

# Los platos preparados en la Comunidad de Madrid

Los platos preparados en la Comunidad de Madrid



# Los platos preparados en la Comunidad de Madrid



## PRESENTACIÓN

Este estudio nace como respuesta a la necesidad detectada por la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid de conocer con mayor profundidad, desde el punto de vista de la calidad y seguridad de los alimentos, uno de los sectores de la alimentación con mayor crecimiento en los últimos años en nuestra región, el de los platos preparados.

El crecimiento en el consumo de este tipo de alimentos en nuestra región ha sido extraordinario, habiéndose incrementado en el hogar en más de un 75% en los últimos seis años, lo que ha supuesto una modificación importante de las pautas de consumo de los madrileños. Este aumento en su consumo supone también un mayor esfuerzo en reforzar la vigilancia y el control de estos alimentos, con el fin de proteger los legítimos intereses de los consumidores.

El consumidor tiene derecho a recibir una información veraz y rigurosa en cuanto al etiquetado, publicidad y presentación de los alimentos, pudiendo de esta forma elegir con plenas garantías el producto que desea comprar, y en este caso aún con más motivo debido a la amplia gama de platos preparados presentes en el mercado.

Por ello, es recomendable conocer con mayor precisión este tipo de alimentos, estableciendo su definición y clasificación, conociendo las cifras de producción, consumo y gasto, y analizando la información que figura en el etiquetado fruto de la investigación de mercado realizada en este trabajo.

Es importante que tanto el sector industrial como la distribución conozcan estos datos, así como la percepción que de estos productos tiene el consumidor madrileño, lo que posibilitará adaptarse a sus demandas y que dicho mercado continúe en expansión.

Confiando en que la información que recoge el presente estudio ayude, tanto al sector empresarial como a los profesionales que trabajan en la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, a conocer con más detalle este sector alimentario que está en claro crecimiento, y pueda servir de reflexión para que la alimentación de los madrileños siga siendo segura, saludable y de calidad.

**Manuel Molina Muñoz**  
*Director General de Ordenación e Inspección*

# Índice

7	I. Introducción
11	II. Objetivos y metodología
12	2.1. Objetivos
12	2.2. Metodología
15	III. Definición y clasificación
15	3.1 Definición
15	3.2 Clasificación
19	IV. Situación en España
20	4.1. Producción
20	4.1.1. Platos esterilizados (II gama)
20	4.1.2. Platos congelados (III gama)
20	4.1.3. Verduras y hortalizas de IV gama
20	4.1.4. Platos refrigerados (V gama)
21	4.2. Cuota de mercado
21	4.2.1. Hogar
22	4.2.2. Hostelería-restauración
23	4.3. Consumo
23	4.3.1. Hogar y extradoméstico
26	4.3.2. Variación del consumo según las características de los hogares
27	4.4. Gasto

29	V. Situación en la Comunidad de Madrid
30	5.1. Producción
30	5.2. Consumo y gasto
30	5.2.1. Los platos preparados en el conjunto de la alimentación
33	5.2.2. Gamas de productos
43	VI. Investigación de mercado
44	6.1. Posicionamiento en el lineal de venta
46	6.2. Análisis del etiquetado
46	6.2.1. Etiquetado obligatorio
47	6.2.2. Etiquetado nutricional
52	6.2.3. Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables
54	6.3. Factores relativos a la calidad alimentaria
54	6.3.1. Ingredientes
54	6.3.2. Mercado de precios
55	6.3.3. Tipos de grasa
57	VII. Opinión del consumidor
65	Anexo I Cuestionario de la encuesta de opinión
71	VIII. Conclusiones
75	IX. Líneas de mejora



# I. Introducción



# 1. INTRODUCCIÓN

De todo el sector alimentario, es precisamente el de los platos preparados el que más ha crecido en los últimos años, debido sobre todo al estilo y forma de vida actuales, donde el factor tiempo y la comodidad son aspectos cada vez más valorados por el consumidor.

Por ello, se hace necesario analizar este sector en nuestra Comunidad en lo que respecta a su estructura, como a los datos referidos a producción, gasto y consumo, sin olvidarnos de la importante repercusión que su aporte nutricional representa en la dieta actual de los consumidores.

Se trata de productos que cada vez cuentan con más arraigo entre los consumidores debido a los profundos cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo y en los propios comportamientos sociales de los consumidores; cambios que favorecen decisivamente el consumo de dichos productos objeto de análisis en el presente estudio.

Es necesario conocer este sector, y una vez clasificados e identificados los principales grupos de platos preparados, realizar una investigación de mercado y posterior valoración nutricional a partir del etiquetado de los mismos, así como la realización de encuestas con el fin de detectar el grado de conocimiento, aceptación y de consumo de los mismos, y las necesidades sentidas y percibidas por el consumidor madrileño.

Por tanto, este estudio supone no solo una investigación exhaustiva de los datos referidos a producción, consumo, gasto y distribución de los platos preparados en la Comunidad de Madrid y su referencia con España, sino también saber qué se encuentra en los lineales de venta de nuestra región y qué opina y demanda el consumidor madrileño respecto a este tipo de alimentos.

Con este trabajo impulsado por el Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud de la Comunidad de Madrid, confiamos en acercarnos más a este creciente sector de la alimentación en constante evolución, y en el que se incluye una gran variedad de productos y marcas.





## II. Objetivos y metodología

## 2.1. OBJETIVOS

El **objetivo general** del estudio es conocer la verdadera dimensión del sector de los platos preparados en nuestra Comunidad, su aporte nutricional y la percepción que de ellos tiene la población madrileña.

Los **objetivos específicos** fijados en el presente trabajo son los siguientes:

1. Definir y clasificar los productos denominados como platos preparados propiamente dichos, distinguiéndolos de los que no lo son.
2. Conocer las cifras de producción, consumo y gasto de estos productos en la Comunidad de Madrid, considerados en su conjunto y por grandes segmentos y su relación con el conjunto nacional.
3. Analizar y comparar las características nutricionales y de calidad presentes en el etiquetado de las principales gamas de platos preparados comercializados en nuestra región.
4. Conocer la opinión del consumidor madrileño, el grado de aceptación y la motivación en el freno o el consumo de este tipo de productos en la Comunidad de Madrid.

12



## 2.2. METODOLOGÍA

Para la realización del presente estudio, con las características y contenido indicado, se ha desarrollado un plan de trabajo dividido en tres partes:

1. En la primera de ellas, se ha seguido una metodología de investigación basada en el estudio de la **base documental** disponible a partir de publicaciones del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) (antiguo MAPA), así como estudios y artículos de prestigiosas consultoras como Alimarket, IRI, DYM Panel, AC Nielsen, etc.

2. En la segunda parte del estudio se ha realizado una **investigación de mercado** a partir de visitas a establecimientos de distintas dimensiones y características, con el fin de identificar el posicionamiento en puntos de venta de las diferentes categorías de platos preparados, analizando tanto la variedad de productos encontrados en el lineal de venta, como las características nutricionales y de calidad presentes en los mismos.

Esta parte del estudio se ha desarrollado en las siguientes fases:

- Observación de su posicionamiento en el lineal de venta, detectando las referencias más frecuentes, así como la diversidad de productos y tipos de platos preparados comercializados en nuestra región.
- Análisis del etiquetado de los principales platos preparados encontrados en la fase anterior, incluyendo un estudio comparativo de las características nutricionales a partir de la información recogida en el etiquetado nutricional.
- Investigación de los factores relativos a la calidad alimentaria presentes en el etiquetado y presentación de este tipo de productos.

3. Por último se ha pulsado la **opinión del consumidor** a través de una encuesta realizada a una muestra de ciudadanos de nuestra región, a cerca de las motivaciones para la compra y consumo de los platos preparados, recogiendo dichas encuestas a través del correo electrónico o entrevista directa en el momento de realizarla.

En el diseño de la muestra se han seguido los siguientes criterios de estratificación (tabla 1):

Tabla 1

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA COMUNIDAD DE MADRID 2007		
ESTRATOS		%
Sexo	Hombres	45,9
	Mujeres	54,1
Edad	Menores de 30 años	31,1
	De 31 a 45 años	23,8
	De 46 a 65 años	33,9
	Mayores de 65 años	11,2
Zona geográfica	Madrid capital	48,6
	Resto de la Comunidad de Madrid	51,4
Número de encuestas: 357		

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

- Representatividad por sexo, aproximadamente 50% de hombres y 50% de mujeres.
- Representatividad por edad, dividiéndola en los siguientes grupos: menores de 30 años, de 31 a 45 años, de 46 a 65 años y mayores de 65 años.
- Representatividad geográfica teniendo en cuenta la densidad poblacional de la Comunidad de Madrid, de modo que aproximadamente la mitad corresponde a Madrid capital y la otra mitad al resto de la región,



dividida en las zonas norte, sur, este y oeste.

- El tipo de hogar, la situación laboral o actividad y la formación han sido elegidos de manera aleatoria.

Finalmente el estudio estadístico se ha realizado sobre una muestra constituida por 357 individuos, con las características señaladas en la tabla 1, un intervalo de confianza  $1 - \alpha = 0,95$  y un margen de error de 5,19%.



# III. Definición y clasificación



## 3.1. DEFINICIÓN

No es fácil establecer una definición y clasificación clara y de aceptación general de lo que realmente son los platos preparados y/o precocinados propiamente dichos, diferenciándolos de otros tipos de productos como conservas, postres, elaborados cárnicos curados, catering, etc.

Es muy tenue, y a veces confusa, la delimitación de las categorías de productos, diferenciando el auténtico plato preparado del que no lo es, y no todos los especialistas y agentes sectoriales están absolutamente de acuerdo en cuál es la clasificación más conveniente. Esto se complica aún más si se tiene en cuenta la enorme velocidad de diversificación de estos productos y el, a veces, corto ciclo de vida de algunos de ellos.

El Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas, define la comida preparada como la "elaboración culinaria resultado de la preparación en crudo o del cocinado o del precocinado, de uno o varios productos alimenticios de origen animal o vegetal, con o sin la adición de otras sustancias autorizadas y, en su caso, condimentada. Podrá presentarse envasada o no y dispuesta para su consumo, bien directamente, o bien tras un calentamiento o tratamiento culinario adicional".

El plato preparado podría definirse como una comida preparada a la que se ha aplicado un tratamiento tecnológico para aumentar su vida útil.

## 3.2. CLASIFICACIÓN

Siguiendo la base de la clasificación de este sector alimentario por parte del MARM, pero atendiendo a la realidad comercial del mismo por gamas o generaciones de productos según los tratamientos tecnológicos utilizados, y una vez consultadas otras clasificaciones como las de Alimarket y la consultora IRI, la clasificación que se aplica en el presente estudio es la siguiente (tabla 2).

### Platos preparados esterilizados (II gama)

Se incluyen en este grupo aquellos platos preparados que suponen una mezcla de ingredientes de diferentes bases, experimentando un proceso de cocinado para transformarse en una comida lista para consumir,

envasada en recipientes herméticos y sometidos a un proceso de esterilización a temperaturas por encima de 100 °C para prolongar su vida útil, no necesitando frío para su conservación.

No se consideran platos preparados las conservas tradicionales a base de legumbres y otros vegetales hervidos sin cocinar, incluida la menestra no cocinada, ni las conservas cárnicas o de pescado que no constituyan una comida cocinada lista para consumir.

Son productos de "larga vida" de duración (años) conservados a temperatura ambiente, por lo que también se denominan como "platos ambient".

Los platos cocinados esterilizados pueden ser con base de carne, de pescado, de vegetales, sopas y cremas, etc.

### Platos preparados congelados (III gama)

Los platos preparados congelados son comidas elaboradas que han sido sometidas a un proceso de congelación (-20 °C) o ultracongelación (-40 °C) para prolongar su vida útil y que una vez descongelados, o directamente en su estado de congelación, pueden consumirse tras un leve proceso culinario, como hornear, freír, etc. Son productos de larga vida que han de mantenerse siempre a temperaturas de -18 a -20 °C, sin romper en ningún momento la cadena de frío.

No se incluyen como platos preparados los congelados tradicionales que no han sufrido ningún proceso





culinario previo (carne congelada, pescados y mariscos congelados, etc.).

Los platos precocinados congelados pueden ser con base de carne, de pescado, de pasta, de arroz, etc.

#### Verduras y hortalizas de (IV gama)

Se incluyen en este apartado las verduras y hortalizas frescas, limpias, lavadas, peladas, cortadas y envasadas en atmósferas modificadas (sin oxígeno) en envases herméticos (tarrinas, bandejas, bolsos y últimamente en *tetra brick*).

Por tanto existen productos de IV generación que podrían considerarse como platos preparados, como por ejemplo determinadas ensaladas acompañadas con su salsa de aliño para su posterior mezcla, pero la mayoría de los productos de esta gama no se pueden considerar como plato preparado al ser necesario un posterior tratamiento culinario (acelgas o espinacas frescas, limpias y cortadas, etc.).

Son productos frescos que han de mantenerse a temperaturas de refrigeración (entre 0 y 4 °C) conservando todas sus propiedades durante 7 a 10 días con el envase cerrado. Se consumen fríos.

#### Platos preparados refrigerados (V gama)

Se consideraran como alimentos de V gama los platos precocinados refrigerados y envasados en atmósfera

inerte para prolongar su vida útil. Deben mantenerse refrigerados (entre 0 y 4 °C) y no romperse la cadena de frío, consiguiendo en estas condiciones alcanzar una vida útil de hasta 90 días.

Para su consumo se requiere un calentamiento previo en horno o microondas.

Su desarrollo es muy reciente, apareciendo la mayor parte de los platos preparados refrigerados en el mercado a partir de 2005.

Se incluyen en este apartado tortillas, pizzas, con base de pasta, de arroz, etc.

#### Platos preparados de VI gama

Algunos autores comienzan a hablar ya de productos de VI gama obtenidos a través de nuevas tecnologías como las altas presiones o impulsos lumínicos y envasados con materiales que por ejemplo permiten calentar a vapor con válvulas presostáticas.



Tabla 2

CLASIFICACIÓN DE PLATOS PREPARADOS						
Gama o generación	Tecnología para prolongar su vida útil	Condiciones conservación	Plato preparado	Envasado	Vida útil	Ejemplos
II	CALOR	Tª ambiente	P.P. cocinado Ambient. Semiconserva	Lata, vidrio, plástico, Tetra brick	Larga vida	Platos cocinados de carne, pescado, verduras, legumbres, pasta, arroz, caldos, sopas, cremas, etc.
	•Esterilización					
III	FRÍO	≤ -18 °C sin romper la cadena de frío	P.P. precocinado congelado o ultracongelado	Bolsas, barquetas, estuchados, film protector, glaseado	Larga vida	Verduras asadas, salteados precocinados de pescado, pizzas, guisos de carne, tortillas, pastas, arroces, gratenes, sopas y cremas, empanadas, ensaladas y ensaladillas, rebozados, guisos, etc.
	•Congelación					
	•Ultracongelación					
IV	Atmósferas modificadas	Refrigeración (± 4 °C)	Verduras y hortalizas (frescas, crudas, cortadas, limpias)	Bolsas, bandejas, tarrinas, tetra brick (novedad)	7-10 días	Ensaladas listas para aderezar y consumir
V	Tratamiento térmico y atmósferas modificadas		Plato cocinado refrigerado	Vidrio, plásticos, microondables	60-90 días	Tortilla y pizza refrigeradas, guisos de carne, callos, oreja, guisos de pescado, marmitako, guisos de pasta, spaghetti, ravioli, guisos de verdura y legumbres, ensaladas, arroces 3/5 delicias, paellas, asados, preparados de caza, etc.
VI	Nuevas tecnologías: • Altas presiones • Impulsos luminicos • Resonancia magnética	Refrigeración (± 4 °C)	Plato pasteurizado en frío	Envases inteligentes: • Microondables que se pueden calentar a vapor con válvulas presostáticas • Autocalentables • Nuevos materiales	Larga vida	En fase de I+D+i: Primeros productos cárnicos pasteurizados en frío con la tecnología de Altas Presiones

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

## IV. Situación en España

## 4.1. PRODUCCIÓN

### 4.1.1. Platos esterilizados (II gama)

Según Alimarket, la producción de las quince principales empresas a nivel nacional en 2004 superó las 78.500 Tm de platos cocinados esterilizados.



De estas quince empresas, las cinco primeras totalizan el 61% de la producción.

### 4.1.2. Platos congelados (III gama)

Es muy difícil calcular el volumen producido de platos preparados congelados por las empresas, ya que dicha producción es una actividad más en la elaboración de pescados y mariscos congelados.

Alimarket analiza 48 empresas que elaboran un total 327.371 Tm de elaborados congelados, donde se incluyen productos que no son platos precocinados, por lo que la producción real de platos precocinados congelados no superaría las 130.000 Tm.

### 4.1.3. Verduras y hortalizas de IV gama

Según Alimarket operan en el sector trece empresas con una producción conjunta de 43,5 millones de kilos:

- Las dos primeras empresas totalizan una producción de 29,1 millones de kilos, lo que representa el 67% de la producción.

- Las cuatro empresas siguientes producen 11,8 millones de kilos (27% del total).

- Las siete empresas restantes producen 2,6 millones de kilos (6% de la producción).

Por otra parte, entre 2004 y principios de 2006 han aparecido otros diez nuevos operadores en el mercado nacional que elaboran y comercializan frutas y hortalizas de IV Gama (uvas de la suerte, granadas de IV gama, corazones de alcachofa, ensaladas "gourmet", etc.).

### 4.1.4. Platos refrigerados (V gama)

#### Tortillas

Alimarket relaciona quince empresas, ofreciendo cifras de once de ellas, que suman una producción en 2004 de 14.519 Tm.

Dentro de las once empresas con cifras de producción, dos de ellas suman el 63,4% de la producción, las cuatro siguientes el 29,6% y el resto el 7%.

#### Pizzas

La misma fuente relaciona nueve empresas que elaboran pizzas refrigeradas por un total de 64.239 Tm en 2004.

La empresa líder en este sector acapara el 82,5% del volumen producido en 2004 con 53.000 Tm. Las siguientes cuatro empresas producen entre 1.000 y 5.000 Tm y las cuatro últimas menos de 300 Tm.

#### Con base de pasta

La empresa líder acapara el 27,1% del volumen de mercado, la segunda el 14,8% y el resto de las empresas tienen una cuota del 12,3%, siendo la de las marcas de la distribución o blancas (MDD) el 45,8%.

#### Ensaladas y ensaladillas

La cuota de mercado en autoservicio es de casi el 85% para las dos empresas líderes en el sector, el 7,6% para el resto y en igual porcentaje para las MDD.

## Pastelería salada

Alimarket analiza cinco empresas elaboradoras de pastelería salada refrigerada con una producción conjunta de 2.640 Tm.

## Gazpachos, cremas y sopas

La producción de gazpachos y cremas del año 2004 se centró en media docena de empresas que elaboraron 28,1 millones de litros. El mayor productor acapara el 59% del total, el segundo un 30,6% y el resto de las empresas suman un 10,4%.

En sopas, sobre un mercado controlado de 2,98 millones de litros, una firma representa el 24,8%, el resto de las marcas de empresas el 16,3% y las MDD el 58,9%.

## 4.2. CUOTA DE MERCADO

### 4.2.1. Hogar

Comparando la cuota de mercado que representa la compra de platos preparados para consumo doméstico en cada uno de los canales de venta, frente a la que supone el total de alimentación en 2005, sería la siguiente (tabla 3):

Tabla 3

CUOTA DE MERCADO EN HOGARES PLATOS PREPARADOS/TOTAL ALIMENTACIÓN ESPAÑA 2005 (porcentaje en valor de ventas)		
Canal de compra	Platos preparados	Total alimentación
Tienda tradicional	13,6	29,6
Supermercados	51,0	44,6
Hipermercados	21,0	16,1
Economato/cooperativa	0,1	0,4
Mercadillo callejero	0,1	1,3
Venta a domicilio	7,3	1,0
Autoconsumo	0,0	3,6
Otros	6,7	3,3

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 2006*. MAPA

- Supermercados e hipermercados acumulan el 72% del valor de las ventas de platos preparados, mientras que en el conjunto de la alimentación sólo representan el 60,7%.



- La tienda tradicional tiene una cuota de mercado en platos preparados de tan sólo un 13,6%, mientras que en el conjunto de la alimentación esta cuota es de un 29,6%.

- La venta a domicilio tiene una cuota de mercado en platos preparados muy elevada con respecto al total de la alimentación (7,3 y 1% respectivamente).

- El resto de los canales suman en platos preparados el 6,9% y en alimentación total el 8,6%.

Alimarket/IRI estiman que sólo el mercado de los platos precocinados refrigerados en los hipermercados y supermercados españoles de más de 100 m<sup>2</sup> se puede cifrar en 97,87 millones de kilos, de los que el 56,4% corresponden a las pizzas.

La evolución de la cuota de mercado de platos preparados en hogares desde 1999 a 2005 es la siguiente (tabla 4):

- La tienda tradicional ha perdido un 8,1% de cuota de mercado.

- Dicha pérdida de cuota de la tienda tradicional en este período es la que se ha incrementado en el supermercado (8%).

Tabla 4

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO DE PLATOS PREPARADOS EN HOGARES							
ESPAÑA							
(porcentaje en valor de ventas)							
Lugar de compra	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tienda tradicional	14,8	13,2	12,2	12,6	12,0	14,1	13,6
Supermercados	47,2	45,9	47,4	47,6	47,0	48,8	51,0
Hipermercados	26,4	26,4	25,5	24,0	23,9	22,4	21,0
Economato/cooperativa	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
Mercadillo callejero	0,7	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
Venta a domicilio	7,7	7,1	7,4	7,9	8,8	7,6	7,3
Autoconsumo	0	0	0	0	0	0	-
Otros	2,9	6,9	7,1	7,3	7,9	7,9	6,7

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2000 - 2006. MAPA

- El hipermercado disminuye año tras año su cuota de mercado, pasando de un 26,42% en 1999 a un 21% en 2005.

- La cuota de los economatos, cooperativas y mercadillos callejeros es muy baja y tiende prácticamente a desaparecer, sumando en 2005 un 0,2% (un 77,8% menos que en 1999).

- La cuota de los economatos, cooperativas y mercadillos callejeros es muy baja y tiende prácticamente a desaparecer, sumando en 2005 un 0,2% (un 77,8% menos que en 1999).

- La venta a domicilio, con tendencia al alza en los años anteriores, ha frenado su crecimiento hasta llegar a valores semejantes a los de 1999.

- El resto de canales han incrementado la cuota del 2,9% en 1999 al 6,7% en 2005, debido a la aparición de nuevos canales como internet.

### 4.2.2. Hostelería-restauración

Comparando la cuota de mercado que representa la compra de platos preparados para consumo extradoméstico en cada uno de los canales de venta, frente a la que supone el total de alimentación en 2005, sería la siguiente (tabla 5):

- Fuera del hogar, tanto el mayorista como el distribuidor y otros canales tienen unas cuotas de mercado muy semejantes.

- La tienda tradicional tiene una cuota en platos pre-

Tabla 5

CUOTA DE MERCADO EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN PLATOS PREPARADOS/ALIMENTACIÓN TOTAL		
ESPAÑA 2005		
(porcentaje en valor de ventas)		
Canal de compra	Platos preparados	Total alimentación
Tienda tradicional	1,6	6,0
Autoservicio/supermercado	3,8	2,6
Hipermercado	11,1	2,3
Cooperativa	0,0	-
Mayorista	9,1	9,4
Distribuidor	69,2	72,7
Fabricante	1,7	3,0
Cash and Carry	2,0	2,4
Otros	1,5	1,6

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA

parados muy por debajo respecto al total de la alimentación (1,6% frente al 6%).

- Sin embargo, la cuota en hipermercados, supermercados y autoservicios, es muy superior en platos preparados, representando un 14,9%, frente al conjunto de la alimentación que supone un 4,9%.

- Cash and Carry y fabricantes suman una cuota en alimentación del 5,4%, mientras que en platos preparados sólo llegan al 3,7%.

## 4.3. CONSUMO

### 4.3.1. Hogar y extradoméstico

El consumo de platos preparados en España durante el año 2005 fue de 484,59 millones de kilos, de los cuales el 89,7% corresponden al consumo en hogar, el 4,1% a hostelería y restauración, y el 6,2% al consumo institucional, siendo el consumo per cápita total de 11,32 kg/año (tabla 6).

Este sector está experimentando un crecimiento interanual muy superior al conjunto de la alimentación. Entre 1987 y 2005 el volumen del consumo total de alimentos en España creció un 12,8% (7,7% en hogares, 32,4% en hostelería y restauración y 12,1% en instituciones), mientras que el consumo de platos preparados durante el mismo periodo creció un 349,78% (346,5% en hogar, 646,7% en hostelería y restauración y 290,7% en instituciones) (tablas 7 y 8).



Tabla 7

CONSUMO DE ALIMENTACIÓN TOTAL ESPAÑA 1987 - 2005 (cantidad comprada en millones de kg)				
Año	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones	Total
1987	26.072,49	6.837,80	846,40	33.756,69
2005	28.100,35	9.055,06	949,15	38.104,58
Evolución 1987-2005 (%)	+7,7	+32,4	+12,1	+12,8

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 1988 y 2006*. MAPA

Tabla 8

CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS ESPAÑA 1987 - 2005 (cantidad comprada en millones de kg)				
Año	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones	Total
1987	97,37	2,63	7,74	107,74
2005	434,72	19,64	30,24	484,60
Evolución 1987-2005 (%)	+346,5	+646,7	+290,7	+349,78

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 1988 y 2006*. MAPA

El consumo per cápita total (en hogares, hostelería y restauración, e instituciones) de platos preparados, ha pasado de 2,6 kg en el año 1987 a 11,3 kg en 2005, lo que representa un incremento del 334,6%. Destaca sobre todo el incremento en el consumo de pizzas, donde en el Panel de Consumo del MAPA de 1987 no figuraba ninguna cantidad y en 2005 pasó a ser de 1,7 kg, sólo por detrás de sopas y cremas y de otros platos preparados (tabla 9).

Tabla 6

CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS ESPAÑA 2005 (cantidad comprada en millones de kg)								
	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones	Total	Total per cápita (Kg)	Hogar (%)	Host. (%)	Inst. (%)
<b>TOTAL</b>	434,72	19,64	30,24	484,59	11,32	89,7	4,1	6,2
Componente principal vegetal	41,38	1,99	2,79	46,15	1,08	89,7	4,3	6,0
Componente principal carne	60,11	2,65	6,42	69,18	1,62	86,9	3,8	9,3
Componente principal pescado	40,76	2,60	10,28	53,64	1,25	76,0	4,9	19,2
Sopas y cremas	143,31	0,22	0,82	144,35	3,37	99,3	0,2	0,6
Pizzas	70,11	1,41	0,51	72,03	1,68	97,3	2,0	0,7
Otros platos preparados	79,05	10,76	9,42	99,23	2,32	79,7	10,8	9,5

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 2006*. MAPA



Tabla 9

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS									
ESPAÑA									
(kg/cápita/año)									
Producto	1987	1996	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL PLATOS PREPARADOS	2,6	4,6	7,2	7,5	8,1	9,3	10,1	11,2	11,3
Componente principal vegetal	0,3	0,6	0,6	0,6	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1
Componente principal carne	0,8	0,6	0,7	1,0	1,3	1,4	1,4	1,6	1,6
Componente principal pescado	0,5	0,5	1,2	1,2	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2
Sopas y cremas	0,2	0,4	2,6	2,6	2,7	2,8	3,1	3,2	3,4
Pizzas	-	0,7	0,6	1,0	1,1	1,3	1,5	1,7	1,7
Otros platos preparados	0,7	1,8	1,5	1,1	1,4	1,7	1,9	2,3	2,3

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 1988 - 2006. MAPA

En relación al consumo total de alimentos, el consumo de platos preparados ha pasado de ser el 1,32% en 1987 al 4,95% en 2005 (tabla 10).

Según el canal de consumo, podemos observar lo siguiente:

### 4.3.1.1. Hogares

En el año 1987 se consumieron en los hogares españoles 97,37 millones de kilos de platos preparados frente a 26.072,49 millones de kilos del total de la alimentación, lo que representaba una participación del 0,37%.

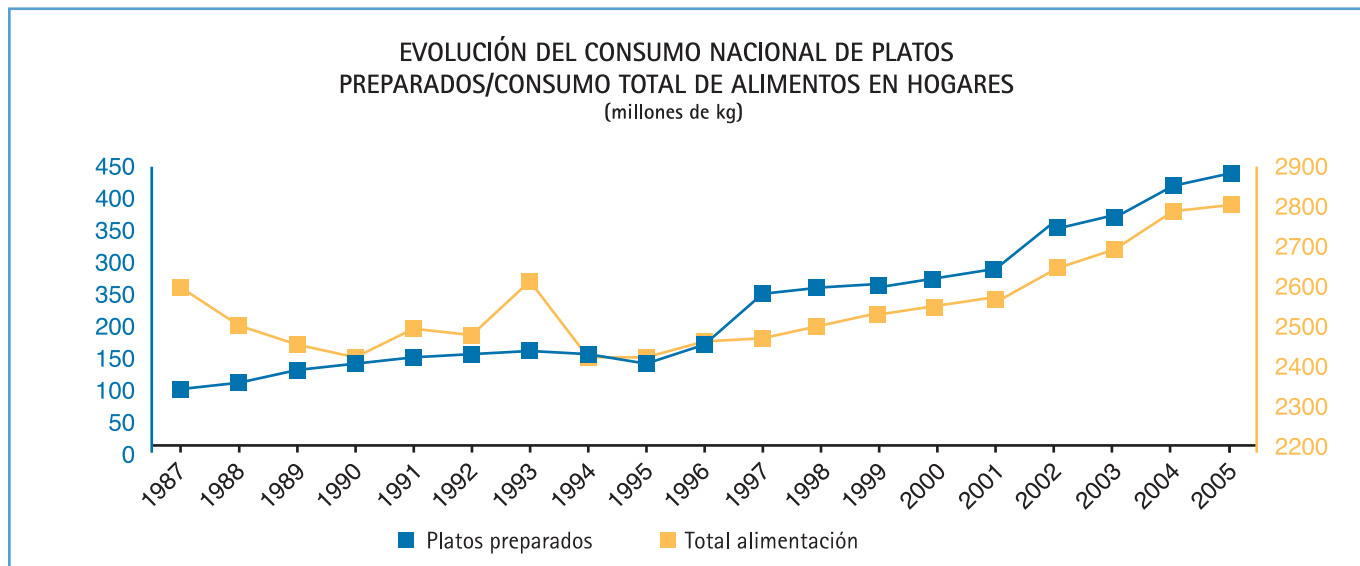
Entre 1987 y 2005 el consumo de platos preparados se ha incrementado un 346,5%, mientras que el consumo en la alimentación total tan sólo lo ha hecho en un 7,7%, pasando a representar los platos preparados el 1,5% del conjunto de la alimentación en 2005 con 434,72 millones de kilos frente a los 28.100,35 millones de kilos del total de la alimentación (gráfico 1).

Tabla 10

CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS/CONSUMO TOTAL DE ALIMENTOS				
ESPAÑA 1987 - 2005				
(%)				
Año	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones	Total
1987	0,37	0,04	0,91	1,32
2005	1,55	0,21	3,19	4,95

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 1988 y 2006. MAPA

Gráfico 1



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 1988 - 2006. MAPA

Sólo referido a los platos preparados congelados, el MAPA fija el consumo en los hogares españoles durante el año 2005 en 107,54 millones de kilos, con un valor de 515,27 millones de euros, a los que habría que sumar 15,09 millones de kilos de platos congelados con base de arroz por un valor de 46,35 millones de euros (dicho organismo lo incluye en el capítulo "arroz" en lugar de incluirlo en platos preparados).

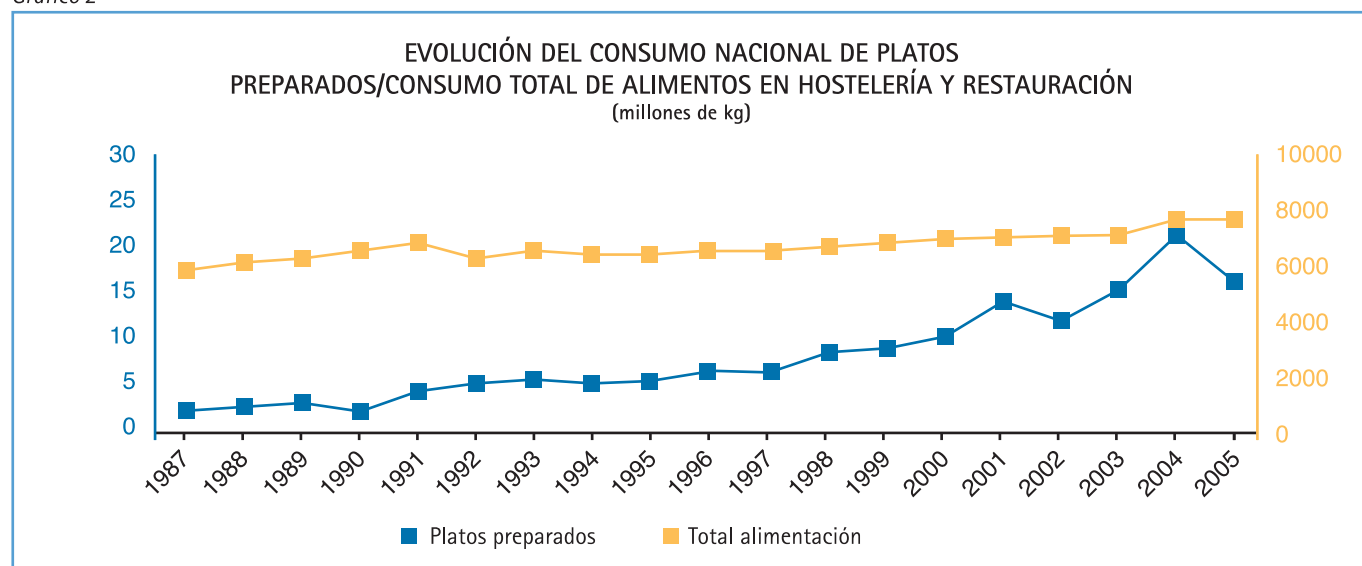
La consultora IRI, estima un consumo de 77,69 millones de kilos y 321,75 millones de euros referidos exclusivamente a hipermercados y supermercados de más de 100 m<sup>2</sup>.

#### 4.3.1.2. Hostelería y restauración

El volumen total de alimentos consumidos en hostelería y restauración creció en España entre 1987 y 2005 un 32,4%, mientras que el consumo de platos preparados creció un 646,7%. La cuota de platos preparados en el conjunto de la alimentación pasó del 0,04% en 1987 al 0,21% en 2005, con 19,64 millones de kilos frente a los 9.055,06 de la alimentación total (gráfico 2).



Gráfico 2



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 1988 - 2006*. MAPA

### 4.3.1.3. Instituciones

Entre 1987 y 2005 el consumo total de alimentos creció un 12,1%, mientras que el de platos preparados lo hizo en un 290,7%. Como consecuencia, la participación de los platos preparados en el consumo alimentario pasó de un 0,91% en 1987 a un 3,19% en 2005, con 30,24 millones de kilos frente a los 949,15 millones de kilos que representan la alimentación total (gráfico 3).

Como puede observarse en las gráficas anteriores, el mayor incremento de consumo se registra en los cinco últimos años.

### 4.3.2. Variación del consumo según las características de los hogares

Según los datos del MAPA referidos a 2005:

El **tamaño del hábitat** incide en el consumo de platos preparados, de manera que éste se incrementa conforme aumenta el número de habitantes, creciendo de 7,8 a 12,6 kg/año, al pasar de menos de 2.000 a más de 500.000 habitantes. Una de las causas fundamentales es el disponer de menos tiempo para cocinar debido al mayor tiempo empleado en los desplazamientos.

El **estatus socioeconómico** tiene también una gran importancia en el consumo de platos preparados. El consumo es más elevado cuanto mayor es el poder

adquisitivo, aumentando de 6,9 a 13,7 kg/año al pasar de un estatus bajo a otro alto-medio alto, lo que indica que un factor fundamental al freno en su consumo es el precio.

Otro factor que influye en el consumo per cápita es la **edad del ama de casa**, disminuyendo de 11,0 a 9,5 kg/año al pasar de una edad inferior a 35 años a otra superior a 65 años.

El **trabajo del ama de casa** influye en menor grado en el consumo per cápita, que pasa de 10,4 a 10,0 kg/año cuando el trabajo se realiza fuera de casa en lugar de realizarse en el hogar.

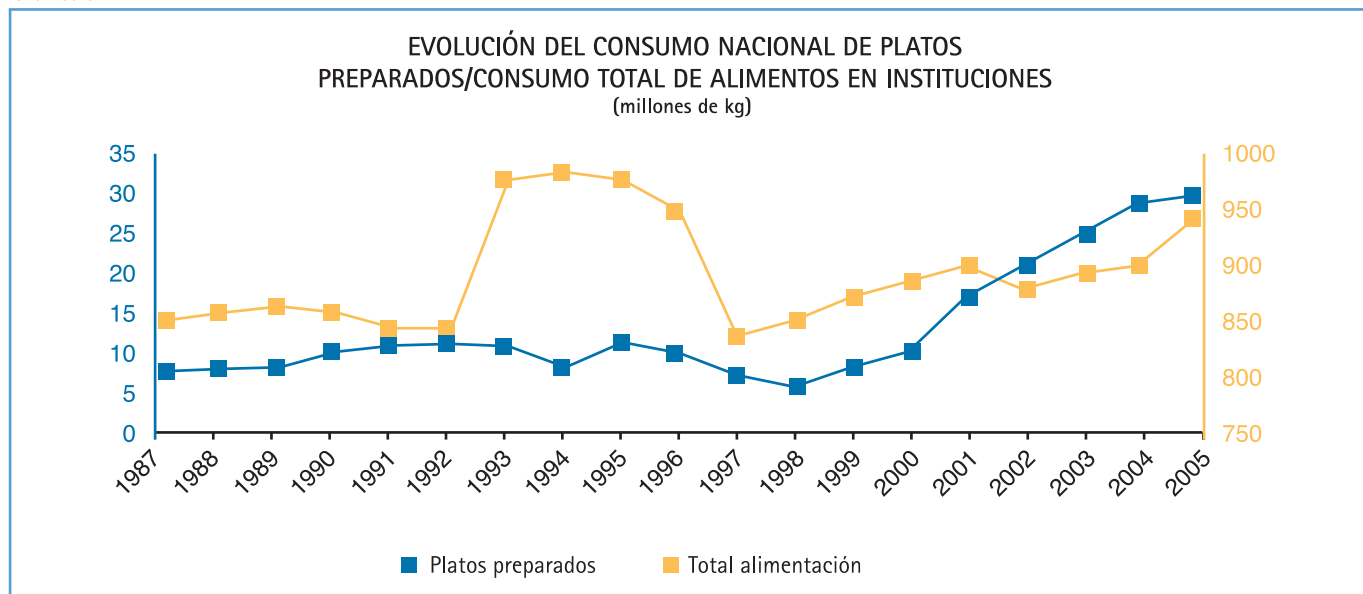
Respecto al **tamaño familiar**, el consumo per cápita decrece a medida que se incrementa el número de miembros de la familia, bajando de 17,6 a 7,6 kg/año al pasar de uno a cinco o más miembros.

Los **hogares sin niños** tienen mayor consumo per cápita (10,7 kg/año) que los hogares con niños y, dentro de éstos, el consumo es menor si los niños tienen menos de seis años (9,0 kg/año) que si tienen una edad comprendida entre 6 y 15 años.

Según los **ciclos de vida de los hogares** españoles, el mayor consumo per cápita se registra en jóvenes independientes (23,3 kg/año), adultos independientes (16,7 kg/año) y parejas jóvenes sin hijos (14,6 kg/año), siendo el menor consumo para las parejas con hijos mayores 17 años (7,8 kg/año).

26

Gráfico 3



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 1988 - 2006. MAPA



## 4.4. GASTO

El gasto de platos preparados en España durante 2005 fue de 1.803,66 millones de euros, correspondiendo al hogar el 92%, a hostelería/restauración el 3,5%, y a instituciones el 4,5% (tabla 11).

Según el canal de consumo se observa que en el hogar y en hostelería y restauración el mayor gasto corresponde a "otros platos preparados", y en instituciones lo son los "platos de pescado". El menor gasto en todos los canales corresponde a "sopas y cremas".

El gasto en el año 2000 fue de 891,12 millones de euros, lo que supone por tanto un incremento respecto a 2005 de un 102,4%.

Respecto a la evolución de la participación de cada canal entre 2000 y 2005, solamente fue positiva en instituciones, pasando del 2,6% al 4,5%, siendo negativa tanto en el hogar como en hostelería y restauración (tabla 12).

El gasto per cápita total en platos preparados durante el año 2005 fue de 42,15 €/año, correspondiendo

Tabla 11

VALOR GASTADO EN PLATOS PREPARADOS								
ESPAÑA 2005								
(millones de euros)								
	Hogares	Hostelería y restauración	Instituciones	Total	Total per cápita (kg)	Hogar (%)	Host. (%)	Inst. (%)
<b>TOTAL</b>	1.659,61	62,46	81,59	1.803,66	42,15	92,0	3,5	4,5
Componente principal vegetal	166,44	5,59	5,54	177,57	4,15	93,7	3,1	3,1
Componente principal carne	282,96	9,79	17,60	310,35	7,25	91,2	3,2	5,7
Componente principal pescado	224,13	10,52	27,54	262,19	6,13	85,5	4,0	10,5
Sopas y cremas	148,43	0,70	2,00	151,14	3,53	98,2	0,5	1,3
Pizzas	398,54	4,92	2,10	405,57	9,48	98,3	1,2	0,5
Otros platos preparados	439,10	30,94	26,81	496,85	11,61	88,4	6,2	5,4

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 2006*. MAPA

Tabla 12

EVOLUCIÓN DE CADA CANAL EN EL GASTO DE PLATOS PREPARADOS						
ESPAÑA						
(%)						
Canal	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hogar	93,4	92,7	92,2	92,3	92,1	92,0
Hostelería y restauración	4,0	4,2	3,2	3,6	3,6	3,5
Instituciones	2,6	3,1	4,7	4,1	4,3	4,5

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2001 - 2006. MAPA

el más elevado a "otros platos preparados", seguidos de pizzas, carnes, pescado, vegetales y sopas y cremas. Dicho gasto respecto al año 2000, con 22,22 €/año, supuso un incremento del 89,7% (tabla 13).

Tabla 13

EVOLUCIÓN DEL GASTO PER CÁPITA DE PLATOS PREPARADOS						
ESPAÑA						
(€/cápita/año)						
Producto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>TOTAL PLATOS PREPARADOS</b>	22,22	26,54	32,20	35,78	40,84	42,15
Componente principal vegetal	1,85	2,13	3,32	3,81	4,10	4,15
Componente principal carne	3,45	4,77	5,82	6,09	7,39	7,25
Componente principal pescado	5,73	5,33	5,51	5,54	5,82	6,13
Sopa y cremas	1,81	1,98	2,35	2,87	3,29	3,53
Pizzas	4,89	6,23	7,00	8,64	9,50	9,48
Otros platos preparados	4,49	6,10	8,19	8,83	10,74	11,61

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2001 - 2006. MAPA

## V. Situación en la Comunidad de Madrid

## 5.1. PRODUCCIÓN

En el sector de los platos preparados en la Comunidad de Madrid operan 198 empresas, de las cuales 102 son fabricantes o elaboradores de comidas preparadas, 37 distribuidoras, 34 almacenistas, trece envasadoras y doce importadoras (de fuera de la Unión Europea).

De las 102 empresas fabricantes de platos preparados, 43 de ellas utilizan como ingrediente principal la carne, 45 tienen como base el pescado, 36 los vegetales crudos y cuatro lo son de caldos, sopas y cremas.

El tejido industrial más representativo de este sector en 2004 en la Comunidad de Madrid está formado por 38 empresas, que dan empleo a 5.395 personas y con unas ventas de 1.571,65 millones de euros, de las cuales:

- Una empresa factura casi 700 millones de euros y da empleo a casi 2.400 trabajadores.
- Seis empresas facturan más de 50 millones de euros.
- Catorce empresas facturan entre 10 y 50 millones de euros.
- Diecisiete empresas facturan menos de 10 millones de euros.

En relación a la producción de platos preparados **esterilizados**, según Alimarket, de las quince principales empresas del sector, la sexta, Heinz Ibérica S.A., con una producción de seis millones de kilos, es la única del grupo que se ubica en la Comunidad de Madrid.

En relación a la producción de platos preparados **congelados**, de las 48 empresas analizadas por Alimarket, siete se ubican en la Comunidad de Madrid, con una producción conjunta de 34.300 en 2004:

- La primera marca, La Cocinera, produce 11.000 Tm.
- La segunda, tercera y cuarta (Antonio y Ricardo, Serpesca y Carpisa) suman una producción de 19.000 Tm.
- Las tres últimas totalizan una producción próxima a las 4.300 Tm.

## 5.2. CONSUMO Y GASTO

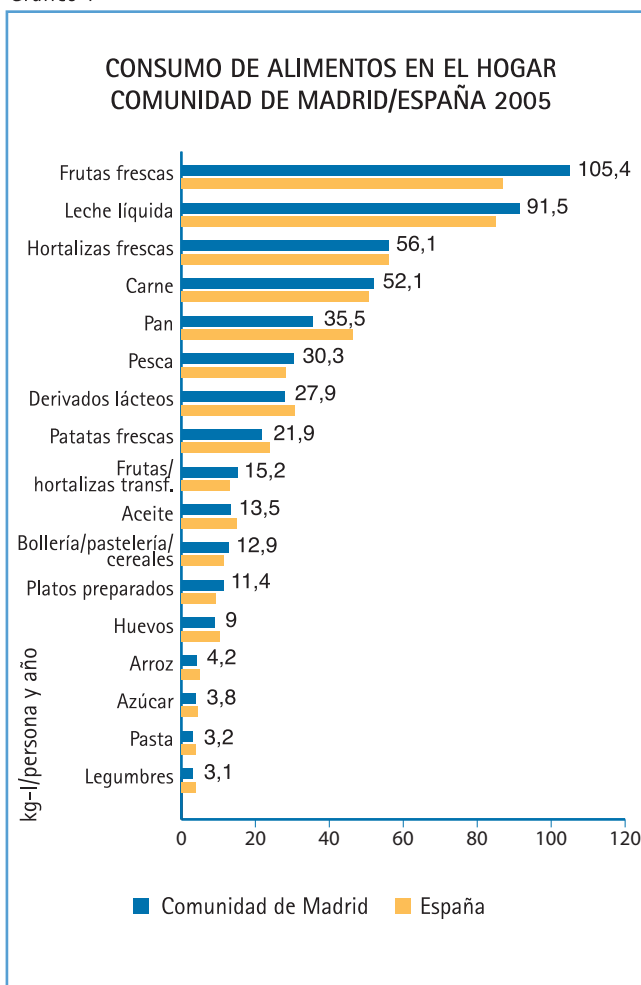
### 5.2.1. Los platos preparados en el conjunto de la alimentación

El consumo total de alimentos en los hogares madrileños durante 2005 alcanzó los 3.229,17 millones de kilos (aproximadamente el 11,5% del consumo total de alimentos y bebidas en el hogar en España), que corresponde a 625 kilos por persona.

En cuanto al gasto realizado en estas compras, el total fue de 6.954,59 millones de euros (aproximadamente el 12,4% del total gastado en nuestro país), alcanzando 1.346 €/persona.

Este consumo de alimentos en los hogares de nuestra Comunidad no difiere sustancialmente del observado para el conjunto nacional, pues la demanda de los mismos revela una estructura equivalente en orden de prioridades (gráfico 4).

Gráfico 4



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA

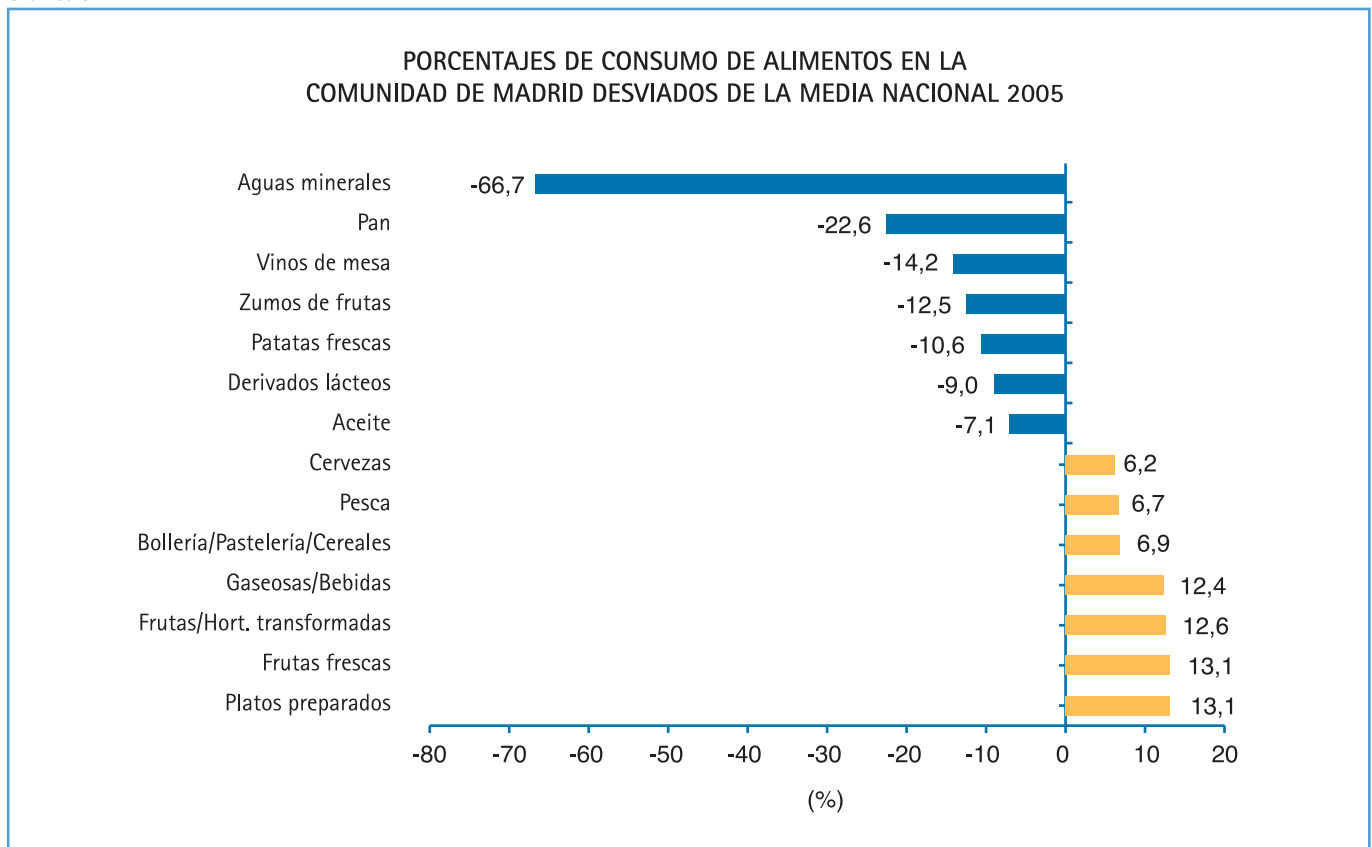
Al comparar las cantidades de alimentos consumidos en los hogares madrileños durante 2005 con la media nacional, se observa que compramos más fruta fresca y más leche líquida, y algo más de productos de la pesca, frutas y hortalizas transformadas, platos preparados y bollería/pastelería/cereales; y que seguimos comprando, sobre todo, menos cantidad de pan, derivados lácteos, patatas frescas y aceite.

Respecto a las principales diferencias de consumo, expresadas como porcentajes desviados de la media nacional, para aquellos alimentos y bebidas con mayor peso en la cesta de la compra en 2005, se registró un mayor consumo en nuestra Comunidad de platos preparados y frutas frescas y un menor consumo de aguas minerales y pan (gráfico 5).

Según la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del INE de 2005, en España el 19,5% del presupuesto familiar se destina al capítulo de alimentación, siendo la Comunidad de Madrid una de las Comunidades Autónomas que destina una menor proporción a dicho gasto con un 16%.



Gráfico 5



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA



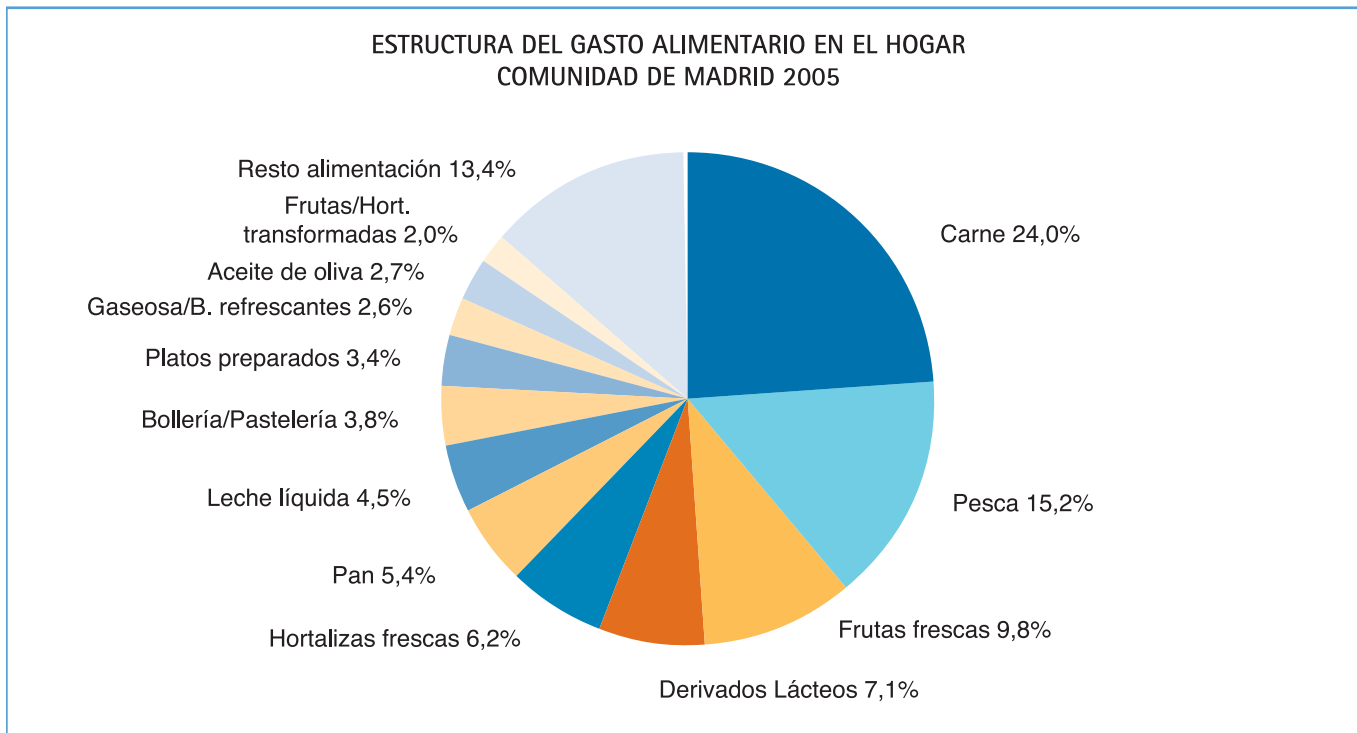
En cuanto a la estructura del gasto alimentario en los hogares madrileños durante 2005 se observa una distribución similar a la de la media nacional, siendo de un 3,4% para los platos preparados (gráfico 6).

Según datos del Panel de Consumo del MAPA, en los hogares de la Comunidad de Madrid se consumieron durante el año 2005 un total de 59,25 millones de kilos

de platos preparados, con un valor de 237,86 millones de euros y un precio medio de 4,01 €/kg.

A estos consumos habría que añadir otras partidas que el MAPA no recoge en el capítulo de platos preparados, como son:

Gráfico 6



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA



- Los platos preparados con base de arroz, cuyo consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid asciende a 3,02 millones de kilos, con un valor de 11,98 millones de euros.

- La hortalizas de IV gama, cuyo consumo en hogares de la Comunidad de Madrid es de 15,85 millones de kilos, con un valor de 38,31 millones de euros.

Sumando estas partidas, el consumo de platos preparados en los hogares de nuestra Comunidad asciende a 78,11 millones de kilos con un valor de 288,15 millones de euros.

Por otra parte, el consumo extradoméstico de platos preparados en la Comunidad de Madrid se estima en 13,8 millones de kilos y 50,9 millones de euros, por lo que el consumo total se puede cifrar en 92 millones de kilos con un valor de 339 millones de euros.

El consumo per cápita fue de 11,45 kilos durante 2005 y el gasto per cápita de 46,04 euros. A este consumo habría que sumarle los platos preparados de arroz y las hortalizas de IV gama y que en 2005 totalizan 3,65 kilos per cápita. En conjunto el consumo en hogar se eleva a 15,10 kg por habitante y año.

Con respecto a la media nacional, el consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid es un 13,14% mayor, con un precio un 4,97% más alto y un gasto un 19,24% superior (tabla 14).

La Comunidad Autónoma de mayor consumo es Cataluña, seguida de La Rioja, Baleares y Madrid.

Igual que sucedía a nivel nacional, el consumo de platos preparados está experimentando un crecimiento interanual muy superior al conjunto de la alimentación. En el período 1999-2005 el consumo de platos preparados en los hogares de la Comunidad de Madrid se incrementó un 76,4% (gráfico 7), pasando de 6,49 kg/cápita a 11,45 kg/cápita, mientras que para el conjunto de la alimentación es de un 4,63% al pasar de 597,3 kg/cápita a 625 kg/cápita.

## 5.2.2. Gamas de productos

Según los datos del MAPA, el consumo per cápita de platos preparados en los hogares de la Comunidad de Madrid es mayor que el consumo medio del conjunto de los hogares españoles en todos los productos, excepto en verduras y hortalizas de IV gama (-8,4%), tortillas refrigeradas (-8,3%) y en platos preparados congelados con base de carne (-7,3%).

La mayor desviación se observa en platos preparados en conserva con base legumbres (+79,3%) y vegetales (+58,5%), en platos preparados congelados con base vegetales (+37,2%), arroz (+31,4%) y pasta (+27,8%). En refrigerados destaca el consumo de pizzas (+6,1%) y otros (+32,2%) (gráfico 8).

El gasto per cápita también es mayor en los hogares de la Comunidad de Madrid en todos los productos, excepto en los platos de pasta esterilizados (-9,2%).

Entre los platos preparados en conserva destacan los de base pescado (+200%) y base legumbres (+113,3%), vegetales (+56%) y arroz (+50%), y entre los congelados destacan los de base vegetal (+47,5%), de arroz (+36,1%) y pasta (+30,6%). En refrigerados destacan los preparados de arroz (+73,3%) y otros (+24,8%). En el resto destacan las sopas y cremas (+28,9%) y las pizzas (+6,6%) (gráfico 9).

En la Comunidad de Madrid es muy importante desglosar el consumo del Área metropolitana del resto de los municipios, sobre todo en los casos en los que el consumo per cápita difiera mucho en función del número de habitantes del municipio, como es el caso de los platos preparados:

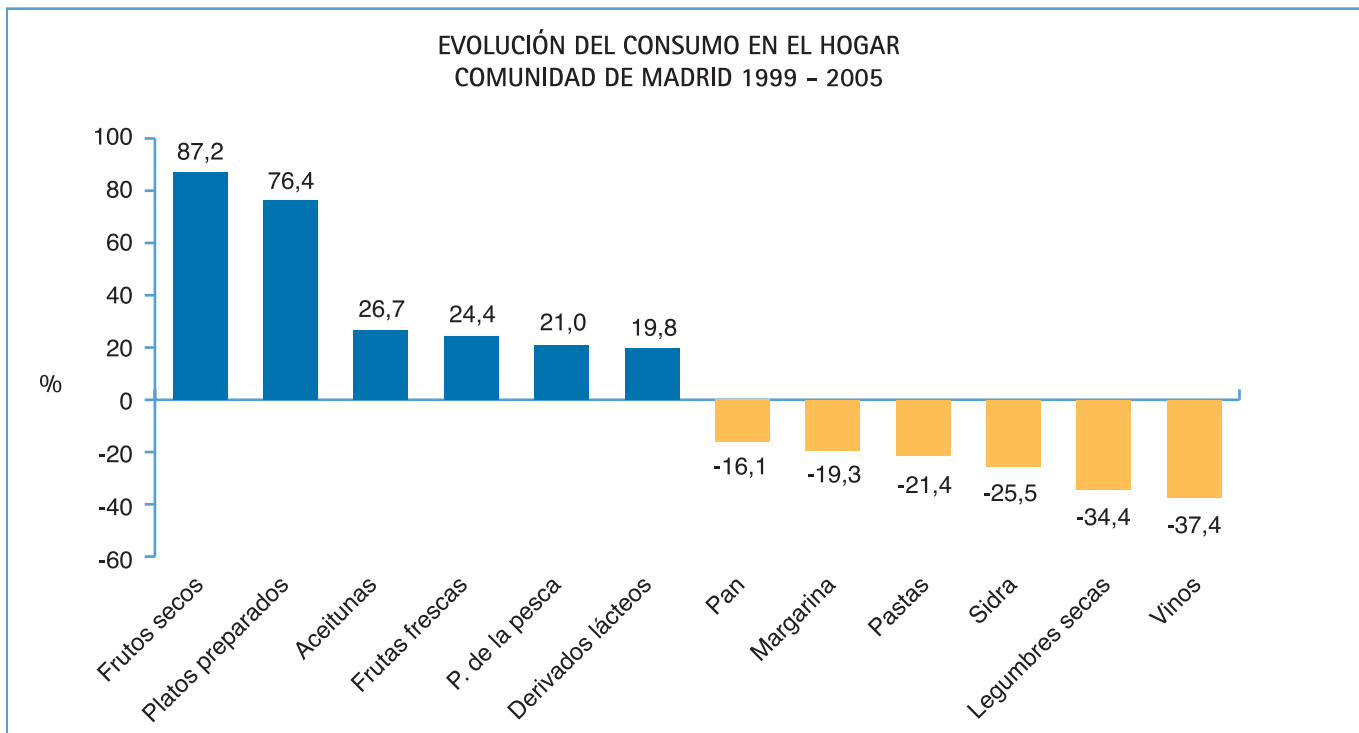
- El consumo per cápita en los hábitats españoles de menos de 2.000 habitantes es de 7,2 kg/año, existiendo en nuestra Comunidad 87 de estos municipios que representan el 1,05% de la población de la región.
- El consumo per cápita en poblaciones de 2.000 a 10.000 habitantes es de 8,5 kg/año. En la Comunidad de Madrid existen 53 municipios en ese intervalo que totalizan el 4,13% de la población.

Tabla 14

CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN HOGARES COMUNIDAD DE MADRID/ESPAÑA 2005			
Año	Comunidad de Madrid	España	C. Madrid/España (%)
Volumen (miles kilos)	59.245,28	434.716,96	13,62
Valor (miles euros)	237.861,99	1.659.608,8	14,33
Precio medio (€/kg)	4,01	3,82	+ 4,97
Consumo per cápita (kg/año)	11,45	10,12	+ 13,14
Gasto per cápita (€/año)	46,04	38,61	+ 19,24

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA

Gráfico 7



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de La Alimentación en España, 2000 - 2006. MAPA

- El consumo per cápita en poblaciones de 10.000 a 100.000 habitantes es de 9,7 kg/año, existiendo en nuestra región 30 municipios en ese intervalo que suman el 18,47% de la población.
- En el intervalo de 100.000 a 500.000 habitantes el consumo per cápita es de 10,2 kg/año, de los que existen ocho municipios en nuestra provincia que suman el 22,62% de la población de la Comunidad.
- En los municipios de más de 500.000 habitantes el consumo per cápita es de 12,8 kg/año, siendo Madrid capital el único municipio en este intervalo, pero que totaliza el 53,73% de la población de nuestra región.

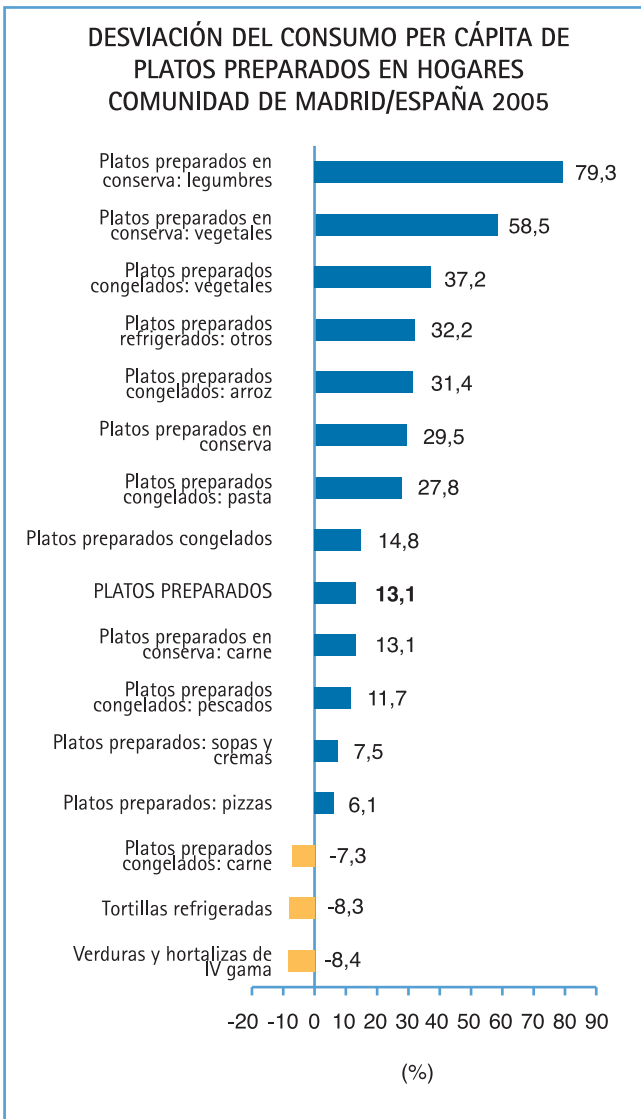
Por tanto el consumo de la Comunidad de Madrid se concentra mucho en la capital, ya que representa prácticamente el 54% de toda la población con el intervalo más alto de consumo per cápita.

### 5.2.2.1. Platos preparados esterilizados (II gama)

Analizando la base de datos de los platos preparados del MAPA, se puede establecer que en el año 2005 los hogares de la Comunidad de Madrid consumieron 9,96 millones de kilos y se gastaron 45,82 millones de euros, por lo que el precio medio fue de 4,6 €/kg.



Gráfico 8



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 2006*. MAPA

El consumo per cápita fue de 1,93 kg/año y el gasto per cápita 8,87 €/año. Con respecto a la media nacional representa un incremento del 29,53% en volumen, 2,22% en precio medio y 31,4% en valor.

#### Con base cárnica

En los hogares de la Comunidad de Madrid se consumió durante el año 2005 un total de 4,96 millones de kilos de estos platos preparados, con un valor de 25,55 millones de euros y un precio medio de 5,15 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,95 kg/año y el gasto per cápita 4,93 €/año. Con respecto a la media nacional, el consumo per cápita en la Comunidad de Madrid es mayor en un 13,09%, en un 6,62% en el precio medio y en un 19,08% en gasto per cápita.

Gráfico 9



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud, a partir de *La Alimentación en España, 2006*. MAPA

#### Con base de pescado

En los hogares de la Comunidad de Madrid durante el año 2005 se consumieron 88,4 Tm de platos preparados a base de pescado con un gasto de 941,1 millones de euros y un precio medio de 10,64 €/kg.

El consumo de los hogares de la Comunidad de Madrid representa un 38,14% en volumen per cápita y un 39% en gasto per cápita. Con respecto a la media

nacional, el consumo per cápita en la Comunidad de Madrid es el mismo, superior en un 2,62% en el precio medio y como se ha destacado anteriormente, un 200% superior en gasto per cápita.

### Con base de vegetales

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid durante el año 2005 fue de 4,32 millones de kilos, con un valor de 16,92 millones de euros y un precio medio de 3,91 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,84 kg/año y el gasto per cápita 3,26 €/año. Con respecto a la media nacional, el consumo per cápita en la Comunidad de Madrid fue un 58,49% mayor y un 55,98% superior en el gasto.

### Con base legumbres (dentro del capítulo de base vegetales)

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 2,75 millones de kilos con un valor de 8,32 millones de euros y un precio medio de 3,02 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,52 kg/año y el gasto per cápita 1,6 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid es más elevado que la media nacional, un 79,31% mayor en volumen per cápita y un 113,33% superior en gasto per cápita.

### Con base de pasta

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid durante el año 2005 fue de 0,59 millones de kilos, con un valor de 2,41 millones de euros y un precio medio de 4,09 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,12 kg/año y el gasto per cápita de 0,49 €/año. Con respecto a la media nacional, el consumo per cápita en la Comunidad de Madrid es el mismo, inferior en un 9,1% en el precio medio y en un 9,25% en gasto per cápita.

### Sopas y cremas

Las sopas y cremas se someten a un tratamiento térmico para prolongar su vida útil. Cuando el tratamiento térmico es la esterilización, también denominados "platos ambient", su conservación es de larga duración no necesitando frío. Cuando el tratamiento térmico es

menos agresivo (por debajo de los 100 °C) se obtienen productos pasteurizados, también de larga vida, aunque necesitan mantenerse refrigerados. En cualquier caso deben considerarse alimentos de II generación, por lo que se analizan en este capítulo.

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid durante el año 2005 fue de 18,5 millones de kilos, con un valor de 23 millones de euros y un precio medio de 1,24 €/kg.

El consumo per cápita fue de 3,58 kg/año y el gasto per cápita 4,45 €/año. El consumo per cápita en la Comunidad de Madrid es superior a la media nacional (7,5%), al igual que el precio medio (19,23%) y el gasto per cápita (28,98%).

### Con base de arroz

No se recogen en la base de datos de platos preparados del Panel de Consumo del MAPA, sino en el capítulo "arroz esterilizados", por lo que debe sumarse a las partidas anteriores.

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 0,28 millones de kilos, con un valor de 1,53 millones de euros y un precio medio de 5,4 €/kg. El consumo per cápita fue de 0,05 kg/año y el gasto per cápita de 0,3 €/año.



### 5.2.2.2. Platos preparados congelados (III gama)

Analizando la base de datos de los platos preparados del MAPA se observa que en el año 2005 en los hogares de la Comunidad de Madrid se consumieron 14,81 millones de kilos de platos preparados congelados, con un valor de 74,73 millones de euros y un precio medio de 5,05 €/kg.

El consumo per cápita fue de 2,87 kg/año y el gasto per cápita 14,46 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es superior en consumo per cápita (14,8%), en gasto per cápita (20,6%) y en precio medio (5,42%).

#### Con base de carne

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 2,70 millones de kilos con un valor de 13,0 millones de euros y un precio medio de 4,83 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,51 kg/año y el gasto per cápita 2,53 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es menor en consumo per cápita (-7,27%) y mayor en gasto per cápita (2,42%) como consecuencia de un precio mayor en un 7,09%.

#### Con base de pescado

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 5,45 millones de kilos, con un valor de 30,9 millones de euros y un precio medio de 5,66 €/kg.

El consumo per cápita fue de 1,05 kg/año y el gasto per cápita 5,98 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es superior en consumo per cápita (11,7%) y en gasto per cápita (15,89%). El precio medio también resulta mayor en un 3,47%.

#### Con base de vegetales

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 3,0 millones de kilos, con un valor de 13,5 millones de euros y un precio medio de 4,5 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,59 kg/año y el gasto



37

per cápita 2,61 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es superior en consumo per cápita (37,2%), en gasto per cápita (47,45%) y en precio medio (7,65%).

#### Con base de pasta

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 2,34 millones de kilos con un valor de 9,9 millones de euros y un precio medio de 4,23 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,46 kg/año y el gasto per cápita 1,92 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es superior en consumo per cápita (27,77%), en gasto per cápita (30,61%) y en precio medio (6,81%).

#### Con base de arroz

Como ya se ha indicado con anterioridad el MAPA no contabiliza este grupo dentro de la categoría de plato preparado, sino como un subgrupo dentro de "arroz".



El consumo de estos platos preparados con base de arroz en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 2,36 millones de kilos con un valor de 7,67 millones de euros y un precio medio de 3,25 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,46 kg/año y el gasto per cápita 1,47 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es superior en consumo per cápita (31,42%), en gasto per cápita (36,11%) y en precio medio (5,86%).

#### Otros platos preparados congelados

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en este conjunto de platos en 2005 fue de 1,31 millones de kilos con un valor de 7,40 millones de euros y un precio medio de 5,63 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,23 kg/año y el gasto per cápita 1,44 €/año. El consumo en la Comunidad de Madrid en volumen per cápita es similar a la media nacional, pero el gasto per cápita resulta un 24,13% superior.

#### 5.2.2.3. Verduras y hortalizas de IV gama

En la base de datos de platos preparados del Panel de Consumo del MAPA no existe ningún producto que pueda clasificarse en esta gama, pero en el apartado de hortalizas frescas aparece el epígrafe "verduras y

hortalizas de IV generación", que podría incluirse como "platos preparados de IV gama" en el capítulo de platos preparados.

De acuerdo con este capítulo, el consumo de platos preparados de IV generación en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 15,85 millones de kilos y 38,3 millones de euros, con un precio medio de 2,42 €/kg.

El consumo per cápita fue de 3,06 kg/año y el gasto per cápita 7,41 €/año. El consumo per cápita en los hogares de la Comunidad de Madrid es inferior a la media nacional (-8,38%), pero el precio medio es superior (24,74%) por lo que el gasto per cápita también es superior en un 13,82%.

Alimarket/IRI estiman un consumo de 20,26 millones de kilos sólo en autoservicios de más de 100 m<sup>2</sup>, de los que el 16% se consumen en el área metropolitana de Madrid.

De acuerdo con IRI, las ensaladas totalizan el 65,6% del volumen y el 76,6% del valor, las verduras el 32,1% y 21,0% respectivamente y los rallados el 2,3% en volumen y 2,4% en valor.

#### 5.2.2.4. Platos preparados refrigerados (V gama)

Su consumo es todavía bajo, pero sus perspectivas de crecimiento son enormes y la mayoría de las empresas que hasta ahora elaboran conservas y congelados están diversificando hacia platos precocinados refrigerados.



Analizando la base de datos de platos preparados del MAPA se pueden encontrar algunos productos que por sus características se pueden incluir en la V generación:

### Tortillas

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 0,45 millones de kilos con un valor de 1,79 millones de euros y un precio medio de 3,95 €/kg.

El consumo per cápita fue de 0,11 kg/año y el gasto per cápita 0,34 €/año. El consumo per cápita en la Comunidad de Madrid respecto a la media nacional es inferior en un 8,33%, y el gasto per cápita es un 2% superior.

### Pizzas

El consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid en 2005 fue de 8,97 millones de kilos con un valor de 51,01 millones de euros y un precio medio de 5,69 €/kg.

El consumo per cápita fue 1,73 kg/año y el gasto per cápita 9,87 €/año. El consumo en la Comunidad de

Madrid respecto a la media nacional es superior en precio (0,17%), en consumo per cápita (6,13%) y en gasto per cápita (6,58%).

Hay que hacer constar que esta partida podría incluir un 20% en volumen de pizzas congeladas, ya que se desconoce si el MAPA las incluye en este apartado o en el de "otros productos".

### Con base de pasta

Los hogares de la Comunidad de Madrid consumieron en 2005 un total de 0,61 millones de kilos con un valor de 4,62 millones de euros y un precio medio de 7,61 €/kg.

El consumo per cápita fue 0,13 kg/año y el gasto per cápita 0,89 €/año. El gasto per cápita en la Comunidad de Madrid es un 11,2% superior a la media nacional.

### Con base de arroz

La base de datos del Panel de Consumo del MAPA no recoge explícitamente esta categoría. No obstante en el capítulo de arroz, excluyendo a los platos preparados esterilizados y congelados, parece indicado considerar





que el apartado "otros" debe corresponder a platos preparados de V generación.

En los hogares de la Comunidad de Madrid se consumió durante 2005 un total de 0,37 millones de kilos con un valor de 2,77 millones de euros y un precio medio de 7,4 €/kg.

El gasto per cápita en la Comunidad de Madrid es

superior a la media nacional en un 73,33%. El consumo per cápita fue de 0,08 kg/año y el gasto per cápita de 0,52 €/año.

Otros platos preparados

En la base de datos del Panel de Consumo del MAPA aparece un capítulo de platos preparados sin identificar con la denominación "otros".

Tabla 15

RESUMEN DEL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS COMUNIDAD DE MADRID 2005				
	HOGARES (miles de kilos)	TOTAL (Hogar+HORECA) (miles de kilos)	CONSUMO PER CÁPITA HOGAR (kg/año)	CONSUMO PER CÁPITA TOTAL (kg/año)
<b>A) TOTAL PLATOS PREPARADOS</b>	<b>59.245,28</b>	<b>69.700,33</b>	<b>11,45</b>	<b>13,47</b>
<b>1. Esterilizados</b>	<b>9.961,64</b>	<b>11.719,58</b>	<b>1,93</b>	<b>2,25</b>
Base de carne	4.961,37	5.836,91	0,95	1,12
Base de pescado	88,41	104,01	0	0
Base de vegetales (Base de legumbres) <sup>1</sup>	4.323,14 (2.752,46)	5.086,05 (3.238,19)	0,84 (0,52)	0,99 (0,61)
Base de pasta	588,72	692,61	0,12	0,14
<b>2. Congelados</b>	<b>14.809,99</b>	<b>17.423,52</b>	<b>2,87</b>	<b>3,34</b>
Base de carne	2.696	3.171,76	0,51	0,6
Base de pescado	5.459,86	6.529,25	1,05	1,24
Base de vegetales	2.995,32	3.523,91	0,59	0,69
Base de pasta	2.344,13	2.757,8	0,46	0,54
Otros platos congelados	1.314,69	1.440,79	0,23	0,27
<b>3. Otras gamas</b>	<b>34.473,65</b>	<b>40.557,24</b>	<b>6,70</b>	<b>7,88</b>
Sopas y cremas	18.496,52	21.760,61	3,58	4,21
Pizzas	8.972,52	10.555,91	1,73	2,04
Pasta resto	607,85	715,12	0,13	0,15
Tortillas refrigeradas	452,86	532,78	0,11	0,13
Otros platos preparados	5.943,77	6.992,82	1,15	1,35
<b>B) OTROS NO INCLUIDOS EN EL CAPÍTULO DE PLATOS PREPARADOS</b>	<b>18.863,12</b>	<b>22.191,99</b>	<b>3,65</b>	<b>4,29</b>
Arroces esterilizados	284,13	334,27	0,05	0,06
Arroces congelados	2.359,33	2.775,68	0,46	0,54
Arroces otros	374,95	441,12	0,08	0,09
Gama IV: verduras y hortalizas frescas manip.	15.844,71	18.640,84	3,06	3,60
<b>TOTAL</b>	<b>78.108,4</b>	<b>91.892,32</b>	<b>15,10</b>	<b>17,96</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud<sup>2</sup>, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA

<sup>1</sup> Las magnitudes relativas a platos preparados esterilizados con base de legumbre no son contabilizadas por el MAPA dentro del cómputo global.

<sup>2</sup> Los datos del volumen y consumo per cápita en Hogares se han obtenido a partir de La Alimentación en España, 2006 del MAPA. El cálculo del volumen y consumo per cápita en HORECA se ha obtenido mediante el coeficiente de proporcionalidad correspondiente a la Comunidad de Madrid (85%).

Tabla 16

RESUMEN DEL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS ESPAÑA 2005				
	HOGARES (miles de kilos)	TOTAL (Hogar+HORECA) (miles de kilos)	CONSUMO PER CÁPITA HOGAR (kg/año)	CONSUMO PER CÁPITA TOTAL (kg/año)
<b>A) TOTAL PLATOS PREPARADOS</b>	<b>43.4716,96</b>	<b>493.996,55</b>	<b>10,12</b>	<b>11,5</b>
<b>1. Esterilizados</b>	<b>64.505,41</b>	<b>73.301,63</b>	<b>1,49</b>	<b>1,69</b>
Base de carne	36.750,9	41.762,39	0,84	0,95
Base de pescado	231,75	263,35	0	0
Base de vegetales	23.165,66	26.324,61	0,53	0,6
(Base de legumbres) <sup>1</sup>	(11.797,67)	(13.406,44)	(0,29)	(0,33)
Base de pasta	4.357,12	4.951,27	0,12	0,14
<b>2. Congelados</b>	<b>107.537,71</b>	<b>122.20194</b>	<b>2,51</b>	<b>2,85</b>
Base de carne	23.363,88	26.549,86	0,55	0,63
Base de pescado	40.526,58	46.052,93	0,94	1,07
Base de vegetales	18.212,61	20.696,15	0,43	0,49
Base de pasta	15.801,01	17.955,69	0,36	0,41
Otros platos congelados	9.633,63	10.947,31	0,23	0,26
<b>3. Otras gamas</b>	<b>262.673,86</b>	<b>298.493,02</b>	<b>6,08</b>	<b>6,91</b>
Sopas y cremas	143.307,42	162.849,34	3,33	3,78
Pizzas	70.107,97	79.668,15	1,63	1,85
Pasta resto	6.423,98	7.299,98	0,13	0,15
Tortillas refrigeradas	4.582,26	5.207,11	0,12	0,14
Otros platos preparados	38.252,23	43.468,44	0,87	0,99
<b>B) OTROS NO INCLUIDOS EN EL CAPÍTULO DE PLATOS PREPARADOS</b>	<b>162.638,84</b>	<b>184.816,86</b>	<b>3,73</b>	<b>4,38</b>
Arroces esterilizados	1.627,77	1.849,74	0,02	0,02
Arroces congelados	15.090,62	17.148,43	0,35	0,41
Arroces otros	1.817,45	2.065,28	0,02	0,02
Gama IV: verduras y hortalizas frescas manip.	144.103,00	163.753,41	3,34	3,93
<b>TOTAL</b>	<b>537.355,80</b>	<b>678.813,45</b>	<b>13,85</b>	<b>15,83</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud<sup>2</sup>, a partir de La Alimentación en España, 2006. MAPA

<sup>1</sup> Las magnitudes relativas a los platos preparados esterilizados con base de legumbre no son contabilizadas por el MAPA dentro del cómputo global.

<sup>2</sup> Los datos del volumen y consumo per cápita en Hogares se han obtenido a partir de La Alimentación en España, 2006 del MAPA. El cálculo del volumen y consumo per cápita en HORECA se ha obtenido mediante el coeficiente de proporcionalidad correspondiente a España (88%).

En los hogares de la Comunidad de Madrid se consumieron estos productos en 2005 por un total de 5,94 millones de kilos y 36,88 millones de euros, con un precio medio de 6,2 €/kg.

El consumo per cápita es de 1,15 kg/año y el gasto per cápita 7,15 €/año. El consumo en la Comunidad de

Madrid es superior a la media nacional, tanto en consumo per cápita (32,18%), como en gasto per cápita (24,78%).



## VI. Investigación de mercado

La investigación de mercado realizada en esta parte del trabajo, con el fin de identificar tanto la oferta de platos preparados que pueden encontrarse en el lineal de venta, como de las características nutricionales y de calidad presentes en los mismos, se ha desarrollado en las siguientes fases:

- Observación de su posicionamiento en el lineal de venta.
- Análisis del etiquetado.
- Investigación de los factores relativos a la calidad alimentaria.

## 6.1. POSICIONAMIENTO EN EL LINEAL DE VENTA

En esta primera fase, y con el fin de detectar en el lineal de venta las referencias más frecuentes por gamas o generaciones de productos, como si de un consumidor anónimo se tratara, se han visitado 30 lineales de puntos de venta de platos preparados envasados y tres lineales de platos preparados congelados sin envasar (a granel).

En dichas visitas se han encontrado 1.658 productos diferentes, con un total de 3.234 referencias (tabla 17), de las que 1.286 corresponden a cocinados en conservas (II gama), 982 a precocinados congelados (III gama) y 966 a cocinados refrigerados envasados en atmósferas inertes (V gama), no analizando productos de IV gama por no considerarse a la mayoría de ellos estrictamente como platos preparados.

Tabla 17

INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE LOS PLATOS PREPARADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006		
Referencias de platos preparados		
Generación de producto	Totales	Diferentes
II Gama	1.286	564
III Gama	982	475
V Gama	966	619
<b>TOTAL</b>	<b>3.234</b>	<b>1.658</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

Entre las 3.234 referencias totales examinadas se han encontrado 1.658 que difieren entre sí por el tipo de producto, el tipo de envase, el formato o la marca, realizando un análisis y clasificación en 85 familias enmarcadas en 27 grupos homogéneos, nueve por gama o generación (tabla 18).

Tabla 18

REFERENCIAS POR GAMAS DE PRODUCTOS DE PLATOS PREPARADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006			
Generación de producto	Grupos	Familias	Diferentes
II Gama	9	35	564
III Gama	9	31	475
V Gama	9	19	619
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>85</b>	<b>1.658</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

En cada una de las gamas o generaciones se estudian los platos preparados encontrados en nuestra Comunidad agrupados entre sí por el tipo producto, independientemente de la marca, el envase o el formato, centrándose la investigación de mercado en 32 familias de productos, consideradas como las más representativas, para un total de 325 platos preparados diferentes (tabla 19).

Para cada tipo de plato analizado se ha elaborado la correspondiente ficha donde se recoge la información presente en el etiquetado, incluyendo los valores energéticos y de principios inmediatos e ingredientes que los integran, así como de las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables presentes en el mismo.

Un resumen de la información recogida en dichas fichas-producto queda reflejado en el siguiente epígrafe (análisis del etiquetado).

Tabla 19

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PLATOS PREPARADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006		
Generación	Plato analizado	Referencias comparadas
(II) COCINADOS ESTERILIZADOS 8 Fichas 58 Referencias	1 - Fabada .....	6
	2 - Otras legumbres y paellas .....	12
	3 - Sopas y cremas .....	9
	4 - Callos .....	5
	5 - Albóndigas .....	4
	6 - Pimientos piquillo rellenos .....	2
	7 - Ensaladas preparadas .....	12
	8 - Dietas en crema para adultos .....	8
(III) PRECOCINADOS CONGELADOS 14 Fichas 163 Referencias	9 - Arroz tres delicias .....	12
	10 - Pizzas congeladas .....	3
	11 - Canelones y lasañas .....	11
	12 - Empanadillas .....	11
	13 - Croquetas .....	8
	14 - Calamares rebozados .....	13
	15 - Ensaladas "descongelar y comer" .....	8
	16 - Patatas prefritas .....	15
	17 - Salteados de verdura .....	15
	18 - Guisos .....	9
	19 - Menús para peques .....	17
	20 - "Caprichos del gourmet" .....	10
	21 - Gama "cuidate" .....	7
	22 - Congelados a granel .....	24
(V) COCINADOS REFRIGERADOS 10 Fichas 104 Referencias	23 - Pizzas y paninis .....	13
	24 - Canelones y lasaña .....	9
	25 - Pasta fresca .....	12
	26 - Paella .....	8
	27 - Gazpacho .....	6
	28 - Ensaladas preparadas .....	4
	29 - Tortilla de patatas .....	6
	30 - Sandwich .....	13
	31 - Pollo asado .....	10
	32 - Roscas caseras .....	23
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>325</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

## 6.2. ANÁLISIS DEL ETIQUETADO

En esta fase de la investigación de mercado se ha estudiado, en profundidad, la percepción que tiene un consumidor anónimo cuando se sitúa frente al lineal de venta para seleccionar un plato preparado a través del etiquetado. Se estudian factores como el cumplimiento de la normativa sobre dicho etiquetado, la información relativa a los ingredientes, el aporte energético y nutricional de los productos comparando las principales gamas, y las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables que figuran en los mismos.

El análisis se centra en las 32 principales familias de platos preparados vistas y en cada una de ellas se establecen las necesarias comparaciones entre las diferentes marcas, formatos o presentaciones. A partir de este análisis se han obtenido una serie de resultados agrupados en los siguientes aspectos:

- Etiquetado obligatorio.
- Etiquetado nutricional: análisis de las características nutricionales.
- Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables.

Una vez analizada la información presente en el etiquetado, se ha procedido a estudiar aquellos factores que puedan afectar a la calidad alimentaria.

### 6.2.1. Etiquetado obligatorio

En el estudio de mercado se ha comprobado como, en general, los establecimientos de venta de estos productos cumplen con la normativa relativa a la información obligatoria que debe figurar en el etiquetado (Real Decreto 1334/1999 relativa a la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios).

Dicho cumplimiento es elevado en lo referente a:

- Denominación de venta del producto.
- Indicación del estado físico del producto o del tratamiento a que ha sido sometido (congelado, concentrado, en polvo, etc.), en caso de que su omisión pueda inducir a confusión al comprador.

- Fecha de duración mínima o fecha de caducidad.
- Modo de empleo.
- Indicación de "envasado en atmósfera protectora" en los productos alimenticios de duración prolongada, gracias a la utilización de gases de envasado autorizados en aplicación del Real Decreto 1111/1991 relativa a los aditivos alimentarios.

En estos conceptos no se han encontrado irregularidades dignas de mención, aunque hay que hacer constar que, aunque el marcado de fechas es correcto en la mayoría de los productos, algunos establecimientos exponen productos tan próximos a caducar que no admiten demora en su consumo.

No obstante, se han encontrado algunas irregularidades en el etiquetado obligatorio, que en ningún caso superan el 5% de las muestras, en lo referente a:

- Lista de ingredientes.
- Cantidad neta, para productos envasados.
- Obligtoriedad de figurar en el mismo campo visual del envase la denominación de venta, la cantidad neta y el marcado de fechas.

Respecto a la lista de ingredientes, según la norma general del etiquetado, estará constituida por la mención de todos los ingredientes en orden decreciente de



sus pesos en el momento en que se incorporen durante el proceso de fabricación del producto.

En términos generales en la investigación de mercado realizada se cumple la legislación vigente en cuanto a la lista de ingredientes. Prácticamente todas las muestras analizadas mencionan en la etiqueta todos los ingredientes en orden decreciente de sus pesos y sólo en un reducido número de las muestras, que no llega al 1%, se altera este orden.

Pero el hecho de que en general se cumpla la normativa no quiere decir que ofrezca al consumidor medio una información útil y necesaria. Normalmente la lista de ingredientes es amplia y de difícil comprensión por la extensa información que pretende transmitir en un espacio reducido, con un pequeño tamaño de letra y porque además suele resultar farragosa y repetitiva.

Si el problema señalado anteriormente se puede hacer extensivo a muchos tipos de alimentos, en el caso de los platos preparados se suele acrecentar todavía más, ya que generalmente están constituidos por varios productos, cada uno de los cuales aporta su correspondiente lista de ingredientes y aditivos, lo que hace que el listado final sea muy extenso y necesariamente se deba comprimir en un corto espacio de la etiqueta, dificultando aún más su visión.

En este sentido, la propuesta de Reglamento comunitario sobre la información alimentaria facilitada al consumidor (COM (2008) 40 final - 2008/0028 (COD)), podría solventar parte de este problema, pues contempla fijar un mínimo obligatorio para el tamaño de la letra en el etiquetado (3 mm), así como no mermar nunca el espacio disponible para la información obligatoria a costa de la información voluntaria sobre el pequeño tamaño de la letra del etiquetado.

Respecto a los platos preparados congelados, se ha observado cierto grado de incumplimiento de la legislación vigente referida a los congelados de venta a granel, principalmente en los mercados municipales y en las galerías de alimentación, al no figurar la indicación de los ingredientes de los productos, sino exclusivamente el nombre del producto y el precio del peso neto. Por el contrario, los puestos de congelados a granel de las grandes superficies suelen indicar el listado de ingredientes y el nombre de la empresa fabricante, y en el caso de los productos glaseados además el porcentaje de glaseado y el precio de peso escurrido.

Igualmente se ha detectado algún tipo de incumplimiento en lo referente al etiquetado obligatorio de:

- Cantidad de determinados ingredientes o categoría de ingredientes.
- Identificación de la empresa.
- Información sobre el país de origen.

Debido a que la ausencia de la cantidad de ingredientes que constituyen el producto, cuando ésta deba figurar en el etiquetado, puede constituir un fraude al consumidor, este aspecto se tratará en el apartado 6.3. concerniente a los factores relativos a la calidad alimentaria.

## 6.2.2. Etiquetado nutricional

En el etiquetado de los productos alimenticios es cada vez más frecuente encontrar referencias a su valor nutricional, lo que sin duda facilita al consumidor la decisión de compra.

La legislación actual no exige el etiquetado nutricional de los productos alimenticios, siendo éste voluntario, y sólo es obligatorio si en la etiqueta aparecen "declaraciones nutricionales o de propiedades saludables", es decir, indicaciones o mensajes publicitarios que atribuyan al alimento propiedades nutritivas o relacionadas con beneficios en la salud de las personas.

No obstante, en la propuesta del nuevo Reglamento comunitario sobre el etiquetado de los productos alimenticios, está previsto que, salvo determinadas excepciones, dicho etiquetado nutricional sea obligatorio.

En este apartado se realiza un análisis comparativo de las características nutricionales presentes en el etiquetado de los platos preparados de II, III y V generación, entendiendo como:

- Etiquetado del grupo 1 ó básico, aquel en el que se incluye el valor energético y la cantidad de proteínas, hidratos de carbono y grasas del alimento.
- Etiquetado del grupo 2 ó detallado, que indica, además de lo anterior, el contenido en azúcares, ácidos grasos saturados, fibra alimentaria y sodio.



### 6.2.2.1. Platos preparados esterilizados

En cuanto a la información nutricional presente en el etiquetado de los platos preparados esterilizados, hay que destacar que figura en un alto porcentaje de los mismos, sobre todo del grupo 1 ó básico, habiendo encontrado del grupo 2 ó detallado sólo en "dietas en crema para adultos" destinadas a la alimentación de personas mayores, en la que figura en todos los productos encontrados (tabla 20).

De las 58 referencias encontradas, 53 presentan etiquetado nutricional, es decir, un 91,4%. De estas, un 84,9% es de tipo 1 ó del modelo básico.

El plato preparado medio de II generación, aporta 128,3 kcal, 7,5 gramos de proteínas, 9,7 gramos de hidratos de carbono y 6,5 gramos de grasa por cada 100 g.

El etiquetado nutricional en este tipo de productos resulta muy importante a la hora de poder elegir el que mejor se adecue a las necesidades del consumidor, encontrando grandes diferencias en el aporte calórico, que en algún caso resultan extremas, como en

las "sopas y cremas", donde varían desde 6 hasta 395 kcal/100 g. También se observa cómo la media de kcal más alta se presenta curiosamente en productos que el consumidor a priori puede percibir como poco energéticos dada su denominación, como es el caso de la "ensalada" ("ensaladas preparadas en conserva"), pero cuyo aporte energético es de los más elevados (171,6 kcal) al responder más a un concepto de "ensaladillas", con una gran diversidad de ingredientes: patata, arroz, maíz, pasta, aceitunas, atún, incluso alubias.

No tan marcadas, pero igualmente importantes, resultan las diferencias en productos pertenecientes a un mismo grupo y que por tanto en principio pudiera pensarse que aportan una cantidad equivalente de calorías, como son el caso de "platos preparados a base de legumbres", "platos preparados cárnicos" o incluso "ensaladas en conserva", donde las diferencias calóricas son del doble.

Los "potajes", "fabadas" y "legumbres guisadas" tienen la connotación de productos que "engordan" y son "poco saludables" y por el contrario, pueden constituir un buen sustituto de las legumbres tradicionales, ricas en fibra, fósforo, hierro y magnesio, y como se puede

48

Tabla 20

ANÁLISIS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE PLATOS PREPARADOS ESTERILIZADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006													
Tipo	Nº Ref <sup>1</sup>	Nº Ref Inf Nutri <sup>2</sup>	Inf Nutr (%)	Grupo Inf Nutr	Intervalo kcal/100 g	Media kcal/100 g	Intervalo Prot (g/100 g)	Media Prot (g/100 g)	Intervalo HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Media HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Intervalo Grasa (g/100 g)	Media Grasa (g/100 g)	
Fabada	6	4	66,6	1	128-218	162,7	6,1-8,3	6,8	8,7-13,8	10,7	7,6-15,2	10,3	
Otras legumbres y paellas	12	11	91,6	1	75-199	113,4	1,3-8,5	5,2	8,5-13,4	10,8	1,3-13,6	5,6	
Sopas y cremas	9	9	100	1	6-395	135	0,6-16	4,9	0,1-64	20,1	0,1-8,9	3,4	
Callos	5	4	80	1	80-174,6	121,9	12-17,9	14,8	0,4-2,5	1,5	2,2-11,1	6,3	
Albóndigas y otros cárnicos	4	4	100	1	111-209	141,6	8-20,5	13,2	1,4-12,4	5,6	4,1-13,5	7,4	
Pimientos de piquillo rellenos	2	1	50	1	97	97	4,8	4,8	11	11	3,8	3,8	
Ensaladas preparadas en conserva	12	12	100	1	117-223	171,6	4,1-9	6,7	3,5-17,4	7	5,7-17,1	12,7	
Dietas en crema para adultos	8	8	100	2	68,7-99,2	83,5	0-4,9	3,3	7,7-19,3	11,4	0-4,6	2,7	
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>53</b>	<b>91,4</b>	<b>84,9% 1</b>	<b>6-395</b>	<b>128,3</b>	<b>0,4-20,5</b>	<b>7,5</b>	<b>0,1-64</b>	<b>9,7</b>	<b>0,1-17,1</b>	<b>6,5</b>	

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

<sup>1</sup> Referencias diferentes encontradas por cada tipo de plato preparado.

<sup>2</sup> Referencias diferentes encontradas con información nutricional.

<sup>3</sup> HdC: Hidratos de Carbono.

observar no aportan excesivas calorías.

Respecto al contenido graso destaca cómo las diferencias dentro de un mismo grupo de productos pueden ser del triple, como en las ensaladas, cinco veces más en los callos y de hasta diez veces más para las legumbres.

Un hecho destacado resulta el que al comparar dos marcas de "pimientos de piquillo rellenos", una comercial y otra blanca, se observa que aun siendo elaboradas por la misma empresa, describiendo las dos correctamente los ingredientes, incluso especificando en ambas el contenido y calidad del aceite utilizado (aceite de oliva 5%), resulta que en el producto de la marca comercial no se detalla el etiquetado nutricional, mientras que sí se expresa en la marca blanca.

### 6.2.2.2. Platos preparados congelados

De las 163 referencias encontradas, 86 presentan etiquetado nutricional, es decir, en un 52,7% de los productos, siendo este de tipo 1 en un 94,2% (tabla 21).

El plato preparado medio de III generación, tendría 159 kcal, 6,7 gramos de proteínas, 19,5 gramos de hidratos de carbono y 6,8 gramos de grasa por cada 100 g de producto.

Por tanto, en los platos preparados congelados se ha encontrado cómo la información nutricional presente en el etiquetado es mucho menos frecuente que en los esterilizados, figurando como media solamente en algo más de la mitad de los productos.

Tabla 21

ANÁLISIS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE PLATOS PREPARADOS CONGELADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006													
Tipo	Nº Ref <sup>1</sup>	Nº Ref Inf Nutri <sup>2</sup>	Inf Nutr (%)	Grupo Inf Nutr	Intervalo kcal/100 g	Media kcal/100 g	Intervalo Prot (g/100 g)	Media Prot (g/100 g)	Intervalo HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Media HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Intervalo Grasa (g/100 g)	Media Grasa (g/100 g)	
Arroz tres delicias	12	10	83,3	8,3% 2	94-140	110,4	4-5,6	4,7	13,9-20,9	18	0,8-4,4	2,1	
Pizzas congeladas	3	3	100	1	217-265,8	241,8	8,7-12,8	10,9	29,9-33,4	31,9	7-9	7,8	
Canelones y lasañas	11	11	100	1	115-198	146,5	4-7,5	6,5	9-16,3	12,3	4-20,5	8,8	
Empanadillas	11	3	27,3	1	228-293	259,2	4,6-7,3	6	33,2-39,7	35,8	7,8-11,6	10,2	
Croquetas	8	6	75	1	153-233	199	5,9-7,3	6,4	21,2-25,4	23,3	4,1-12	8,8	
Calanares rebozados	13	7	53,8	1	123-248	207,1	8,4-11,1	9,6	7,1-29,2	22,6	5,6-14,4	9,4	
Ensaladas "descongelar y comer"	8	5	62,5	1	51-210	100	2-9,6	5	10,3-41,2	10,3	0,4-10,2	2,8	
Patatas prefritas	15	13	86,6	7,7% 2	102-264	157,5	2-3,9	2,5	18-38	24	2-10,7	5,6	
Salteados de verduras	15	9	60	20% 2	18-213	104,7	1,8-5,8	3,6	2-14	6,7	0,3-6,5	3,7	
Guisos	9	9	100	1	92-262	130,7	4-14,5	7,3	1-36,7	10,5	0,8-10,7	6,6	
Menús "para peques"	17	10	58,8	1	135-301	198,6	6-16,1	10,7	6-30,4	19,6	2,1-17,3	8,5	
"Caprichos del gourmet" <sup>4</sup>	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Gama "cuidate" <sup>5</sup>	7	-	-	-	35-140	52,5	-	-	-	-	-	< 4%	
Congelados a granel	24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>86</b>	<b>52,7</b>	<b>94,2% 1</b>	<b>18-301</b>	<b>159</b>	<b>1,8-16,1</b>	<b>6,7</b>	<b>1-41,2</b>	<b>19,5</b>	<b>0,3-20,5</b>	<b>6,8</b>	

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

<sup>1</sup> Referencias diferentes encontradas por cada tipo de plato preparado.

<sup>2</sup> Referencias diferentes encontradas con información nutricional.

<sup>3</sup> HdC: Hidratos de Carbono.

<sup>4</sup> Un establecimiento especializado en la venta de alimentos congelados comercializa un tipo de productos cuyo principal motivo de compra es el placer de degustarlos y su facilidad y comodidad en la preparación.

<sup>5</sup> El mismo establecimiento especializado en la venta de alimentos congelados dispone de una línea de productos así denominados por su bajo contenido en materia grasa.

En cuanto a las diferencias nutricionales de esta gama de platos preparados, se observa que dentro de un mismo tipo de producto son menos acusadas que en el caso de los platos esterilizados, siendo, en general, productos con más contenido calórico y sobre todo de hidratos de carbono.

Aunque el porcentaje en los que figura el etiquetado de tipo 2 es menor en esta gama de productos que en los esterilizados (5,8% frente a 15,1%), lo cierto es que este tipo de etiquetado se ha encontrado en más grupos de productos. Una posible explicación es que a priori algunos productos se perciben como "más saludables" como "arroz tres delicias" o los "salteados de verduras", por lo que la información nutricional sería un reclamo publicitario para potenciar esta percepción, o bien por el contrario por la "mala prensa" que precede a ciertos alimentos "menos saludables", como es el caso de las "patatas prefritas", en cuyo caso la información nutricional trataría de compensar esta idea.

Es precisamente en aquellos productos considerados como "más sanos" ("ensaladas para descongelar y comer" o los "salteados de verduras"), en los que se han encontrado mayores diferencias en todos los parámetros estudiados. Además en tres platos de "salteados de verduras" se indica la cantidad de vitaminas que contiene el producto, haciendo referencia, como es preceptivo, al porcentaje que aporta de la cantidad diaria recomendada (CDR) para las mismas.

Igualmente se ha observado cómo en determinados productos con destino al consumo infantil, puesto que se presentan comercialmente como "menús para peques", se aprecian grandes variaciones en contenido calórico y graso, así como del ingrediente principal. Dentro de este grupo de alimentos se encuentran determinados "rebozados de merluza" ("varitas", "palitos", "figuritas", etc.), con un contenido en este pescado que va desde un 33% hasta un 74%, con 135-301 kcal/100 g y con 2,1 a 17,3 g de grasa/100 g. Destaca también unos "buñuelos de bacalao" que aportan 301 kcal/100 g y 17,3 g de grasa/100 g de producto, con un contenido de tan solo un 9,4% de bacalao. Además, dentro de las 17 muestras analizadas, siete no presentan etiquetado nutricional y cinco no cuantifican el ingrediente que da nombre al producto.

### 6.2.2.3. Platos preparados refrigerados

Este tipo de platos preparados han aparecido en el

mercado en los últimos años con una fuerte implantación.

De las 104 referencias encontradas, sólo 61 presentan etiquetado nutricional, es decir, en un 58,6% de los productos, siendo éste del modelo básico o tipo 1 en el 93,4% (tabla 22).

El plato preparado refrigerado medio, tendría 191,3 kcal, 9,1 gramos de proteínas, 17,4 gramos de hidratos de carbono y 8,5 gramos de grasa por 100 g de producto.

Hay que destacar que en productos como las ensaladas preparadas no consta el etiquetado nutricional en ninguna de ellas, aunque sí el listado de ingredientes, siendo entorno al 50% de patata en la "ensaladilla rusa", 60% de pasta en la "ensaladilla griega" y 57% de lechuga en la "ensaladilla verde".

Al comparar las pizzas, canelones y lasañas refrigeradas con las congeladas, se observa que la composición nutricional es semejante, siendo en general en ambos casos platos muy calóricos y con alto contenido en todos los principios inmediatos.

En esta gama de productos encontramos también grandes diferencias nutricionales, que van desde el bajo contenido calórico y graso de los gazpachos, hasta los elevados valores, tanto en calorías como de hidratos de carbono, de la pasta fresca.

### 6.2.2.4. Análisis comparativo del etiquetado nutricional

Como resultado del análisis nutricional a partir de la información del etiquetado de los tres grupos de platos preparados estudiados (esterilizados, congelados y refrigerados), por ser los más representativos en el mercado de nuestra región, se puede afirmar lo siguiente:

- De los 325 productos analizados 200 presentan etiquetado nutricional, lo que supone un 61,5%, siendo tan solo en 17 ocasiones del modelo detallado o tipo 2 (8,5%).
- En consonancia con la diversidad de platos preparados existentes en el mercado, también se observa una gran variación en cuanto a su composición nutricional y contenido calórico. En general, los esterilizados (II generación) son los menos calóricos y con menor



aporte de hidratos de carbono y grasa; los congelados (III generación) los de menor aporte de proteínas; y los refrigerados (V generación) los que aportan más calorías, proteínas y grasas.

• De la información que ha podido extraerse a partir del análisis del etiquetado nutricional básico (61,5% de los platos estudiados), la valoración de estos productos no resulta, aparentemente, demasiado negativa. Parece que la "mala prensa" de estos productos en muchas

51

Tabla 22

ANÁLISIS DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE PLATOS PREPARADOS REFRIGERADOS COMUNIDAD DE MADRID 2006												
Tipo	Nº Ref <sup>1</sup>	Nº Ref Inf Nutri <sup>2</sup>	Inf Nutr (%)	Grupo Inf Nutr	Intervalo kcal/100 g	Media kcal/100 g	Intervalo Prot (g/100 g)	Media Prot (g/100 g)	Intervalo HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Media HdC <sup>3</sup> (g/100 g)	Intervalo Grasa (g/100 g)	Media Grasa (g/100 g)
Pizzas y paninis	13	9	69,2	7,7% 2	224-316	261,6	11,0-14	12,8	25,2-32	28,5	7,5-16	10,7
Canelones y lasañas	9	9	100	1	142-273	176,5	5,1-9,5	6,8	14,6-26,5	16,9	6,4-15	8,9
Pasta fresca	12	12	100	1	248-314	285,3	8,1-13,9	11,5	31,8-50,3	44	4,4-11,4	7
Paella	8	7	87,5	1	118,6-175	139,2	3,3-6,9	5,6	18,7-26,6	22,2	1,9-6,2	3,3
Gazpacho	6	6	100	1	35-57	40	0,6-1,4	0,8	1,8-7,3	3,2	2,5-3,5	2,8
Ensaladas preparadas	4	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tortilla de patatas	6	1	16,6	100% 2	216	216	6,2	6,2	14	14	15	15
Sandwich	13	7	53,8	1	201-279	253,9	5,6-13	8,8	22-33,8	26,8	7,8-16,6	11,7
Pollo/Pavo asado	10	10	100	20% 2	84-232	158	16-25	20,3	0,2-2,7	1,4	1-16,2	8,3
Roscas caseras	23	0	0	-	-	-	-	-	-	0	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>61</b>	<b>58,6</b>	<b>93,4% 1</b>	<b>35-316</b>	<b>191,3</b>	<b>0,6-25</b>	<b>9,1</b>	<b>0,2-50,3</b>	<b>17,4</b>	<b>1-16,6</b>	<b>8,5</b>

Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

<sup>1</sup> Referencias diferentes encontradas por cada tipo de plato preparado.

<sup>2</sup> Referencias diferentes encontradas con información nutricional.

<sup>3</sup> HdC: Hidratos de Carbono.



52

ocasiones no está del todo justificada y pudiera provenir de la calidad y el origen de su contenido graso, o del contenido de sal o azúcar, que como se ha podido comprobar prácticamente no figuran en este tipo de productos, lo que requeriría una analítica del producto para su conocimiento.

- En la investigación de mercado realizada, se ha observado cómo a veces existen más diferencias nutricionales entre dos marcas distintas de un mismo tipo de plato preparado, que entre dos productos distintos de una misma marca. Por ejemplo, en el caso de un producto como la "fabada asturiana", el plato preparado con mayor presencia en los lineales del punto de venta, se han observado importantes diferencias entre distintas marcas.

- Igualmente se ha comprobado que prácticamente todos los platos preparados con marca de la distribución (MDD) aportan el etiquetado nutricional, mientras que en las marcas comerciales más de la tercera parte no ofrece ningún tipo de información de este tipo. Incluso se da el caso de que dos productos iguales y fabricados por la misma empresa no dispongan de etiquetado nutricional en la marca comercial y sí se aporte esta información cuando se comercializa como MDD, seguramente por exigencia del distribuidor.

- El consumidor medio no está aún familiarizado con el etiquetado nutricional y en términos generales puede pensarse que platos como la "fabada" o los "callos" son productos grasos y muy calóricos, y las "ensaladas preparadas" poco grasas y con menos calorías, cuando, y según los datos recogidos en la investigación de mercado puede suceder lo contrario.

### 6.2.3. Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables

Como se indicaba anteriormente, la legislación actual no exige el etiquetado nutricional de los productos alimenticios, salvo en los casos en los que se hagan declaraciones nutricionales o de propiedades saludables sobre algún ingrediente concreto ("sin sal", "light", "sin grasa", "fuente de fibra", etc.), debiendo cumplir entonces el Reglamento (CE) 1924/2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

Respecto a aquellos mensajes que relacionan el producto con la salud, en el estudio de mercado no se han detectado graves irregularidades.

En este sentido, en términos generales, en los platos preparados no existe el nivel de publicidad que ac-



tualmente se observa en otros productos alimenticios como los lácteos, bollería, galletas, zumos, etc. Hasta el momento, la comunicación se centra más en lo novedoso del producto y del envase, y en su facilidad, comodidad y rapidez de preparación. Prácticamente todas las marcas han sacado al mercado envases aptos para microondas, y las que no lo han hecho, suelen realizar promociones consistentes en regalar una cazuela apta para calentar directamente el producto en el microondas.

La guerra por ganar cuota de mercado a partir de las declaraciones nutricionales y sobre todo de las saludables prácticamente no ha empezado aún en este sector. No obstante, ya están apareciendo mensajes que pretenden diferenciar el producto en base a sus cualidades nutricionales y saludables y que pueden confundir al consumidor. Empieza a detectarse en productos como "fabada", "habas con jamón", "espinacas", "pescados preparados congelados", "pastas", "preparados cárnicos", etc.

Veamos algunos ejemplos de declaraciones encontradas en la investigación de mercado:

- **Fabada:**

- "Una ración de fabada de 200 g aporta menos kcal que una ración de patatas fritas".
- "Un bote cubre el 75% de las necesidades de fibra".
- "Ricas en fósforo, magnesio y hierro".

- **Dietas en crema para adultos:**

- "Bajo en colesterol, bajo en sodio".
- "Plato equilibrado".

- **Salteados de verdura y otros:**

- Verduras al vapor: "Fuente natural de fibra"
- Salteado de la granja: "20% pechuga de pollo sin sal" (0,3% de sodio)

- **Habas con jamón:**

- "20% jamón cocido sin sal".
- "Rico en ácidos grasos insaturados (75%)".

- **Espinacas a la crema:**

- "Una ración cubre el 67% CDR de Vitamina A, el



29% de Vitamina B<sub>9</sub> y el 11% de calcio".

- "Una ración equivale a 2 raciones de frutas y verduras de las 5 diarias recomendadas".

- **Gama "cuidate":**

- "Menos del 4% de materia grasa".
- "Nuestros platos más equilibrados, sanos y ligeros, cocinados al horno en su propio jugo para ayudar a cuidarte, porque sólo tienen de 35 a 140 kcal por 100 g".

- **Varitas de merluza empanada:**

- "Enriquecidas con Vitaminas A y C (16% CDR) y minerales Fósforo y Calcio (20% CDR)".

- **Pollo asado:**

- "Muy bajos en grasas y calorías".

- **Pavo con bogavante:**

- "Menos del 2% de grasa".
- "Quitamos la grasa y las calorías, dejamos las proteínas y el sabor".

- **Pechuga de pavo natural al horno:**

- "¡Es sano, es vida!".
- "El único con Vidalim: omega-3 + antioxidantes naturales".
- "Retrasa la aparición de los deterioros funcionales asociados al envejecimiento".
- "< 4% grasa, < 1,9% sal".

## 6.3. FACTORES RELATIVOS A LA CALIDAD ALIMENTARIA

### 6.3.1. Ingredientes

La norma general del etiquetado, presentación y publicidad de los alimentos, establece que, salvo determinadas excepciones, deberá figurar siempre la lista de ingredientes que constituyen el producto alimenticio, indicando además la cantidad (%) de los mismos siempre que:

- “El ingrediente o la categoría de ingredientes de que se trate figure en la denominación de venta o el consumidor lo asocie con ella”.
- “En el etiquetado se destaque el ingrediente o la categoría de ingredientes por medio de palabras, imágenes o representación gráfica”.
- “Cuando el ingrediente o la categoría de ingredientes de que se trate sea esencial para definir un producto alimenticio y para distinguirlo de los productos con los que se pudiera confundir a causa de su denominación o de su aspecto”.

En la investigación de mercado realizada se ha comprobado cómo en algunas ocasiones:

- El ingrediente que da nombre al producto, o que el consumidor percibe que forma parte del mismo, se sustituye por otros ingredientes distintos y más baratos, como por ejemplo:
  - “Mini San Jacobos” (menú para niños “Especial Peques”), donde el consumidor percibe que los ingredientes fundamentales del San Jacobo son el jamón cocido y el queso. Pero en lugar de jamón cocido se utiliza fiambre de magro de cerdo (de inferior calidad), y en lugar de queso se utiliza un preparado de queso (compuesto en un 13% de queso, 7% de margarina, etc.).
  - “Lenguado relleno de jamón y queso”, que no lleva lenguado, sino meiga o mendo (falso lenguado).
  - Algunas “vieiras con langostinos” indican que contienen un 41% de pescado, por lo que cabe la duda de si llevan o no vieira. Por el contrario, en la “concha de carne de vieira” se indica claramente que contiene un 30% de carne de vieira.

- Hay “empanadillas de bonito” que no llevan bonito sino túnidos (sin especificar especie).

- En muchas ocasiones lo que el consumidor percibe como “calamar rebozado a la romana” no se corresponde con este producto, sino con pota o potón del Pacífico.

- No se indica la cantidad del ingrediente que da origen al nombre del producto, como por ejemplo:
  - “Croquetas de pollo o de jamón”, donde no se indica el contenido de estos ingredientes.
  - “Empanadillas de atún”, no indicando la cantidad de éste.
  - “Buñuelos de bacalao”, en los que se desconoce el contenido de esta especie.
  - “Tortilla de camarones”, donde no se indica el contenido en los mismos.
  - “Pimientos del piquillo rellenos de centollo”, no indicando la cantidad de éste.

- No figura la cantidad de sal (o de sodio), una de las principales contraindicaciones en ciertos platos preparados, a pesar de que dicho ingrediente aparece cuatro veces en la etiqueta.

En este sentido hay que tener en cuenta que en el proyecto de nuevo Reglamento comunitario sobre el etiquetado de los productos alimenticios, está previsto que figure el contenido de sal.

### 6.3.2. Mercado de precios

No es frecuente este tipo de fraude en los productos envasados. En algunos puntos de venta se puede observar que, a veces, se confunde el precio de venta del peso neto con el precio de venta del peso escurrido.

Por el contrario, en los congelados de venta a granel esta práctica está más generalizada. En muchos mercados municipales y galerías de alimentación visitadas con puestos de productos no envasados, el único precio que se indica es el correspondiente al peso neto, cuando la normativa indica que en el caso de los productos a granel glaseados debe indicarse el precio por peso neto, el precio por peso escurrido y el porcentaje de glaseado si éste supera el 5% (Orden PRE 3360/2004 de 14 de octubre, por la que se regula la información complementaria del etiquetado de los productos alimenticios congelados que se presenten sin envasar y se

establece el método de análisis para la determinación de la masa de glaseado).

En los puestos de congelados de las grandes superficies se suele cumplir la legislación vigente (tan sólo el 6% de este tipo de establecimientos objeto de estudio no cumpliría algún requisito), indicándose correctamente ambos precios y el porcentaje de glaseado, si bien el precio por peso escurrido tiene unos caracteres tan pequeños que suele resultar ilegible.

Por otra parte, los precios de los productos congelados a granel no son necesariamente más baratos que los que se encuentran envasados. Analizando los 24 productos comunes en dos tiendas especializadas, una de productos envasados y otra de productos a granel, se observa que el 42% de los productos son más caros a granel que envasados, en porcentajes que oscilan entre un 4% y un 29%.

### 6.3.3. Tipos de grasa

En la mayoría de los productos no se puede saber el tipo ni la cantidad de grasa utilizada, no siendo preceptivo hacerlo, pero por el contrario sí se indican denominaciones del tipo "grasa vegetal hidrogenada", o "aceites y grasas vegetales hidrogenadas y no hidrogenadas", etc., lo que pudiera significar que contienen ácidos grasos "trans".

En la investigación de mercado se ha observado cómo sólo un pequeño número de productos especifica el tipo de aceite que contienen:

- Aceite de oliva (el grupo más numeroso): "aceites de girasol y oliva", "aceite de oliva", "sólo aceite de oliva", "aceite virgen de oliva extra", etc.
- Otros aceites y grasas (grupo muy reducido): "aceite de girasol", "aceite de palma", "aceite alto oleico", "aceites de palma y colza", "manteca de cerdo", "grasa de gallina", etc.

Estos mensajes no pueden considerarse un engaño al consumidor pues la legislación actual sólo obliga a indicar en el etiquetado si el origen de la grasa es vegetal o animal, y si es hidrogenado indicar que ha sido sometido a este proceso. En el proyecto del nuevo Reglamento sobre etiquetado, dicha indicación no será ya obligatoria si la cantidad de ácidos grasos saturados y grasas trans se incluyen en la declaración nutricional.

Pero están proliferando otros mensajes que pueden confundir o inducir a error al consumidor sobre el tipo de grasa utilizada, como por ejemplo:

- "100% aceite vegetal": quiere indicar que es saludable, pero en realidad puede estar utilizando grasas saturadas y trans.
- "Aceite de palma no hidrogenado": el aceite de palma es saturado y sólido, por lo que no necesita hidrogenarse. El término "no hidrogenado" pretende confundir al consumidor, haciéndolo sinónimo de "saludable".
- "Grasas vegetales no hidrogenadas": mensaje más frecuente que el anterior y con el mismo objetivo.

Por otra parte hay que señalar que la publicidad de algunos productos induce a pensar al consumidor medio que desde el punto de vista dietético "0% de grasa" es lo óptimo, cuando el 30% de las calorías de la dieta debe provenir de la grasa.







## VII. Opinión del consumidor

En esta fase del trabajo se ha realizado un estudio de opinión del consumidor madrileño con la realización de 357 encuestas en relación a la percepción, hábitos de compra y consumo de los platos preparados en la Comunidad de Madrid.

De dicha encuesta de opinión se extraen los siguientes resultados:

### Lugares de compra

El tipo de establecimiento donde el consumidor dice realizar más frecuentemente la compra de platos preparados es el supermercado (69,1%, en respuesta múltiple<sup>1</sup>), seguido del hipermercado (39,1%) y supermercados descuento (23,9%) (gráfico 10).

### Frecuencia de consumo

En términos generales los madrileños no consumen a diario platos preparados, y de los 31 tipos de productos seleccionados en la presente encuesta como los más representativos de este sector, algo más del 60% de los consumidores dice no consumirlos nunca o casi nunca. Solamente las "verduras y ensaladas listas para aliñar"<sup>2</sup> (10,5%) y los "gazpachos" y "cremas refrigeradas" (7,1%), manifiestan consumirlos diariamente con cierta significación (tabla 23).

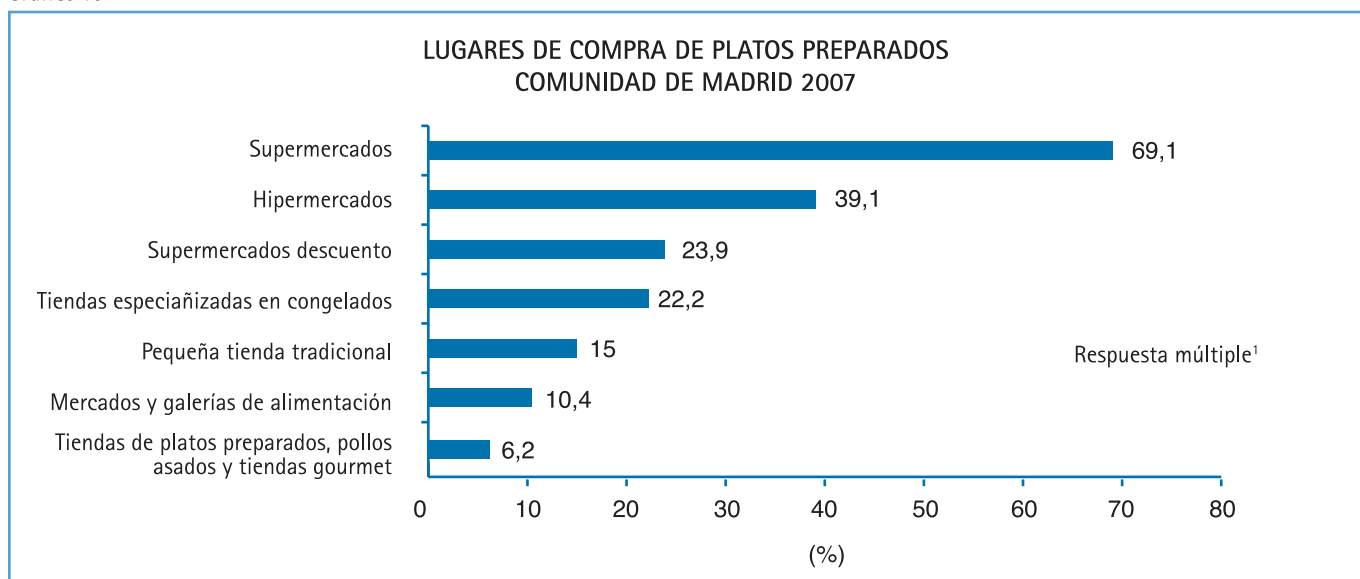
Sin embargo, sí resulta sorprendente que haya un porcentaje de madrileños, aunque sea bajo, que consuma a diario algunos platos preparados como "pollo asado" (3,5%), "elaborados de pescado" (3,5%), "caldos, sopas y cremas" (2,4%) y "pizzas y paninis", "pasta", "rosas o bocadillos" (1,8%).

Semanalmente el consumo de platos preparados tampoco es mayoritario, aunque vuelven a destacar las "verduras y ensaladas listas para aliñar" (41,5%), "pizzas y paninis" (26,2%, correspondiendo el 21,8% a refrigerados y el 4,4% a congelados), "la merluza y otros pescados rebozados" (25,7%), "los caldos", "sopas y cremas envasados" (25,4%), "gazpachos y cremas refrigerados" (25,1%) y "los guisos de verduras y hortalizas" (24,8%).

Mensualmente, a parte de incluir los platos que más se consumen a diario o alguna vez por semana, destacan los "potajes, fabada y legumbres guisadas" (44,2%), los "pimientos asados y/o rellenos" y los "salteados de verdura" (ambos un 39,8%) y las "pizzas y paninis" congelados (37,2%).

Los platos menos consumidos son, y en este orden, los "callos y otros cárnicos refrigerados", "la paella" y "la tortilla", siendo respectivamente el 96%, 95,1% y el 90,2% de consumidores encuestados los que declaran no consumirlos nunca o casi nunca.

Gráfico 10



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

<sup>1</sup>Respuesta múltiple: el encuestado puede optar al mismo tiempo por varias respuestas (Anexo I).

<sup>2</sup>Aunque no son considerados estrictamente como platos preparados, dado que son alimentos de conveniencia, se ha considerado pertinente pulsar la percepción que el consumidor tiene de estos productos.

Tabla 23

FRECUENCIA DE CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS COMUNIDAD DE MADRID 2007				
PRODUCTO	FRECUENCIA			
COCINADOS EN CONSERVA Y ENVASADOS	A diario	Algunas veces por semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca
Callos	0	5,5	12,6	81,9
Potajes, fabada y hortalizas	0	15,9	44,2	39,9
Guisos de verduras y hortalizas	0	24,8	19,5	55,7
Ensaladas y ensaladillas preparadas	1,8	13,3	18,6	66,3
Caldos, sopas y cremas	2,4	25,4	21,5	50,7
Albóndigas	0	6,2	10,6	83,2
Pimientos asados y/o rellenos	0	12,5	39,8	47,7
Comida mejicana y oriental	0	0	12,8	87,2
PREPARADOS CONGELADOS				
Salteados de verduras	0	18,7	39,8	41,5
Salteados de arroz	0	15	21,2	63,8
Cárnicos	0	7,1	15	77,9
Patats prefritas	0	2,7	23,9	73,4
Pizzas y paninis	0	4,4	37,2	58,4
Pastas, canelones y lasañas	0	5,3	29,2	65,5
Croquetas y empanadillas	0	17,5	25,8	56,7
Calamares a la romana	0	8	32,7	59,4
Merluza y otros pescados rebozados	0	25,7	34,8	39,5
COCINADOS REFRIGERADOS				
Pizzas y paninis	1,8	21,8	32,9	43,4
Pasta al huevo y pasta rellena	1,8	15,7	28,3	54,2
Sandwiches y empanadillas	0	20,4	29,5	50,1
Pollo asado	3,5	16,8	15	64,7
Callos y otros cárnicos	0	2,2	1,8	96
Tortilla	0	5,4	4,4	90,2
Paella	0	0	4,9	95,1
Lasaña/Canelones	0	5,9	20,5	73,5
Roscas caseras y bocadillos	1,8	4,4	24,1	69,6
Gazpachos y cremas	7,1	25,1	27,6	40,2
Elaborados de pescado	3,5	11,3	34,7	50,5
Ensaladas preparadas	1,8	11	9,8	77,4
CRUDOS TROCEADOS Y ENVASADOS <sup>1</sup>				
Verduras y ensaladas listas para aliñar	10,5	41,5	13,6	34,4
Frutas y macedonias listas para comer	0	4,5	6,5	89,0

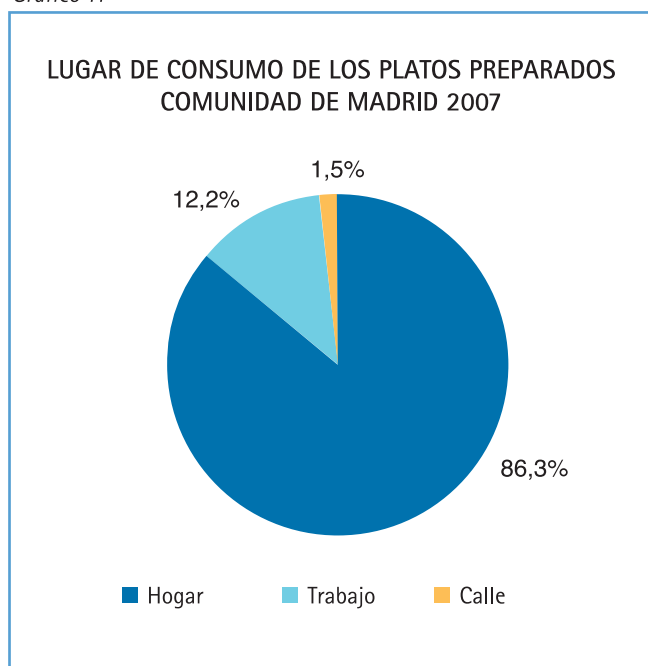
Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

<sup>1</sup>Aunque no son considerados estrictamente como platos preparados, dado que son alimentos de conveniencia, se ha considerado pertinente pulsar la percepción que el consumidor tiene de estos productos.

### Lugares de consumo

El consumo más elevado de platos preparados se realiza en el hogar (86,3%), mientras que en el trabajo el consumo constituye el 12,2% y en la calle sólo un 1,5% (gráfico 11).

Gráfico 11



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

Analizando el lugar de consumo según el sexo, resulta que los hombres declaran consumir más los platos preparados en el hogar que las mujeres (un 89,5% frente a un 82,8%). En cambio el 15,1% de éstas los consume más en el trabajo, siendo parecido el consumo en la calle.

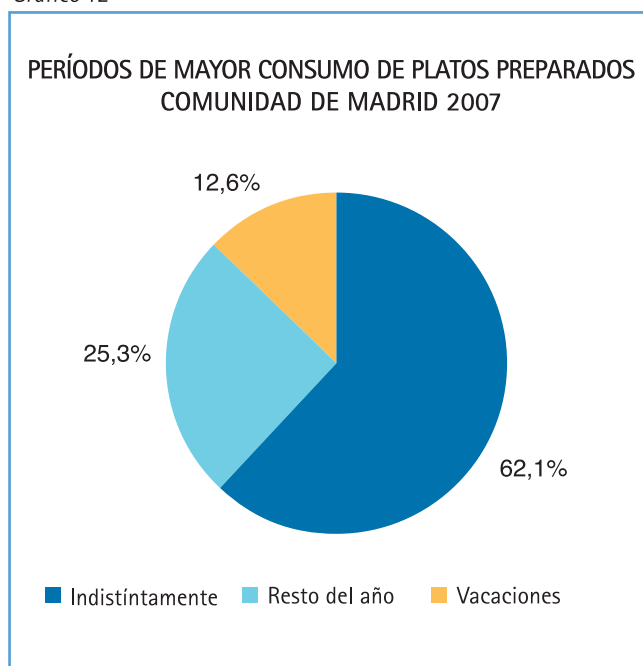
### Períodos de mayor consumo

Sólo el 12,6% de los consumidores encuestados manifiesta consumir más platos preparados en vacaciones, mientras que el 25,3% dice realizarlo más el resto del año, siendo un porcentaje alto de consumidores (62,1%) los que señalan consumirlos en la misma cantidad en vacaciones que durante el resto del año (gráfico 12).

### Días de mayor consumo

El consumo es mayor los fines de semana y festivos, según el 44,5% de los consumidores, no habiendo grandes diferencias con respecto a los días laborables (41,4%). El 14,1% de los consumidores declara no hacer mucha distinción entre los días laborables y los fines de

Gráfico 12



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

semana o festivos (gráfico 13).

Si analizamos el consumo en relación al sexo, durante los fines de semana y festivos es mayor en los hombres (46,9%) que en las mujeres (41,9%), al igual que ante la respuesta "siempre como lo mismo" (14,9% los hombres y 13,4% las mujeres). Por el contrario el consumo en

Gráfico 13



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

días laborables es mayor en las mujeres (44,7%) que en los hombres (38,2%).

### Momento del día donde se consumen más platos preparados

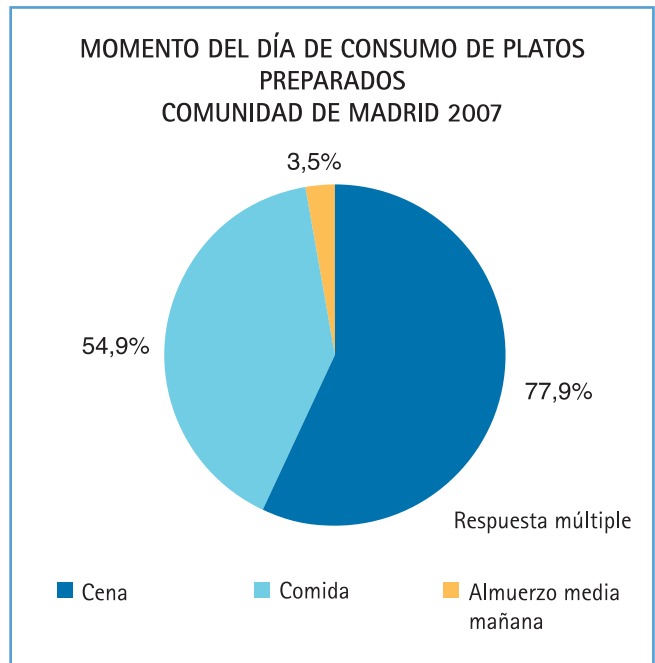
El momento preferido para consumir los platos preparados, según los consumidores madrileños, es la cena (77,9%), seguido de la comida (54,9%). Sólo el 3,5% de los consumidores prefiere el almuerzo de media mañana para consumir estos productos (gráfico 14).

### Motivos de consumo de platos preparados (ventajas)

El principal motivo de consumo de platos preparados es la rapidez en su preparación. Este concepto va muy ligado a la escasez de tiempo para cocinar alimentos, que es el segundo motivo por el que prefieren este tipo de productos. Un tercio de los consumidores alega como ventajas en su consumo el que no sea necesario saber cocinar, seguido de que evitan manchar la cocina, los utensilios y la vajilla (gráfico 15).

Como puede comprobarse, el atractivo sensorial ("el que gusten") no constituye un factor determinante en el consumo de platos preparados, puesto que tan sólo el 9,7% de los consumidores encuestados así lo considera. No obstante y según la distribución, existen

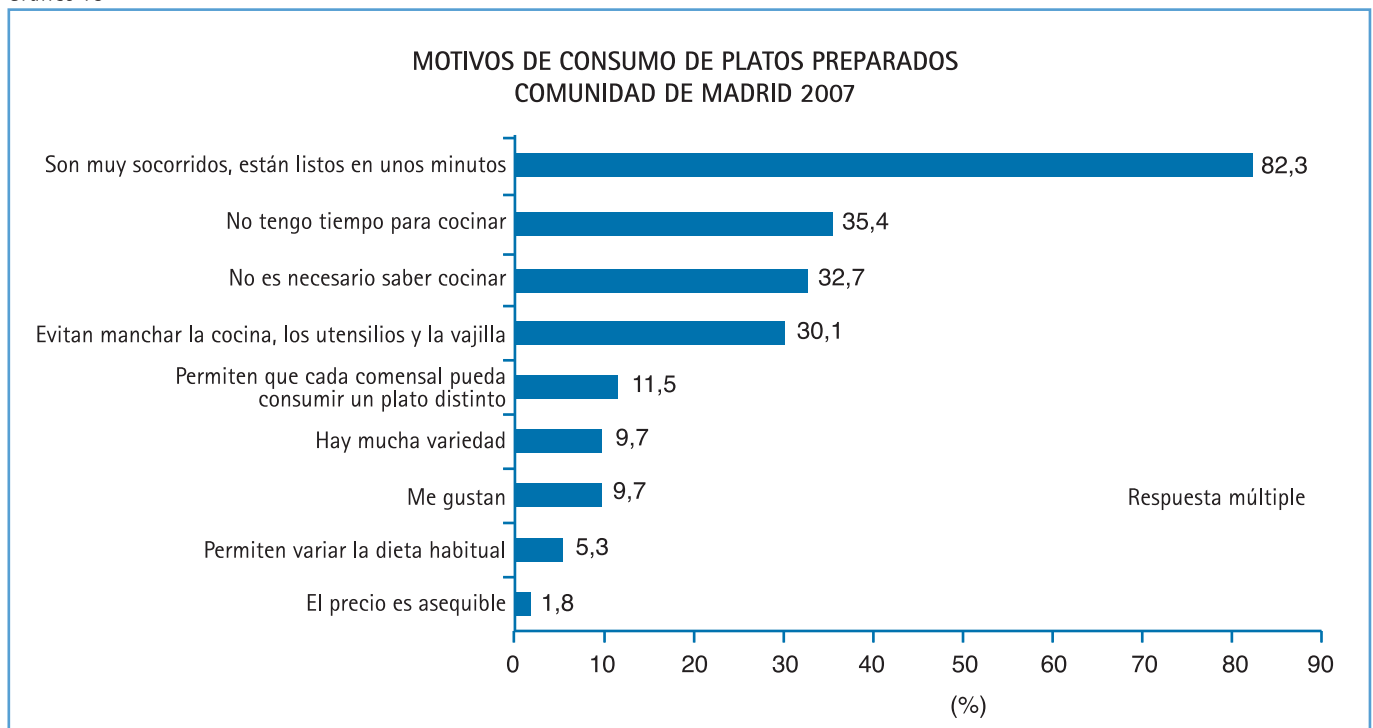
Gráfico 14



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

algunos platos que se degustan por placer, independientemente de sus características nutricionales y de su rapidez y comodidad de preparación, como es el caso de las "pizzas y paninis" en los más jóvenes, los "salteados de arroz o verduras" en los mayores o la "merluza rebozada y las gulas" listas para calentar y consumir en todas las edades.

Gráfico 15



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

**Motivos por los que no se consumen platos preparados (inconvenientes)**

El 73,5% de las personas encuestadas prefiere la comida casera, seguido por un 46% que sigue haciendo alusión a la comida casera alegando que los platos preparados son menos sanos que ésta.

Solamente el 15% no los consume por no gustarle su sabor, o porque suelen tener mucha sal y/o azúcar, y un 14,2% considera que tienen muchas calorías (gráfico 16).

**Opinión sobre el carácter saludable de los platos preparados**

En términos generales los consumidores no perciben los platos preparados como alimentos saludables, siendo la puntuación media, entre 0 (nada saludable) y 10 (muy saludable), de 4,2.

No obstante, el 58,4% de los consumidores considera bastante saludable las "verduras y ensaladas" listas para aliñar, junto con el 33,6% que opina favorablemente sobre las "frutas y macedonias listas para comer" (gráfico 17).



62

Gráfico 16



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

Gráfico 17



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

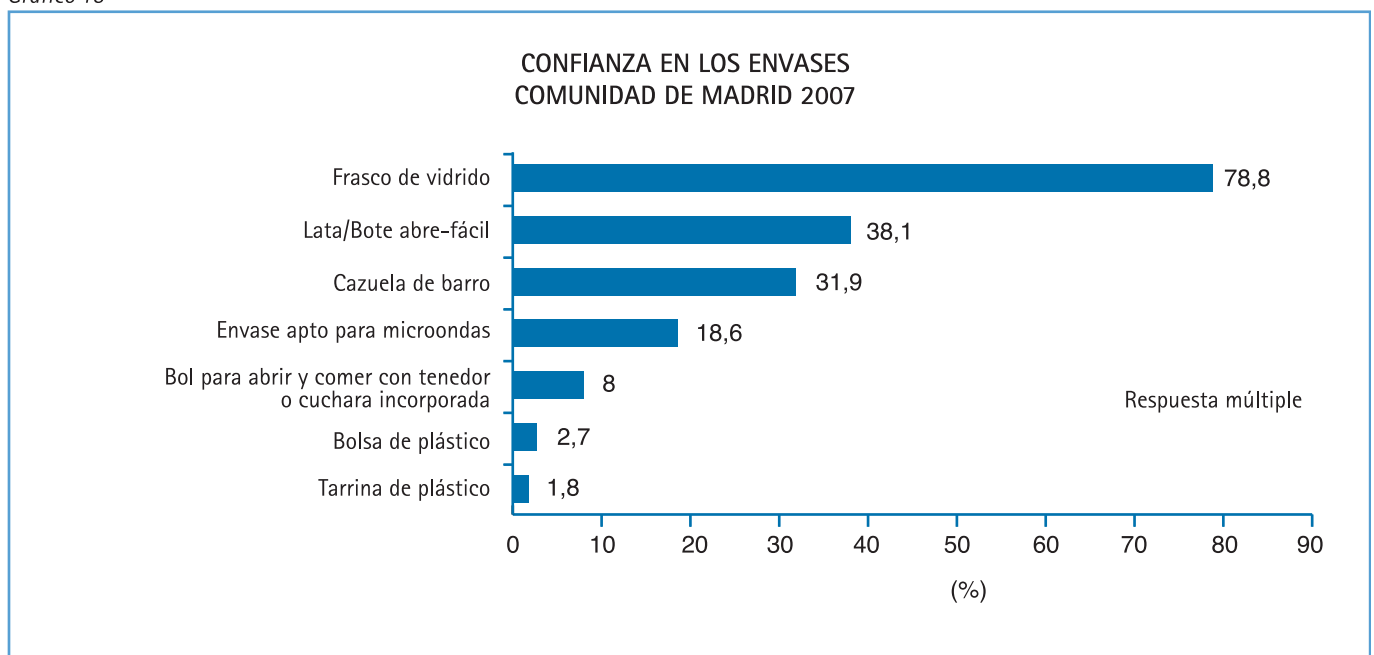
### Confianza en los envases

El envase que inspira más confianza al consumidor es el frasco de vidrio (78,8%) seguido de la lata/bote abre-fácil (38,1%). La tarrina de plástico es el envase que menos confianza inspira (1,8%) (gráfico 18).

### Información del etiquetado

La información que más interesa al consumidor madrileño en el etiquetado de los platos preparados, excluyendo la fecha de caducidad (no se consultó para centrar la respuestas en el resto de conceptos), es la

Gráfico 18

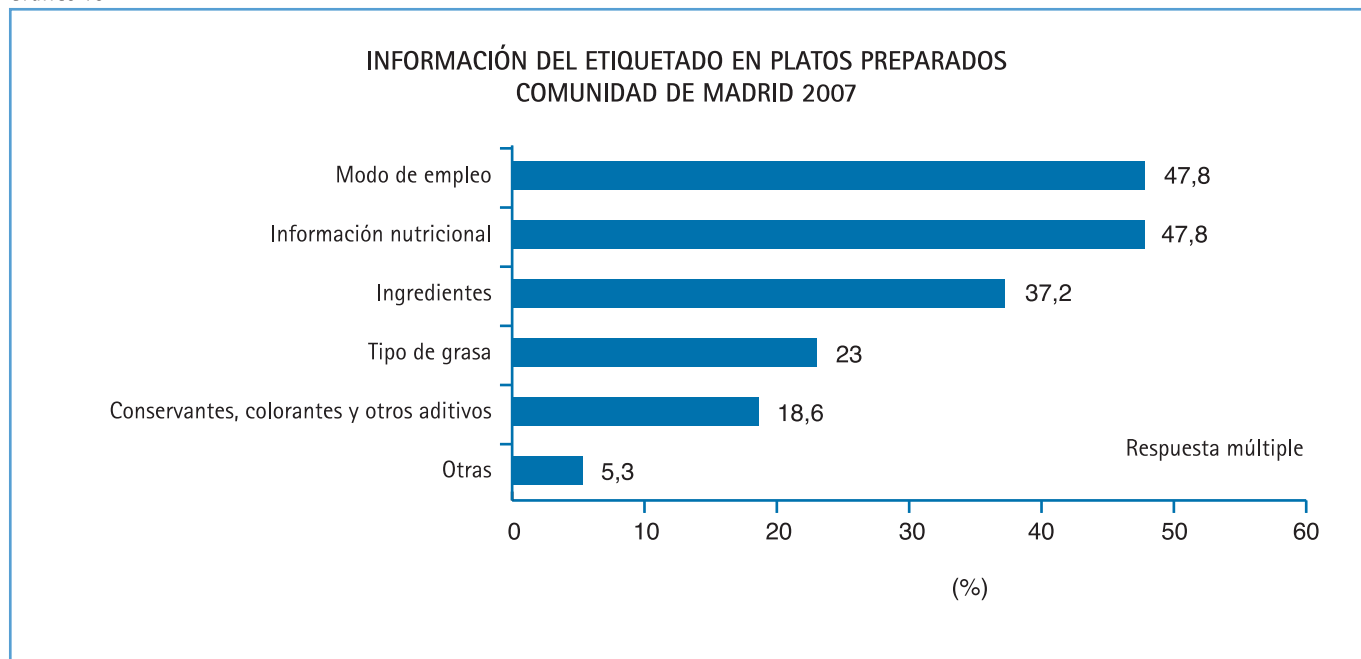


Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud



información nutricional en el mismo porcentaje que el modo de empleo, seguido de los ingredientes, el tipo de grasa y el empleo de conservantes, colorantes y otros aditivos (gráfico 19).

Gráfico 19



Fuente: Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud

# Anexo 1

## Cuestionario de la encuesta de opinión

# CUESTIONARIO

## OPINIÓN DEL CONSUMIDOR SOBRE PLATOS PREPARADOS

1. Frecuencia de consumo por tipo de producto. Marcar una sola respuesta por producto

### COCINADOS EN CONSERVA Y ENVASADOS (LATAS, CRISTAL, ETC.)

- Callos
- Potajes, fabada y legumbres guisadas
- Guisos de verduras y hortalizas (pisto, etc.)
- Ensaladas y ensaladillas preparadas
- Caldos, sopas y cremas
- Albóndigas
- Pimientos asados y/o rellenos
- Comida mejicana y oriental

A diario	Algunas veces por semana	Algunas veces al mes	Nunca o casi nunca

### PREPARADOS CONGELADOS

- Salteados de verdura
- Salteados de arroz (tres delicias, etc.)
- Cárnicos (San Jacobos, nuggets, etc.)
- Patatas prefritas
- Pizzas y paninis congelados
- Pastas, canelones y lasañas
- Croquetas y empanadillas
- Calamares a la romana
- Merluza y otros pescados rebozados


### COCINADOS REFRIGERADOS

- Pizzas y paninis
- Pasta fresca al huevo y pasta rellena
- Sándwiches y empanadas
- Pollo asado
- Callos y otros cárnicos refrigerados
- Tortilla
- Paella
- Lasaña/Canelones
- Roscas caseras y bocadillos
- Gazpachos y cremas
- Elaborados de pescado (gulas, etc.)
- Ensaladas preparadas refrigeradas (atún, rusa, etc).


### CRUDOS, TROCEADOS Y ENVASADOS

- Verduras y ensaladas listas para aliñar
- Frutas y macedonias listas para comer


## 2. ¿En qué tipo de establecimientos suele comprar los platos preparados y/o precocinados? Puede marcar varias opciones

- Tiendas especializadas en congelados
- Tiendas de platos preparados y pollos asados
- Supermercados
- Hipermercados
- Supermercados descuento (DIA, LIDL, etc.)
- Mercados y galerías de alimentación
- Pequeña tienda tradicional
- Tiendas gourmet, pastelerías, etc.
- Otros (indíquelo)
- 
- 

## 3. ¿Dónde suele consumir los platos preparados? Marcar una sola respuesta

- Hogar
- Trabajo
- Calle

## 4. ¿Cuándo suele consumir más platos preparados? Marcar una sola respuesta

- Días laborables
- Fines de semana y festivos
- Siempre como la misma cantidad

## 5. Su frecuencia de consumo de platos preparados es mayor... Marcar una sola respuesta

- En vacaciones
- El resto del año
- Siempre como la misma cantidad

## 6. ¿En qué momentos del día consume más platos preparados? Marcar 1ª y 2ª opción con 1 y 2 respectivamente

- Desayuno
- Almuerzo media mañana
- Comida
- Merienda
- Cena

**7. Principales motivos de consumo de platos preparados (ventajas).** Puede marcar varias opciones

- Son muy socorridos, están listos en unos minutos
- No es necesario saber cocinar
- Evitan manchar cocina, utensilios y vajillas
- Permiten que cada comensal puede consumir un plato distinto
- Me gustan
- No tengo tiempo para cocinar
- Permiten variar la dieta habitual
- En términos generales el precio es asequible
- Hay mucha variedad y continuamente hay productos nuevos
- Los compro por impulso, el verlos en el lineal

**8. En el caso de no consumir nunca o casi nunca platos preparados ¿Cuáles son los principales motivos?** Puede marcar varias opciones

68

- No me gusta su sabor
- Prefiero la comida casera
- Tienen ingredientes de poca calidad
- No se cómo se han cocinado
- Desconfío del tipo de grasa
- Suelen tener mucha sal y/o azúcar
- Tienen muchos conservantes y otros aditivos
- Tienen muchas calorías
- Son menos sanos que la comida casera
- Son caros
- No los consumo por motivos de salud

**9. En general ¿en qué medida piensa, en una escala de 0 a 10, que los platos preparados son saludables?** (0= nada saludables; 10= muy saludables)

**10. En el contexto global de su dieta ¿qué platos preparados considera más saludables?** Marcar una sola respuesta por producto.

**COCINADOS EN CONSERVA Y ENVASADOS (LATAS, CRISTAL, ETC.)**

- Callos
- Potajes, fabada y legumbres guisadas
- Guisos de verduras y hortalizas (pisto, etc.)
- Ensaladas y ensaladillas preparadas
- Caldos, sopas y cremas
- Albóndigas
- Pimientos asados y/o rellenos
- Comida mejicana y oriental

Bastante saludables	Medianamente saludables	Poco saludables

**PREPARADOS CONGELADOS**

- Salteados de verdura
- Salteados de arroz (tres delicias, etc.)
- Cárnicos (San Jacobos, nuggets, etc.)
- Patatas prefritas
- Pizzas y paninis congelados
- Pastas, canelones y lasañas
- Croquetas y empanadillas
- Calamares a la romana
- Merluza y otros pescados rebozados


**COCINADOS REFRIGERADOS**

- Pizzas y paninis
- Pasta fresca al huevo y pasta rellena
- Sándwiches y empanadas
- Pollo asado
- Callos y otros cárnicos refrigerados
- Tortilla
- Paella
- Lasaña/Canelones
- Roscas caseras y bocadillos
- Gazpachos y cremas
- Elaborados de pescado (gulas, etc.)
- Ensaladas preparadas refrigeradas (atún, rusa, etc.)


**CRUDOS, TROCEADOS Y ENVASADOS**

- Verduras y ensaladas listas para aliñar
- Frutas y macedonias listas para comer


11. ¿Qué envase le inspira más confianza? Marcar 1ª y 2ª opción con 1 y 2 respectivamente.

- Cazuela de barro
- Lata /bote abre-fácil
- Frasco de vidrio
- Tarrina de plástico
- Bolsa de plástico
- Bol para abrir y comer con tenedor o cuchara incorporada
- Envase apto para microondas

12. ¿Qué información es la que más le interesa en los platos preparados? Marcar 1ª y 2ª opción con 1 y 2 respectivamente.

- Información nutricional (calorías, proteínas, grasas, azúcares, vitaminas, etc.)
- Modo de empleo
- Tipo de grasa
- Ingredientes
- Conservantes, colorantes y otros aditivos
- Otra información (señalar)
- \_\_\_\_\_

## VIII. Conclusiones



Según los datos del presente estudio, tanto en su vertiente de investigación documental como de mercado, así como de la encuesta de opinión del consumidor madrileño, se puede concluir lo siguiente:

- No existe una buena **definición** de lo que se entiende por plato preparado. Esto dificulta establecer una **clasificación** clara que responda a unos criterios específicos y permita agrupar o diferenciar por categorías los distintos tipos de productos.
- Respecto a la **cuota de mercado** que representan los platos preparados para consumo en el hogar en los distintos establecimientos durante 2005, destaca que los supermercados e hipermercados acumularon el 72% del valor de las ventas (51% y 21% respectivamente), mientras que el conjunto de la alimentación representó el 60,7%. También se observa cómo la tienda tradicional tiene una cuota de tan solo un 13,6% frente al 29,6% del conjunto de la alimentación y que la venta a domicilio de platos preparados es muy elevada respecto al total de la alimentación (7,3% y 1% respectivamente).

Según la encuesta de opinión realizada por el Observatorio de Alimentación, Medio Ambiente y Salud de la Comunidad de Madrid y teniendo en cuenta que la respuesta es múltiple (el encuestado puede optar al mismo tiempo por varias respuestas), el tipo de establecimiento preferido por el consumidor madrileño para comprar estos productos también es el supermercado (69%), seguido del hipermercado (39%) y la pequeña tienda tradicional (15%).

- En cuanto al **consumo** de platos preparados, éste crece con fuerza en todo el mercado **nacional** y todavía más en la Comunidad de Madrid. Se trata de un conjunto de productos de creciente importancia en la dieta y en el coste de la cesta de la compra de los madrileños.

72

El consumo de platos preparados está experimentando un crecimiento interanual muy superior al conjunto de la alimentación. Entre 1987 y 2005 el volumen del consumo total de alimentos en España creció un 12,8%, mientras que el consumo de platos preparados lo hizo en casi un 350%.

Con una producción total en España de platos preparados estimada en torno a las 300.000 Tm, en 2005 se consumieron casi 485.000 Tm, con un consumo per cápita de 11,3 kilos, por un valor total de algo más de 1.800 millones de euros y con un gasto per cápita de 42 euros.

- Igual que sucede a nivel nacional, el **consumo** de platos preparados en nuestra **Comunidad** está experimentando un crecimiento interanual muy superior al conjunto de la alimentación. Así, en el período 1999-2005, el consumo de platos preparados en los hogares de la Comunidad de Madrid se ha incrementado en un 76,4%, mientras que para el conjunto de la alimentación es de un 4,6%.

En nuestra región este consumo es mayor que la media nacional, puesto que en 2005 se consumieron en el hogar cerca de 60 millones de kilos de platos preparados, con un valor próximo a los 238 millones de euros, equivalente a 11,4 kg/habitante, y a un gasto de 46 €/habitante, con un precio medio de 4 €/kg. A este consumo en el hogar habría que sumarle los platos preparados de arroz y las hortalizas de IV gama (no incluidos por el MAPA), lo que elevaría a 15,10 kg/cápita/año.

Se trata de un consumo y un gasto per cápita en hogares un 13,1% y un 19,2% superior al promedio nacional respectivamente, siendo casi un 5% más caros en nuestra Comunidad. Esto se puede relacionar con el mayor nivel adquisitivo y evolución social de los consumidores madrileños.

Según las cifras del Ministerio, los tres platos preparados más consumidos en nuestra región son las sopas y cremas con un consumo per cápita en hogar de 3,6 kg/año, seguido de las verduras y hortalizas de IV gama con 3 kg/año y las pizzas con 1,7 kg/año

Estos datos resultan bastante acordes con los resultados del estudio de opinión desarrollado en el presente traba-

jo, donde si bien en términos generales los madrileños dicen no consumir a diario platos preparados y algo más de un 60% manifiesta no consumirlos nunca o casi nunca. Sí destaca quienes declaran consumir con cierta asiduidad (algunas veces a la semana) las verduras y ensaladas listas para aliñar (IV gama) (41,5% de los consumidores), pizzas y paninis (26,2%), pescados rebozados (25,7%), caldos, sopas y cremas en conserva (25,4%) y gazpachos y cremas refrigerados (25,1%).

Estas cifras de frecuencia de consumo son, en general, también coherentes con los tipos de platos considerados por los consumidores madrileños como los más saludables, excepto para las frutas y macedonias listas para comer, que se consideran como saludables y no obstante tienen una baja frecuencia de consumo, lo que puede deberse a que su presencia en el mercado es muy reciente. Respecto a las pizzas y los sándwiches, son considerados como menos saludables, pero en general gustan y son fáciles de tomar en cualquier lugar y momento, sobre todo por los más jóvenes.

Por el contrario los platos menos consumidos en nuestra región, según el Panel de Consumo del Ministerio, son los referidos a los arroces (0,05 kg/año para los esterilizados y 0,08 kg/año para los refrigerados) y las tortillas refrigeradas (0,11 kg/año). Estos datos también están en la línea con los que ofrece el estudio de opinión, donde los platos preparados menos consumidos, además de los callos y otros cárnicos, son la paella y la tortilla refrigeradas, siendo respectivamente el 96%, 95,1% y 90,2% de los consumidores los que manifiestan no consumirlos nunca o casi nunca.

- Respecto a la **variación en el consumo según las características de los hogares**, es mayor cuando aumenta el tamaño de la población y el estatus socioeconómico, al igual que en los hogares sin niños, (y si los hay, aumenta si los niños tiene más de seis años) y con jóvenes y adultos independientes. Por el contrario, el consumo disminuye conforme aumenta la edad del ama de casa y el tamaño familiar.

- En los últimos años se puede observar cómo mientras desciende el consumo de alimentos básicos como el pan, pastas, arroz, patatas o huevos, al mismo tiempo se produce un aumento en el consumo de sándwiches, roscas, bocadillos, pizzas, tortillas refrigeradas o platos preparados con base de pasta o de arroz.

- El consumo **extradoméstico** de platos preparados en nuestra Comunidad, es evidente que está creciendo también en el ámbito de hostelería y restauración, instituciones y en el canal "*food-service*" en general. No obstante, la valoración precisa es más difícil de hacer al no existir datos de consumo oficiales en este ámbito.

- En cuanto al **lugar de consumo** preferido de los platos preparados a nivel nacional, es el hogar (92% en gasto en 2005), seguido de las instituciones (4,5%) y de la hostelería y la restauración (3,5%). Es precisamente este sector en el que el consumo ha evolucionado de manera más destacada, creciendo casi un 650%.

Según el estudio de opinión, el lugar de consumo preferido de estos productos en nuestra región también es el hogar (86,3%), aunque hay que destacar que el 13,7% los consume preferentemente en el trabajo o en la calle.

- En la **investigación de mercado** realizada en el presente estudio se ha comprobado la gran variedad de productos, marcas, envases, formatos y tipos de platos preparados presentes en el comercio madrileño, analizándose en los 33 lineales de punto de venta visitados más de 3.200 referencias, de las que cerca de 1.700 son diferentes, por lo que se podría consumir un plato preparado cada día sin repetir en cinco años.

- Aunque en general se cumple la normativa sobre el **etiquetado** de los platos preparados, estos suelen estar constituidos a su vez por varios productos alimenticios, cada uno de los cuales aportan su correspondiente lista de ingredientes y aditivos, lo que en ocasiones lo hace muy extenso y se comprime en un corto espacio de la etiqueta, dificultando su lectura y comprensión. La propuesta de Reglamento comunitario sobre la información alimentaria facilitada al consumidor (COM (2008) 40 final - 2008/0028 (COD)), podría solventar parte de esta problemática.

- Aunque la legislación actual no exige el **etiquetado nutricional**, salvo si en la etiqueta figuran “declaraciones nutricionales o de propiedades saludables”, en el análisis de dicho etiquetado nutricional realizado en el presente estudio se ha comprobado lo siguiente:

- Prácticamente todos los platos preparados con marcas blancas o de la distribución lo aportan, mientras que en las marcas comerciales más de la tercera parte no ofrece ningún tipo de información nutricional.

- De la información que ha podido extraerse a partir del análisis del etiquetado nutricional básico (61,5% de los platos estudiados), la valoración de estos productos no resulta, aparentemente, demasiado negativa. Parece que la “mala prensa” de estos productos en muchas ocasiones no está del todo justificada y pudiera provenir de la calidad y el origen de su contenido graso, o el contenido de sal o azúcar, que como se ha podido comprobar prácticamente no figuran en este tipo de productos.

- Existe no solo una gran variedad de tipos de platos preparados, sino también una gran variación en cuanto a su composición nutricional y contenido en kcal, siendo por término medio los esterilizados (II generación) menos calóricos y con menor aporte de hidratos de carbono y grasa; los congelados (III generación) los que menor aporte de proteínas poseen; y los refrigerados (V generación) los que aportan más calorías, proteínas y grasas.

Por tanto, aunque no es preceptiva la inclusión del etiquetado nutricional, sería recomendable que dicha información nutricional figurase en el etiquetado con el fin de que el consumidor pueda valorar factores más objetivos para la elección de este tipo de productos, cuestión que también va a tener en cuenta el nuevo Reglamento sobre el etiquetado de los productos alimenticios.

- Aunque este sector no tiene el nivel de publicidad respecto a la información sobre **declaraciones nutricionales y de propiedades saludables** como sucede en otros tipos de productos (lácteos, zumos, galletas, etc.), se puede apreciar cómo ya están apareciendo ciertos mensajes que pretenden diferenciar el producto en base a dichas cualidades, y que por tanto deben ser analizados y controlados de forma que sólo se incluyan aquellas que permite la legislación y no supongan un factor de confusión para el consumidor.

- Respecto a los factores relativos a la **calidad alimentaria** que pueden afectar a este tipo de productos, en ciertas ocasiones se ha observado cómo no se indica la cantidad de ingrediente cuando es este el que da origen al nombre del producto, o bien que se sustituye el ingrediente principal por otros de inferior valor comercial.

- Según la **encuesta de opinión** realizada en el presente estudio, en términos generales los madrileños no perciben los platos preparados como alimentos saludables (4,2 sobre 10), consumiéndose en el hogar principalmente durante la cena y siendo el principal motivo de su consumo la rapidez en su preparación.

## IX. Líneas de mejora

Las posibles líneas de intervención que pudieran realizarse en este creciente sector de la alimentación serían las siguientes:

- Establecer una **definición y clasificación** consensuada de los platos preparados atendiendo a la realidad actual del mercado. Entendiendo un plato preparado como una comida preparada a la que se le ha aplicado un proceso tecnológico con el fin de ampliar su vida útil, se pueden clasificar agrupando los distintos tipos de gamas de productos en función de los procesos tecnológicos aplicados, a semejanza del seguido en el presente trabajo.
- Aunque en términos generales no existe en este sector un nivel de publicidad que pudiera generar confusión al consumidor, como a veces puede suceder en otros sectores de la alimentación, no obstante se observa como están apareciendo mensajes que pretendan diferenciar el producto en base a sus cualidades nutricionales y funcionales. Por consiguiente, sería conveniente intensificar la vigilancia y control de las diferentes **declaraciones nutricionales y de propiedades saludables** que ya están comenzado a figurar en el etiquetado de estos productos.
- La dieta de la Comunidad de Madrid es excedentaria en grasas totales y saturadas, en proteínas, en aporte calórico, en azúcar y en sal, y deficiente en hidratos de carbono y fibra, lo que unido al sedentarismo y la falta de ejercicio físico está ocasionando graves problemas de sobrepeso, obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

El consumidor, a través de la consulta del etiquetado de los productos, debería poder elegir aquellos platos con perfiles nutricionales equilibrados y, especialmente, aquellos cuyas grasas sean cardiosaludables, puesto que esta grasa es necesaria, ya que el 30% de la energía de los alimentos debe provenir de la misma.

76

Por tanto, y dada la enorme diferencia entre platos distintos o entre diversas marcas dentro de un mismo tipo de plato preparado en cuanto a los diferentes ingredientes y principios inmediatos que contienen, sería recomendable aconsejar al consumidor la consulta del **etiquetado nutricional** en aquellos productos donde figure. Además dicho etiquetado va a ser obligatorio, salvo determinadas excepciones, según figura en la propuesta del Reglamento comunitario sobre la información alimentaria facilitada al consumidor

# Relación de documentos técnicos de salud pública

**Colección documentos técnicos de salud pública**

- Nº 1 Guía para el diagnóstico y manejo del Asma
- Nº 2 Sida y Escuela
- Nº 3 La salud bucodental en la población infantil en la Comunidad de Madrid
- Nº 4 El discurso de las personas ex fumadoras en torno al consumo de tabaco
- Nº 5 Alcohol y Salud
- Nº 6 Actualizaciones sobre Tabaco y Salud
- Nº 7 Protocolo de actuación en brotes causados por la ingesta de alimentos
- Nº 8 Mortalidad por cáncer en la Comunidad de Madrid, 1986-1989. Análisis geográfico
- Nº 9 La cultura del alcohol entre los jóvenes de la Comunidad de Madrid
- Nº 10 Estudio de actitudes, opiniones y comportamientos sexuales de los jóvenes de la Comunidad de Madrid
- Nº 11 Discurso del personal sanitario de la Comunidad
- Nº 12 Protocolo de actuación ante una meningitis de cualquier etiología
- Nº 13 Residuos de plaguicidas organoclorados en alimentos de origen animal consumidos en la Comunidad de Madrid
- Nº 14 Manual de Inmunizaciones
- Nº 15 Recomendaciones para el control de emergencias epidemiológicas en centros escolares
- Nº 16 La cultura del tabaco entre los jóvenes de la Comunidad de Madrid
- Nº 17 Actitudes ante el Asma. Los asmáticos y los profesionales opinan
- Nº 18 Encuesta de nutrición en la Comunidad de Madrid
- Nº 19 La cultura del alcohol de los adultos en la Comunidad de Madrid
- Nº 20 Encuesta de prevalencia de asma de la Comunidad de Madrid
- Nº 21 Protocolo de actuación ante la fiebre tifoidea
- Nº 22 Maltrato infantil: prevención, diagnóstico e intervención desde el ámbito sanitario
- Nº 23 Factores determinantes de los hábitos y preferencias alimenticias en la población adulta de la Comunidad de Madrid.
- Nº 24 Guía para realizar un análisis de riesgos en la industria
- Nº 25 Guía para la realización de Auditorias medioambientales en las empresas
- Nº 26 Guía de actuación frente a la zoonosis en la Comunidad de Madrid
- Nº 27 La influencia de los adultos en los comportamientos de los adolescentes de 14 a 16 años escolarizados en la Comunidad de Madrid
- Nº 28 Encuesta tuberculina. Comunidad de Madrid. Curso 1993-1994
- Nº 29 II Encuesta de serovigilancia de la Comunidad de Madrid
- Nº 30 Epidemiología de las enfermedades cardiovasculares en la Comunidad de Madrid
- Nº 31 Manual de buenas prácticas higiénico-sanitarias en comedores colectivos
- Nº 32 Informe sobre la salud y la mujer en la Comunidad de Madrid
- Nº 33 El VIH en las relaciones heterosexuales de alto riesgo
- Nº 34 La actividad física en la población adulta en Madrid
- Nº 35 Los accidentes infantiles en la Comunidad de Madrid
- Nº 36 Factores que determinan el comportamiento alimentario de la población escolar en la Comunidad de Madrid
- Nº 37 La diabetes del adulto en la Comunidad de Madrid
- Nº 38 Diagnóstico microbiológico de tuberculosis en laboratorios de primer orden
- Nº 39 La salud bucodental en la población anciana institucionalizada de la Comunidad de Madrid
- Nº 40 Fauna tóxica en la Comunidad de Madrid
- Nº 41 La menopausia en la Comunidad de Madrid. Aspectos sociosanitarios

- Nº 42 Dietas mágicas
- Nº 43 Guía de aplicación del sistema A.R.I.C.P.C. en establecimientos de producción y almacenamiento de carnes frescas
- Nº 44 Guía para la prevención y control de infecciones que causan meningitis
- Nº 45 Las representaciones sociales sobre la salud de los jóvenes madrileños
- Nº 46 Programa regional de prevención y control de la tuberculosis en la Comunidad de Madrid
- Nº 47 Las representaciones sociales sobre la salud de la población activa masculina de la Comunidad de Madrid
- Nº 48 Las representaciones sociales sobre la salud de los niños de 6 a 12 años de la Comunidad de Madrid
- Nº 49 Manual de buenas prácticas para el control de vectores y plagas
- Nº 50 Las representaciones sociales sobre la salud de los mayores madrileños
- Nº 51 Actitudes y creencias frente al cáncer de mama de las mujeres de 50 a 65 años de la Comunidad de Madrid
- Nº 52 La infestación por piojos
- Nº 53 Manual de mantenimiento para abastecimientos de agua de consumo público
- Nº 54 Ideas actuales sobre el papel del desayuno en la alimentación
- Nº 55 La Tuberculosis: un problema de Salud Pública. Material docente de apoyo para profesionales sanitarios
- Nº 56 Guía de autocontrol en obradores de pastelería
- Nº 57 La mortalidad de la infancia en Madrid. Cambios demográfico-sanitarios en los siglos XIX y XX
- Nº 58 Guía para la prevención de la Legionelosis en algunas instalaciones de riesgo
- Nº 59 Anuario 1.999. Sociedad Madrileña de Microbiología Clínica
- Nº 60 Actualizaciones sobre el tratamiento del tabaquismo
- Nº 61 La enfermedad celíaca
- Nº 62 Programas de Salud Pública 2.000
- Nº 63 Memoria 1.999. Programas de Salud Pública
- Nº 64 Programa Regional de Prevención y Control de la Tuberculosis en la Comunidad de Madrid. Período 2.000-2.003
- Nº 65 Memoria 1.996-1.999 del Programa de Prevención y Control de la Tuberculosis en la Comunidad de Madrid
- Nº 66 Aplicación de técnicas de análisis espacial a la mortalidad pro cáncer en Madrid
- Nº 67 Encuesta de prevalencia de trastornos del comportamiento alimentario en adolescentes escolarizados de la Comunidad de Madrid
- Nº 68 Guía de actuación frente a las zoonosis en la Comunidad de Madrid
- Nº 69 Manual de notificación. Sistema de enfermedades de declaración obligatoria
- Nº 70 Polen atmosférico en la Comunidad de Madrid
- Nº 71 El farmacéutico agente de salud
- Nº 72 Comportamientos sexuales y medidas de prevención entre hombres que tienen relaciones con hombres
- Nº 73 Plan de eliminación del sarampión en la Comunidad de Madrid
- Nº 74 Ciudades saludables y sostenibles. Plan de salud municipal
- Nº 75 Tratamiento de la pediculosis de la cabeza
- Nº 76 Programas de Salud Pública 2.002
- Nº 77 Mortalidad en Vallecas
- Nº 78 Planes y Programas de Salud Pública 2003
- Nº 79 Guía para el diseño e implantación de un sistema HACCP y sus prerequisites en las empresas alimentarias
- Nº 80 Guía de actuación para el abordaje del tabaquismo en atención primaria de Área 3
- Nº 81 Control sanitario del Transporte de Alimentos
- Nº 82 Perfil alimentario de las personas mayores en la Comunidad de Madrid
- Nº 83 Esporas atmosféricas en la Comunidad de Madrid



- Nº 84** Estudio del mapa alimentario de la población inmigrante residente en la Comunidad de Madrid
- Nº 85** Trastornos del comportamiento alimentario: Prevalencia de casos clínicos en mujeres adolescentes de la Comunidad de Madrid
- Nº 86** La violencia contra las mujeres considerada como problema de Salud Pública. Documento de apoyo para la atención a la salud de las mujeres víctimas
- Nº 87** Memoria 2.002. Programas de Salud Pública
- Nº 88** La promoción de la salud en el medio rural: Necesidades demandadas expresadas por las mujeres
- Nº 89** Las concepciones de salud de las mujeres. Informe 2.000. Sistema de Información sobre salud de carácter sociocultural
- Nº 90** Valoración de las necesidades sociosanitarias de las personas mayores de la Comunidad de Madrid
- Nº 91** Inmigración, Salud y Servicios Sanitarios. La perspectiva de la población inmigrante
- Nº 92** La Violencia de pareja contra las mujeres y los Servicios de Salud. Informe del estudio cualitativo
- Nº 93** Las Concepciones de Salud de los Jóvenes. Informe 2.004. Volumen I: Discurso sobre la Salud y la Enfermedad
- Nº 94** Las Concepciones de Salud de los Jóvenes. Informe 2.004. Volumen II: Prácticas y Comportamientos relativos a los hábitos saludables
- Nº 95** Estructura e la Industria Alimentaria y las tendencias del consumo en la Comunidad de Madrid.: Base para la realización de estudios sectoriales
- Nº 96** Situación actual del mercado lácteo en la Comunidad de Madrid Base para la realización de estudios sectoriales
- Nº 97** Situación actual del sector cárnico en la Comunidad de Madrid: Líneas de mejora de la calidad
- Nº 98** Detección precoz de hipoacusias en recién nacidos. Comunidad de Madrid 2.006-2.007
- Nº 99** Actuaciones en Bioseguridad para prevenir las inoculaciones accidentales en el personal sanitario de la Comunidad de Madrid. Estudio piloto: Informe de resultados
- Nº 100** La prueba del VIH en hombres que tienen relaciones sexuales con hombres (HSH): hacia un modelo complejo de investigación e intervención
- Nº 101** Comercio Minorista de carnes frescas y sus derivados en la Comunidad de Madrid. Orientaciones para elaborar una guía de Prácticas Correctas de Higiene (GPCH) y un sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC)
- Nº 102** Memoria 2.005
- Nº 103** Estudio de las Características de los productos de la pesca y acuicultura comercializados en la Comunidad de Madrid. Líneas de mejora de la calidad
- Nº 104** El mercado de los aceites vegetales en la Comunidad de Madrid. Situación y líneas de mejora
- Nº 105** El jamón ibérico: producción y consumo. Situación en la comunidad de Madrid y promoción de su calidad
- Nº 106** Leches fermentadas en la Comunidad de Madrid: diagnóstico de situación del mercado y del etiquetado
- Nº 107** Guía de orientación nutricional par profesionales de atención primaria
- Nº 108** Hábitos alimentarios en la Comunidad de Madrid
- Nº 109** Evaluación Participativa de una experiencia de educación para la salud con grupos de mujeres de Moratalaz
- Nº 110** Plan integral de mejora en Salud Pública de Vallecas 2001/2005
- Nº 111** Las concepciones de salud de los mayores. Informe 2006
- Nº 112** Plan de prevención y control del riesgo cardiovascular
- Nº 113** Estudio de los ingredientes más utilizados en los productos comercializados para el control de peso. ¿Realidad o ficción? (Carpeta)

- Nº 114 Calendario de vacunación infantil 2006. Calendarios acelerados.  
.....
- Nº 115 La alimentación en la Comunidad de Madrid.  
.....
- Nº 116 Guía para el diseño, implantación y mantenimiento de un sistema APPCC y prácticas correctas de higiene en las empresas alimentarias. Requisitos básicos de la Comunidad de Madrid.  
.....
- Nº 117 Dirección General de Salud Pública y Alimentación. Memoria 2006.  
.....
- Nº 118 Análisis descriptivo del canal HORECA en la Comunidad de Madrid. Situación actual y perspectivas.  
.....
- Nº 119 Guía de normas de higiene para el sector lácteo.  
.....
- Nº 120 Guía de normas de higiene para el sector de huevos y derivados.  
.....
- Nº 121 Informe del estado de salud de la población de la Comunidad de Madrid, 2007.  
.....
- Nº 122 Criterios de formación en violencia de pareja hacia las mujeres  
.....
- Nº 123 Guía de apoyo en Atención Primaria para abordar la violencia de pareja hacia las mujeres  
.....
- Nº 124 Memoria actividades 2007  
.....
- Nº 125 Guía de apoyo en Atención Especializada para abordar la violencia de pareja hacia las mujeres  
.....
- Nº 126 Vacunación antigripal.2008. Vacuna de polisacáridos frente al neumococo  
.....
- Nº 127 Prevalencia de diabetes mellitus y factores de riesgo cardiovascular en la Población adulta de la Comunidad de Madrid. Estudio Predimerc  
.....
- Nº 128 Informe del Estado de Salud de la Población de la Comunidad de Madrid 2008  
.....



## COORDINACIÓN

Felipe Vilas Herranz  
Subdirección General de Sanidad Ambiental y Epidemiología

## AUTORES

Rocío Bardón Iglesias  
Fernando Fúster Lorán  
Eloy Marino Hernando  
Miguel Ángel Ribes Ripoll

## APOYO ADMINISTRATIVO

Consuelo Duque Ruiz  
Isabel de Miguel González

## COLABORACIONES

P.M.G. Gabinete de Consultoría e Ingeniería

## EDITORES

Dirección General de Ordenación e Inspección

## IMPRIME

B.O.C.M.

## DEPÓSITO LEGAL

M-7485-2010

Edición: Primera, diciembre 2009



**Dirección General  
de Ordenación e Inspección**

