



# Consumo de platos preparados en los hogares españoles

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

## RESUMEN

*La demanda de platos preparados ha crecido notablemente durante los últimos años en los hogares españoles (por ejemplo, en 1997 el consumo per cápita era de 6,7 kilos y en 2011 se llegó a los 11,9 kilos). Al mismo tiempo ha aumentado la diversidad de alimentos encuadrados en esta familia de alimentación tanto en conserva, congelados, refrigerados y otros preparados. Este trabajo se centra en el análisis de la demanda de platos preparados en los hogares españoles incidiendo en las diferencias que aparecen en el consumo en función de la clase social, la composición del hogar, la situación laboral, la edad, el tamaño del hogar, el municipio y hábitat de residencia o la tipología de hogar. Además, se revisa la evolución en la demanda de esta familia de productos estudiando específicamente la cuota de mercado de los principales formatos comerciales.*

**PALABRAS CLAVE:** platos preparados, consumo hogares, conservas, congelados, refrigerados, cuota de mercado.

La variable tiempo se traslada hacia la demanda de alimentación en distintas manifestaciones. Así pues, los alimentos de conveniencia pueden identificarse con aquellos platos que están total o parcialmente preparados donde una parte significativa del tiempo de elaboración ha sido asumido por un procesador de alimentos.

Los platos preparados han encontrado durante la última década distintos cauces de expansión en el mercado alimentario español. Por un lado, la estructura laboral cada vez está más equilibrada entre hombres y mujeres, potenciando la demanda de alimentos preparados que cuentan con un valor añadido que suple la menor disponibilidad de tiempo para comprar, preparar y cocinar alimentos. Además, la composición de los hogares ha virado hacia patrones de demanda que animan al consumo individualizado de platos preparados (en diciembre de 2001, la Encuesta de Población Activa registraba 3,4 millones de personas que vivían solas); más de la mitad de los alimentos preparados consumidos en el hogar



se justifican por la situación personal del comprador (hogar monoparental, ausencia de niños, jóvenes emancipados, separados o divorciados...). Por otra parte, la preferencia por cubrir con actividades de ocio y esparcimiento el tiempo libre relega a un segundo plano la preparación y cocinado de alimentos; a cuatro de cada diez españoles no les gusta cocinar y dedican a la semana menos de una hora a esta actividad (en este amplio segmento de consumidores, los platos preparados están encontrando un elevado potencial de crecimiento). Finalmente, los platos preparados también han experimentado durante los últimos años una auténtica revolución que ha supuesto una enorme diversificación de las opciones existentes para los demandantes; en estos momentos existe un surtido amplio y profundo de platos preparados que facilita la demanda continuada de esta familia de productos.

Durante el año 2011, cada español gastó en torno a 1.471 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, los platos preparados tienen una participación próxima al 3,3%, con un total de 48,2 euros per cápita. En consecuencia se conforma

como una partida alimentaria con una importancia relativa limitada, aunque presenta un elevado potencial de crecimiento (sirva apuntar que en 1987 el consumo per cápita de platos preparados se situaba en 2,6 kilos, en 1997 alcanzaba los 6,7 kilos, en 2005 se cifraba en 10,1 kilos y en 2011 llegó a 11,9 kilos).

El cuadro 1 detalla el consumo y el gasto en platos preparados de los hogares españoles durante el año 2011. En cifras absolutas, el consumo asciende a cerca de 546 millones de kilos y el gasto supera los 2.214 millones de euros; por persona, estas cifras derivan hacia una demanda de 11,9 kilos y un gasto de 48,2 euros. La familia de platos preparados destaca por su enorme variedad y, por tanto, la participación relativa de cada producto resulta diferente (gráfico 1):

- Los platos preparados congelados (20,7% del consumo total) destacan especialmente por el pescado (37% del consumo total en esta categoría) y la carne (24% sobre el total), puesto que la participación de vegetales y pasta es sensiblemente menor (17,5% y 12,6%, respectivamente).
- Los platos preparados en conserva (11,7% del consumo total) consiguen

su máxima representatividad en las conservas vegetales (sobre todo con legumbres) y en las conservas de carne (39,6% sobre el total de esta categoría), puesto que las conservas de pasta y de pescado cuentan con una menor participación (12,9% y 2,9%, respectivamente).

- Debido a su menor precio, las sopas y cremas consiguen un 35,3% del consumo, pero sólo un 11,4% del gasto. En los platos preparados en conserva (11,7% consumo y 14,9% gasto) y en los platos preparados congelados (20,7% consumo y 24,6% gasto) el efecto es distinto porque su precio relativo es más elevado.
- En cuanto a productos concretos, la pizza aglutina el 26,4% del gasto y el 17,4% del consumo y, en consecuencia, resulta ser el alimento preparado más significativo.

El gráfico 2 resume la evolución en el consumo de algunos platos preparados durante el periodo 2005-2011 (se ha tomado como referencia la demanda en el año 2005 y, por tanto, se le otorga un valor 100). Destaca, de manera especial, el consumo de tortillas refrigeradas (valor de 204) y de pasta en conserva (índice



**CHOUSA**  
PANADEROS Y PASTELEROS  
*desde 1959*

Si todos nuestros panes  
fuesen iguales,  
no podríamos asegurar que  
nuestro pan es

# Artesano

CONTACTO

Pl. O Ceao, Agricultura, 52, 27003, Lugo. • +34 982100300 • [www.chousa.es](http://www.chousa.es)



CUADRO 1

## Consumo y gasto en platos preparados en España, 2011

	CONSUMO		GASTO		PRECIO MEDIO (EUROS POR KILO)
	CONSUMO TOTAL (MILES DE KILOS)	CONSUMO PER CÁPITA (KILOS)	GASTO TOTAL (MILES DE EUROS)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)	
<b>Total platos preparados</b>	<b>546.064,13</b>	<b>11,90</b>	<b>2.214.221,62</b>	<b>48,25</b>	<b>4,05</b>
Platos preparados conserva	63.907,27	1,39	329.453,60	7,18	5,16
Conserva carne	25.271,76	0,55	152.195,27	3,32	6,02
Conserva pescado	1.974,87	0,04	23.557,83	0,51	11,93
Conserva vegetal	28.528,80	0,62	110.347,04	2,40	3,87
Conserva legumbre	14.384,67	0,31	42.625,46	0,93	2,96
Conserva pasta	8.131,85	0,18	43.353,46	0,94	5,33
Platos preparados congelado	112.863,98	2,46	545.245,18	11,88	4,83
Congelado carne	26.992,94	0,59	119.273,61	2,60	4,42
Congelado pescado	41.579,40	0,91	228.068,83	4,97	5,49
Congelado vegetal	19.737,00	0,43	84.935,67	1,85	4,30
Congelado pasta	14.324,46	0,31	60.110,52	1,31	4,20
Otros Congelado	10.230,18	0,22	52.856,54	1,15	5,17
Sopas y cremas	192.538,84	4,20	251.650,29	5,48	1,31
Pizza	95.223,78	2,08	583.563,57	12,72	6,13
Pasta resto	8.097,82	0,18	61.566,77	1,34	7,60
Tortillas refrigeradas	9.341,86	0,20	27.784,38	0,61	2,97
Otros Platos Preparados	64.090,58	1,40	414.957,83	9,04	6,47

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

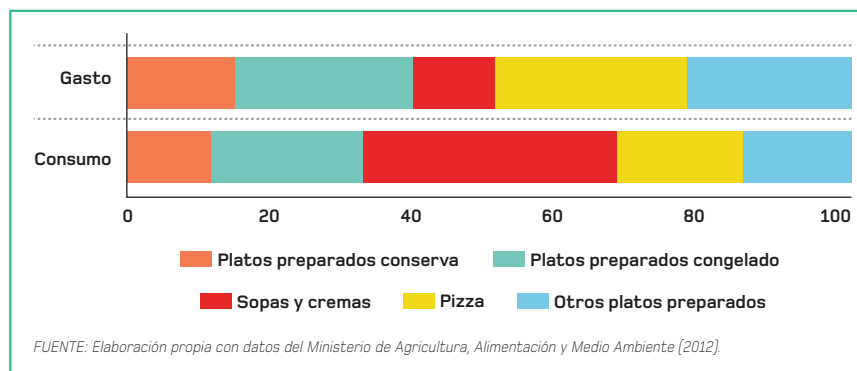
187). Estas cifras ponen de manifiesto cómo la familia de platos preparados ha ido incrementando progresivamente su participación en la cesta de los hogares españoles (para el conjunto de platos preparados se llega a un valor de 126 durante el último año).

El consumo de platos preparados aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de platos preparados.

Sobre cada uno de estos factores se pueden plantear las divergencias existentes con respecto a la media nacional. Así pues, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que aumentan o minoran la demanda de platos

GRÁFICO 1

## Desglose del consumo y gasto en platos preparados, 2011. Porcentaje





EL PROYECTO HISPAC & BTA. 2012 ATRAERÁ MÁS DE 1.400 EMPRESAS, 45.000 VISITANTES EN 53.000 M<sup>2</sup>

## BTA. 2012, FORO INTERNACIONAL DE REFERENCIA EUROPEA EN MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA ALIMENTARIA

Bta. 2012 -Barcelona tecnologías de la alimentación- celebrará su decimotercera edición centrada por la internacionalización y la innovación. Del 15 al 18 de mayo de 2012, las instalaciones del recinto Gran Vía de Fira de Barcelona acogerán una de las ferias del sector más importante de Europa y que con la celebración conjunta con Hispack se convertirá en la cita obligatoria para la industria alimentaria.

En esta edición se mostrarán las últimas soluciones tecnológicas, de maquinaria y de producto alimentario intermedio para todos los sectores de la industria alimentaria. Junto con Hispack, la cita atraerá a más de 1.400 expositores y 45.000 visitantes profesionales en un total de más de 100.000m<sup>2</sup> brutos de superficie ferial.

Equipos para todos los procesos alimentarios, de frío industrial y comercial; sistemas de control de calidad, de limpieza, higiene, seguridad y protección medioambiental; maquinaria de envase y embalaje; productos funcionales; aditivos alimentarios; coadyuvantes tecnológicos volverán a estar presentes en esta edición de Bta. con más del 25% de las empresas expositoras internacionales.

Bta. está compuesta por tres salones -Tecnocárnica, Ingretecho y Tecnoalimentaria-, con los que el profesional descubrirá toda la oferta tecnológica, de maquinaria y de producto intermedio que necesita la industria de alimentación y bebidas.

En esta edición actividades paralelas y jornadas formativas para el profesional obtienen gran protagonismo por su fuerza dinamizadora de la oferta expositiva y su gran aportación al visitante. Bajo dos ejes temáticos: innovación y negocio, Bta. se convierte en foro de debate para el conjunto del sector, generando ideas y descubriendo tendencias en el sector de la maquinaria y la tecnología alimentaria.

Innovation Meeting Point (IMP), Ingretecho, International Business Center (IBC), Encuentros de negocio, Workshops con mercados internacionales, Hosted Buyers y Zona de Novedades, son algunas de las actividades paralelas que formarán esta edición de Bta. y que, junto con el amplio elenco de jornadas y conferencias, completarán la visita del profesional del sector.

# Bta.

BARCELONA TECNOLOGÍAS  
DE LA ALIMENTACIÓN

[www.bta-bcn.com](http://www.bta-bcn.com)

TECNOCÁRNICA

TECNOALIMENTARIA

INGRETECHO

Soluciones globales  
para el sector  
de la alimentación

## Hispack & Bta.

Packaging & Tecnologías de la Alimentación

Recinto Gran Vía  
15-18 Mayo 2012

The evolution of process  
and packaging



## Hispack

SALON INTERNACIONAL DEL EMBALAJE

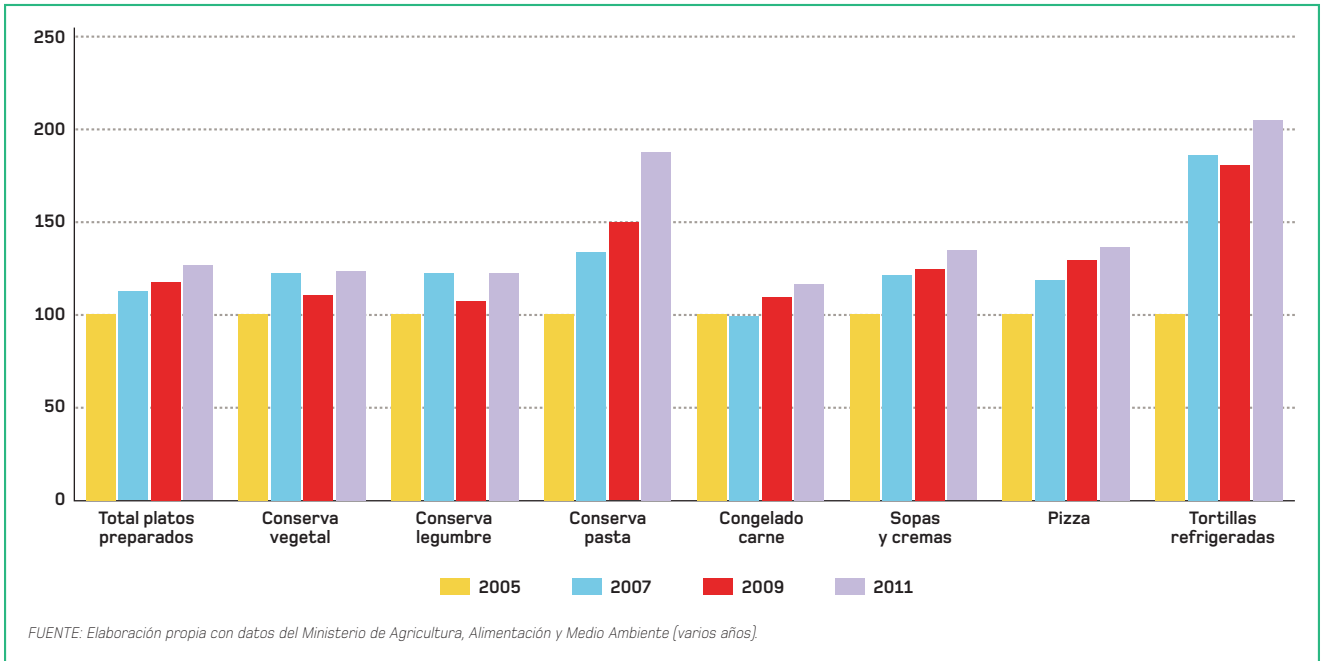
[www.hispack.com](http://www.hispack.com)

Alimentaria Exhibitions  
FIRA DE BARCELONA & REED EXHIBITIONS JOINT VENTURE

Fira Barcelona

GRÁFICO 2

Evolución del consumo de platos preparados en España (2005=100), 2005-2011



preparados. En el gráfico 3 y en el cuadro 2 se han resumido algunas de las principales variables que condicionan el consumo de platos preparados de los individuos en el hogar. Por una parte, el gráfico 3 calcula la desviación en kilos con respecto al consumo per cápita medio (11,9 kilos) en función de algunas de las características de los hogares anteriormente citadas. Por otro lado, el cuadro 2 discrimina los consumos por encima y por debajo de la media de platos preparados en conserva, platos preparados congelados, sopas y cremas, pizza y tortilla refrigerada.

Las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en los siguientes puntos:

- El estrato económico en el que se encuadra el hogar –y por tanto el nivel de ingresos– resulta determinante para el consumo de platos preparados. Así pues, los hogares de categoría baja consumen una cantidad notablemente inferior a la media (-3,7 kilos), lo mismo sucede en los hogares de categoría media baja (-0,4 kilos). Sin embargo, los hogares de las categorías media y alta y media-alta tie-

nen un patrón de consumo de alimentos preparados con desviaciones positivas sobre la media (1,3 kilos y 3,1 kilos, respectivamente).

- La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de platos preparados –sobre todo si son menores de 6 años–, puesto que las desviaciones positivas solo aparecen en la categoría de hogares sin niños (0,9 kilos por encima de la media). A modo de ejemplo, en los hogares con niños de entre 6 y 15 años hay una demanda superior a la media en platos preparados congelados, pizzas y tortilla refrigerada, mientras que sucede lo contrario en platos preparados en conserva y sopas y cremas.
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro de la demanda per cápita de platos preparados, en desvia-

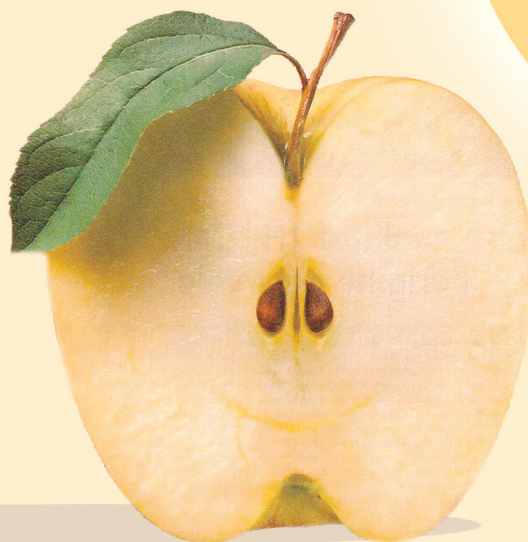


ciones positivas si la persona trabaja y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona no activa en el mercado laboral. No obstante, es una variable poco significativa puesto que las desviaciones se cifran en 0,2 kilos tanto por encima como por debajo de la media.

- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de platos preparados no ofrece ninguna conclusión determinante. Queda atrás esa situación en la que cuanto mayor en edad era la persona que realizaba las compras, más reducido era el consumo



**Fuera, la formenta del Valle Venosta**



**Dentro, el sol del Valle Venosta.**

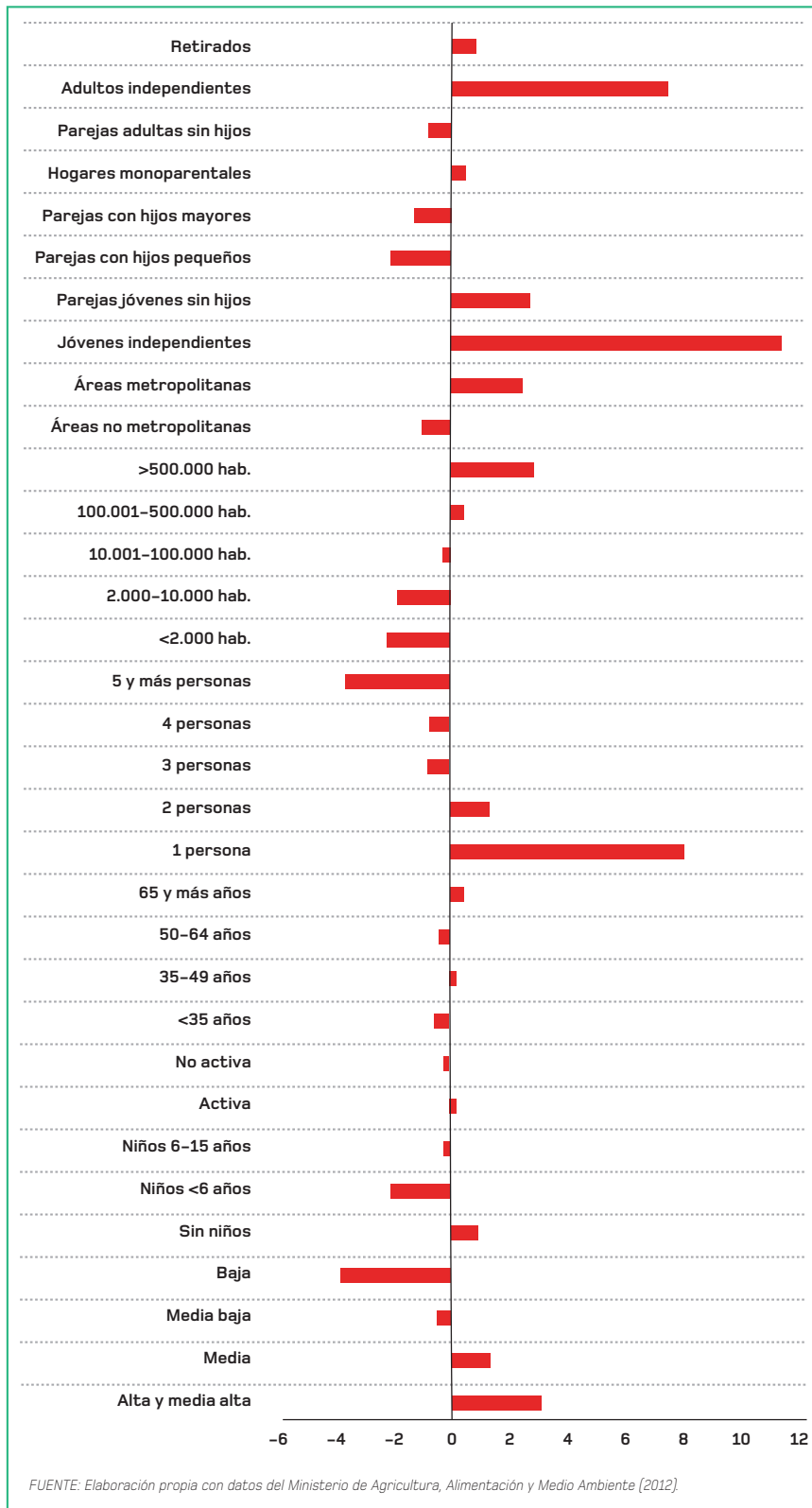
Cuando se trata de fruta lo importante es el interior. Por eso te ofrecemos Amélie, nuestra manzana de segunda categoría. Tal vez no sea la más bella, pero es increíblemente sabrosa y sus extraordinarias propiedades organolépticas convencen al consumidor.

Amélie es guapa por dentro. Y, por supuesto, cuenta con la garantía de calidad de manzanas Val Venosta.

**amélie**

GRÁFICO 3

Desviaciones en el consumo per cápita de platos preparados conforme a las características de los hogares (media nacional = 11,9 kilos por persona). Kilos



de alimentos preparados. A modo de ejemplo puede citarse que los jóvenes menores de 35 años consumen por encima de la media platos preparados congelados, pizzas y tortilla refrigerada pero, por otro lado, los consumidores mayores de 65 años demandan mayor cantidad de platos preparados en conserva y sopas y cremas.

– El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita de platos preparados. El punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con una y dos personas consumen, en términos per cápita, más alimentos preparados que la media, mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres, cuatro o más personas. Por ejemplo, en los hogares con tres personas se consumen pizzas por encima de la media nacional, pero ocurre lo contrario con los platos preparados en conserva, congelados, sopas y cremas y tortilla refrigerada.

– El tamaño de la población repercute claramente sobre el consumo de platos preparados. Para este tipo de productos existe una relación entre el consumo per cápita y el tamaño de la población, de tal manera que conforme aumenta el número de habitantes de un municipio se advierte una mayor demanda per cápita. Los municipios pequeños (<2.000 habitantes) y aquellos que están entre 2.000-100.000 habitantes presentan desviaciones negativas y, por tanto, consumos inferiores a la media del país; por el contrario, a partir de 100.001 habitantes las desviaciones son positivas y crecen hasta un nivel máximo en grandes ciudades (>500.000 habitantes). En las grandes ciudades se consume por encima de la media platos preparados en conserva, congelados, sopas y cremas, pizza y tortilla refrigerada.

# Mercairuña.

La mejor  
calidad en el  
mejor enclave.



**Frutas.** Hortalizas. Pescados. Supermercado  
mayorista. **Almacenamiento** y  
distribución de carnes y productos  
cárnicos. **Polígono** Soto de Aizoain.



31080 Pamplona.

Tel.: 948 30 36 14. Fax: 948 30 36 34.

  
mercairuña@retemail.es **Mercairuña**



CUADRO 2

## Diferencias en el consumo per cápita de distintos platos preparados conforme a las características de los hogares, 2011

		CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA	CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA
<b>Clase social</b>	Alta y media alta	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
	Media	Conserva, congelado, sopas y cremas y pizza	Tortilla
	Media baja	Tortilla	Conserva, congelado, sopas y cremas y pizza
	Baja	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
<b>Composición del hogar</b>	Sin niños	Conserva, sopas y cremas y tortilla	Congelado y pizza
	Niños < 6 años	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	Niños 6-15 años	Congelado, pizza y tortilla	Conserva y sopas y cremas
<b>Situación mercado laboral</b>	Activa	Conserva, congelado, pizza y tortilla	Sopas y cremas
	No activa	Conserva y sopas y cremas	Congelado, pizza y tortilla
<b>Edad</b>	< 35 años	Congelado, pizza y tortilla	Conserva y sopas y cremas
	35-49 años	Congelado, pizza y tortilla	Conserva y sopas y cremas
	50-64 años	Conserva	Congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	> 65 años	Conserva y sopas y cremas	Congelado, pizza y tortilla
<b>Tamaño del hogar</b>	1 persona	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
	2 personas	Conserva, congelado, sopas y cremas y tortilla	Pizza
	3 personas	Pizza	Conserva, congelado, sopas y cremas y tortilla
	4 personas	Congelado y pizza	Conserva, sopas y cremas y tortilla
	5 y más personas	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
<b>Tamaño municipio residencia</b>	< 2.000 habitantes	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	2.000-10.000 habitantes	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	10.001-100.000 habitantes	Congelado, pizza y tortilla	Conserva y sopas y cremas
	100.001-500.000 habitantes	Conserva, sopas y cremas, pizza y tortilla	Congelado
	> 500.000 habitantes	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
<b>Hábitat de residencia</b>	Áreas no metropolitanas	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	Áreas metropolitanas	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
<b>Tipología de hogar</b>	Jóvenes independientes	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
	Parejas jóvenes sin hijos	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla	—
	Parejas con hijos pequeños	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	Parejas con hijos mayores	—	Conserva, congelado, sopas y cremas, pizza y tortilla
	Hogares monoparentales	Conserva, congelado, pizza y tortilla	Sopas y cremas
	Parejas adultas sin hijos	Conserva y sopas y cremas	Congelado, pizza y tortilla
	Adultos independientes	Conserva, congelado, sopas y cremas y tortilla	Pizza
	Retirados	Conserva y sopas y cremas	Congelado, pizza y tortilla

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



Nuevo **COMBO**

# PARA LOS QUE TIENEN UNA TONELADA DE TRABAJO.

Contigo, con tu negocio.

Una tonelada de ladrillos, un equipo de fútbol 7 o pintura suficiente para darle dos capas a la Puerta de Alcalá. Gracias a su exclusivo sistema de puertas y a sus 1.000 kilos de carga útil, el nuevo Opel Combo es el vehículo comercial más fácil y cómodo de cargar.

[www.opel.es](http://www.opel.es)

*Siempre*  
**cuidamos** | Postventa  
lo que fabricamos | Opel

Consumo mixto (l/100km): 4,8-7,7. Emisiones CO<sub>2</sub> (g/km): 126,0-179,0.



**Wir leben Autos.**

CUADRO 3

**Consumo y gasto per cápita en platos preparados por comunidades autónomas, 2011**

	CONSUMO PER CÁPITA (KILOS)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)
Andalucía	11,6	45,8
Aragón	12,0	48,6
Asturias	9,1	34,4
Baleares	11,7	45,7
Canarias	11,2	43,9
Cantabria	10,2	41,3
Castilla y León	9,6	35,7
Castilla-La Mancha	10,9	42,0
Cataluña	15,4	65,3
Comunidad Valenciana	12,1	48,2
Extremadura	10,6	40,3
Galicia	8,1	33,4
Madrid	13,8	57,2
Murcia	10,4	41,9
Navarra	8,7	35,7
País Vasco	9,9	45,7
La Rioja	13,2	42,6
<b>Media España</b>	<b>11,9</b>	<b>48,2</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

– El hábitat de residencia ofrece una conclusión similar a la variable anterior. Esto es, en el área metropolitana el consumo de platos preparados es superior a la media nacional (2,5 kilos por encima) y, por el contrario, en las áreas no metropolitanas está por debajo (-1 kilo).

– Por último, el análisis del consumo per cápita de alimentos preparados según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso aparece un consumo por encima de la media en los hogares donde hay jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, hogares monoparentales, adultos independientes y jubilados. Por contra hay un consumo per cápita inferior a la media en parejas con hijos pequeños, parejas con hijos mayores y parejas adultas sin hijos. El cuadro 2 ofrece una amplia casuística en cuanto a la demanda de platos preparados en conserva, platos preparados congelados, pizzas, sopas y cremas y tortilla refrigerada.

La demanda de platos preparados también difiere por comunidades autónomas. Tomando como referencia el consumo medio (11,9 kilos por persona) y el gasto medio (48,2 euros por persona), Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid están por encima de esas cifras medias, mientras que Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra y País Vasco quedan por debajo de las mismas. La Rioja presenta un consumo per cápita por encima de la media (13,2 kilos), pero un gasto per cápita inferior (42,6 euros).

Los cuadros 3 y 4 resumen el consumo y el gasto en platos preparados por comunidades autónomas. En el cuadro 3 se recogen los kilos y los euros per cápita dedicados en cada región a la demanda de la familia de platos preparados. Mientras, el cuadro 4 destaca para cada producto concreto las comunidades autónomas

CUADRO 4

**Comunidades autónomas con mayor y menor gasto per cápita en platos preparados, 2011**

	COMUNIDAD AUTÓNOMA CON MAYOR GASTO	COMUNIDAD AUTÓNOMA CON MENOR GASTO
<b>Total platos preparados</b>	<b>Cataluña</b>	<b>Galicia</b>
Platos preparados conserva	Madrid	Galicia
Conserva carne	Canarias	Galicia
Conserva pescado	Asturias	Baleares
Conserva vegetal	Madrid	Navarra
Conserva legumbre	Madrid	Galicia
Conserva pasta	Cataluña	Extremadura
Platos preparados congelado	Cataluña	Galicia
Congelado carne	Madrid	Galicia
Congelado pescado	Aragón	Galicia
Congelado vegetal	Cataluña	Galicia
Congelado pasta	Cataluña	La Rioja
Otros congelados	Cataluña	Asturias
Sopas y cremas	Cataluña	Galicia
Pizza	Cataluña	Galicia
Pasta resto	Cataluña	Asturias
Tortillas refrigeradas	La Rioja	Galicia
Otros platos preparados	Cataluña	Navarra

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

con mayor y con menor gasto per cápita (Cataluña y Galicia ocupan habitualmente esas posiciones).

El gráfico 4 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan alimentos preparados y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir estos productos. Parece claro que los supermercados (incluyendo los establecimientos de descuento) e hipermercados son los formatos que comercializan mayoritariamente platos preparados (conjuntamente alcanzan una cuota de mercado del 86,2%), mientras que el comercio especializado o establecimientos tradicionales (6%) y otras fórmulas comerciales (7,8%) resultan menos relevantes. En esta familia de productos conviene destacar la repercusión que tiene la venta domiciliaria, porque llega a alcanzar una cuota de mercado representativa para el conjunto de alimen-



tos preparados (en otros platos preparados congelados y en congelado vegetal las participaciones son especialmente significativas, 10% y 4%, respectivamen-

te). Las marcas del distribuidor tienen una presencia desigual en este segmento de mercado debido a la notable variedad de productos ofertados. Pueden ci-

## BIO VAL VENOSTA CALIDAD INCONFUNDIBLE

TODO  
EL SABOR DE  
LA NATURALEZA



IT BIO 013  
Controlado por:  
ABCERT Srl  
nº: BZ-42880-B



La generosidad de la Madre Naturaleza y el duro trabajo del hombre se encuentran, en equilibrio perfecto, en Bio Val Venosta: la marca que representa la producción biológica de las Manzanas Val Venosta. Una fruta cultivada exclusivamente con métodos naturales y sin ningún fertilizante. Una fruta sometida a rigurosos controles de calidad que ofrece como resultado un respeto total al medio ambiente y una manzana sabrosa, saludable, rica en sustancias nutritivas y sin residuos de productos químicos.



VI.P coop.soc.agricola - Via Centrale 1/c - 39021 Laces (BZ) - Südtirol - Italia  
Tel. +39/0473/723327, Fax +39/0473/723460, bio@vip.coop, www.vip.coop



GRÁFICO 4

**Cuota de mercado en la distribución de platos preparados en España, 2011.**  
Porcentaje

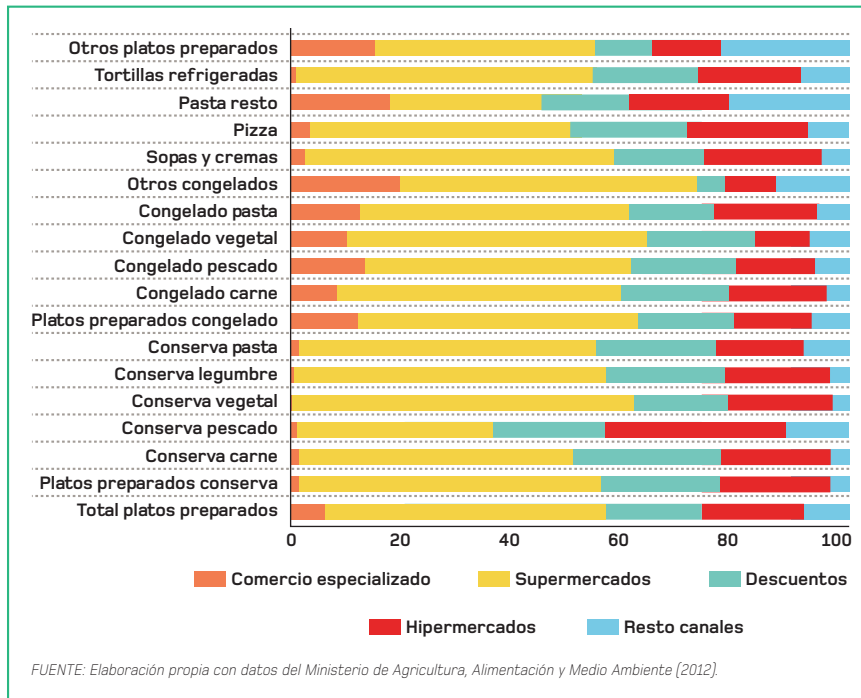
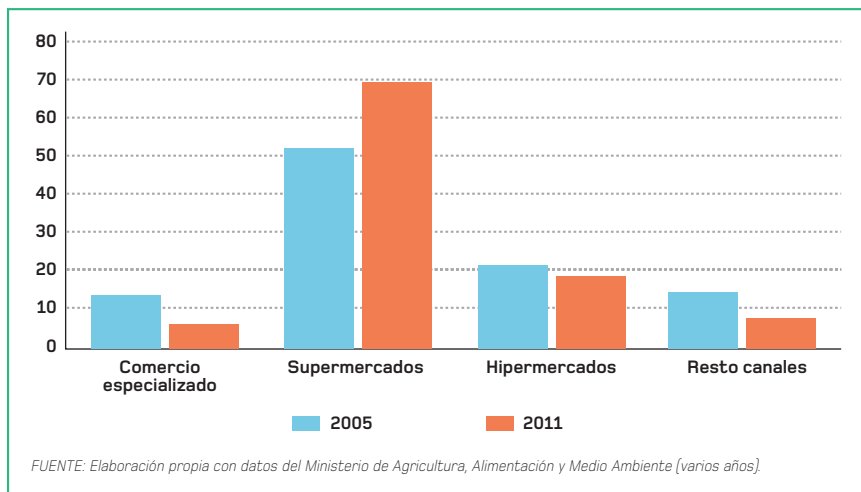


GRÁFICO 5

**Evolución de la cuota de mercado en la distribución de platos preparados en España, 2005-2011**



tarse dos ejemplos: por un lado, en el caso de los platos preparados deshidratados, las marcas del distribuidor tienen una participación reducida y, además, la diferencia de precios entre marcas del distribuidor y marcas del fabricante no es muy elevada; por otra parte, en los platos preparados congelados se observa que la marca del distribuidor tiene una presencia más significativa y el diferencial de precios con la marca del fabricante es notablemente mayor.

Finalmente, el gráfico 5 refleja la evolución de la cuota de mercado en la distribución de platos preparados durante los últimos años. Destaca, de manera especial, el incremento de participación de los supermercados durante el periodo 2005-2011, puesto que ha pasado del 51% al 67,7%. El resto de formatos y canales han experimentado un retroceso: el comercio especializado del 13,6% al 6,1%, los hipermercados del 21,1% al 18,5% y el resto de canales del 14,3% al 7,8%. ■

**BIBLIOGRAFÍA**

- FELICIANO, D. y ALBISU, L. M. (2005): "El consumo de platos preparados en España, Francia y Gran Bretaña", *Distribución y Consumo*, nº 79, p. 91-103.
- MAGRAMA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid.
- MAGRAMA (2012): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, [www.magrama.es](http://www.magrama.es)
- MARTÍN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MERCASA (2011): *Alimentación en España 2011. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid.
- MURCIA, J.L. (2010): "Los platos preparados siguen creciendo", *Distribución y Consumo*, nº 114, p 1-4.
- RESA, S. (2007): "Los platos preparados viven su momento de oro", *Distribución y Consumo*, nº 94, p 71-75.
- RESA, S. (2008): "Platos preparados. El refugio de los grandes", *Distribución y Consumo*, nº 99, p 51-57.
- RESA, S. (2011): "Platos preparados: objetivo, la restauración", *Distribución y Consumo*, nº 117, p 44-50.