España.

El informe arroja que la suma del consumo dentro y fuera del hogar permaneció estable -desciende el 0,7 % con respecto al año anterior-, con un total de 30.728,56 kilos o litros de alimentos y bebidas, lo que equivale a 685,02 kg/l per cápita. La

Nota de prensa





evolución del gasto fue mayor, creció el 7,5 %, hasta alcanzar un total de 115.917,42 millones de euros, 2.732,77 euros por habitante.

En cuanto a hábitos, el informe constata que el plato único cada vez tiene más protagonismo y una vuelta a las preparaciones saludables, sencillas y rápidas en casa, siempre buscando un tique de compra más asequible. En este sentido, el ministro ha llamado la atención de que hay una conciencia sobre el valor de los alimentos cada vez mayor que, entre otras consecuencias, permite frenar el desperdicio alimentario.

Los platos más consumidos en casa son los realizados a base de carne, ensalada, verdura, huevos y pescado, aunque los que más han subido en 2023 son los preparados a base de patata, recetas originarias de otros países, embutidos y legumbres.

En la despensa y nevera de los más jóvenes se guardan conservas, arroz, pasta, legumbres cocidas y cerveza artesanal. Las de las familias con hijos se diferencian por su mayor volumen de leche líquida, carne, pizza, ketchup o tinto de verano, mientras que en las de las personas más mayores nunca faltan los productos frescos, las legumbres secas, los huevos, el aceite de oliva o el vino.

El 43,5 % de los ciudadanos mayores de 5 años son flexitarianos, mientras que se reduce ligeramente la proporción de personas vegetarianos o veganos estrictos.

### **COMPRA MÁS BARATA**

La cesta de la compra no ha sufrido grandes cambios a lo largo de 2023, pese al incremento de los precios y los productos que la conforman son similares a los del año anterior. El consumidor, eso sí, ha cuidado más cada euro que ha destinado a alimentarse o a beber.

Los datos del panel de consumo confirman que con el alza de los precios se han producido **trasvases en una misma categoría de productos hacia los que cuentan con un tique más barato**. También, que se ha optado más por referencias con marca blanca o de distribución. Respecto al consumo fuera del hogar, hay un menor número de salidas, que se circunscriben a los momentos especiales con familiares o amigos vinculados a acontecimientos. A pesar de ello, aumenta el gasto extradoméstico.





## **EL CONSUMO EN LOS HOGARES**

Durante el año 2023, la demanda de alimentos y bebidas para el consumo en el hogar se mantiene ligeramente inferior (-0,4 %) a la del año 2022, al situarse en 26.866,5 millones de kilos o litros.

El gasto total para el consumo en el hogar se incrementa a 7.082,3 millones de euros, lo que implica un aumento del 9,6 % del valor. Este movimiento es debido al incremento en el precio medio del 10,1 %, que cierra en 3,01 €/kg/litro.

Con estos datos, cada persona realiza una ingesta aproximada de 574,29 kilos o litros dentro del hogar, lo que supone un descenso de en torno a 9,19 kg/l menos por persona.

Si se analiza la cesta de la compra, **la demanda de alimentación fresca representa el 37,6 % del volumen consumido dentro de casa**. Por el contrario, los alimentos no frescos son responsables del 62,4 % del volumen restante. Pero en gasto, los alimentos frescos representan un porcentaje superior, el 40,5 %, debido a que este tipo de productos tiene un precio superior (3,25 euros kg/l) que el resto (2,87 euros kg/l).

**Las frutas, hortalizas, patatas frescas y la leche y sus derivados representan el 41,9 % del volumen de alimentación consumida** durante el 2023, un porcentaje ligeramente por debajo del de 2022.

Los alimentos cuyo consumo se incrementó en mayor medida durante la pandemia se encuentran entre los que sufren ahora un mayor descenso del volumen, al igual que ocurrió el año pasado. **El sector pesquero**, en cambio, pierde un 2,2 % de intensidad de compra, sobre todo debido a un menor consumo de pescados congelados y de mariscos, mientras que la demanda de frescos y conservas resiste mejor.

También se reduce la compra de **aceites** un 3,3 % a nivel general, aunque el aceite de girasol ve aumentar su consumo por su bajada de precio (-22,2 % respecto a 2022). En cambio, los aceites de oliva reducen su consumo un 14,9 %, debido al alza de los precios, que ocasiona también un crecimiento de la demanda de aceite de orujo de oliva (+105,9 %), más económico, que ya representa el 2,7 % del consumo. El ministro ha destacado, no obstante, que en España, primer país





productor del mundo de aceite de oliva, el consumo per cápita de total aceites de oliva supera los 6 litros por persona, mientras en el mundo ese consumo es de apenas 0,41 litros.

El **supermercado** sigue siendo el canal preferido por los consumidores para realizar las compras, con una cuota en volumen del 50,7 %. La tienda descuento se sitúa en segundo lugar, con un 14,1 %. Las tiendas tradicionales pierden algo de cuota en 2023, quedando en el 11,9 % aunque mantienen un 27,9 % de las compras de alimentos frescos. Por su parte, el comercio electrónico mantiene un 2,2 % de cuota, muy por debajo al de otros países europeos.

### **EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES**

El consumo fuera de los hogares disminuye un 2,5 % en volumen. El gasto en alimentos (incluye aperitivos) y bebidas fuera del hogar asciende a 34.941,69 millones de euros, lo que equivale a 3.862,06 millones de kilos o litros. En promedio, cada persona consume fuera del hogar 110,73 kg/l de productos de alimentación, equivalente a 4,3 kg/l menos que el año 2022. Por tanto, existe una menor demanda de alimentación fuera de casa.

El **establecimiento hostelero** sigue siendo el lugar de consumo preferido (71,04 % del volumen), con mayor relevancia respecto al año anterior. En un contexto de reducción del consumo fuera de casa del 2,5 %, el establecimiento consigue ganar volumen y crecer un 0,8 %.

Los momentos principales del día como comida y cena continúan representando la parte mayoritaria del volumen consumido fuera de casa (36,6 % en la comida y 20,6 % en la cena). El desayuno es el momento del día que gana más participación en el mercado, al pasar del 10,6 % al 11,1 % y que genera más volumen, con un crecimiento del 1,7 %. Por su parte, el momento aperitivo pasa de la tercera a la cuarta posición, con una cuota del 10,9 %, tras retroceder un 5 %.

El consumo fuera de casa tiene un componente social y el principal motivo sigue siendo el relacionado con celebraciones, fiestas y salir a tomar algo, que representa la mayoría del volumen consumido (31,2 %) y que además crece un 4,0 %.

El informe de consumo se encuentra disponible en la web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el siguiente [enlace](#).

