

Platos precocinados y preparados

Resulta muy complicado proporcionar cifras contrastadas sobre el mercado de los platos precocinados y preparados, ya que forman un heterogéneo conjunto de presentaciones, con componentes y modos de conservación muy variados. Todas las estimaciones se muestran de acuerdo a la hora de indicar el extraordinario dinamismo que todo este conjunto de ofertas está teniendo durante los últimos años, con crecimientos globales en torno al 9% anual, aunque se registran comportamientos diferenciados en cada uno de los segmentos. Así, en términos muy generales, se indica que el mercado global de platos preparados y precocinados puede acercarse a los 2.700 millones de euros, aunque resulta difícil saber si en esa cifra se incluye todo el volumen de negocio de las diferentes soluciones que, de manera continua, están apareciendo en los lineales.

Los platos congelados rondan las 250.000 toneladas y representan alrededor del 42,5% de todo este conjunto, con un crecimiento interanual del 9,9%. En estos momentos, los platos congelados han superado a los refrigerados como la partida más importante, gracias al gran crecimiento de las pizzas congeladas (+33%). Atendiendo a su volumen, las principales partidas son las de platos congelados (38% del total), salteados (19,2%), pizzas (17,6%), croquetas (9,5%), carnes empanadas (6,8%), empanadillas y rollitos (5,2%) y verduras (3,7%).

El dinamismo de los platos refrigerados se vio reducido durante el último ejercicio, aunque creció en torno a un 8,9%, re-



presentando el 33,4% del mercado. Tan sólo ensaladas, asados y cremas crecieron por encima del 10% y ninguna de esas ofertas constituye uno de los grupos principales del segmento. Las pizzas son la oferta más consolidada, con el 44,8% de todas las ventas. A continuación aparecen los gazpachos (24,7%), las tortillas (7,1%), las recetas (7%), las ensaladas (4,3%), las rosas (3,7%), los sándwiches (3,3%), las cremas y sopas (2,5%), los pollos asados (2,3%) y los empanados (0,3%). La partida de otros platos tuvo un menor crecimiento, alrededor de un 6% interanual, acaparando el 24,1% de todo este mercado. ●

COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de datos fiables sobre el comercio exterior de platos preparados y precocinados, aunque todas las estimaciones reflejan la poca importancia de esos movimientos comerciales. Se plantean serios problemas de logística que limitan las posibilidades de vender estos productos en mercados lejanos a los lugares de producción. Los principales actores del sector prefieren instalar plantas de producción cercanas a los mercados de destino para ahorrar en los complejos sistemas de almacenamiento y transporte que deben establecerse para garantizar la presencia de estas ofertas en los lineales. Es característico en ese sentido la estrategia seguida por el fabricante más di-

námico de pizzas congeladas, uno de los productos cuyas ventas han crecido más durante el último año. Su estrategia de penetración en el mercado español ha pasado por la adquisición de las instalaciones de otro fabricante para asegurarse una base sólida desde la que lanzar sus ofertas. Dentro de las exportaciones relativamente importantes pueden citarse las de hamburguesas que se comercializan en Rusia y los gazpachos y cremas destinados al mercado francés. También hay que indicar que una buena parte de las verduras con las que se elaboran las recetas de los platos preparados y precocinados provienen de China y Perú. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las buenas perspectivas de crecimiento de los platos preparados y precocinados en nuestro país han atraído durante los últimos tiempos a un buen número de empresas de otros sectores afines, como son los de las pastas alimenticias, conservas vegetales, congelados, productos cárnicos, etc. En la actualidad se encuentran en actividad unas 350 empresas en España dedicadas a la elaboración de este tipo de ofertas, generando alrededor de 9.000 puestos de trabajo directos. A pesar de la diversidad de operadores, los niveles de concentración entre estas empresas resultan muy acusados, ya que los cinco primeros grupos acaparan una cuota de mercado del 40,2%, que se aumenta hasta el 49,3% si se agrupan a las diez empresas principales. También es preciso indicar que buena parte de los más grandes operadores en este sector son filiales de compañías multinacionales alimentarias, con múltiples líneas de actividad y con estrategias comerciales globales. Junto a éstos aparecen algunas empresas especialistas en este

sector, normalmente de grandes dimensiones. La innovación resulta un requisito imprescindible para lograr una cuota de negocio significativa.

Dentro de las comidas refrigeradas las marcas de distribución han adquirido una gran importancia, ya que representan el 37,2% de todas las ventas en volumen, mientras que la primera oferta marquista alcanza un porcentaje del 25,5%, teniendo como principal punto fuerte a las pizzas. El segundo grupo con marca propia se queda en el 8,4%, el tercero apenas llega al 3,5%, el cuarto ronda el 3,2% y el quinto supone el 2,9%. Entre los platos congelados, el predominio de las marcas de distribución es todavía más acusado, ya que suponen el 43% en el caso de las pizzas, después de reducir su importancia en este último año debido a la aparición de nuevas presentaciones, pero llegan hasta el 56,6% en los platos preparados, el 76,5% en los arroces tres delicias y el 80% en las ensaladillas. El principal elaborador de soluciones congeladas presenta una producción de 29.100 toneladas, mientras que el segundo se sitúa por encima de las 28.800 toneladas, el tercero ronda las 25.500 toneladas y el cuarto supera las 23.500 toneladas. Entre 11.000 y 21.500 toneladas aparecen otras seis empresas. ○

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de platos preparados ascendió a cerca de 664,9 millones de kilos y supuso un gasto próximo a 2.710,3 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (73,4%), mientras que la restauración comercial supone el 20,7% y la restauración social y colectiva, el 5,9% restante.

En cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registra en los hogares (73,6%), mientras que la restauración comercial supone el 21,6% y la restauración social y colectiva, el 4,8% restante.

Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 488,2 millones de kilos de platos preparados y gastaron 1.995,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita se llegó a 10,85 kilos de consumo y 44,36 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas



(3,86 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,36 kilos per cápita), de las pizzas (1,83 kilos per cápita) y de los platos preparados en conserva (1,28 kilos per cápita). En términos de gasto, los platos preparados congelados concentran el 26,8% del gasto, con un total de 11,88 euros por persona, seguidos por las pizzas, con un porcentaje del 25,6% y un total de 11,38 euros por persona al año. A continuación se encuentran los platos preparados en conserva, con el 14,1% y 6,28 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 10,7% y un total de 4,76 euros por persona al año.



En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2008 presentó distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de platos preparados, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de platos preparados es superior.
- En los hogares donde compra una persona con edad comprendida entre 35 y 49 años, el consumo de platos preparados es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 50 y 64 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de platos preparados, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de platos preparados, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en

el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, parejas adultas sin hijos y retirados.

-Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia y Navarra.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (53% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 22% y los establecimientos especializados llegan al 12%. La venta a domicilio representa el 5%, mientras que otras formas comerciales alcanzan una cuota del 8%.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante el año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 127 millones de kilos de platos preparados y gastaron 538,6 millones de euros en estos productos. En cuanto a los platos precocinados, el consumo total de los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social alcanzó 49,7 millones de kilos y supuso un gasto de 176,4 millones de euros. En la demanda extradoméstica de platos preparados, los platos



Platos precocinados y preparados

preparados congelados representan un 67% del consumo y un 67,7% del gasto, mientras que los platos preparados refrigerados alcanzan el 33% del consumo y el 32,3% del gasto.

En la restauración comercial, los platos preparados congelados representan un 68% del consumo y un 69,1% del gasto, mientras que los platos preparados refrigerados alcanzan el 32% del consumo y el 30,9% del gasto.

En la restauración colectiva y social, los platos preparados congelados representan un 60,7% del consumo y un 57,8% del gasto, mientras que los platos preparados refrigerados alcanzan el 39,3% del consumo y el 42,2% del gasto.

En la restauración comercial, la restauración organizada con-

centra el 61% del consumo de platos preparados, los restaurantes independientes y los bares y cafeterías el 13% en cada uno de los casos, los hoteles el 12% y el ocio nocturno el 1% restante.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de platos preparados en Madrid y Canarias.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de platos preparados (alcanza una cuota del 49%), seguido del fabricante, con una cuota del 48%. El cash & carry supone el 1%, mientras que el resto de canales de compra acapara el 2% restante. ○

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

2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL PLATOS PREPARADOS Y PRECOCINADOS	488,15	1.995,22	137,83	585,15	38,86	129,92	664,84	2.710,29

CONSUMO (MILLONES DE KILOS/KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES

2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL PLATOS PREPARADOS	488,15	10,85	1.995,22	44,36
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	57,74	1,28	282,26	6,28
CONSERVA CARNE	22,63	0,50	123,76	2,75
CONSERVA PESCADO	1,06	0,02	12,63	0,28
CONSERVA VEGETAL	28,27	0,63	117,07	2,60
CONSERVA LEGUMBRE	14,33	0,32	42,54	0,95
CONSERVA PASTA	5,79	0,13	28,80	0,64
PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	105,97	2,36	534,07	11,88
CONGELADO CARNE	23,09	0,51	113,02	2,51
CONGELADO PESCADO	40,47	0,90	227,54	5,06
CONGELADO VEGETAL	19,41	0,43	86,53	1,92
CONGELADO PASTA	15,25	0,34	63,75	1,42
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	7,75	0,17	43,23	0,96
SOPAS Y CREMAS	173,61	3,86	214,07	4,76
PIZZA	82,38	1,83	511,90	11,38
PASTA RESTO	8,10	0,18	58,86	1,31
TORTILLAS REFRIGERADAS	8,47	0,19	29,06	0,65
OTROS PLATOS PREPARADOS	51,88	1,15	364,99	8,12

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.



Platos precocinados y preparados

CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN PLATOS PREPARADOS DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

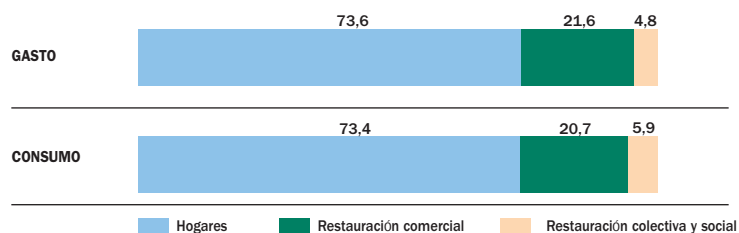
2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL PLATOS PREPARADOS	109,81	472,64	17,17	66,01	126,98	538,65
PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	74,69	326,54	10,43	38,13	85,12	364,68
ARROZ Y PAELLA	2,66	9,61	0,96	3,42	3,62	13,03
BASE CARNE	39,48	197,56	2,57	9,96	42,05	207,52
BASE PESCA	7,62	37,81	2,85	11,74	10,46	49,55
CANELÓN Y LASAÑA	5,85	22,46	1,50	4,93	7,35	27,39
PIZZA Y PANI	1,23	5,76	0,74	2,93	1,97	8,68
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	17,85	53,35	1,82	5,16	19,67	58,51
PLATOS PREPARADOS REFRIGERADOS	35,13	146,10	6,73	27,87	41,86	173,97
BASE CARNE	3,85	26,93	1,22	6,81	5,06	33,74
BASE PESCADO	1,12	9,38	0,21	1,76	1,33	11,15
CANELÓN Y LASAÑA	0,63	3,78	0,28	1,45	0,91	5,23
ENSALADAS	1,62	10,01	0,17	1,13	1,79	11,14
GAZPACHO Y CREMAS	0,05	0,18	0,12	0,38	0,17	0,56
PIZZAS	3,22	14,87	0,24	1,52	3,46	16,39
ARROZ Y PAELLA	0,41	2,08	0,23	0,63	0,64	2,71
TORTILLA	4,54	14,17	2,84	8,13	7,38	22,30
OTROS PLATOS PREPARADOS REFRIGERADOS	19,70	64,69	1,42	6,07	21,11	70,76
TOTAL PLATOS PRECOCINADOS	28,02	112,51	21,69	63,91	49,71	176,43
CROQUETAS Y EMPANADILLAS	12,97	46,89	5,82	16,14	18,80	63,03
OTROS PLATOS PRECOCINADOS	15,05	65,63	15,86	47,77	30,91	113,39



PARTICIPACIÓN DE LOS PLATOS PREPARADOS EN EL GASTO Y CONSUMO PORCENTAJE

2008



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES PORCENTAJE

2008

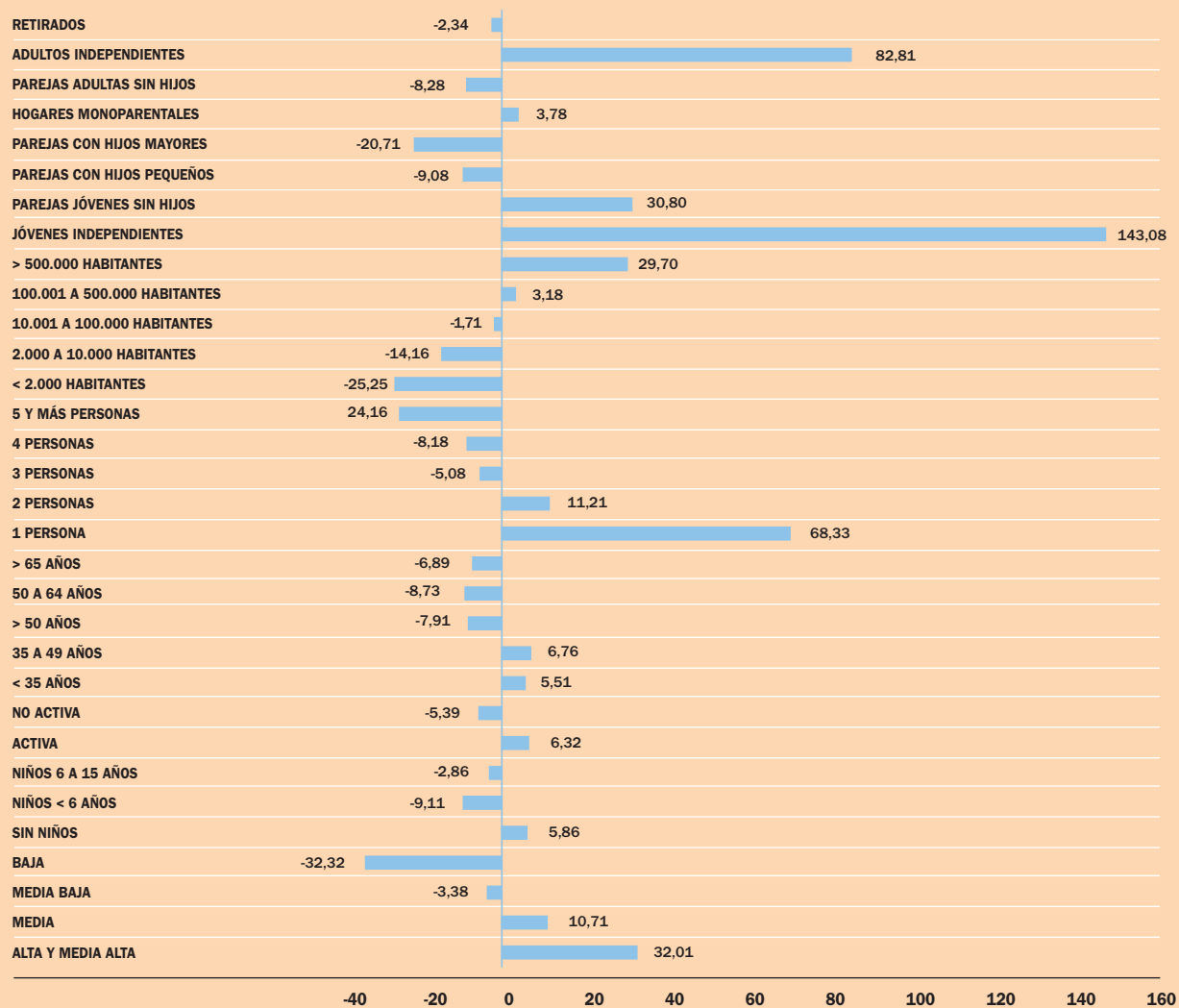


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL*

PORCENTAJE

2008

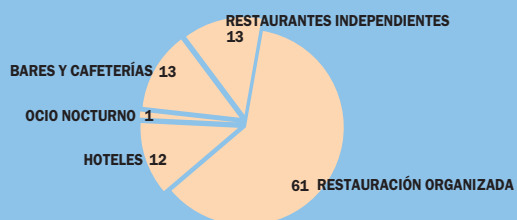


* Media nacional = 10,9 kilos por persona.

DEMANDA DE PLATOS PREPARADOS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

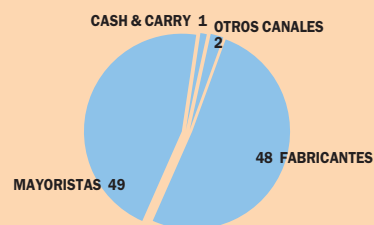
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE PLATOS PREPARADOS EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Productos deshidratados

Los productos deshidratados y esterilizados suponen en torno al 34% de todo el mercado de platos preparados y precocinados, lo que puede generar una oferta de unas 163.000 toneladas y un volumen de negocio de más de 600 millones de euros. Entre los productos deshidratados se encuentran algunas ofertas muy clásicas, con mercados ya muy maduros, como pueden ser las sopas, algunos platos preparados y ayudas culinarias, mientras que continúan apareciendo nuevas presentaciones, con mejores perspectivas de crecimiento aunque, también, con fuertes dosis de incertidumbre.



Los platos deshidratados constituyen las novedades más dinámicas durante los últimos tiempos. Los que han registrado unos índices de crecimiento más significativos son los platos con una base de pasta que, en la actualidad, acaparan el 92% de este mercado. Con mucha menos importancia aparecen los platos a base de arroz (5% del total) y otros platos cocinados (3%). Entre las salsas, las preparadas para cocinar suponen el 71% del total, mientras que las deshidratadas representan el 29% restante. Dentro de las sopas y caldos, los de pollo o ave superan el 45% de todas las ventas, aunque su volumen de ventas parece encontrarse estabilizado. Las cremas, por su parte, llegan hasta el 21%. Las novedades que muestran un mejor comportamiento son las sopas instantáneas en brick, las cremas refrigeradas y algunas presentaciones con nuevos sabores en caldos. ●

Comida étnica

El crecimiento de las diferentes ofertas que componen el segmento de la comida étnica resulta muy importante, aunque es sumamente difícil proporcionar cifras ajustadas, ya que se trata de un heterogéneo conjunto de presentaciones, entre las que resulta casi imposible establecer tendencias uniformes. En general, se señala que las perspectivas de crecimiento de



la comida étnica se encuentran relacionadas con la cada vez mayor apertura de los españoles al exterior y, también, con la existencia de una importante colonia inmigrante en nuestro país. España aparece en la actualidad como el cuarto mercado europeo consumidor de comidas étnicas, por detrás de Reino Unido, Francia y Alemania, pero registra las mayores tasas de crecimiento. Teniendo en cuenta que el incremento de este mercado se sitúa en torno al 20% anual, puede afirmarse que las cifras de negocio de este sector rondan ya los 600 millones de euros.

La comida étnica en España tiene dos ofertas muy asentadas, mientras que otras se encuentran en pleno auge. La principal está formada por las distintas presentaciones de la comida mexicana, que representan algo menos de la mitad de todo este mercado. A continuación aparece la comida asiática (básicamente china, aunque también japonesa y tailandesa), con una cuota de alrededor del 40%. Las restantes ofertas ya presentan un porcentaje superior al 10% y muestran tasas de crecimiento muy significativas. Entre las principales dentro de este segmento se encuentran las comidas sudamericanas (peruana, ecuatoriana, colombiana, caribeña, etcétera) y la india.

Los condimentos aparecen como la oferta más importante de la comida mexicana, con el 85% de todas las ventas en volumen, seguidos por las masas (6,8%), las salsas (4,1%), los platos preparados (1,9%) y los kits (1,7%). En el caso de la comida china, los dos productos estrella son los rollitos de primavera y el arroz tres delicias. De los primeros se comercializan unas 1.100 toneladas por un valor que ronda los 7 millones de euros, mientras que del segundo se venden 11.350 toneladas, con un valor de 33 millones de euros.

La principal empresa fabricante e importadora de comida étnica registra una facturación de más de 65,6 millones de euros, mientras que la segunda se acerca a los 52 millones de euros y la tercera ronda los 30,3 millones de euros. Con cifras de negocio entre los 21 y los 25 millones de euros aparecen otros dos operadores. ●