



Consumo de platos preparados

Principales características

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Universidad Complutense de Madrid

Los últimos datos presentados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) sobre el consumo de alimentos en España ofrecen dos conclusiones claras. Por un lado, los consumidores buscan alimentos saludables y de calidad incidiendo en la idea de seguridad alimentaria y, por otro lado, en el mercado español cada vez existe una demanda más elevada de alimentos que permiten un ahorro de tiempo porque son cómodos y rápidos de preparar. En 2005, esta segunda tendencia se observa, por ejemplo, en el significativo ascenso del consumo de frutas y hortalizas transformadas o, de manera especial, en la demanda creciente de platos preparados.

Este trabajo pretende revisar las principales características del consumo de platos preparados en España. Por tanto, presenta algunos de los factores más signifi-

cativos que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de platos preparados: 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 tipología del hogar y la edad o situación laboral de la persona encargada de realizar las compras van a ser algunas de las variables analizadas. La distribución territorial del consumo en platos preparados también se analiza en este artículo.

ALIMENTACIÓN Y CONVENIENCIA

Los alimentos de conveniencia pueden identificarse con aquellos platos que están total o parcialmente preparados donde una parte significativa del tiempo de elaboración y de las habilidades culinarias han sido asumidas por un procesador de alimentos o distribuidor (Feliciano

y Albisu, 2005). Por tanto, los platos preparados enlazan con esta definición de alimentos de conveniencia y encuentran durante la última década distintos cauces de expansión en el mercado alimentario español:

- La progresiva incorporación femenina al mercado laboral potencia la demanda de alimentos preparados que cuentan con un valor añadido que suple la menor disponibilidad de tiempo para comprar, preparar y cocinar alimentos.
- La composición de los hogares ha virado hacia patrones de demanda que animan al consumo individualizado de platos preparados. Parece que más de la mitad de los alimentos preparados consumidos en el hogar se justifican por la situación personal del comprador (hogar monopa-





rental, ausencia de niños, jóvenes emancipados, separados o divorciados...).

- La preferencia por cubrir con actividades de ocio y esparcimiento el tiempo de no-trabajo relega a un segundo plano a la preparación y cocinado de alimentos. A un 40% de los españoles (53% hombres y 31% mujeres) no les gusta cocinar y dedican a la semana menos de una hora a esta actividad (*Alimarket*, 2006). En este amplio segmento de consumidores, los platos preparados están encontrando un elevado potencial de crecimiento.
- Los platos preparados 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.
- Por último, conviene no olvidar que los procesadores de alimentos también ofertan platos preparados específicos para el canal Horeca y que cuentan con un dinamismo notable por la repercusión creciente del gasto en alimentación fuera del hogar.

CUANTIFICACIÓN DEL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS

En los últimos años se observa cómo el mercado alimentario español tiende hacia la convergencia en ciertos aspectos con los hábitos de otros países occidentales y, sin lugar a dudas, la mayor presencia de los alimentos preparados en la dieta de los hogares es un claro ejemplo.

Durante el año 2005, cada español gastó en torno a 1.307 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, los platos preparados tienen una participación próxima al 3% –concretamente, 38,6 euros per cápita–. En consecuencia, se conforma como una partida alimentaria con una importancia relativa media, 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 por habitante y en 2005 se ha cifrado en 10,1 kilos per cápita).

Agregando la demanda en el hogar y la demanda extradoméstica, cada español consumió 11,3 kilos de platos preparados. En cifras absolutas, los hogares consumieron cerca de 435 millones de kilos, los establecimientos de hostelería y restauración en torno a 23 millones de kilos y las instituciones aproximadamente 27

millones de kilos; por tanto, el consumo ascendió a más de 484,6 millones de kilos que, además, supone un incremento global del 3% con respecto a las cifras de consumo del año 2004 –conviene matizar el desigual comportamiento, por un lado, de la demanda en los hogares que ha crecido un 4,6% y, por otro, de la vertiente de consumo extradoméstico que se ha minorado un 10,1% respecto al año anterior–.

El cuadro nº 1 detalla el consumo (millones de kilos) y el gasto (millones de euros) en platos preparados durante el año 2005. En este producto, la participación de los hogares es notablemente superior a la conseguida desde la hostelería y restauración y las instituciones. Así pues, los hogares representan cerca del 90% del consumo total de platos preparados y más del 92% del gasto total efectuado; las instituciones tienen una participación del 5,5% en el consumo y del 4,3% en el gasto, mientras que hostelería y restauración tiene una menor significatividad en la demanda de este producto (4,8% del consumo y 3,6% del gasto). El gráfico nº 1 resume todas estas cifras desglosando, además, entre distintos tipos de platos preparados.

El cuadro nº 2, en términos per cápita, sintetiza el consumo y el gasto en platos preparados efectuado en el hogar y, además, refleja el precio medio pagado en el

CUADRO Nº 1

CONSUMO (MILLONES KILOS) Y GASTO (MILLONES EUROS) DE PLATOS PREPARADOS EN ESPAÑA 2005

	HOGARES		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		INSTITUCIONES		TOTAL	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
PLATOS PREP. VEGETAL	41,78	165,75	1,55	4,66	5,17	10,89	48,50	181,30
PLATOS PREP. CARNE	63,93	301,60	2,33	9,26	4,83	15,31	71,09	326,17
PLATOS PREP. PESCADO	41,88	228,51	1,59	8,08	6,35	20,59	49,82	257,18
SOPAS Y CREMAS	139,93	139,28	0,47	1,11	1,41	4,81	141,81	145,20
PIZZAS	73,14	413,91	1,03	4,07	0,32	1,11	74,49	419,09
OTROS PLATOS PREP.	74,05	410,55	16,30	38,74	8,52	25,41	98,87	474,70
TOTAL PLATOS PREP.	434,72	1.659,61	23,28	65,93	26,61	78,11	484,61	1.803,65

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

mercado español por un kilo de distintos tipos de alimentos preparados.

En los gráficos nº 2, 3, 4, y 5 se ofrece información para conocer la participación relativa de los distintos tipos de alimentos preparados, puesto que una de las principales características de esta familia de productos es su enorme heterogeneidad.

El gráfico nº 2 se ciñe al consumo, según los distintos tipos, de platos preparados. Destacan, con una participación de un tercio, las sopas y cremas y, además, es significativo el consumo de preparados congelados (25%) y pizzas (16%).

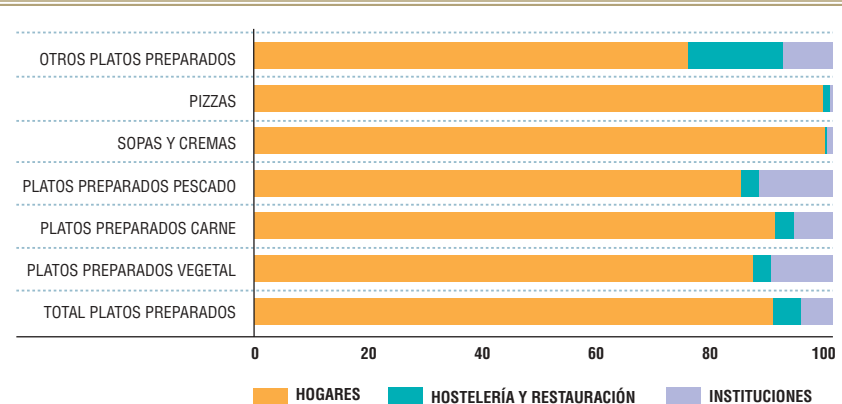
El gráfico nº 3 pondera la variable gasto en las conservas. La participación más relevante se asocia a las conservas de carne (55%) y a las conservas vegetales (28%).

El gráfico nº 4 refleja la participación del gasto de los distintos tipos de platos preparados congelados. Los congelados de pescado consiguen un 43% del gasto y los congelados de carne, vegetales y pasta tienen una participación pareja (20%, 15% y 12%, respectivamente).

Por último, el gráfico nº 5 presenta la distribución del gasto en otros platos preparados. Las pizzas cuentan con una participación bastante significativa (47%), mientras que la tortilla refrigerada apenas llega al 2%.

GRÁFICO Nº 1

PARTICIPACIÓN POR SECTORES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS PORCENTAJE



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



CUADRO Nº 2

**CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN ESPAÑA
HOGARES 2005**

	CONSUMO PER CÁPITA (KILOS)	GASTO PER CÁPITA (EUROS)	PRECIO MEDIO (EUROS/K)
TOTAL PLATOS PREP.	10,12	38,62	3,82
PLATOS PREP. CONSERVAS	1,50	6,75	4,50
CONSERVAS CARNE	0,86	4,13	4,83
CONSERVAS PESCADO	0,01	0,06	10,41
CONSERVAS VEGETAL	0,54	2,10	3,90
CONSERVAS LEGUMBRES	0,27	0,75	2,75
CONSERVAS PASTA	0,10	0,46	4,54
PLATOS PREP. CONGELADOS	2,50	11,99	4,79
CONGELADOS CARNE	0,54	2,45	4,51
CONGELADOS PESCADO	0,94	5,16	5,47
CONGELADOS VEGETAL	0,42	1,77	4,18
CONGELADOS PASTA	0,37	1,46	3,96
OTROS PLATOS PREP. CONGELADOS	0,22	1,15	5,14
SOPAS Y CREMAS	3,33	3,45	1,04
PIZZAS	1,63	9,27	5,68
OTROS PLATOS PREP. CON PASTA	0,15	1,02	6,81
TORTILLA REFRIGERADA	0,11	0,38	3,56
OTROS PLATOS PREP.	0,89	5,75	6,46

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

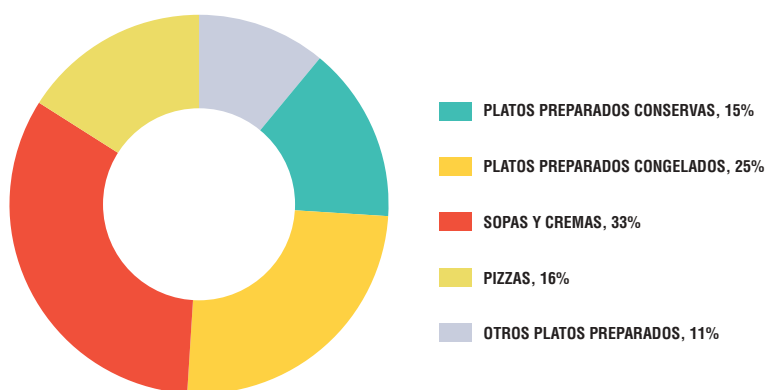
Tal y como se argumentaba anteriormente, los platos preparados se configuran como un alimento con una repercusión creciente en las demandas de los hogares y, por tanto, cada vez más significativo dentro de la cesta de la compra de cualquier hogar español. El gráfico nº 6 presenta la evolución del consumo per cápita de platos preparados durante los últimos años insertando, además, las oscilaciones para distintos tipos de platos preparados. Así pues, se observa cómo para el período 1987-2005 el consumo per cápita de platos preparados ha aumentado un 290% –es decir, casi se ha multiplicado por cuatro en menos de 20 años–. Los resultados son igualmente positivos para los distintos tipos de platos preparados, aunque destaca especialmente el consumo de las sopas y cremas que han aumentado el consumo per cápita durante el período 1987-2005 en 16,5 veces.

**DIFERENCIAS EN EL CONSUMO
SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE
LOS HOGARES**

El consumo de platos preparados aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño

GRÁFICO Nº 2

**REPARTO POR VARIEDADES DEL CONSUMO EN PLATOS
PREPARADOS
2005**

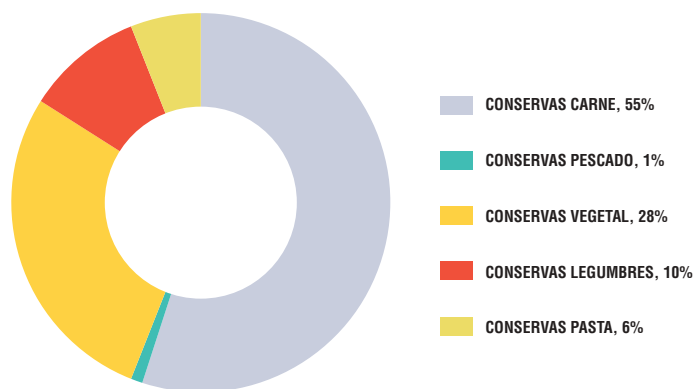


FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



GRÁFICO Nº 3

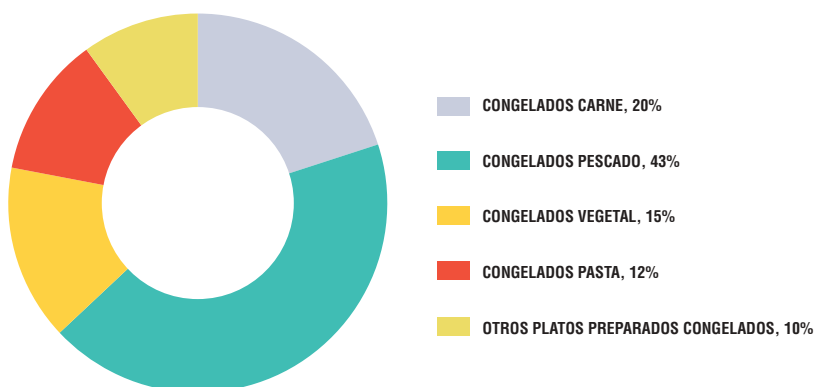
**REPARTO POR VARIEDADES DEL GASTO EN CONSERVAS
2005**



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

GRÁFICO Nº 4

**REPARTO POR VARIEDADES DEL GASTO EN CONGELADOS
2005**



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



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.

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

En el gráfico nº 7 se han resumido algunas de las principales variables que condicionan el consumo de platos preparados de los individuos en el hogar. Además, se han incluido las desviaciones para dos productos concretos como son las sopas y cremas y las pizzas, puesto que su consumo ha crecido notablemente en los hogares españoles. Se plantea, por tanto, la disparidad que existe en el consumo per cápita conforme a los siguientes patrones:

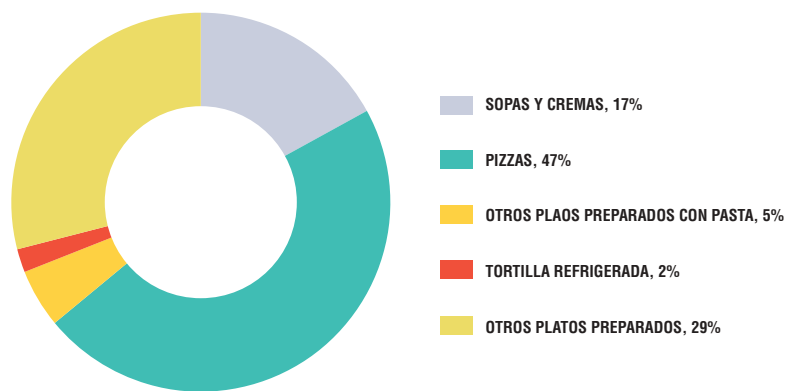
- Media nacional consumo platos preparados = 10,12 kilos por persona.
- Media nacional consumo sopas y cremas = 3,33 kilos por persona.
- Media nacional consumo pizzas = 1,63 kilos por persona.

Las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en los siguientes puntos:

- 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 2.000-10.000 habitantes presentan desviaciones negativas y, por tanto, consumos inferiores a la media del país; por el contrario, a partir de

GRÁFICO Nº 5

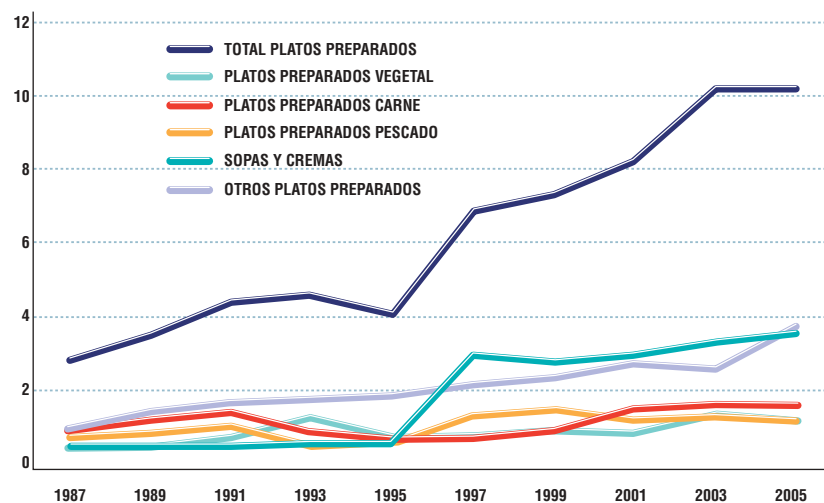
REPARTO POR VARIEDADES DEL GASTO EN OTROS PLATOS PREPARADOS
PORCENTAJE. 2005



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

GRÁFICO Nº 6

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS 1987-2005



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



100.000 habitantes las desviaciones son positivas y crecen hasta un nivel máximo en grandes ciudades (>500.000 habitantes). Esta situación se hace extensible a las sopas y cremas y a las pizzas que, por tanto, encuentran mayores niveles de demanda en poblaciones que cuentan con más habitantes.

- El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita de platos preparados. Esto es, el punto de inflexión entre las desviaciones positivas y la 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 cuatro o más personas. En el caso concreto de las sopas y cremas se observa la misma tendencia que, por el contrario, no aparece en las pizzas que tienen un consumo per cápita equilibrado con independencia del tamaño de las familias.
- 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; lo mismo sucede en los hogares de categoría media baja. Sin embargo, los hogares de las categorías media y alta y media-alta tienen un patrón de consumo de alimentos preparados con desviaciones positivas sobre la media. Los productos específicos que se comparan en este estudio (sopas y cremas y pizzas) siguen la misma tendencia que el conjunto de la familia de platos preparados.
- 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 apa-

GRÁFICO Nº 7

CONSUMO PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS DESVIADO A LA MEDIA NACIONAL*

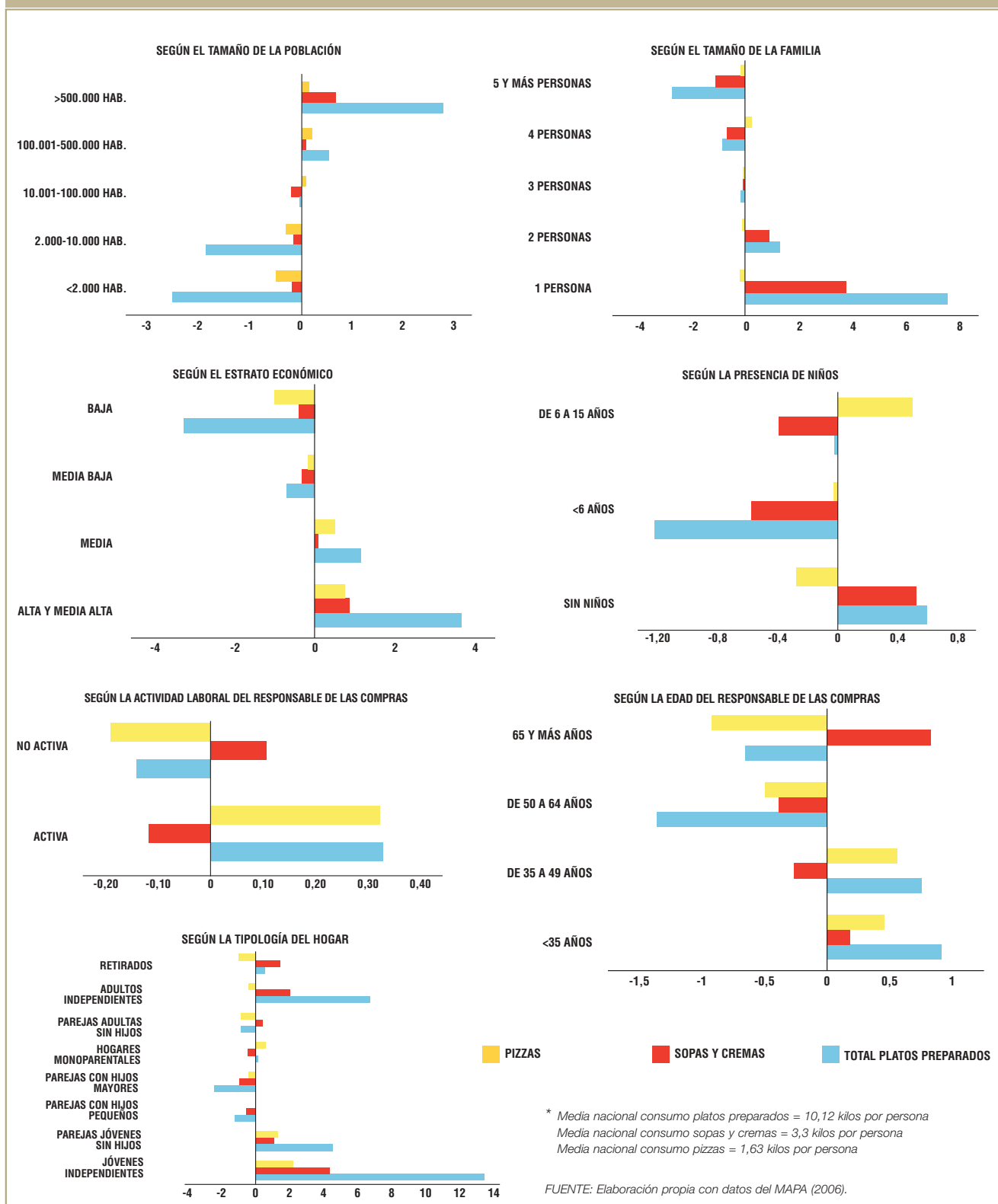
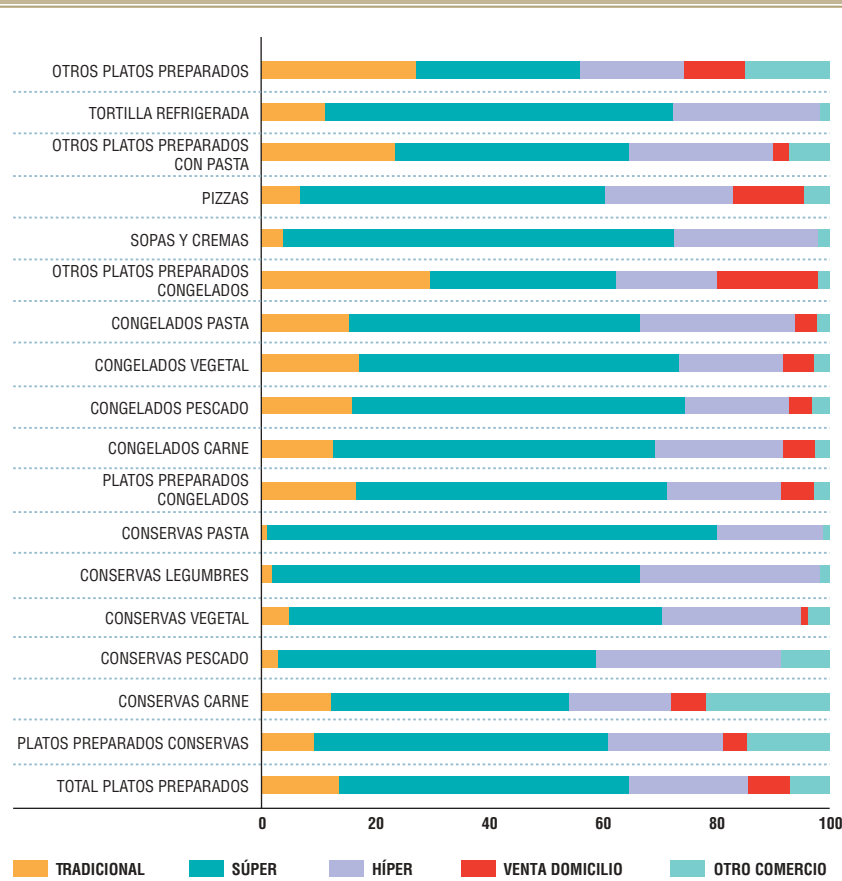


GRÁFICO Nº 8

CUOTA DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE PLATOS PREPARADOS
PORCENTAJE. 2005



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

recen en la categoría de hogares sin niños. Este mismo patrón de consumo per cápita se observa en el caso de las sopas y cremas pero, sin embargo, la demanda por persona de pizzas sigue la tendencia opuesta, es decir, desviaciones muy positivas cuando hay niños entre 6 y 15 años y desviaciones negativas si no hay niños.

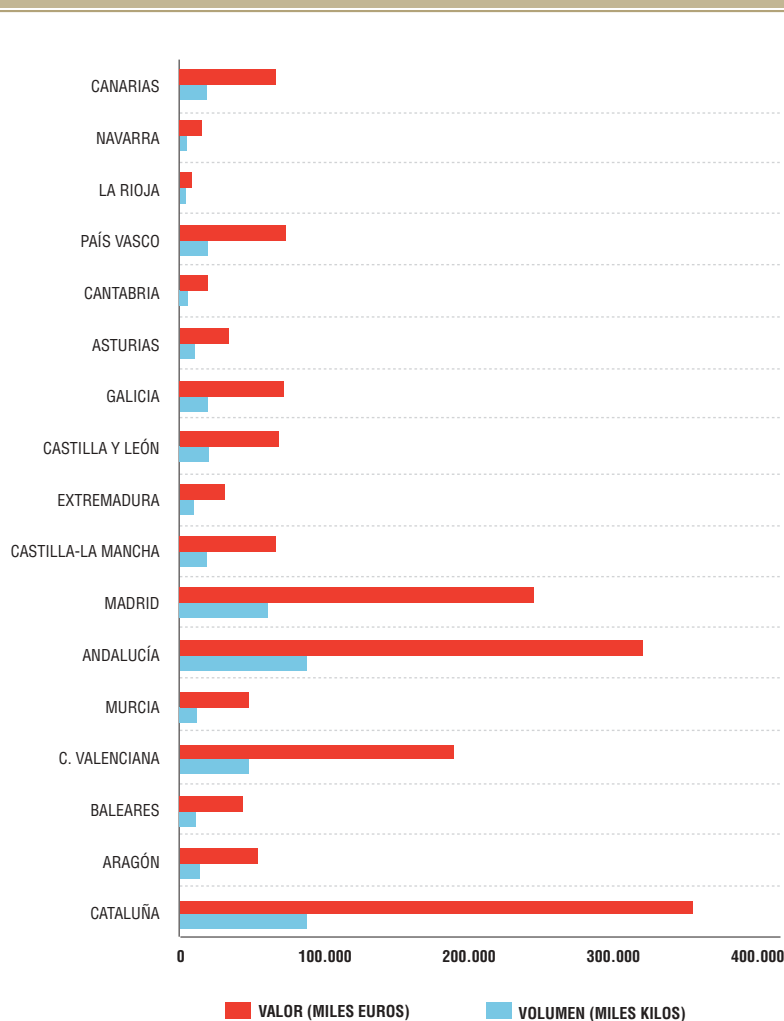
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro de la demanda per cápita de platos preparados, en desviaciones positivas si la persona trabaja y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona no activa en el mercado laboral. En los análisis concretos para sopas y cremas y pizzas aparecen desviaciones opuestas y, por tanto, se observa un comportamiento desigual entre estos productos cuando se estudia esta variable.
- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de platos preparados ofrece una conclusión interesante. Esto es, cuanto mayor en edad es la persona que realiza las compras más reducido es el consumo de alimentos preparados –en consecuencia, las desviaciones más negativas se centran en aquellos ho-





GRÁFICO Nº 9

CONSUMO Y GASTO DE PLATOS PREPARADOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

gares donde las compras las efectúa una persona mayor de 65 años y las desviaciones más positivas se observan en aquellas familias donde compra una persona de menos de 35 años-. El comportamiento en la demanda de pizzas es bastante parejo a esta tendencia, mientras que las sopas y cremas se polarizan sobre todo en los hogares donde compran los más jóvenes (menores de 35 años) y las personas mayores (por encima de 65 años).

- 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. La casuística para sopas y cremas y pizzas ofrece alguna variación con respecto a esta clasificación de los hogares.

COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS

El gráfico nº 8 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan alimentos

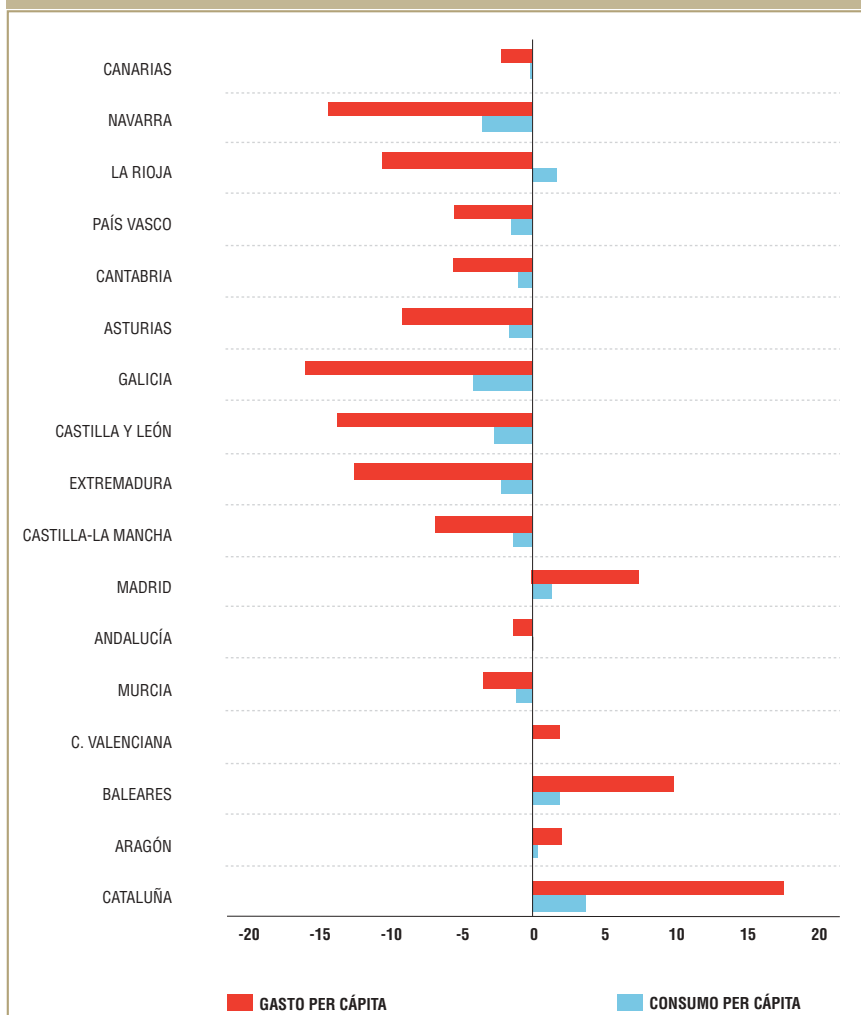


preparados y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir estos productos. Parece claro que los supermercados e hipermercados son los formatos que comercializan mayoritariamente platos preparados (conjuntamente alcanzan una cuota de mercado del 72%), mientras que los establecimientos tradicionales (13,6%) y otras fórmulas comerciales (14,3%) 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 del 7,2% para el conjunto de alimentos preparados, aunque para otros platos preparados congelados y para pizzas las participaciones son notablemente superiores (17,9% y 12,6%, respectivamente).

Las marcas del distribuidor tienen una presencia desigual en este segmento de mercado debido a la notable variedad de productos ofertados. Pueden citarse dos ejemplos (Nielsen, 2005). En el caso de los platos preparados deshidratados, las marcas del distribuidor tienen una participación reducida (ligeramente inferior al 20%) y, además, la diferencia de precios entre marcas del distribuidor y marcas del fabricante no es muy elevada (aproximadamente un 5,5%). Por otra parte, en los platos preparados congelados se observa que la marca del distribuidor llega casi al 50% (48,2%, concretamente) y el diferencial de precios con la marca del fabricante es mayor (aproximadamente un 40%).

GRÁFICO Nº 10

CONSUMO Y GASTO PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
DESVIACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL*



* Media nacional consumo platos preparados = 10,12 kilos por persona.
Media nacional gasto platos preparados = 38,62 euros por persona.

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de alimentos preparados y, por tanto, se advierten situaciones muy dispares en cada una de las comunidades autónomas tal y como indica el cuadro

CUADRO Nº 3

**CONSUMO, GASTO Y PRECIO DE PLATOS PREPARADOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
2005**

	CONSUMO		GASTO		PRECIO	
	MAYOR	MENOR	MAYOR	MENOR	MAYOR	MENOR
TOTAL PLATOS PREP.	CATALUÑA	GALICIA	CATALUÑA	GALICIA	CATALUÑA	LA RIOJA
PLATOS PREP. CONSERVAS	MURCIA	GALICIA	MURCIA	GALICIA	NAVARRA	LA RIOJA
CONSERVAS CARNE	MURCIA	LA RIOJA	MURCIA	LA RIOJA	NAVARRA	ASTURIAS
CONSERVAS PESCADO	MADRID	---	MADRID	---	NAVARRA	ARAGÓN
CONSERVAS VEGETAL	ARAGÓN	GALICIA	MADRID	GALICIA	NAVARRA	LA RIOJA
CONSERVAS LEGUMBRES	ARAGÓN	GALICIA	MADRID	GALICIA	GALICIA	ARAGÓN
CONSERVAS PASTA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	EXTREMADURA
PLATOS PREP. CONGELADOS	BALEARES	GALICIA	CATALUÑA	GALICIA	PAÍS VASCO	GALICIA
CONGELADOS CARNE	CANARIAS	CASTILLA Y LEÓN	CANARIAS	CASTILLA Y LEÓN	CANTABRIA	GALICIA
CONGELADOS PESCADO	CAST.-LA MANCHA	GALICIA	BALEARES	GALICIA	NAVARRA	ANDALUCÍA
CONGELADOS VEGETAL	CATALUÑA	CANARIAS	CATALUÑA	CANARIAS	PAIS VASCO	CANTABRIA
CONGELADOS PASTA	BALEARES	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	GALICIA	CATALUÑA	EXTREMADURA
OTROS PLATOS PREP. CONGELADOS	CATALUÑA	MURCIA	CATALUÑA	MURCIA	BALEARES	ASTURIAS
SOPAS Y CREMAS	LA RIOJA	GALICIA	CATALUÑA	GALICIA	ARAGÓN	LA RIOJA
PIZZAS	CATALUÑA	CANARIAS	CATALUÑA	EXTREMADURA	CANARIAS	EXTREMADURA
OTROS PLATOS PREP. CON PASTA	CATALUÑA	CAST.-LA MANCHA	CATALUÑA	CAST.-LA MANCHA	CANARIAS	CATALUÑA
TORTILLA REFRIGERADA	BALEARES	GALICIA	BALEARES	GALICIA	MADRID	ARAGÓN
OTROS PLATOS PREP.	CATALUÑA	EXTREMADURA	CATALUÑA	LA RIOJA	PAÍS VASCO	LA RIOJA

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

nº 3, donde se han resumido las principales divergencias desde la perspectiva del consumo, gasto y precio.

Los gráficos nº 9 y 10 presentan las situaciones más significativas en cuanto al consumo y al gasto en el mercado de los alimentos preparados considerando las distintas comunidades autónomas:

- El gráfico 9, utilizando valores absolutos, detalla el consumo (miles de kilos) y el gasto (miles de euros) en las distintas comunidades autóno-

mas. Destacan los valores más elevados de Cataluña en gasto y en consumo de platos preparados; por el contrario, los valores más reducidos de gasto y consumo de alimentos preparados se localizan en La Rioja.

- El gráfico nº 10 indica, a través de desviaciones con respecto a la media nacional, que Cataluña es la comunidad autónoma que más alimentos preparados consume (13,8 kilos

por persona) mientras que Galicia es la que menos consumo realiza (6,1 kilos por persona). En este gráfico también se observa que Cataluña es la región que más dinero gasta en términos per cápita en alimentos preparados (56,1 euros), mientras que Galicia vuelve a contar con el gasto más reducido (22,8 euros). ■

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Universidad Complutense de Madrid

**BIBLIOGRAFÍA**

- ALIMARKET (2006): "Congelados microondeables: en la buena onda", *Alimarket Revista*, nº 194, Abril.
- FELICIANO, D. y ALBISU, L. M. (2005): "El consumo de platos preparados en España, Francia y Gran Bretaña", *Distribución y Consumo*, nº 79, Enero-Febrero.
- MAPA (2006): *Dossier de datos sobre la Alimentación en España*. Mimeografiado. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- MAPA (varios años): *La Alimentación en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- MERCASA (2005): *Alimentación en España 2004. Producción, Industria, Distribución y Consumo*. Mercasa, Madrid.
- NIELSEN (2005): *Anuario Evolución 2005*. Nielsen. Madrid.