

# Estadísticas sobre consumo alimentario en España

Rubén García Nuevo

Subdirector General de Estadística. MARM

José Miguel Herrero Velasco

Subdirector General de Estructura de la Cadena Alimentaria. MARM

El uso de datos que indiquen la evolución futura de la economía resulta fundamental para la toma de decisiones correctas por parte de los agentes económicos. Esto cobra especial relevancia en un escenario macroeconómico como el actual. La variable consumo, con una participación aproximada de dos terceras partes sobre la demanda agregada, hace que la vigilancia de su evolución sea fundamental para anticipar los efectos tanto sobre el crecimiento como sobre la inversión y el empleo.

**P**or ello, el consumo es objeto de seguimiento por parte del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) a través de diferentes operaciones estadísticas, que en un momento como el actual adquieren si cabe mayor relevancia. Con ello se pretende tomar el pulso a diferentes variables, focalizadas en el sector agroalimentario, que cubran todo el territorio nacional y permitan conocer el nivel de gasto de los agentes privados tanto en estructura como en calidad, así como el conocimiento de la realidad de los mismos y la percepción que éstos tienen de la situación, ahondando en aspectos microeconómicos o de motivación del consumidor.

El principal instrumento ordenador de la actividad estadística para fines estatales es el **Plan Estadístico Nacional 2009-2012** (PEN 2009-2012), aprobado por Real Decreto 1663/2008 el 17 de octubre, que recoge las operaciones estadísticas que deberán realizarse en dicho periodo de tiempo y los organismos e instituciones públicas encargados de ejecutarlas. El PEN recoge un total de 56 operaciones estadísticas asignadas al MARM, tanto en el ámbito de las estadísticas de medio ambiente como en el medio rural y marino. En el caso del MARM, es la Subsecretaría del departamento y dentro de ella la Secretaría General Técnica, la responsable de la realización y coordinación de estas operaciones dentro del Departamento.

Las operaciones a las que nos referimos en el presente artículo son las 5655 y 5671, Consumo Alimentario en España y Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario, que realiza la Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios. También se hace una referencia final al Observatorio del Consumo y de la Distribución Alimentaria, como foro de análisis de los hábitos

de consumo y de compra del consumidor español, así como de las estrategias comerciales de la distribución.

## Consumo Alimentario en España. Panel de consumo

El objetivo general de la operación **Consumo Alimentario en España** es conocer y estudiar cómo es la alimentación de los españoles, para ello, se analiza lo que se consume tanto dentro de los Hogares como en los establecimientos de Hostelería/Restauración (H/R en lo sucesivo). Para ello recoge desde 1987, datos sobre la alimentación, mes a mes, en los hogares españoles a través de una muestra de 8.000 hogares (de un universo de 17.020.860 hogares para 2009).

Pero no sólo analiza las variables directas derivadas de los actos de compra en sí (cantidades adquiridas, gasto realizado y precio pagado en esas compras), sino que la operación pretende ser más ambiciosa y profundiza en las motivaciones del consumidor en el acto de compra y de consumo.

Para analizar todos estos aspectos del estudio se ha querido profundizar en todas las características de la alimentación a través de distintos enfoques, y cada uno de ellos permite investigar distintas áreas ligadas al consumo alimentario:

La operación presenta tres ámbitos claramente diferenciados:

- 1. Consumo Alimentario dentro del Hogar.** Pretende conocer y estudiar la alimentación de los españoles mediante un **Panel de Consumo Alimentario en los Hogares**. Para ello, se tiene una muestra aleatoria de 8.000 hogares que suministran todas sus compras de alimentación diariamente, escaneando el código de barras de los alimentos y suministrando información de las cantidades compradas, valor gastado y lugar dónde realizan la compra.

2. **Consumo Alimentario Fuera del Hogar.** Pretende conocer y estudiar la alimentación de los españoles, fuera del hogar. Para ello disponemos de dos herramientas de suministro de información:

a) **Panel de Establecimientos de H/R**, en el que se recogen las compras que realizan los establecimientos de H/R y en qué lugares se abastecen. Para ello se tiene una muestra de 1.500 establecimientos de restauración comercial y 300 establecimientos de restauración social (Instituciones) representativos de la población de establecimientos de ambos sectores, que nos suministran sus compras de alimentación y bebidas mensuales, mediante una auditoría personal.

b) **Panel de Consumidores en H/R: Hábitos del Consumidor**, en el que se recoge el consumo de la población española que se realiza fuera del hogar bien porque acude a los establecimientos de H/R o bien a establecimientos de distribución diversa, como son las gasolineras, máquinas de vending, tiendas de alimentación, etc., (en este caso para consumirlas in situ o en la calle). Los clientes declaran sus compras y las motivaciones por las que lo han hecho.

Se dispone de una muestra de 14.000 individuos de edades comprendidas entre 10 y 65 años representativos de la población española, que durante 15 días al semestre suministran sus consumos fuera del hogar, mediante un cuestionario autogestionado, bien "on line", bien en formato papel, especificando gasto realizado, tipo de consumo hecho, motivaciones del mismo, etc.

3. **Comportamiento del Consumidor al comprar la alimentación.** Pretende conocer las motivaciones de la compra de alimentos y bebidas de los españoles, cuan-

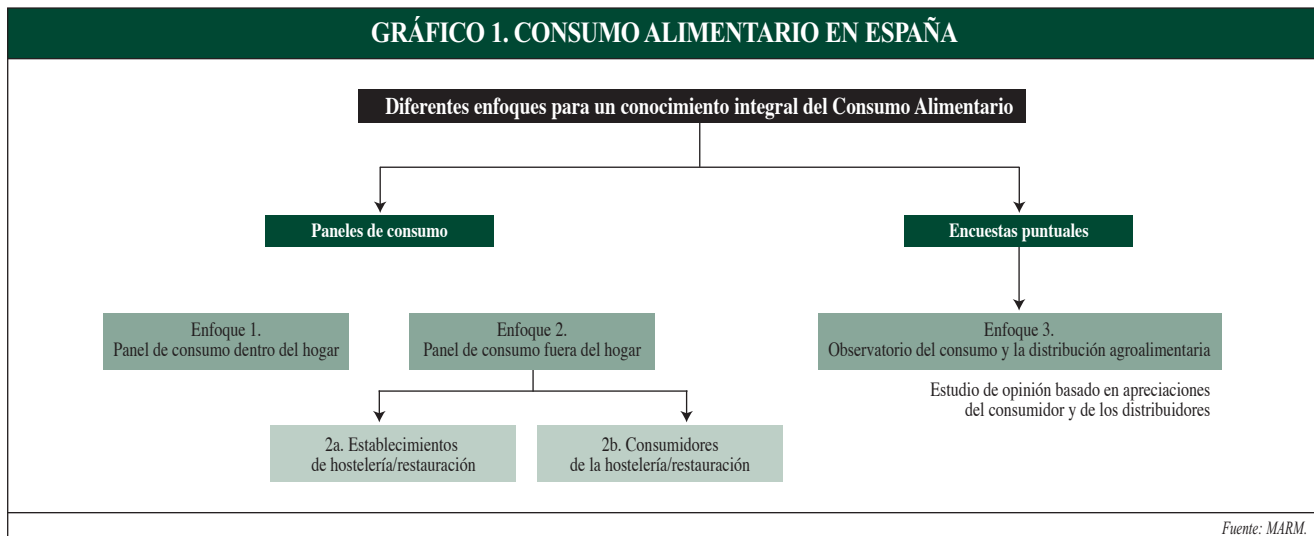
do consumen en el hogar, así como la opinión de los distribuidores de alimentación y la calidad del servicio que encuentra el consumidor en sus tiendas de abastecimiento cuando adquiere productos alimentarios, mediante el **Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria**.

Para ello se realizan encuestas telefónicas puntuales (mediante CATI) con muestras de 1.000 a 1.500 consumidores y de 100 a 400 distribuidores, por cada monográfico realizado, además de 2-4 reuniones de grupos de unos 8 componentes cada una, que nos permiten pulsar el conocimiento de la población sobre el tema de estudio.

“El objetivo de la operación Consumo Alimentario en España es estudiar cómo es la alimentación de los españoles, para ello, se analiza lo que se consume tanto dentro de los Hogares como en los establecimientos de Hostelería/Restauración”

Como resultado de esta información se obtiene que el gasto total en alimentación (considerando el gasto de los hogares, y el de hostelería y restauración) fue en el año móvil julio 2008-junio 2009 de 88.970 millones de euros, de los cuales 65.749 correspondieron al gasto de los hogares.

GRÁFICO 1. CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA



## Observatorio del Consumo y de la Distribución Alimentaria

Este observatorio analiza los hábitos de consumo y de compra del consumidor español, así como las estrategias comerciales de la distribución. Para ello se realizan informes generados a partir de un completo sistema de investigación, tanto cualitativo (a través de reuniones de grupo y entrevistas en profundidad) como cuantitativo (mediante entrevistas), realizándose cerca de 20.000 entrevistas anuales.

La información que se sigue de forma general son los hábitos de compra del consumidor (establecimientos en los que realiza las compras, frecuencia con que se realizan las compras, factores que deciden la elección de los establecimientos, fidelidad del consumidor o exigencias del mismo), las estrategias comerciales de la distribución (dificultades comerciales, promoción, publicidad, ofertas, canales de venta alternativos, horarios comerciales, instalaciones, atención al cliente, pago...), los hábitos de consumo alimentario (frecuencia de consumo, confianza en productos nacionales y de importación), marcas (marcas consumidas, fidelidad a las mismas, consumo de marcas propias del distribuidor...) y percepción de precios (seguimiento temporal).

Además de la información de la parte genérica, se realizan estudios monográficos variables, tales como la relación del distribuidor con sus proveedores, etiquetado de productos agroalimentarios, percepción de precios, hábitos de consumo de los nuevos hogares, alimentos funcionales, etc.

El último estudio del Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria que data de octubre de 2008 presenta las siguientes conclusiones: el consumidor español dedica una media de 2 horas 45 minutos semanales a la compra de alimentos; en la elección del establecimiento prima la calidad de los productos, así como el precio y la proximidad; el consumidor es fiel al establecimiento donde compra; Internet sigue siendo poco utilizado a la hora de comprar alimentos; el 77,4% de los consumidores se muestran fieles a las marcas que compran; las marcas del distribuidor tienen un gran peso en la cesta de la compra, el 55% de los consumidores admiten adquirir muchas o bastantes de estas marcas.

## Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario

Con el Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario se dispone de una herramienta que permite medir la evaluación de las políticas públicas y su planificación para actuaciones futuras, así como medir el impacto en el sector agroalimentario de los cambios del entorno socioeconómico y político.

Esta operación estadística tiene como objetivos la elaboración de unos indicadores que permitan medir de forma cuantitativa y periódica cuál es el clima de confianza de los princi-

pales participantes en el proceso de comercialización agroalimentaria; así como obtener un índice de seguimiento agregado de la confianza del sector agroalimentario, y a su vez los subíndices del índice empresarial e índice del consumidor y otros subíndices por áreas de interés comercial.

Para ello, se ha considerado como población a los agentes de la cadena agroalimentaria de España, dividiéndola en cinco universos independientes: Productores, Industrias agroalimentarias, Mayoristas, Distribución Alimentaria y Consumidores.

Las muestras son aleatorias y representativas de cada colectivo con el siguiente tamaño para cada trimestre: 800 Productores, 800 Industriales, 125 Mayoristas, 700 Distribuidores de alimentación y 2.000 Compradores. La forma de obtención de datos es a través de entrevistas trimestrales a los diferentes agentes seleccionados dentro de los grupos reseñados anteriormente.

De este modo se pretende conocer la percepción de los agentes sobre la evolución de la situación económica general del país, la situación y evolución del sector agroalimentario, el grado de confianza en el consumo de alimentos y la satisfacción general en las relaciones comerciales. Para ello se elaboran índices que permitan medir de forma cuantitativa las percepciones anteriormente descritas.

Lo que se mide con esta operación estadística es, en definitiva, la situación del sector agroalimentario en relación a otros sectores económicos, así como la evolución del mismo en el último año o la evolución de las ventas en un periodo de tiempo determinado. Además, se realizan perspectivas de ventas para meses posteriores. Se estudia la satisfacción de la evolución de los diferentes márgenes comerciales en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización agroalimentaria y se realizan perspectivas sobre los márgenes. También se mide la implantación de tecnologías de la información y comunicaciones. Un punto importante es la gestión de las administraciones públicas, tanto en seguimiento de precios de los alimentos como en apoyo e incentivos.

### Para saber más...

- Plan Estadístico Nacional 2009-2012  
[www.ine.es/normativa/leyes/plan/legplan0912.htm](http://www.ine.es/normativa/leyes/plan/legplan0912.htm)
- Información Estadística del MARM.  
[www.mapa.es/es/estadistica/infoestad.html](http://www.mapa.es/es/estadistica/infoestad.html)
- Análisis del Consumo Alimentario en España  
[www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/consumo.htm](http://www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/consumo.htm)
- Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario  
[www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/barometro/barometro.htm](http://www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/barometro/barometro.htm)
- Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria  
[www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/observatorio/observatorio.htm](http://www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/observatorio/observatorio.htm)