



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

CONSUMO EN EL HOGAR TOTAL QUESOS

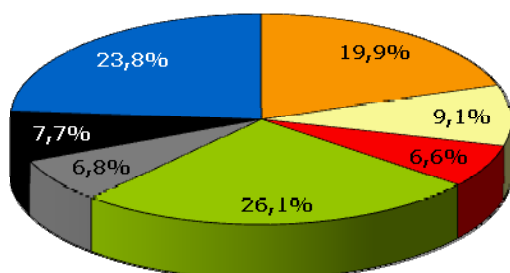
MERCADO DE TOTAL QUESOS (AÑO MÓVIL MAYO 2014)

VOLUMEN (Miles Kgs)
VALOR (Miles €)
CONSUMO X CAPITA
GASTO X CAPITA
PARTE MERCADO VOLUMEN Lts
PARTE MERCADO VALOR
PRECIO MEDIO (€/Kg)

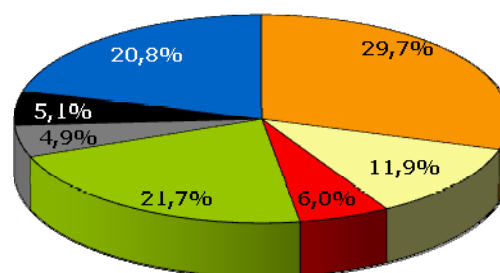
	TOTAL QUESOS (Doméstico)	% Variación vs. año 2013
VOLUMEN (Miles Kgs)	355.872,82	-2,5%
VALOR (Miles €)	2.608.438,54	-0,5%
CONSUMO X CAPITA	7,87	-2,3%
GASTO X CAPITA	57,65	-0,3%
PARTE MERCADO VOLUMEN Lts	1,18	-0,02
PARTE MERCADO VALOR	3,83	0,03
PRECIO MEDIO (€/Kg)	7,33	2,1%

IMPORTANCIA DE LOS TIPOS DE QUESOS (AÑO MÓVIL MAYO 2014)

% Valor (Euros)



% Volumen (Kgs.)



% Variación sobre el año 2013

	Valor	Volumen
■ QUESO FRESCO	-2,0%	-3,2%
□ QUESO FUNDIDO	-1,2%	-3,3%
■ QUESO TIERNO	-2,5%	-4,5%
■ QUESO SEMICURADO	1,1%	-1,0%
■ QUESO CURADO	-0,7%	-2,9%
■ QUESO OVEJA	-0,2%	-1,7%
■ RESTO QUESO	0,0%	-2,1%

CONSUMO POR PERSONA (AÑO MÓVIL MAYO 2014)

CONSUMO PER CÁPITA (Kg.)	TOTAL QUESO		QUESO FRESCO		QUESO FUNDIDO		QUESO TIERNO		QUESO SEMICURADO		QUESO CURADO		QUESO OVEJA	
	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014	AÑO 2013	TAM MAYO 2014
	8,05	7,87	2,41	2,33	0,97	0,93	0,49	0,47	1,72	1,70	0,39	0,38	0,41	0,40

* RESTO VARIETADES QUESOS incluyen Queso de Bola, Queso Emmental+Gruyere, Queso Tipo Azul y Otros tipos de Quesos

Datos calculados con la actualización del nuevo censo del INE

Informe elaborado por **KANTAR WORLD PANEL** para M.A.G.R.A.M.A.

AÑO MÓVIL MAYO 2014: Del 1 Junio 2013 al 31 Mayo 2014

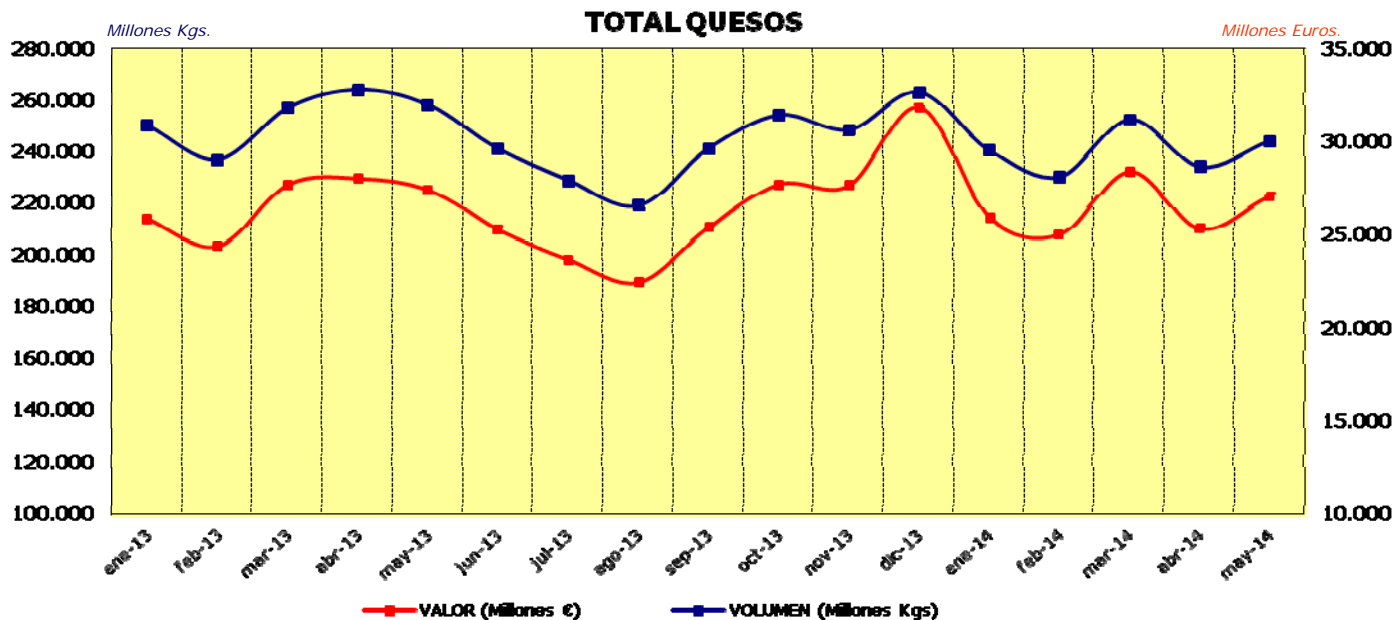


GOBIERNO DE ESPAÑA

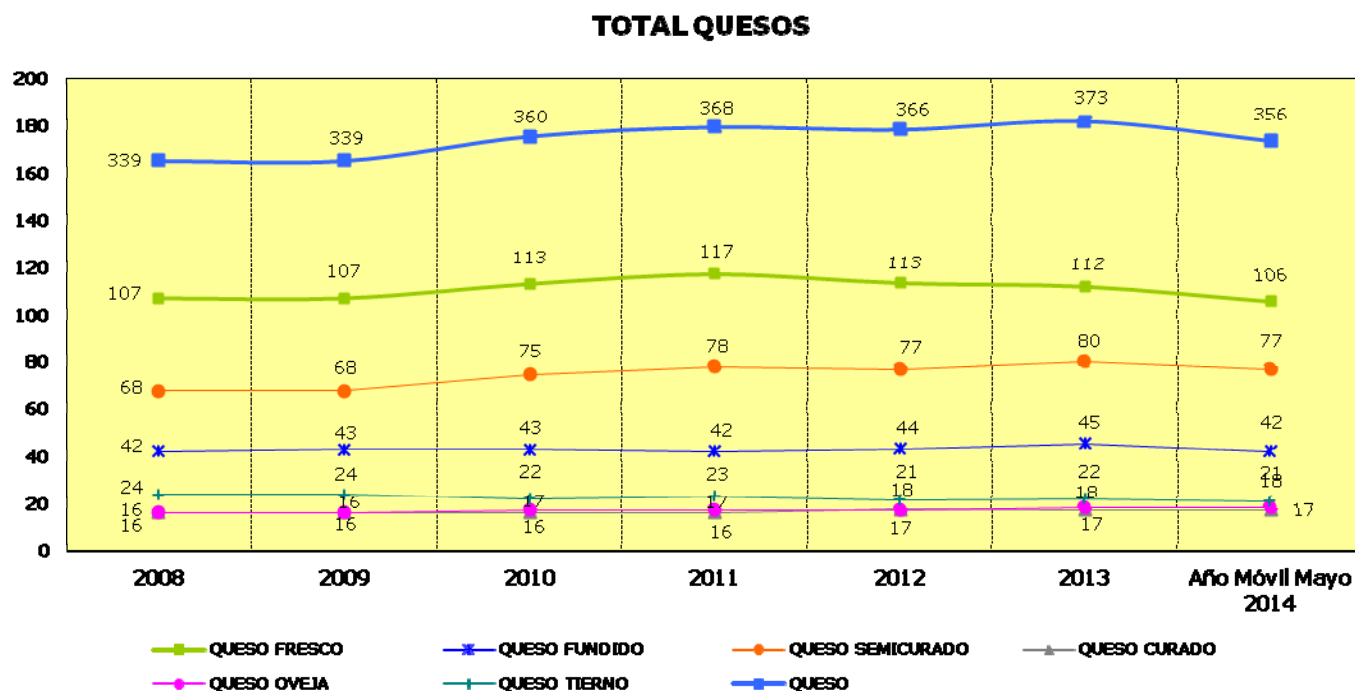
MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

CONSUMO EN EL HOGAR TOTAL QUESOS

EVOLUCIÓN MENSUAL DE TOTAL GASTO Y TOTAL COMPRAS (Enero 2013 – Mayo 2014)



EVOLUCIÓN ANUAL DE TOTAL COMPRAS (2008 – Año Móvil Mayo 2014)



Datos 2014 calculado con la actualización del nuevo censo del INE

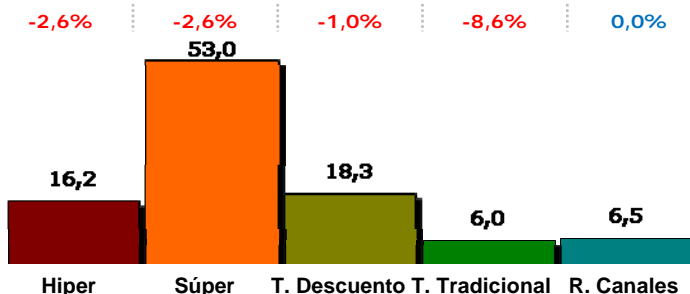


GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

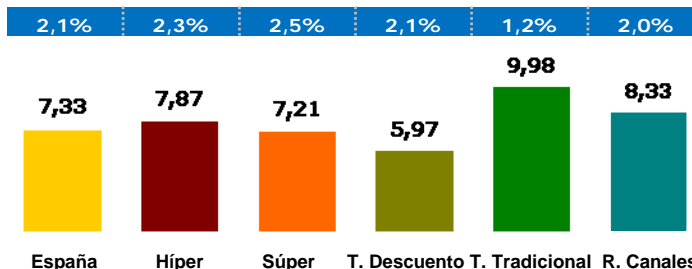
CONSUMO EN EL HOGAR TOTAL QUESOS

% PESO EN VOLUMEN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN en Año Móvil Mayo 2014



- El 87,5% del Queso que se compra para el consumo en los hogares se adquiere en el canal Dinámico (Hiper +Súper +T. Descuento). Sin embargo, durante el último año móvil, su compra cayó en los tres canales en relación al año móvil 2013.
- Caída significativa en las T. Tradicionales (-8,6%), seguida de la caída de Hiper y Súper -2,6%.

PRECIO MEDIO (euros/litro) DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN en el Año Móvil Mayo 2014 Y SU EVOLUCIÓN RESPECTO AL AÑO MÓVIL ANTERIOR



- El canal que tiene el precio más económico de esta categoría corresponde a la Tienda de Descuento, pese a que al cierre del año móvil Mayo 2014, este se ha incrementado en +2,1%. En este periodo todos los canales incrementan sus precios medios.
- La Tienda Tradicional el canal que tiene el precio medio más caro para la compra de Quesos 9,98€/kilo; 2,65€/kilo más que la media.

El consumo de **Total Quesos** en los hogares durante el año móvil Mayo de 2014 descendió un -2,5%, en relación al año 2013. El gasto, en este periodo, se ha mantenido un -0,5%, debido al incremento de su precio medio (+2,1%), situándose en los 7,33€/kilo.

Durante los meses comprendidos entre Junio de 2013 y Mayo de 2014, los hogares en España destinaron un 3,83% del presupuesto medio a este derivado lácteo, habiéndose mantenido estable en relación al año 2013. Esto equivale a una media de 57,65 €/persona/año (-0,3%).

El consumo medio por persona y año, es decir el consumo per cápita de Quesos disminuyó un -2,3% (equivalente a -187 gramos/persona/año), situándose en los 7,87 kilos/persona/año.

El perfil de hogar consumidor intensivo de esta categoría está formado por Parejas con Hijos, cuyo responsable de la compra tiene entre 35 a 49 años, de rentas altas y medias y de hogares numerosos (+3 miembros). Canarias, Murcia, Valencia y Baleares son las CCAA más consumidoras de Quesos. Por el contrario, destacan el País Vasco, Navarra, y Aragón por ser las menos consumidoras de esta categoría.

El **Queso Fresco** es el más consumido en los hogares de España, con un 29,7% de volumen del Total Quesos. Sin embargo, en el último año móvil su compra ha descendido un -3,2%, al igual que el gasto (-2,0%), en relación al año 2013. Es la variedad de queso cuyo precio medio es más bajo (4,92 €/kg, frente a los 7,33 €/kilo Total Queso), pese haber aumentado un +1,3%, en comparación al año 2013.

Los hogares más consumidores de este tipo de queso están formados hogares numerosos (+3 miembros) generalmente de clase acomodada, constituidos por Parejas con Hijos Pequeños, Mayores y Medianos, cuyo responsable de la compra no supera los 49 años. Las CCAA con un consumo mas intenso de esta variedad de queso son: Cantabria, Extremadura y Asturias, así como La Rioja y Canarias. Por el contrario, Aragón junto a Castilla La Mancha y Madrid destaca por ser la que menos consumo hace de esta variedad de queso.

Hay un menor consumo per cápita de esta variedad en este periodo por parte de los hogares constituidos por Jóvenes Independientes (-6,4%), con un consumo medio por persona y año de 2,86kilos, (+0,525 gramos de más que la media de hogares).

El consumo de **Quesos Semi Curados** concentró el 21,7% del consumo sobre Total Queso en el último año móvil. Sin embargo, la compra de esta variedad descendió ligeramente -1,0% al contrario que el gasto (+1,1%), siendo de las pocas que incrementan su gasto, esto debido al incremento en su precio medio en +2,2%, situándose en los 8,84 €/kilo.

El consumo per cápita de los Semi Curados se situó en 1,70 kilos/personas/año (-0,8%). El perfil del hogar consumidor intenso corresponde a hogares numerosos formados por Parejas con Hijos Mayores y de Mediana Edad y Hogares Monoparentales, numerosos +3 personas, cuyo responsable de la compra tiene entre 35 a 64 años y de clase acomodada. Canarias, Baleares, Murcia y Valencia son las CCAA más intensas en el consumo. Por el contrario Navarra, País Vasco y Cantabria son las CCAA con menor consumo de esta variedad de queso. Los hogares Monoparentales aumentan su consumo per cápita en este periodo +3,9%, con un consumo por persona y año establecido en 1,64 kilos.

El **Queso Tierno** retrocede de forma significativa en cuanto a volumen y gasto en este periodo (-4,5% y -2,5% respectivamente). El consumo per cápita de este tipo de Queso se situó en los 0,468 gramos/persona/año (-4,3%). Su posicionamiento de consumo intensivo se encuentra en aquellos hogares de clases sociales más acomodadas, formados por más de 3 personas, Pareja con Hijos, al igual que Parejas Adultas Sin Hijos, y Hogares Monoparentales cuyo responsable de la compra tiene entre 35 y 64 años. Murcia, Castilla La Mancha, Galicia y Valencia son intensivas en el consumo del Tierno, contrariamente se sitúan País Vasco y La Rioja.

El **Queso Fundido** durante el quinto mes del año, ha obtenido una caída de consumo, con una reducción de su compra (-3,3%). En relación al gasto, la caída es menos intensa (-1,2%). El perfil del hogar consumidor intenso de este tipo de queso son hogares formados por Parejas con Hijos, numerosos (+ de 3 miembros), coincidiendo con hogares de rentas más acomodadas. El consumo per cápita del Queso Fundido alcanzó, en el último año móvil los 935 gramos/persona/año (-3,1%). Los hogares formados por Jóvenes Independientes junto a las Parejas Jóvenes Sin Hijos fueron los que más han reducido el consumo de esta variedad (-11,4% y -10,5% respectivamente) haciendo un consumo medio por persona de 0,90 kilos/año en el caso de los Jóvenes Sin Hijos y 1,28 kilos/persona/año en los Jóvenes Independientes. Galicia, Cantabria y Asturias son las CCAA que más han consumido este tipo de queso, por el contrario, Baleares, Valencia y Cataluña es donde se menos se consume.

Importante aumento de la variedad **Queso Tipo Azul** +7,3%, igual en gasto (-7,1%). Su consumo medio por persona y año se incrementa este periodo en +7,5%, sin embargo tiene apenas el 1% del peso del Mercado de Quesos.