

# Estudios sobre la Comercialización Agroalimentaria en España



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

SECRETARÍA GENERAL  
DE AGRICULTURA  
Y ALIMENTACIÓN

D.G. DE INDUSTRIA  
AGROALIMENTARIA  
Y ALIMENTACIÓN

Los Estudios de Comercialización Agroalimentaria en España son un conjunto de trabajos que ha puesto en marcha el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, promovidos desde la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación, y en los que colaboran diversas unidades del Departamento, siendo la Subdirección General de Industrias, Comercialización y Distribución Agroalimentaria la responsable de su dirección técnica.

El objetivo de los estudios es obtener un conocimiento más preciso de todo lo que sucede a lo largo de la cadena de comercialización. Para ello, se analizan las opiniones e impresiones de todos los agentes que intervienen en ella y las magnitudes económicas que caracterizan los distintos sectores. De esta forma, además de dotar de transparencia a los mercados, se obtiene un instrumento de apoyo para desarrollar una política alimentaria mejor adaptada a las necesidades del sector agroalimentario español.

Para obtener más información sobre los distintos estudios, pueden dirigirse a la S.G. de Industrias, Comercialización y Distribución Agroalimentaria ([sgindusagro@mapa.es](mailto:sgindusagro@mapa.es)) y en el teléfono 91 347 51 57 o consultar la página web del Ministerio, [www.mapa.es](http://www.mapa.es), en el apartado de Alimentación.

## Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria®

Analizamos trimestralmente los hábitos de consumo y distribución de los alimentos. A su vez, profundizamos en temas de especial interés, como son los nuevos hogares y sus hábitos de consumo, etiquetado de los alimentos, alimentos funcionales, alimentación infantil, hábitos de consumo y de distribución en Navidad, ...

La publicación de los resultados es trimestral.

### Contenidos:

- ❖ **Hábitos de compra del consumidor:** establecimientos de compra, frecuencia de compra, fidelidad a la enseña, promociones y ofertas, compra y venta a través de internet, compra en diferentes canales de venta, valoración de los canales de venta por parte de los agentes de la distribución, horarios comerciales, ...
- ❖ **Consumo de alimentos:** frecuencia mensual de consumo y compra de diferentes alimentos, frecuencia de compra de productos embarquetados,...
- ❖ **Marcas:** consumo de productos de marcas propias, consumo de marcas en ultramarinos y bebidas, fidelidad a las marcas, productos de marca propia que mejor aceptación tienen,...
- ❖ **Percepción de precios desde el punto de vista del consumidor y el distribuidor.** Evolución de precios, papel de la distribución en los precios finales,...
- ❖ **Consumo y venta de diferentes tipos de productos del distribuidor:** nivel de exigencia del consumidor, importancia que el distribuidor concede a la venta de diferentes tipos de alimentos en su establecimiento, frecuencia de consumo en diferentes establecimientos, grado de confianza en los alimentos preparados que consume en diferentes establecimientos, grado de confianza en alimentos que España importa,...

### Ficha Técnica

**Universo: Consumidores:** El responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar. **Distribución:** Los profesionales de la distribución alimentaria.

**Cobertura Geográfica: Consumidores:** Nacional (excepto Ceuta y Melilla). **Distribución:** Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, Zaragoza, Vigo, Bilbao, Málaga y Valladolid.

**Muestra: Consumidores:** 2.000 casos por trimestre, lo que conlleva un error máximo trimestral del  $\pm 2,2\%$ . **Distribución:** 100 casos por trimestre, lo que conlleva un error máximo trimestral del  $\pm 10,0\%$ , en ambos casos para el supuesto de muestreo aleatorio simple y un nivel de confianza del 95,5% ( $p=q=0,5$ ).

**Segmentación de la muestra: Consumidores:** La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad: Comunidad Autónoma y hábitat; **Distribución:** La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad: canal de venta y ciudad.

# Panel de Consumo Alimentario en España

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, desde 1987 viene realizando anualmente un estudio exhaustivo sobre el consumo de alimentos en España. Los resultados obtenidos se recogen en una publicación anual bajo el nombre **“La Alimentación en España”**.

Este análisis se lleva a cabo tanto en los hogares, como en la Hostelería/Restauración e Instituciones mediante un Panel de Consumo. Además de estudiar el consumo en cantidades físicas, que es el objetivo principal, se trata de ver también cuál ha sido el gasto de los españoles en alimentación, y a partir de estos resultados intentar fijar las necesidades y las tendencias reales de consumo.

Aparte de los datos anuales, se obtienen los datos mensualmente en los hogares españoles y su acumulado en el periodo correspondiente, publicándose en **“La Alimentación mes a mes”**.

Cada año se desarrolla un tema monográfico sobre el consumo de algún producto alimenticio que haya sido de interés coyuntural como por ejemplo el aceite de orujo o el consumo en la Unión Europea comparado con el de España.

## Contenidos:

- ❖ **Consumo y Gasto total** (sector doméstico y extradoméstico):
  - ▶ Evolución de los principales grupos de alimentos.
  - ▶ Precios y estructura del gasto.
- ❖ **La alimentación en los Hogares:**
  - ▶ Consumo y gasto per cápita según tipos de alimentos.
  - ▶ Consumo según distintas segmentaciones de la población.
  - ▶ Consumo en el mes de diciembre.
  - ▶ Lugar de compra de los hogares.
- ❖ **La alimentación en la Hostelería/Restauración e Instituciones:**
  - ▶ Evolución trimestral del consumo y del gasto.
  - ▶ Análisis por regiones y tipo de establecimiento.
- ❖ **Análisis de productos:** tablas y gráficos.

## Ficha Técnica

**Universo:** Todos los Hogares y establecimientos de Hostelería, Restauración e Instituciones Sociales de la península, Baleares y Canarias.

**Muestra: Hogares:** 6.000 hogares que anotan mediante escáner sus compras de alimentación diariamente. **Hostelería/Restauración:** 700 establecimientos que responden mediante una encuesta personal, mensualmente. **Instituciones:** 200 centros y empresas de catering, que facilitan su información procedente de los soportes contables de cada empresa, mensualmente.

**Segmentación de la muestra: Hogares:** los criterios de desglose han sido las zonas geográficas y autonomías, tamaño del hábitat, el nivel socioeconómico del hogar, composición y tamaño del hogar, presencia de niños y edad de éstos. **Hostelería y Restauración:** según zonas geográficas y tipo de establecimiento (bar, cafetería, hotel, etc). **Instituciones:** total nacional.

## Evolución de Precios en Destino de Productos Agroalimentarios

Su finalidad es determinar mensualmente cómo evolucionan los precios de venta al público tanto en tiendas tradicionales, tiendas descuento, hiper y supermercados, de productos como: leche desnatada, enriquecida, pasteurizada; aceites de oliva, oliva virgen, girasol; carnes de vacuno, porcino, pollo, cordero; pescados (atún, bacalao, gallo, langostino, etc.) y frutas y hortalizas. Toda esta metodología se sustenta en que comparamos el precio de un producto concreto, en una tienda concreta, con el precio del mismo artículo, en la misma tienda el mes siguiente.

En total por mes recogemos alrededor de 27.000 precios, en más de 600 tiendas, de 60 municipios diferentes de toda la geografía española (excepto Ceuta y Melilla).

El seguimiento de la evolución de los precios de los productos alimenticios de forma mensual nos permite hacer un análisis de las diferencias entre los precios en cada tipo de establecimiento y en cada categoría de marcas (del fabricante, del distribuidor,...) así como detectar posibles ventas a pérdidas.

### Contenidos:

- ❖ Porcentajes de variación de los precios obtenidos anteriormente por área geográfica, tipo de establecimiento de venta y tipo de marca.
- ❖ Porcentaje de los precios de cada categoría que se encuentran en oferta de precio.

## Informes Sectoriales de la Comercialización del Sector Agroalimentario

El objetivo es tener una herramienta que nos permita conocer trimestralmente la oferta, la demanda, competencia y tendencias de los principales sectores agroalimentarios. Se ha comenzado a trabajar con los sectores de carne de porcino, aceite de oliva, vino, productos lácteos y derivados y frutas y hortalizas frescas. Se prevé ir ampliando el número de los mismos para llegar a abarcar todos los productos. Para ello, analizaremos niveles de precios, costes, producción, industrialización, cuotas de mercado de las principales marcas, nivel de empleo en el sector, comercio exterior, demanda interna, etc.

Para la realización de este estudio se ha partido de unas fuentes de información armonizadas, de acuerdo con el estudio "Armonización y homogeneización de fuentes del sector agroalimentario español".

Mediante la realización de entrevistas en profundidad y cuestionarios dirigidos a los integrantes de la cadena de comercialización se ha recopilado la información necesaria para dotar a este estudio de la utilidad que supone la disponibilidad en tiempo real de la información más relevante del sector agroalimentario.

Se publican dos tipos de informes, unos trimestrales con los datos más relevantes de cada sector, y otros anuales que constarán de un diagnóstico detallado de cada sector.

## Cuadernos de la Industria Agroalimentaria

Los cuadernos de información económica sobre la industria alimentaria son una publicación que viene realizando el MAPA con el objetivo de analizar los principales indicadores y variables económicas de la industria alimentaria disponibles, permitiendo conocer la evolución de la industria desde el punto de vista sectorial y territorial.

Los datos empleados son aportados por fuentes oficiales, principalmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales y las propias fuentes del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

A partir de 2005, se van a publicar diversos estudios monográficos sobre la agroindustria española.

# Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario®

Con esta herramienta que utiliza una metodología pionera en la UE, obtenemos trimestralmente datos que reflejan el nivel de satisfacción de los distintos agentes de la cadena agroalimentaria (productores, industria, distribución y consumidores) que se encargan de llevar los alimentos de “la tierra a la mesa”. Conocemos sus preocupaciones sobre las dificultades del sector en el cual están encuadrados cada uno de ellos, así como los problemas relacionados con el resto de sectores.

Se generan anualmente 4 informes correspondientes a cada trimestre del año.

## Contenidos:

- ❖ **Coyuntura económica del país:** evolución en el último año de la percepción por parte de los productores, industria, mayoristas, distribuidores y consumidores de la situación económica del país y perspectivas de futuro.
- ❖ **Coyuntura económica del sector agroalimentario:** situación del sector agroalimentario en relación con otros sectores económicos, evolución del sector en el último año, evolución de las ventas en el último año, perspectivas de ventas para los próximos meses, satisfacción de la evolución de los márgenes para los productores y distribuidores, perspectivas sobre los márgenes, importancia del asociacionismo y cooperativismo existente en el sector productor sobre sus negocios, grado de adaptación a las necesidades de los consumidores, gestión de las administraciones públicas en cuanto al seguimiento de los precios de los alimentos y en cuanto a apoyo e incentivos, implantación de tecnologías de la información y comunicaciones.
- ❖ **Confianza ante el consumo de los alimentos:** grado de confianza en el consumo de alimentos y descripción de los análisis de Gap de productores, industria, mayoristas y distribuidores.
- ❖ **Relaciones comerciales para productores, industria, mayoristas y distribuidores:** satisfacción, plazo de pago, precios pagados, condiciones de suministro, etc.

## Ficha Técnica

**Universo:** Agentes de la cadena agroalimentaria de España: productores, industrias agroalimentarias, distribución alimentaria y consumidores.

**Cobertura Geográfica:** Nacional (excepto Ceuta y Melilla) para todos los agentes estudiados.

**Muestra:** **Productores:** 1.050 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de  $\pm 3,1\%$ ; **Industria:** 700 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de  $\pm 3,8\%$ ; **Mayoristas:** 100 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de  $\pm 10,0\%$ ; **Distribuidores:** 700 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de  $\pm 3,8\%$ ; **Consumidores:** 2.006 entrevistas trimestrales, con un error máximo de muestreo de  $\pm 2,2\%$  (2.800 entrevistas en el cuarto trimestre, con un error máximo de muestreo de  $\pm 1,9\%$ ), en todos los casos para el supuesto de muestreo aleatorio simple y un nivel de confianza del 95,5% ( $p=q=0,5$ ).

**Segmentación de la muestra:** La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad siguientes: para productores e industria, Comunidad Autónoma y subsector; para mayoristas, número de empresas en cada Marca; para distribuidores, Comunidad Autónoma y canal de compra; y para consumidores, Comunidad Autónoma y hábitat.

# Estudios de la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación

- Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria®.
- Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario®.
- Panel de Consumo Alimentario.
- Evolución de Precios en destino de Productos Agroalimentarios.
- Estudios de Coyuntura del Sector Agroalimentario Español.
- Cuadernos de la Industria Agroalimentaria.
- Armonización y Homogeneización de Fuentes del Sector Agroalimentario.
- Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español.
- Adecuación de la Oferta a la Demanda de los Aceites de Oliva Virgen y Virgen Extra envasados.
- Comercialización Agroalimentaria en el Sector Cooperativo Español: las estructuras de las cooperativas agrarias en el sector de la venta minorista, comercialización de la patata, comercialización de los cereales, comercialización de vino embotellado y promoción y exportación de carne de porcino.
- Las PYMES Agroalimentarias en España.
- El Mercado del Plátano en España y Portugal.
- El Mercado del Plátano en la Unión Europea.
- Exportación de Productos Alimentarios Españoles.
- Tendencia del Consumo Español de los Productos de Casquería.
- Análisis de la Capacidad Instalada en el Sector de Transformados de la Pesca y la Acuicultura.
- El Medio Ambiente y la Industria de Transformados de la Pesca y la Acuicultura.