



Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario

Monográfico Hábitos de Cena

(Consumidores)

Tercer Trimestre 2025



ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL [INSTITUTO CERDÁ](#) PARA EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN.

***DERECHO DE USO:** TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASI MISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.*

Índice

Objetivos.....	4
Agentes Entrevistados.....	5
Ficha Técnica	6
Conclusiones	8
Resultados Monográfico Consumidores – 3º Trimestre 2025 – HÁBITOS DE CENA.....	10
¿Ha cambiado sus hábitos de cena en los últimos 5 años?.....	11
¿Ha cambiado la cantidad de comida que incluye en la cena?	12
¿Ha incorporado nuevos alimentos?.....	13
¿En qué ha consistido el cambio de hábitos?	14
¿Cuántos días a la semana se salta la cena?.....	15

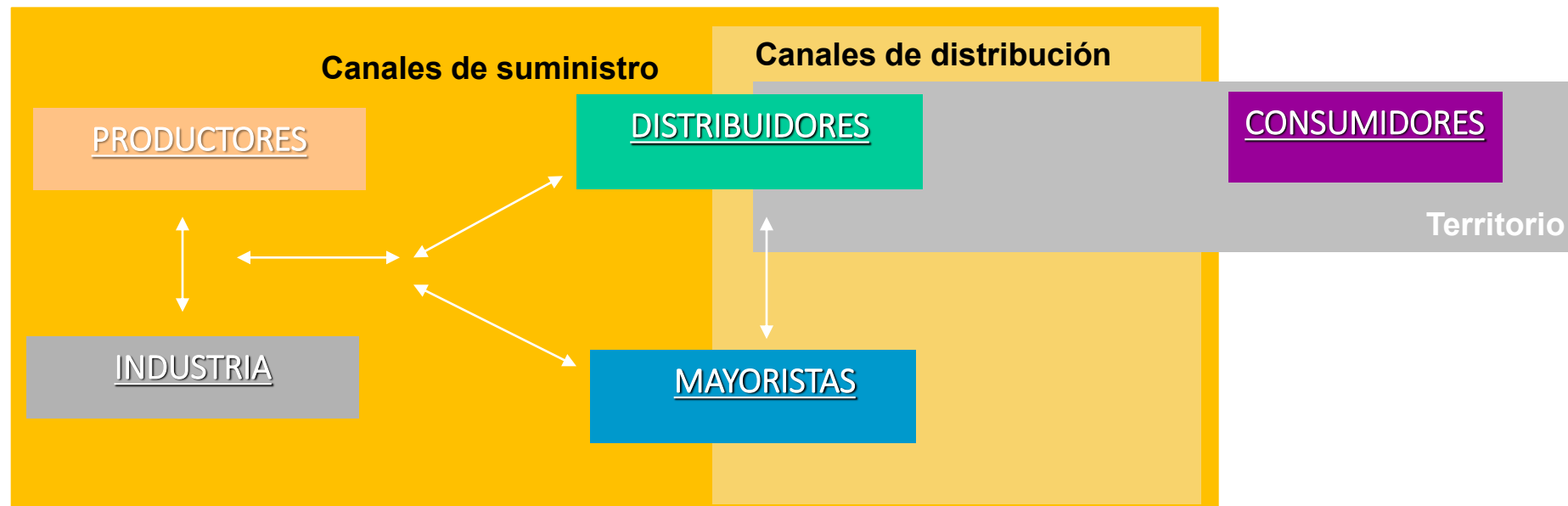
Objetivos

EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2003. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.

Agentes Entrevistados

- Se entrevista a los **principales participantes** en el proceso de la comercialización agroalimentaria: **Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores**. Se realizan entrevistas telefónicas mediante el **sistema CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una **muestra aleatoria** de cada uno de los agentes de la cadena.

Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los consumidores.

Ficha Técnica

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCÍA	ALMERÍA	5	6	6	6	23
	CADIZ	3	9	13	14	39
	CORDOBA	7	7	0	11	25
	GRANADA	10	10	2	7	29
	HUELVA	4	8	0	5	17
	JAEN	7	8	2	4	21
	MALAGA	6	10	15	23	54
	SEVILLA	9	22	4	26	61
Total		51	80	42	96	268
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7
	ZARAGOZA	6	3	0	21	30
	TERUEL	3	2	0	0	5
Total		12	7	2	21	42
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	15	32
Total		5	8	4	15	32
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	15	3	13	36
Total		5	15	3	13	36
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21
Total		9	6	0	6	21
C VALENCIANA	ALICANTE	8	21	13	18	60
	CASTELLÓ	5	7	2	6	20
	VALENCIA	15	33	9	25	82
Total		28	61	24	49	162
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35
	STA CRUZ TENERIFE	5	12	4	12	33
Total		7	24	10	27	68
CANTABRIA	CANTABRIA	7	5	2	6	20
Total		7	5	2	6	20
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5
	BURGOS	4	2	0	6	12
	LEON	6	2	2	4	14
	PALENCIA	3	0	2	0	5
	SALAMANCA	5	1	0	5	11
	SEGOVIA	3	0	2	0	5
	SORIA	1	1	0	0	2
	VALLADOLID	5	2	0	9	16
	ZAMORA	3	1	2	0	6
Total		33	9	10	24	76

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCHA	ALBACETE	3	3	0	5	11
	CIUDAD REAL	5	8	2	0	15
	CUENCA	4	0	2	0	6
	GUADALAJARA	3	2	3	0	8
	TOLEDO	12	5	5	0	22
Total		27	18	12	5	62
CATALUÑA	BARCELONA	20	45	27	89	181
	TARRAGONA	9	10	0	8	27
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	GIRONA	9	13	0	3	25
Total		46	70	27	104	247
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
Total		17	7	5	5	34
GALICIA	CORUÑA	10	12	5	8	35
	LUGO	5	2	3	0	10
	OURENSE	5	2	0	3	10
	PONTEVEDRA	5	13	2	10	30
Total		25	29	11	21	86
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
Total		3	2	0	5	10
MADRID	MADRID	12	19	30	153	214
Total		12	19	30	153	214
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
Total		2	19	5	21	47
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	2	14	36
Total		14	24	4	28	70
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
Total		0	0	5	0	5
Total General		303	403	195	599	1500

Ficha Técnica

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de **Responsable de la compra en el hogar**.
- El **margen de error** máximo para resultados globales es de **± 2,6%**, en las condiciones estadísticas de máxima indeterminación $p=q=50$ y un nivel de confianza del **95,5%**.
- Las entrevistas se realizan por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing).
- El trabajo de campo se realizó entre los días 29 de julio y 30 de septiembre de 2025.
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 30 de julio y 30 de septiembre de 2025.

Conclusiones

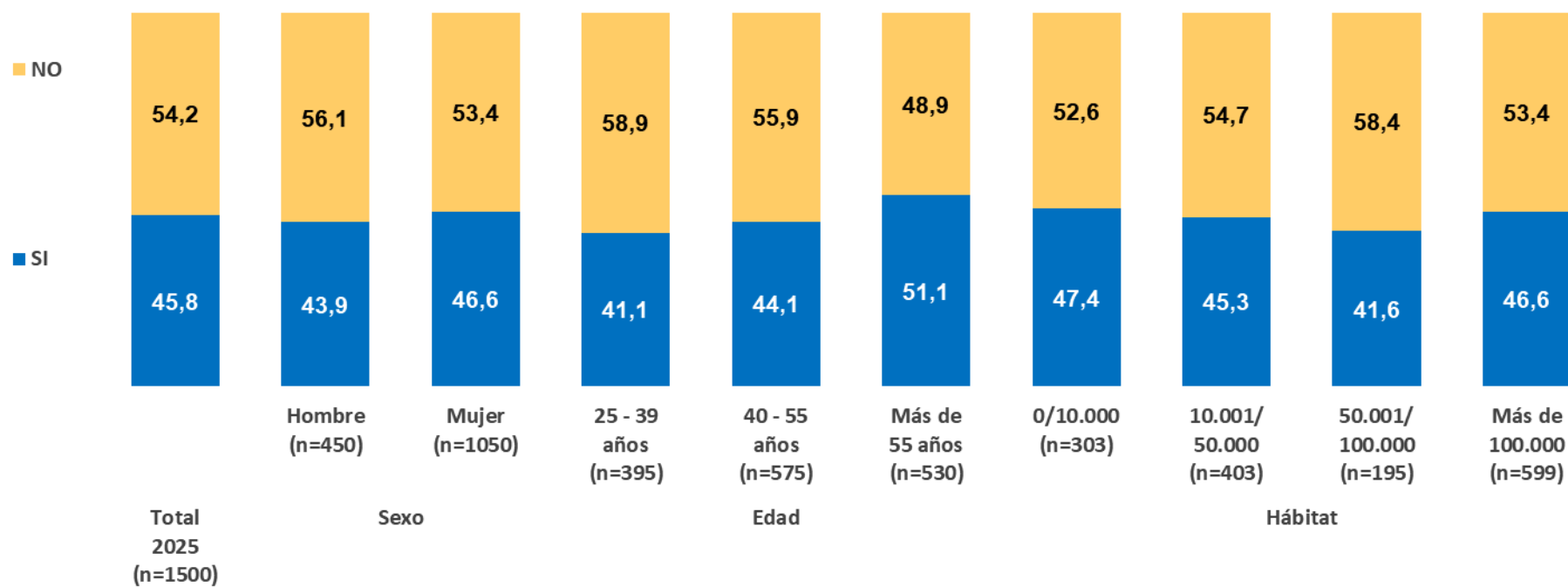
HÁBITOS DE CENA

- El **45,8%** de los consumidores manifiesta **haber cambiado sus hábitos de cena en los últimos 5 años**. Este porcentaje aumenta ligeramente entre las mujeres y en mayor medida entre los mayores de 55 años.
- Entre los que han cambiado los hábitos de cena:
 - El **67,0% manifiesta consumir menos cantidad de comida**, un 19,9% no ha variado la cantidad y un 13,1% consume más cantidad de comida en la cena. Los resultados son bastante homogéneos por sexo. Por edad, a medida que aumenta, se incrementa el porcentaje de los consumidores que manifiestan incluir menos cantidad de comida en la cena que hace 5 años.
 - El **67,3% manifiesta haber incluido en estos años nuevos alimentos** en la cena. Este porcentaje aumenta entre los hombres y entre los entrevistados más jóvenes (entre 25 y 39 años).
 - Los **principales cambios** que destacan son, por este orden:
 - Aumento del consumo de verduras (52,6%)
 - Cenas más sencillas (51,3%)
 - Reducción del consumo de procesados (37,5%)
 - Cambio en el horario de la cena (30,9%)
 - El **70,9% de los consumidores nunca se salta la cena y un 2,6% nunca cena**. El porcentaje de los que nunca cena aumenta entre los hombres y entre los entrevistados más jóvenes (25 a 39 años). Entre los que se saltan alguna vez la cena, la media de días es de 2,6 veces/semana. Resultado homogéneo por sexo. Por edad, aumenta entre los más jóvenes (25 a 39 años) y disminuye entre los mayores de 39 años

Resultados Monográfico Hábitos de Cena

¿Ha cambiado sus hábitos de cena en los últimos 5 años? (%)

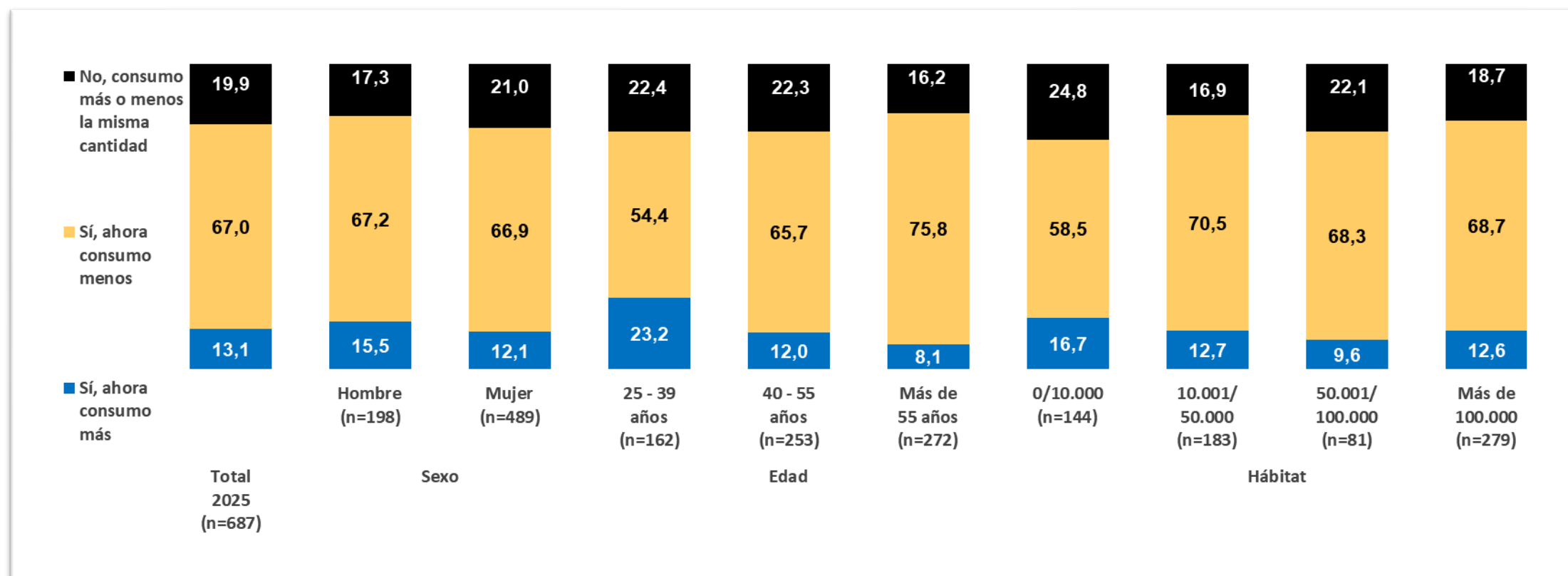
(*) Respuesta única.



¿Ha cambiado la cantidad de comida que toma en la cena?

(%)

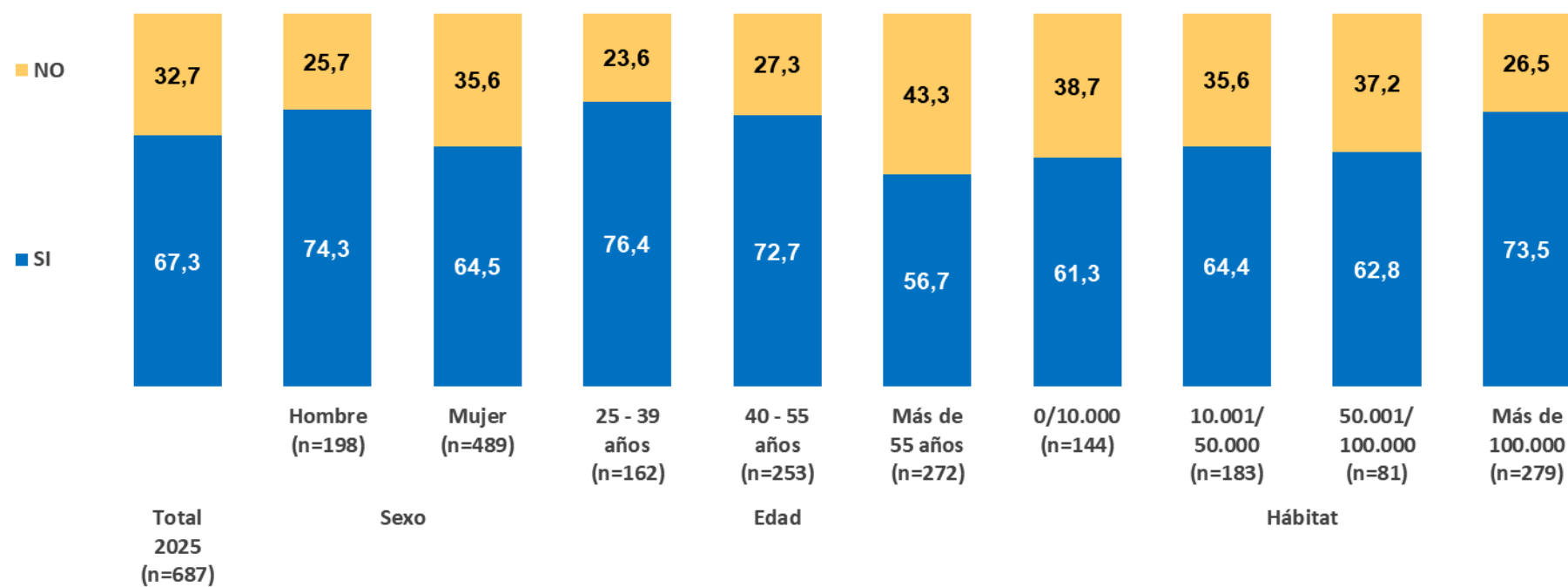
(*) Respuesta única.



¿Ha incorporado nuevos alimentos?

(%)

(*) Respuesta única.



¿En qué ha consistido el cambio de hábitos?

(%)

(*) Pregunta espontánea. Respuesta múltiple.

	Total 2025	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	0/10.000 hab.	10.001/ 50.000 hab.	50.001/ 100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
He aumentado el consumo de verduras	52,6	56,7	50,9	47,4	54,3	54,1	54,3	47,3	52,9	55,1
Ahora hago cenas más sencillas	51,3	52,6	50,7	34,5	50,2	62,3	50,0	46,6	59,5	52,5
He reducido el consumo de ultraprocesados	37,5	41,5	35,9	39,2	39,3	34,8	35,1	40,2	37,4	37,0
He cambiado el horario de la cena	30,9	32,3	30,3	22,4	28,0	38,6	28,7	30,3	34,1	31,4
He aumentado el consumo de proteínas	20,8	28,3	17,8	38,6	17,3	13,4	23,5	18,5	18,5	21,6
He aumentado la variedad de alimentos que incluyo	18,5	22,0	17,1	21,1	20,6	15,0	15,9	21,0	17,1	18,6
Ahora hago cenas con platos más elaborados	6,6	8,5	5,9	13,4	6,2	2,9	6,7	8,7	3,7	6,1
Otros	2,3	4,6	1,4	1,8	2,8	2,2	2,7	3,3	1,3	1,8
Bases	687	198	489	162	253	272	144	183	81	279

(*) Otros:

¿Cuántos días a la semana se salta la cena?

(%)

(*) Respuesta única.

	Total 2025	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	0/10.000 hab.	10.001/ 50.000 hab.	50.001/ 100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Una	8,4	9,3	8,1	7,3	8,9	8,8	8,0	9,4	8,3	8,0
Dos	9,8	8,7	10,3	9,9	9,2	10,4	7,2	11,7	8,7	10,2
Tres	5,0	4,9	5,1	7,1	4,1	4,5	6,2	3,8	6,4	4,8
Cuatro	2,7	2,3	2,9	2,0	3,7	2,3	4,0	2,9	2,7	2,0
Cinco	0,3	—	0,4	0,7	0,2	—	0,3	0,3	—	0,3
Seis	0,2	0,2	0,2	—	—	0,6	—	—	—	0,5
Nunca ceno	2,6	3,1	2,4	3,8	1,9	2,4	2,3	1,7	4,1	2,8
Nunca me salto la cena	70,9	71,5	70,7	69,1	72,1	71,0	72,0	70,1	69,8	71,3
Media (entre los que se saltan la cena)	2,6	2,6	2,6	2,8	2,5	2,5	2,7	2,3	2,8	2,6
Bases	1500	450	1050	395	575	530	303	403	195	599

