



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

JORNADA RED PAC PRESENTE Y FUTURO EN EL SECTOR DE LA PATATA

Marketing y promoción del origen España.
Consumo de patata en los hogares y canal
HORECA

#alimentosdespana

Madrid, diciembre 2025



INDICE

Marketing y promoción del origen España. Consumo de patata en los hogares y canal HORECA

- CONSUMO
- ORIGEN
- ALIMENTOS DE ESPAÑA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Nuestro consumo alimentario

#alimentos
despaña



Consumo alimentario en España

Informe anual del consumo
alimentario en España 2024



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Desde 1987, Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentacion, se lleva monitorizando el consumo de los españoles dentro del hogar y fuera del hogar a través de los **paneles de consumo**.

Además, desde 2014 se monitoriza el **desperdicio alimentario en los hogares**, y desde 2020 el **desperdicio alimentario en el consumo extradoméstico**.

#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

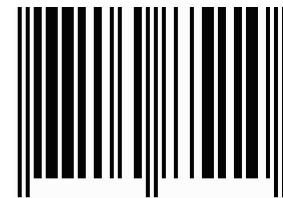
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Nuestro consumo alimentario

Panel de consumo alimentario en hogares



Recogida escáner



Panel de uso de alimentos (en hogares)

Panel de cuantificación del desperdicio alimentario en los hogares



Recogida On-Line



Panel de consumo extradoméstico: hábitos del consumidor

Panel de cuantificación del desperdicio alimentario en el consumo extradoméstico

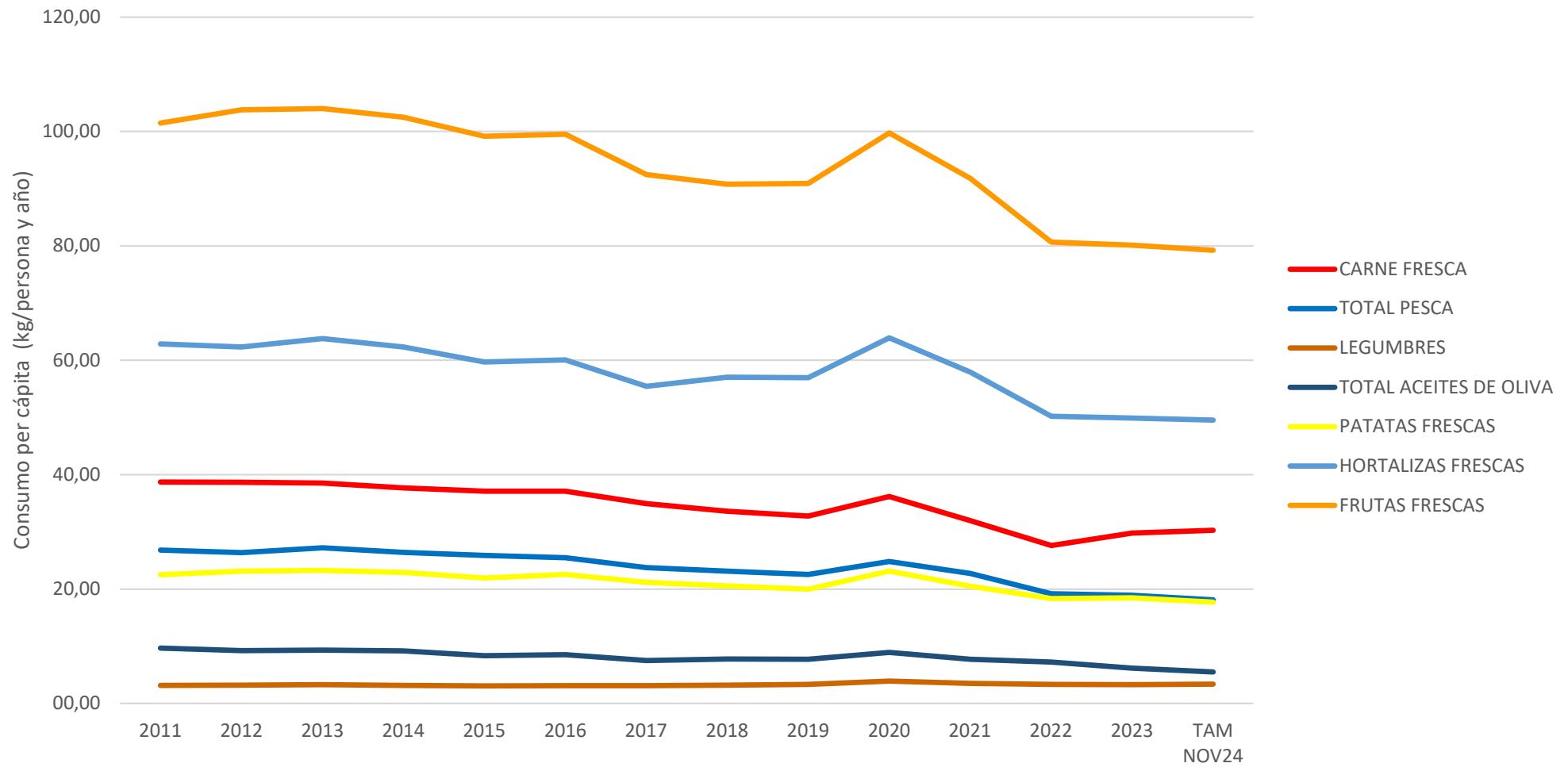


Recogida Smartphone



Nuestro consumo alimentario

Los productos tradicionales de la dieta mediterránea van perdiendo relevancia en los últimos años, con la excepción de las legumbres





CONSUMO PATATA HOGARES

- > Las patatas representan un 4,51 % del total de alimentos adquiridos para el hogar en España, lo que equivale a un consumo per cápita **de 25,79 kilos por persona**, lo que dato supone un **descenso** del 2,9 % respecto a 2023.
- > En cuanto a **gasto**, las patatas abarcan un 1,94 % del presupuesto de los hogares destinado a alimentación doméstica y el gasto per cápita asciende a 34,62 € anuales, mostrando un aumento del 2,8 % respecto al año anterior.
- > **Por tipo de Patatas***, las patatas **frescas** continúan siendo las más compradas por los hogares españoles y representan el 68,3 % del volumen total, si bien se aprecia un **retroceso** en su demanda frente al año 2023 (3,5 %). En términos de valor, también lideran la categoría con un 62,9 % del total y registran un aumento del 4,4 % en facturación.
- > Las patatas **procesadas** ocupan el segundo lugar en la categoría, con un 27,1 % del volumen total y un 29,8 % del valor del mercado. Este segmento, además, **incrementa** su relevancia en las cestas de los hogares españoles, pues crece un 1,3 % en volumen, lo que se traduce en un aumento de facturación del 1,1 %.
- > En tercer lugar, las patatas **congeladas** representan el 4,7 % del volumen total. Este segmento registra un **aumento** significativo del 10,0 % en volumen frente al año anterior y su participación en valor asciende al 7,3 %, impulsada por un notable incremento del 16,1 % en facturación durante 2024



CONSUMO PATATA FUERA DE HOGARES

- > En el año 2024 se consumieron fuera del hogar 189,95 millones de patatas. En comparación con el año 2023, se ha consumido un 3,4 % más (6,18 millones de más).
- > El consumo per cápita fue de 5,35 kg por persona en el año 2024, un 1,9 % de incremento,
- > Por regiones, el mayor consumo per cápita lo encontramos en la Área Metropolitanas de Madrid Andalucía Norte centro (Cantabria, Palencia, Burgos, La Rioja, Álava, Navarra, Vizcaya y Guipúzcoa.), con el 7,42, 5,65 y 5,32 kg/persona/año. El consumo per cápita más bajo se encuentra en Área Metropolitana de Barcelona 4,43 kg/persona/año.
- > Por edades, los mayores consumidores de patatas en 2024 fuera del hogar son los individuos mayores de 50 a 59 años (7,15 kg/ por persona y año), seguidos de los individuos mayores de 65 años (6,60 kg), ambos muy por encima del consumo per cápita nacional, 5,35 kg por persona y año. La población más joven, de 15 a 19 años, tiene un consumo per cápita inferior 2,19



MENCIONES AL ORIGEN

El etiquetado de origen de los alimentos persigue los siguientes objetivos:

- > **Armonizar a nivel de la UE la indicación del origen de los alimentos**, a fin de que no se produzcan distorsiones en los intercambios dentro del mercado interior ante diferentes niveles de exigencia en cuanto a la indicación del origen.
- > Satisfacer la **demandas crecientes** de los consumidores para conocer el origen de los alimentos.
- > **Mejorar la forma en la que se presenta la información sobre el origen**, de manera que el consumidor tenga una información precisa sobre el origen y al nivel geográfico adecuado: UE, nacional, regional o local.
- > El **etiquetado de origen** permite a los consumidores tomar decisiones **con pleno conocimiento de causa** y de acuerdo con sus **expectativas**, así como proporcionarles una **mayor información sobre los estándares de producción** de los alimentos que consumen.
- > Teniendo en cuenta tanto las dificultades para cumplir con los requisitos que impone el artículo 39 del Reglamento 1169/2011, necesarios para aprobar una norma nacional sobre la **indicación de origen**, como también la necesidad de garantizar el correcto funcionamiento del mercado único, defendemos la necesidad de que esta normativa esté **armonizada a nivel de la UE**.



MENCIONES AL ORIGEN

- > El **Reglamento 1169/2011 en su artículo 39**, establece que los Estados miembros podrán introducir medidas sobre la indicación obligatoria del país de origen o del lugar de procedencia de los alimentos, **solo en caso de que se haya demostrado la existencia de una relación entre determinadas cualidades del alimento y su origen o procedencia**.
- > La ENA reconoce el **etiquetado de origen** como una medida esencial para garantizar **información veraz y sencilla al consumidor**. Promueve un **etiquetado** más claro que **informe sobre el origen**, las propiedades nutricionales y la sostenibilidad de los alimentos, con el **objetivo de destacar la calidad y la competitividad de las producciones nacionales**.
- > La Visión Agrícola y Alimentaria 2025 de la Comisión, con la huella y el impacto de la ENA presentada por el MAPA en 2025, prevé ampliar este régimen conforme a las particularidades de cada sector.
- > **España** cuenta con normativa nacional que establece el **etiquetado de origen** en: **Patata, Espárrago en conserva, Carne de vacuno, Leche y leche como ingrediente de productos lácteos**, como medida temporal vigente hasta enero de 2027.

NORMA CALIDAD PATATA

- > En España está vigente el **RD 31/2009** por el que se aprueba la **norma de calidad comercial para las patatas de consumo en el mercado nacional**.



MENCIONES AL ORIGEN

Producto envasado (según la NC):

- > **Origen del producto:** debe indicarse obligatoriamente el **país de origen** y, de forma facultativa, la **zona regional**.
- > Si el **envase** de venta contiene una **mezcla de patatas de diferentes variedades de orígenes distintos**, se indicarán **cada uno de los países de origen**.

Producto a granel (según la NC):

- > El **origen** deberá figurar en un **documento que acompañe a la mercancía**, visible en el interior del transporte o del envase.
- > En la **venta al público**, los minoristas deberán exhibir un **cartel claramente visible** en el lugar de venta con las indicaciones relativas al origen del producto, asegurando que la parte expuesta sea **representativa del lote completo**.

España defiende la **necesidad de avanzar** en la indicación del **etiquetado de origen** de los productos agroalimentarios, como forma de **proteger y valorizar nuestras producciones**, así como de proporcionar al consumidor la **máxima información y transparencia**.



Estrategia de promoción Alimentos de España

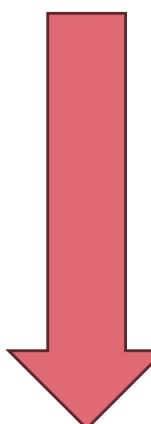
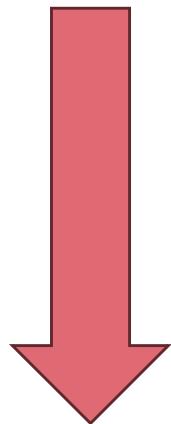
**VISIÓN: CREAR UNA MARCA PAÍS ASOCIADA A LOS ALIMENTOS, BEBIDAS
Y GASTRONOMÍA DE CALIDAD**

ESPAÑA ES UNA
POTENCIA
ALIMENTARIA



**CON UN GRAN
VALOR DE SUS
ALIMENTOS**

Valores:
diversidad,
transparencia,
excelencia,
sostenibilidad



**Concienciar del valor
de los alimentos y
prevenir el desperdicio**

**Sentimientos que
queremos provocar:
Orgullo, Confianza,
Seguridad, Satisfacción**

El país más rico del mundo

NACIONAL

#alimentosdespaña

INTERNACIONAL

#SpainFoodNation

#alimentosdespaña



Nuestro sector agroalimentario

El sector agroalimentario español tiene un valor estratégico innegable para la economía nacional

- **económico** por su aportación al PIB nacional
- Principal actividad que se desarrolla en las **zonas rurales**
- proyección **internacional** con impacto directo en la **imagen y cultura** de nuestro país

Responsabilidad medioambiental, económica y social



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Nuestro sector agroalimentario

España es una Potencia Alimentaria

Nuestro Alimentos son parte de nuestro Patrimonio

Se caracteriza por su gran diversidad y por ofrecer productos de gran calidad

Trabajo continuo que incrementa el valor y el reconocimiento de la labor de los productores



Relevancia sector agroalimentario y gastronomía

1.1. Impacto total en VAB y Empleo

En términos de Valor Añadido Bruto (VAB), en 2023 el ecosistema asociado a la gastronomía aportó a la economía española 211.126 millones de euros de forma directa y 163.449 millones de euros de forma indirecta (considerando su efecto tractor en industrias auxiliares proveedoras de bienes y servicios y actividades conexas). Por tanto, de forma agregada, computando su aportación directa e indirecta al VAB, el ecosistema asociado a la gastronomía tuvo en 2023 una contribución de casi 375.000 millones de euros a la economía española, o lo que es lo mismo, impactó en más del 27% del VAB nacional.

Impacto en VAB

211.126 M€
Contribución directa



163.449 M€
Contribución indirecta



374.575 M€
Contribución total



© 2025 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

Impacto agregado de la gastronomía en Valor Añadido Bruto - VAB 2023 (millones de €)

Ramas de actividad	Directo	Indirecto	Agregado
Agricultura, ganadería y pesca	37.454	28.515	65.969
Industria de alimentación y bebidas	31.403	29.169	60.572
Comercio de alimentación y bebidas	51.216	34.218	85.434
Hostelería	91.053	71.548	162.601
Total VAB ecosistema gastronomía	211.126	163.449	374.575
Total VAB economía española	1.367.656	1.367.656	1.367.656
Impacto (% economía)	15,4%	11,9%	27,4%

Fuente: análisis de KPMG a partir de información del INE (Contabilidad nacional anual de España: agregados por rama de actividad; Revisión Estadística 2024 (SEC 2010); y Estadística estructural de empresas). Impacto indirecto estimado a partir de Tablas Input-Output (más detalle en Anexo Metodológico).



Relevancia sector agroalimentario y gastronomía

1.3. Dimensión empresarial

De forma directa, casi 750.000 empresas (personas jurídicas o físicas) operan en alguno de los eslabones de actividad asociados a la gastronomía (sectores primario, secundario y terciario), lo que supone más del 20% del tejido empresarial español.

Número Total de Empresas	
Ramas de actividad	2023
Agricultura, ganadería y pesca	273.133
Industria de alimentación y bebidas	27.862
Comercio de alimentación y bebidas	182.443
Hostelería	264.006
Total ecosistema gastronomía	747.444
Total economía española	3.528.409
Peso (%) en la economía	21,18%

Fuente: análisis de KPMG a partir de información del INE (DIRCE) y del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo



© 2025 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

Estas empresas tienen una elevada presencia en el territorio nacional, rural, industrial y urbano, como muestra el hecho de que en España hay más de 900.000 explotaciones agrarias (con una superficie agrícola utilizada de 23,9 millones de hectáreas), más de 34.000 instalaciones de la industria de alimentación y bebidas, más de 230.000 locales de comercio alimentario mayorista o minorista y más de 300.000 establecimientos de hostelería.



Fuente: análisis de KPMG a partir de información del INE (DIRCE); datos referidos a 2023 excepto para número de explotaciones, que corresponden al Censo Agrario 2020 (último disponible)



Relevancia sector agroalimentario y gastronomía

1.4. Excelencia gastronómica en España

España cuenta con una amplia y diversa riqueza gastronómica, que se expande a lo largo de todo el territorio nacional, cuya máxima expresión la constituyen, a nivel de producto, las denominaciones de origen protegidas y, a nivel de establecimientos, los restaurantes galardonados con Estrellas Michelin o Soles Repsol, y que se complementa con las rutas de enoturismo que cubren toda la geografía.

En este sentido, cabe destacar que en España hay un total de:

291 Restaurantes galardonados con Estrellas Michelin

762 Restaurantes distinguidos con Soles Repsol

377 Denominaciones de Origen Protegidas, Indicaciones Geográficas Protegidas o Indicaciones Geográficas

36 Rutas de enoturismo





ENFOQUE

España es una Potencia Alimentaria

Orgullo de calidad, variedad, diversidad, accesibilidad

Lo es gracias a sus agricultores, ganaderos y pescadores

Fomentar el consumo de productos locales y de temporada

Recuperar el valor de los alimentos

Evitar el desperdicio alimentario

Responsabilidad medioambiental, social y económica

Vincular con estilos de vida, cultura, gastronomía, moda, artes...



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Desperdicio alimentario

Por otro lado...

2 de cada 3 hogares siguen desperdiciando alimentos



29,2 % de los hogares no
desperdicia
(26,0 % año 2021)
+12,3 % Evolución hogares que no tiran

1.170,48 Millones Kg-l en 2022

(-6,1 % vs Año 2021)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Desperdicio alimentario

AQUÍ NO SE TIRA NADA

Porque si tiramos
alimentos,
tiramos también
todo el esfuerzo
y los recursos
que hay detrás.



— EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO —

#alimentosdespaña

#alimentosdespaña



Publicidad institucional

- Elaboración de creatividades:
 - Vídeos
 - Cuñas de radio
 - Materiales gráficos para impresión o digital
 - Elementos transmedia
- Compra de espacios en medios de comunicación (contratación centralizada).



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Campañas de promoción





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

FERIAS Y EVENTOS



#alimentosdespana



GOBIERNO
DE ESPAÑA

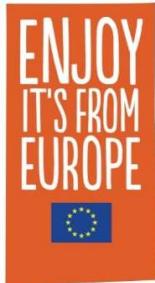
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

Programas de Promoción Europeos

La Política Agraria Común dedica importantes montantes destinados a subvencionar campañas de promoción alimentaria.

Presupuesto: ~ 190 M€ anuales

- . SIMPLES: 89.000.000€
- . MÚLTIPLES: 88.000.000€
- . INICIATIVA COMISIÓN: 9.500.000€



En general, España se posiciona entre el tercer y cuarto país más participativo

Italia > Grecia > Francia > España



#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

ALIMENTOS DE ESPAÑA

EL PAÍS
MÁS RICO DEL
MUNDO

#alimentosdespaña



#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

MUCHAS GRACIAS

PURIFICACION GONZALEZ CAMACHO
SUBDIRECTORA GENERAL
SG PROMOCIÓN DE LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA
DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

sgpromocion@mapa.es

#alimentosdespana