

# CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS

**DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS SE REGISTRA UNA TENDENCIA GENERALIZADA A LA BAJA, TANTO EN LAS COMPRAS DE LOS HOGARES COMO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN, CON LAS ÚNICAS EXCEPCIONES DE LOS PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS EN LA GAMA DE CONGELADOS Y DE LAS PIZZAS ENTRE LOS PLATOS PREPARADOS**

■ ESTEBAN LOPEZ PLAZA



El consumo de productos congelados y platos preparados tampoco está escapando a la fuerte tendencia a la baja que se registra desde hace varios años en el consumo alimentario en general. En este caso, el retroceso se inició ya en 1990, con un descenso ininterrumpido hasta 1995, que en 1996 se acentúa aún más, de acuerdo con el avance de los datos relativos al primer semestre del año. Una evolución que contrasta con la tendencia

positiva que se registró en el consumo de estos productos a finales de la década de los ochenta.

De acuerdo con los últimos datos anuales completos, los consumidores españoles compraron en 1995 un volumen de alimentos congelados (carnes, pescados, mariscos, frutas y hortalizas) de 435 millones de kilos. Si comparamos estos datos con los del año anterior, se produce un descenso del 4% del consumo total, cifrado en 18 millo-

nes de kilos. En platos preparados, el volumen total de compras fue de 153 millones de kilos, lo que significa un descenso del 7% respecto al año anterior, cuando se alcanzó un volumen de consumo de 165 millones de kilos.

El consumo medio anual es de 15 kilos por persona y año para el conjunto de esta gama de productos (alimentos congelados y platos preparados); destacando los platos preparados, con casi 4 kilos por persona; las frutas y

CUADRO Nº 1

### CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS. CUOTA DE MERCADO POR FORMAS COMERCIALES. % SOBRE VALOR COMPRAS EN HOGARES

1995

	T. TRADICIONALES	SUPERMERCADOS	HIPERMERCADOS	ECONOMATOS	MERCADILLOS	VENTA A DOMICILIO	OTROS
<b>PRODUCTOS CONGELADOS</b>							
FRUTAS Y HORTALIZAS	22,65	47,00	22,51	2,13	1,00	2,20	2,5
CARNES	42,18	37,53	8,23	1,64	0,77	2,40	7,23
PESCADOS	37,97	39,87	11,59	1,83	1,59	3,03	4,11
VARIOS	40,05	33,15	14,23	1,85	2,10	2,31	6,31
<b>PLATOS PREPARADOS</b>							
	25,65	40,84	21,36	1,90	0,44	3,46	6,35

FUENTE: MAPA

hortalizas congeladas, con 3,7 kilos; el pescado congelado, con 3,6 kilos; los mariscos congelados, con 2,9 kilos; y por último, la carne congelada, con menos de 1 kilo por persona y año.

Entre 1990 y 1995, el mayor descenso, superior al 50%, se registró en las carnes congeladas; los pescados congelados tuvieron un comportamiento más moderado, retrocediendo un 32%; mientras que los mariscos, moluscos y crustáceos registraron una caída del 20%. En sentido contrario, el consumo de productos hortofrutícolas congelados ha aumentado un 24% en los últimos seis años.

Por su parte, en el segmento de platos preparados se ha producido un estancamiento general del consumo con una evidente tendencia al descenso, salvo en la gama de pizzas, que mantienen un crecimiento continuado desde hace varios años.

Los hogares españoles, que representan el 80% del consumo total de alimentos congelados y casi el 90% de alimentos preparados, gastaron durante 1995 en esta gama de productos un total de 276.000 millones de pesetas, con un descenso de 20.000 millones de pesetas respecto al año anterior.

El porcentaje que representan los productos congelados y los platos preparados sobre el total del gasto de los hogares españoles en alimentación fue del 4,7% en 1995, frente al 4,9% del año anterior.

### CARNE CONGELADA

La estructura del consumo de carnes congeladas refleja las siguientes características básicas:

- El fuerte descenso, ya mencionado, entre 1990 y 1995, teniendo en cuenta que hasta 1994 los descensos interanuales se sitúan en torno al 8%, para estabilizarse en 1995 en un total de 37 millones de kilos, lo que representa un consumo medio nacional por persona y año de 0,93 kilos, frente a los 1,9 kilos de 1990.

- El escaso peso que tienen las carnes congeladas sobre el consumo total de carnes (61 kilos por persona y año).

Los hogares españoles, que representan el 86% del consumo total, adquirieron en 1995 un volumen de 31,5 millones de kilos de carnes congeladas, por un valor superior a 19.000 millones de pesetas y, aunque disminuyeron levemente su consumo, gastaron 1.300 millones de pesetas más que el año anterior debido al incremento de precios.

Por áreas geográficas, la tendencia a la baja entre 1990 y 1995 es general en casi todas ellas, a excepción de las mayores consumidoras, que incrementan notablemente sus niveles de consumo, como Galicia –con 2,5 kilos por persona y año– y Canarias que, con 4,9 kilos por persona, registra los mayores índices de consumo superando en un 600% la media nacional.

En el extremo contrario, el conjunto de áreas metropolitanas, Cataluña, Aragón, Navarra, La Rioja y la Comunidad Valenciana registran los menores niveles de consumo con apenas 0,3 kilos por persona y año.

Otro aspecto de interés para analizar las diferencias de comportamiento en el consumo de carnes congeladas pasa por el tamaño de las poblaciones. Los núcleos de 2.000 a 10.000 habitantes aumentan su consumo fijando los niveles más altos, con un volumen de 1,5 kilos por persona al año. Por contra, el resto de los núcleos de población disminuye su consumo, siendo las ciudades de más de 500.000 habitantes las que tienen un menor consumo, con 0,32 kilos por persona.

También el estatus socio-económico guarda relación con el mayor o menor consumo de carnes congeladas, siendo la población económicamente más modesta la que más compras realiza, con 1 kilo por persona al año, debido a que su precio es un 22% más barato que el de las carnes frescas.

El reparto de las compras domésticas de carnes congeladas por tipos de establecimientos sigue reflejando una cierta preponderancia de las tiendas tradicionales, con más del 42% del mercado, pero marcando una tendencia negativa decreciente, que sólo en 1995 se cifra en torno al 4%. Los supermercados frenan su crecimiento y se estabilizan en una cuota de mercado

# Bajamar

EN  
**ESPARRAGO DE NAVARRA**  
CONSEJO REGULADOR  
DENOMINACION ESPECIFICA

# mamiá

— SABORES QUERIDOS —



**mamiá**  
— SABORES QUERIDOS —  
**PIMIENTOS DEL PIQUILLO**  
RELLENOS DE BONITO EN SALSA PERDIZ

4/5 unidades.  
Sistema abrefácil  
CALENTAR Y SERVIR.  
Con bandeja especial para microondas.

**Bajamar**

**PAELLA DE MARISCO**  
**PAELLA ESPAÑOLA AUX FRUIT DE MER**  
**PERDIZ EN ESCABECHE**

**Fabada Asturiana**

**OFICINA COMERCIAL**  
Madre Vedruna, 12 - Apdo, 141  
Telf. 976 - 22 24 67\* - Fax 976 - 23 47 98  
50080 ZARAGOZA - España

**FABRICA:**  
Ctra. Sangüesa, s/n.  
Telf. 948 - 72 50 00\* - Fax 948 - 72 52 57  
31310 CARCASTILLO (Navarra) - España

## Productos Congelados y Platos Preparados

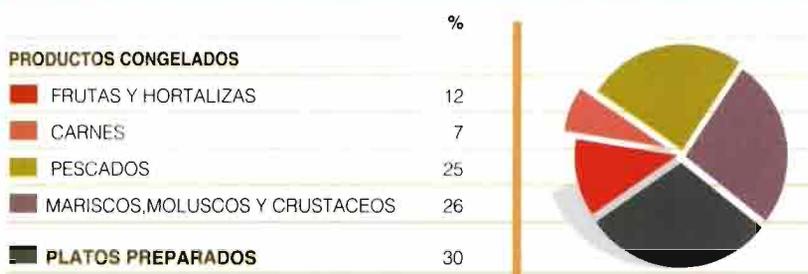
CUADRO Nº 2

### CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS

#### PORCENTAJES SOBRE EL CONSUMO TOTAL PER CAPITA. 1995

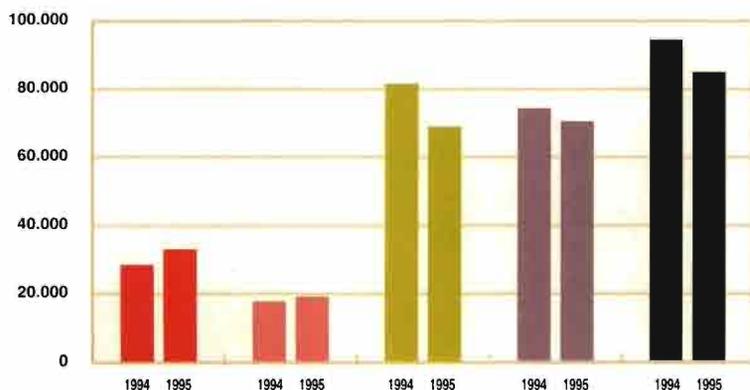


#### PORCENTAJES SOBRE EL GASTO TOTAL EN HOGARES. 1995



#### GASTO TOTAL EN HOGARES 1994/1995. MILLONES DE PESETAS

	1994	1995	VARIACION (%)
<b>PRODUCTOS CONGELADOS</b>			
FRUTAS Y HORTALIZAS	28.404	33.013	16,2
CARNES	17.723	19.085	7,6
PESCADOS	81.493	68.893	-15,5
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	74.077	70.301	-5,0
PLATOS PREPARADOS	94.438	84.784	-10,3
<b>TOTAL</b>	<b>296.135</b>	<b>276.076</b>	<b>-6,8</b>



FUENTE: MAPA



del 37,5%, mientras que los hipermercados incrementan levemente su cuota concentrando poco más del 8% de las compras totales de los hogares. La venta a domicilio mejora su ritmo de ventas, llegando casi al 2,5%, mientras que otras fórmulas comerciales no convencionales controlan una cuota de mercado de casi el 6%.

#### PESCADOS CONGELADOS

El volumen total de consumo de pescado congelado en 1995 fue de 142,3 millones de kilos, un 15% menos que en 1994 (168,7 millones de kilos). El consumo medio nacional alcanza 3,6 kilos por persona al año, destacando por su importancia el consumo de merluza y pescadilla congelada, con 2,2 kilos por persona, seguido por atún y bonito, sardinas y boquerones.

Los hogares españoles, que absorben el 76% del consumo total, compraron 108,3 millones de kilos de pescados congelados en 1995, con un valor de unos 69.000 millones de pesetas (12.600 millones de pesetas menos que en el año anterior).



ANTARTIDA

ULTRACONGELADOS

Langostino  
Cocido



*Número 1*  
*en sabor*

C/ PÁRAMO, 9. POLÍGONO INDUSTRIAL VILLAYUDA  
TELÉFONOS 48 46 13 - 48 45 96 • FAX 48 11 17  
09007 BURGOS

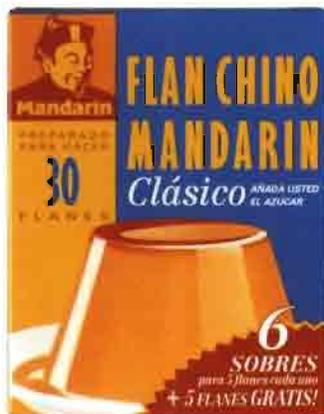


La tercera generación  
Jesús Navarro, mantiene  
el compromiso con la calidad.



Desde 1920,  
en Jesús Navarro, S.A.  
estamos comprometidos  
con la máxima calidad  
de todos nuestros productos.

# COMPROMISO 9002



Hoy, somos la primera  
empresa española  
que consigue el certificado  
de calidad ISO 9002  
para la elaboración,  
selección y envasado  
de especias, condimentos  
y postres en polvo.

Crecer y mejorar día a día.  
Éste es nuestro compromiso  
con la calidad.



**SGS**

**SGS ICS Ibérica AEIE**  
International Certification Services

**PROALIMENT**

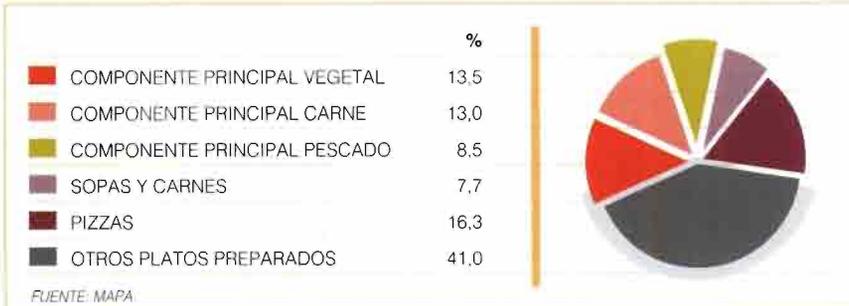
**JESÚS NAVARRO, S.A.**

Isaac Peral, 46  
03660 NOVELDA (Alicante) Spain  
Tel. (96) 560 01 50 - 8 Líneas  
Fax (96) 560 47 96 - 560 30 12

## Productos Congelados y Platos Preparados

CUADRO Nº 3

### CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN 1995 PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL POR PRODUCTOS



Por áreas geográficas, el descenso en la compra de pescado congelado se generalizó durante 1995 en toda España. Canarias, al igual que sucede en el consumo de carnes congeladas, es la comunidad autónoma que tiene un mayor consumo de pescado congelado, con más de 3 kilos por persona y año.

El caso de Canarias es aún más significativo porque en esta comunidad autónoma se registra el menor consumo global de pescado de toda España, con apenas 7 kilos por persona y año frente a una media nacional de 15,6 kilos.

Asimismo, Castilla y León tiene también un consumo de pescado con-

gelado superior a 3 kilos por persona y año, pero en este caso coincide con que es la zona donde se da el mayor nivel de consumo global de pescado.

Otras comunidades, como Galicia, Asturias, Cantabria y el País Vasco, mantienen los niveles más bajos de consumo de pescado congelado, con una media que oscila entre 2,3 y 2,4 kilos por persona y año, mientras que en pescado fresco son las zonas geográficas de mayor consumo.

El tamaño del hábitat sigue teniendo una influencia considerable en el consumo de pescado congelado y, a pesar de que se ha producido un descenso generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, los únicos que mantienen un consumo superior a la media nacional son las poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, con 3,4 kilos por persona al año, lo que hasta cierto punto resulta lógico ya que estas zonas se encuentran alejadas de



**LIDER DEL FRIO**

**Greenco**  
**Ibérica, S.A.**

Los más grandes han elegido GRENCO IBERICA.

Líderes como ALBACORA, AVICU, DANONE, FRIGOLOURO, FRINOVA (Grupo PESCANOVA), FRIOYA, HELADOS ROYNE, MERCADONA, SILOMAR y muchos más, a la hora de instalar un sistema de refrigeración de alta tecnología, han depositado su confianza en GRENCO IBERICA.

Greenco

**CUESTION DE LIDERES**

**CENTRAL:** Ctra. de Bayona, 117 - 36213 VIGO - Tel (986) 29 48 50 - Fax (986) 23 87 30

**DELEGACIONES:**

**CENTRO:** San Jose Artesano, s/n - Pol. Ind. Alcobendas - 28100 Alcobendas (MADRID) - Tel.(91) 661 46 02 - Fax (91) 661 82 94

**CATALUÑA:** Pol. Ind. Can Magre - 08100 Mollet del Vallés (BARCELONA) - Tel. (93) 570 57 11 - Fax (93) 570 28 79

**NORTE:** Pastor Díaz, 18 - 15006 LA CORUÑA - Tel. y Fax (981) 29 13 99

**ANDALUCIA:** Legión Española, 19 - 21005 HUELVA - Tel. (959) 25 52 48 - Fax (959) 28 27 93

**LEVANTE:** Castielfabib, 22, 6º Puerta 18 - 46015 VALENCIA - Telf. y Fax (96) 340 13 87

**CANARIAS:** Sao Paulo, 57 - 35008 LAS PALMAS - Telf. (928) 46 37 50 - Fax (928) 46 31 80

## Productos Congelados y Platos Preparados

CUADRO Nº 4

### CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS. CANTIDAD COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR EN 1995 KILOS/LITROS

	HOGARES MILLONES	HOSTELERIA Y RESTAUR. MILLONES	INSTITUCIONES MILLONES	CANT. TOTAL COMPRADA MILLONES	TOTAL PER CAPITA	% HOGAR	% HOSTEL. %	% INSTITUC.
<b>PRODUCTOS CONGELADOS</b>								
FRUTAS Y HORTALIZAS	124,010	9,303	12,586	145,899	3,713	85,00	6,38	8,63
CARNES	31,584	4,976	0,268	36,828	0,937	85,76	13,51	0,73
PESCADOS	108,327	17,661	16,361	142,348	3,622	76,10	12,41	11,49
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	70,734	39,245	3,062	113,041	2,877	62,57	34,72	0,20
<b>PLATOS PREPARADOS</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>137,038</b>	<b>5,951</b>	<b>10,564</b>	<b>153,553</b>	<b>3,907</b>	<b>89,24</b>	<b>3,88</b>	<b>6,88</b>
COMPONENTE PRINCIPAL VEGETAL	18,711	1,787	0,362	20,859	0,531	89,70	8,56	1,73
COMPONENTE PRINCIPAL CARNE	17,526	0,210	2,173	19,909	0,507	88,03	1,05	10,92
COMPONENTE PRINCIPAL PESCADO	11,193	0,384	1,568	13,145	0,335	85,15	2,92	11,93
SOPAS Y CREMAS	10,626	0,847	0,379	11,852	0,302	89,65	7,15	3,20
PIZZAS	25,041	-	-	-	0,635	-	-	-
OTROS PLATOS PREPARADOS	53,942	2,723	6,082	62,747	1,597	85,96	4,34	9,69

FUENTE: MAPA

los grandes circuitos de distribución comercial de pescado fresco y en muchos casos sólo pueden acceder al consumo de pescado congelado, a excepción de los núcleos rurales que se encuentran ubicados en puertos pesqueros o en zonas próximas.

Al igual que sucede con el consumo de carne congelada, el status socio-económico tiene una relación directa con el mayor o menor nivel de consumo de pescado congelado. Los hogares económicamente más débiles son los que registran el mayor índice de consumo, con una media anual de 3,2 kilos por persona, frente a los hogares de mayor poder adquisitivo, que tienen el menor consumo con 2,4 kilos por persona. El factor precio resulta decisivo, ya que el pescado congelado es por término medio un 11% más barato que el pescado fresco.

Por tipos de establecimientos, las compras de pescado congelado se realizan preferentemente en los supermercados, donde se adquiere el 40% del total, si bien este tipo de establecimientos va perdiendo cuota de mercado en



favor de los hipermercados que, aunque disponen tan sólo del 12%, experimentan un alza continuada en los últimos años. Por su parte, las tiendas tradicionales siguen concentrando una importante cuota de mercado, con el 38%, a pesar de registrar los mayores niveles de precios. El resto de las fórmulas comerciales tiene una importancia escasa o residual, a excepción de la venta a domicilio que con un 3% de cuota de mercado y unas ventas medias de 2.500 millones de pesetas anuales se está abriendo un hueco en el merca-

do a través de empresas especializadas que funcionan mediante venta por catálogo de sus productos y servicio de entrega en 24/48 horas. La oferta de precios competitivos y la comodidad en el acto de compra para el consumidor explica su creciente desarrollo en los últimos años.

### MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS

El grupo de mariscos, moluscos y crustáceos congelados registró en 1995 un volumen total de consumo de 113 millones de kilos, con una media nacional de 2,9 kilos por persona y año, manteniendo la tendencia continuada en el descenso del consumo a un ritmo anual del 4%, mientras que el consumo de estos mismos productos frescos y cocidos experimenta un crecimiento lento pero sostenido.

Los hogares, que representan el 62,5% del total de las compras de este segmento de productos, adquirieron en 1995 un total de 70,7 millones de kilos, por valor de 70.300 millones de pese-

*Cuando descubras su sabor,  
te olvidarás de todo lo demás.*



Cierra los ojos y piensa en este delicioso plato: aceite bien caliente, ajos doraditos, un poquito de guindilla y La Gula del Norte. Remueves y ya está. Listo para servir. Sólo te falta un pequeño detalle para poder disfrutarlo: volver a abrir los ojos. Y si después decides sorprenderte a ti mismo o a los demás, tienes muchas otras recetas, tan fáciles y apetitosas como

**LA GULA®**  
**DEL NORTE**



ésta para conseguirlo: en revueltos, en ensaladas,... Como tú prefieras podrás poner en tu mesa, de una forma rápida y cómoda, un

delicioso plato de la cocina vasca. Un plato que, además, es muy sano y nutritivo, porque no tiene colesterol y es rico en proteínas de pescado. Haz la prueba.

Descubrirás que nadie puede resistirse al sabor de La Gula del Norte. La auténtica.

## Productos Congelados y Platos Preparados

CUADRO Nº 5

### CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS POR ZONAS GEOGRAFICAS. CANTIDAD COMPRADA PER CAPITA EN LOS HOGARES EN 1995 KILOS

	TOTAL NACIONAL	AREA METROPOLIT.	NORESTE	LEVANTE	ANDALUCIA	CENTRO-SUR	CASTILLA Y LEON	NOROESTE	NORTE	CANARIAS
<b>PRODUCTOS CONGELADOS</b>										
FRUTAS Y HORTALIZAS	3,18	3,80	3,95	3,23	2,94	3,04	3,45	2,49	2,93	2,59
CARNES	0,81	0,26	0,25	0,21	0,60	0,45	0,57	2,47	0,61	4,87
PESCADOS	2,77	2,39	2,60	3,35	2,65	2,95	3,00	2,30	2,44	3,06
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	1,81	1,54	2,18	1,45	1,68	1,23	2,93	2,03	2,11	1,52
<b>PLATOS PREPARADOS</b>										
	3,51	4,19	3,98	4,24	3,57	3,75	2,55	2,54	2,77	2,89

FUENTE: MAPA

tas, con una reducción en volumen de casi 6 millones de kilos y una caída del gasto de cerca de 4.000 millones de pesetas respecto al año anterior.

A pesar del descenso del consumo de mariscos congelados en los hogares españoles durante el último año, hay tres áreas geográficas que mantienen o incrementan su consumo respecto al año anterior, como es el caso de Andalucía y las áreas metropolitanas, aunque a pesar de la subida mantienen un consumo inferior a la media nacional, mientras que Castilla y León –con casi 3 kilos por persona y año– se sitúa como la comunidad autónoma de mayor consumo con porcentajes muy superiores a la media nacional.

En el extremo contrario, Madrid, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana, con menos de 1,5 kilos por persona, obtienen los menores consumos, con variaciones interregionales superiores al 50%.

Las diferencias están directamente relacionadas con el tamaño del hábitat, arrojando también resultados contundentes, ya que se aprecian los mayores consumos en poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, con medias anuales de 2,3 kilos por persona, que van decreciendo según aumenta el núcleo de población, hasta llegar los consumos más bajos que se dan en las ciudades de más de 500.000 habitantes, apenas 1,4 kilos por persona.



El mismo fenómeno se reproduce en relación con el nivel socio-económico de los consumidores. El consumo de mariscos congelados llega a casi 2 kilos por persona en los hogares con rentas más bajas, y desciende hasta 1,6 kilos en el extremo contrario.

Hay que tener en cuenta, a este respecto, que mariscos, moluscos y crustáceos congelados tienen precios hasta un 20% más baratos que los mismos productos frescos o cocidos.

Los hogares siguen comprando los mariscos congelados en las tiendas tradicionales, que tienen una cuota de mercado del 40%, aunque este porcentaje es inferior a la suma de supermercados e hipermercados, con cuotas respectivas del 33% y 14%.

Como sucede en el segmento de pescados congelados, la venta a domicilio está experimentando un incremento sustancial de su cuota de mercado, que en el caso de los mariscos congelados alcanza un porcentaje del 2,3% del total, lo que representa una facturación anual de 1.500 millones de pesetas, mientras que la venta ambulante y los mercadillos cubren una parcela de mercado del 2% y unas ventas medias anuales de unos 1.300 millones de pesetas.

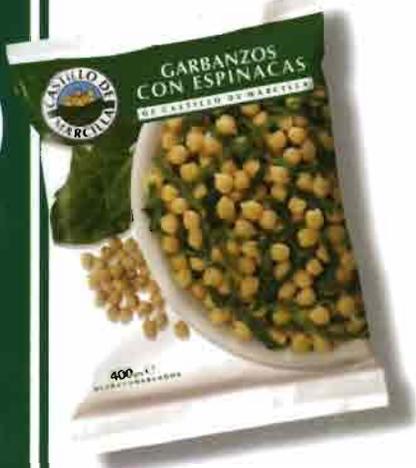
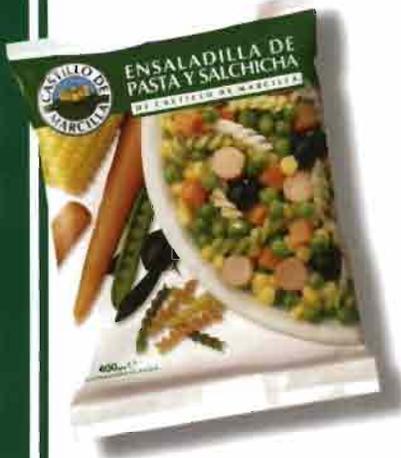
### PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS

Frente al descenso del consumo de carnes y pescados congelados, conviene destacar el permanente y continuo incremento entre los consumidores españoles de frutas y hortalizas congeladas que permiten atenuar las pérdidas espectaculares del consumo del sector hortofrutícola en fresco.

En 1995, el volumen total de compras de frutas y hortalizas congeladas fue de 146 millones de kilos, con 3,7 kilos por persona y año, un 12% más que los 3,3 kilos del año anterior, lo



# INSUPERABLE



## Insuperable en innovación.

Sólo Castillo de Marcilla podía conseguir más variedades en menos tiempo: 8 nuevas referencias de ensaladillas y otras verduras ultracongeladas. 3 de ellas tan frescas de aparición, como de recolección. Y todas con el mismo exquisito sabor y la calidad insuperable de siempre. 8 nuevas oportunidades para su negocio, gracias al esfuerzo del líder

Crecimiento de Ventas en Resto de Ensaladillas y Otras Verduras



Fuente: Nielsen TAM 11/96

## Insuperable en crecimiento y calidad.

Productos tradicionales de la huerta. Y nuevas sugerencias en tamaños y presentaciones. Para una cocina creativa, sana y equilibrada. Verduras ultracongeladas con todo su gusto y para todos los gustos. Tanto que hemos sido la marca con mayor crecimiento en ventas en el mercado. ¡Felicidades! Su negocio y Castillo de Marcilla crecen juntos.

Verduras hasta 1 kg.



Fuente: Nielsen TAM 11/96



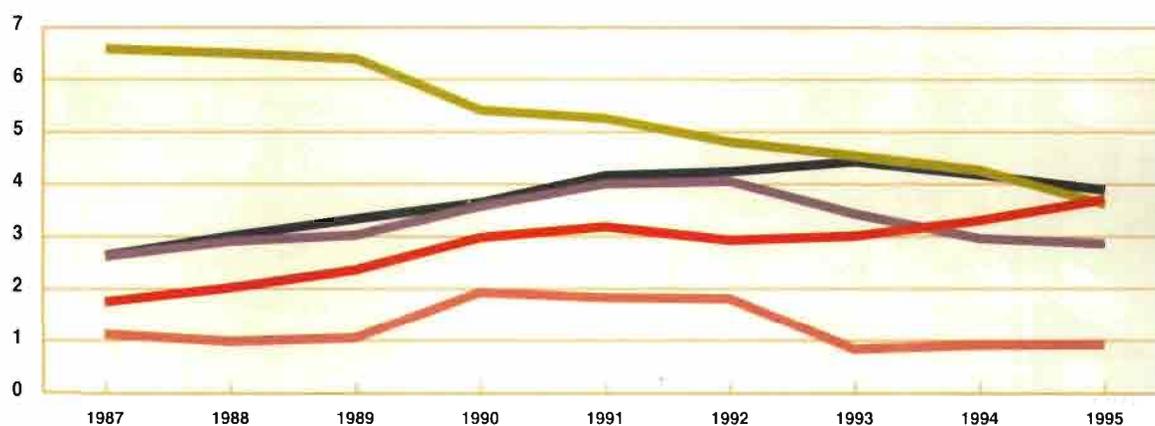
Especialista en verdura ultracongelada.

CUADRO Nº 6

### EVOLUCION DEL CONSUMO TOTAL DE PRODUCTOS CONGELADOS Y PLATOS PREPARADOS EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR

KILOS POR PERSONA Y AÑO

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>PRODUCTOS CONGELADOS</b>									
FRUTAS Y HORTALIZAS	1,75	2,02	2,36	2,98	3,19	2,93	3,01	3,31	3,71
CARNES	1,12	0,98	1,05	1,93	1,83	1,81	0,84	0,92	0,93
PESCADOS	6,59	6,51	6,40	5,42	5,26	4,81	4,55	4,27	3,62
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	2,62	2,91	3,03	3,58	4,01	4,06	3,44	2,97	2,87
<b>PLATOS PREPARADOS</b>	2,64	3,01	3,34	3,65	4,17	4,25	4,44	4,19	3,90



FUENTE: MAPA

que triplica el ritmo de crecimiento del consumo de estos productos en los últimos seis años, que era de un 4% de media anual.

Los hogares españoles, que representan el 85% del total del consumo, gastaron en 1995 más de 33.000 millones de pesetas en la compra de frutas y hortalizas congeladas, casi 5.000 millones de pesetas más que en el año anterior, elevando el gasto en un 16%.

Por áreas geográficas, todas las comunidades autónomas incrementan el consumo, destacando Aragón, La Rioja, Navarra y Cataluña, que son las mayores consumidoras con casi 4 kilos de media por persona y año.

Las áreas metropolitanas, la Comunidad Valenciana y Castilla y León tienen un consumo superior a la media nacional; mientras que Madrid, Castilla-La Mancha, Andalucía, Canarias y



las regiones del norte de España tienen un consumo inferior a la media nacional y Galicia es la comunidad autónoma de menor consumo, con 2,5 kilos por persona y año.

El tamaño del hábitat influye en los consumos de frutas y hortalizas congeladas de forma inversa a los productos hortofrutícolas en fresco. Los mayores consumos se dan en las poblaciones de

más de medio millón de habitantes, con más de 4,1 kilos por persona y va decreciendo según el tamaño de la ciudad hasta llegar a los núcleos de 2.000 a 10.000 habitantes donde el consumo es de casi 2,5 kilos por persona.

Por su parte, el status socio-económico de los consumidores se refleja en este grupo de productos de forma contraria a las carnes o los productos pesqueros, porque los hogares con rentas más elevadas registran los mayores consumos –unos 3,6 kilos por persona y año– frente a los 3 kilos de los hogares con rentas más bajas.

Los supermercados, con una cuota del 47% del total de ventas, y los hipermercados, con el 22,5%, acaparan la mayor parte del mercado de productos hortofrutícolas congelados para consumo doméstico. Por su parte, las tiendas tradicionales, con el 22,6% del total en

## Productos Congelados y Platos Preparados



### PLATOS PREPARADOS

El consumo de platos preparados (componente vegetal, carne, pescado, sopas, cremas y pizzas) en España durante durante 1995 fue de 3,9 kilos por persona y año, descendiendo a niveles de consumo que no se producían desde 1990 y rompiendo la tendencia de ligeros incrementos que se venían registrando en el último quinquenio.

1995, siguen perdiendo cuota de mercado de forma lenta pero constante, pues en 1989 controlaban casi el 26% del total de las ventas.

El resto de los establecimientos no convencionales apenas controla conjuntamente el 6% de las ventas, aunque la fórmula comercial de venta a domicilio, con el 2,2% del mercado y unas ventas medias anuales de 1.000 millones de pesetas, está mejorando posiciones en los últimos años.

El descenso de tres de los principales productos que componen el segmento de platos preparados (vegetal, carne y pescado), se ve compensado por el aumento importante de un producto como la pizza, que se ha colocado en primer lugar en las preferencias de los consumidores en sólo tres años.

Durante 1995, el consumo total de platos preparados superó los 153,5 millones de kilos frente a los 165,5 millones de kilos consumidos en el año anterior, lo que representa un descenso



del 7%. Por tipo de productos, las pizzas son las que tienen mayor consumo, con 0,60 kilos por persona; seguidas por los platos preparados con base principal vegetal, con 0,53 kilos; los que tienen como base principal la carne, con 0,50 kilos; los que tienen como base principal el pescado, con 0,33 kilos; y las sopas y cremas, con 0,30 kilos. El resto de platos preparados en su conjunto tiene un consumo de 1,6 kilos por persona y año.



# La feria al gusto del profesional

## EURO

## ALIMENTACION

7<sup>o</sup> Salón de Alimentación y Dietética



EUROALIMENTACION y, por primera vez, EUROHOSTELERIA abren sus puertas en la Feria Internacional de Bilbao. Una inmejorable oportunidad de establecer contacto directo con el mundo de los negocios alimentario y hostelero.

**BILBAO 22/26 FEBRERO 1997**

## EURO

## HOSTELERIA

1<sup>er</sup> Salón de Restauración y Equipamiento

**FERIA INTERNACIONAL DE BILBAO**  **BILBOKO NAZIOARTEKO ERAKUSTAZOKA**



## Productos Congelados y Platos Preparados

Por segmentos de consumidores las compras de los hogares acaparan casi el 90% del consumo total aunque disminuyen su consumo, el consumo institucional representa casi el 7% y el de hostelería y restauración es menos del 4% del total de las compras.

### ACENTUADO DESCENSO DEL CONSUMO EN HOGARES

Los hogares españoles, que concentran la mayor parte del consumo de platos preparados, compraron en 1995 un total de 137 millones de kilos, por un valor de 84.800 millones de pesetas, con un descenso del 10% en volumen y casi 10.000 millones menos en gasto respecto al año anterior.

Sin embargo, el descenso no afectó a todos los productos de la misma forma, aunque destaca significativamente la caída de los platos preparados con base principal vegetal (-22%) y los



platos preparados con base principal de carne (-17%), mientras que es más leve el descenso del consumo de sopas y cremas (-7%). Los platos preparados con base principal de pescado incrementan su consumo en un 10% y las pizzas crecen un 6%.

Por áreas geográficas, el descenso en la compra de platos preparados se extiende por todas las comunidades autónomas, a excepción de la Comunidad Valenciana que incrementa sus

compras y registra, además, el mayor consumo de España, con 4,2 kilos por persona y año.

También con consumos superiores a la media nacional están Cataluña, Aragón, La Rioja, Navarra, Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha o las áreas metropolitanas. Por el contrario, Canarias, Castilla y León, País Vasco, Cantabria, Asturias y Galicia son las comunidades con un menor consumo, en torno 3 kilos anuales por persona.

El tamaño del hábitat sigue teniendo una influencia considerable en el consumo de platos preparados y aunque se ha producido un descenso generalizado que afecta a todos los núcleos poblacionales, los únicos que mantienen un consumo inferior a la media nacional son las poblaciones rurales de menos de 2.000 habitantes, con 2,4 kilos por persona; y los pueblos de 2.000 a 10.000 habitantes, con 2,8 kilos. Por su parte, las ciudades medias,

**SEDE CENTRAL**  
C/ Torrejón, 26.  
28850 TORREJÓN DE ARDOZ  
Tel.: 91-677 81 48  
Fax: 91-677 14 46

**GUIPUZCOA**  
C/ Europa. Nave H.  
Terminal de Transportes ZAISA  
20300 IRUN  
Tel.: 943-63-20-00  
Fax: 943-63-21-22

**BILBAO**  
Depósito Franco - Nave 4.  
Aparcavisa  
VALLE DE TRAPAGA  
VIZCAYA  
Tel.: 94-438-18-22  
Fax: 94-438-66-53

**GALICIA**  
C/ Raposeira, 22.  
36214 VIGO (Pontevedra).  
Tel.: 986-48-15-17.  
Fax: 986-48-15-57

**ZARAGOZA**  
C/E. Nave 6  
MERCÁZARAGOZA  
50014 Zaragoza  
Tel.: 976-47-02-87.  
Fax: 976-47-10-37

**MADRID**  
C/ Torrejón, 26.  
28850 TORREJÓN DE ARDOZ  
Tel.: 91-677 81 48  
Fax: 91-677 15 74

**BARCELONA**  
Avda. del Vallés, 33.  
Edificio INTERFRISA.  
08228 TERRASSA  
Tel.: 93-731-57-18  
Fax: 93-731-70-75

**VALENCIA**  
Ctra. Fuente Encors, s/n.  
MERCVALENCIA  
46013 VALENCIA  
Tel.: 96-367-21-74  
Fax: 96-367-26-36

**PORTUGAL**  
Edificio TERFRIO-Terminal TERTIR  
Estrada Nacional 10  
2615 ALVERCA  
PORTUGAL  
Tel.: 07-351-1-957-59-59  
Fax: 07-351-1-957-36-87

# SDF

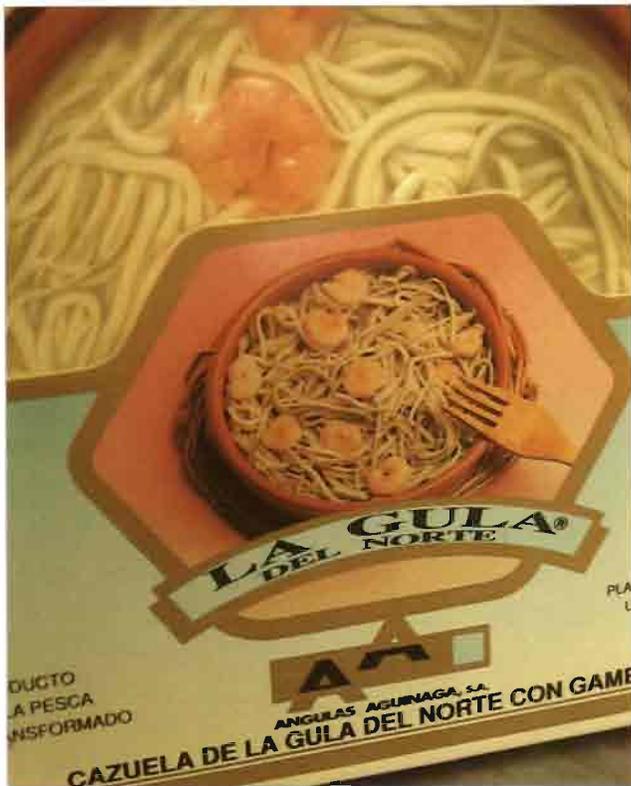
## RED DE FRIO EN EUROPA



**SDF** es la primera red europea de logística bajo temperatura controlada, que ofrece una amplia gama de servicios destinados a apoyarles en el desarrollo de su negocio: Grupaje, Distribución hasta supermercados e hipermercados, Lotes completos, Almacenamiento y gestión de stocks, Preparación de pedidos, Prestaciones personalizadas (etiquetado, empaçado...). Cada paquete de producto que entra en **SDF**, hasta su destino final, es seguido perfectamente a lo largo de su trayectoria, con todas las garantías para dar una eficaz respuesta a sus necesidades.

LA LOGISTICA DEL FRIO

# SDF



entre 100.000 y 500.000 habitantes, con 3,6 kilos por persona, superan levemente la media nacional; mientras que los grandes núcleos urbanos de más de 500.000 habitantes son los mayores consumidores de platos preparados, con más de 4,2 kilos por persona y año.

Analizando los distintos núcleos de población se constata que sigue disminuyendo el consumo de platos preparados en núcleos rurales de menos de 2.000 habitantes y que, además, son los menos consumidores. Por el contrario, el consumo de estos productos en las grandes ciudades es el más alto.

También el status socio-económico guarda relación con el mayor o menor consumo de platos preparados. Los hogares con rentas de tipo medio son los que menos consumo realizan, con 3,3 kilos por persona al año; mientras que en los de mayor poder adquisitivo las compras de platos preparados se sitúan por encima de 4 kilos persona/año.

Por lugares de compra, los platos preparados se adquieren mayoritariamente en los supermercados e hipermercados, con el 62% del total, aunque se detecta un retroceso de los supermercados en favor de los hipermercados. Las tiendas tradicionales mantienen una cuota de mercado estable en torno al 25% debido, sobre todo, a su mayor –y en algunos casos exclusivo– protagonismo en muchas zonas rurales.

Cabe destacar la importancia de la venta de platos preparados en establecimientos no convencionales, como la venta a domicilio y otras fórmulas de compra, que en conjunto representan casi el 10% de la cuota de mercado total. □

ESTEBAN LOPEZ PLAZA  
Periodista

MONTESQUIUS  
CAVA  
1918  
COLL DE JUNY S.A.

## EL MONTESQUIUS BRUT RESERVA Obtiene LA MEDALLA DE ORO "Gastronomía S.XX"

Se trata de un Cava con una crianza de 26 meses, elaborado a partir de un coupage de Macabeo 30%, Xarelo 20% y Parellada 50%, y que presenta un color amarillo claro, una burbuja pequeña y un perlage muy prolongado; el paso de boca es franco, con un retrogusto neto que hace que resulte un cava muy agradable al paladar.

