

El consumo de congelados en España aumentó un 3,5% en 2010

Según un estudio de Kantar Worldpanel, la demanda de productos congelados se incrementó el pasado año 4 puntos más en volumen que el consumo total de productos de Gran Consumo (-1,1%)

Un informe realizado por la consultora Kantar Worldpanel, presentado el pasado marzo en un webinar (seminario on-line), refleja un incremento del 3,5% en el consumo de alimentos congelados en España en 2010 (28.000 toneladas más), "un crecimiento importante que nos hace ver unas perspectivas favorables en el sector", señaló Pere Vives, director del área de Productos de Gran Consumo de Kantar Worldpanel. Este crecimiento en el consumo de congelados "vendría explicado en un 60% por un incremento en la compra media en cada uno de los

hogares y en un 40% por un mayor número de compradores" (tabla 1).

Ventas de congelado por tipo de producto

El mayor aumento de la demanda de congelados por tipo de producto lo registró la carne (tabla 2). "Sin el crecimiento del consumo de carne, el mercado de congelados hubiese crecido por debajo del 1% en vez del 3,5%", explicó Vives; "hay una tendencia ascendente y contundente en el consumo de esta variedad de producto, que es la que está dinamizando más el mercado del congelado". Por su parte, los platos elaborados registraron un importante

TABLA 1: CONSUMO DE PRODUCTOS CONGELADOS

	2010	2009	Var. 09/10
VOLUMEN TOTAL (tm)	832.000	804.000	3,5%
% PENETRACIÓN	99%	99%	0,3%
COMPRA MEDIA POR HOGAR (kg)	52	51	1,4%
GASTO MEDIO (€/año por hogar)	243	247	-2%

Fuente. Kantar-WorldPanel

incremento de la demanda el pasado año, mientras que las ventas en la categoría de pescados y mariscos disminuyeron.

Frecuencia de consumo

Según recoge el estudio, en el 64% por ciento de los hogares españoles se

consumen productos congelados semanalmente, con una frecuencia de "2,9 veces de las 14 posibles por semana" (14 es el resultado de multiplicar comida y cena por 7 días).

"Hay cabida para una mayor intensificación del consumo de congelados en el hogar en los próximos años. El crecimiento de este mercado no puede venir por una mayor penetración, ya que el 99% de los hogares ya compran congelados, pero sí claramente por una mayor frecuencia de consumo", afirmó Vives durante la presentación de los datos en el seminario 'on-line'.

La tabla 3 muestra la compra media y el consumo por tipo de consumidor. Según analizó Vives en su intervención, "en los hogares con hijos, aún siendo grandes consumidores por hogar (entre 55 y 70 kilos/año), todavía tenemos un

TABLA 2: COMPRA DE CONGELADOS POR TIPO DE PRODUCTO EN

	2010	Cuota 2009	Var en volumen (tm) 2010/2009
1/ PESCADO-MARISCO	38%	40%	-4%
2/ VERDURAS-HORTALIZAS	23%	23%	3,6%
3/ PLATOS ELABORADOS	11%	10%	6,7%
4/ CARNE CONGELADA	7%	5%	58,6%
5/ HELADOS	14%	14%	4,7%
6/ RESTO CONGELADOS	7%	8%	1,2%
TOTAL CONGELADOS	100%	100%	3,5%

1/ Pescado-Marisco: preparado/no preparado; granel/envasado: merluza, langostino, gambas, surimi, cefalópodos...

2/ Verduras-Hortalizas: granel/envasado: judías verdes, espinacas, guisantes, menestra, coliflor, patatas...

3/ Platos preparados: salteados, pizzas, albóndigas, arroces, canelones...

Fuente. Kantar-WorldPanel

crecimiento importante en consumo per cápita porque en parejas con hijos pequeños éste no llega a los 15 kilos, cuando el consumo medio en España es de 19 kilos por persona/año". Por ello, Vives considera que los hogares con hijos "posiblemente sean una de las vías a intensificar en términos de 'targeting' en consumo de productos congelados".

Venta de congelados por canal

El gráfico 1 refleja la cuota en valor de las ventas de congelados por canal en 2010. Vives señaló en este capítulo que "se está produciendo un trasvase de cuota del canal especialista (tienda de congelados) al supermercado". Este último ganó casi 4 puntos porcentuales en 2010, mientras que las tiendas de congelados perdieron más de 3 puntos. "Mercadona es realmente

TABLA 3: COMPRA MEDIA Y CONSUMO PER CÁPITA DE PRODUCTOS CONGELADOS SEGÚN TIPO DE CONSUMIDOR 2010

	Compra media (kg)	Consumo per cápita
JÓVENES INDEPENDIENTES	24,8	24,8
PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	42	21,2
PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	54,9	14,6
PAREJAS CON HIJOS EDAD MEDIA	70,5	17,8
PAREJAS CON HIJOS MAYORES	67,8	18,4
HOGARES MONOPARENTALES	59,3	19,3
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	51,7	22,9
ADULTOS INDEPENDIENTES	31,3	31,3
JUBILADOS	41,9	24
TOTAL ESPAÑA	41,9	24

Fuente. Kantar-WorldPanel

la que está incrementando la cuota del canal supermercado, ya que excluyendo el crecimiento (en ventas de congelados) registrado en esta cadena, el canal supermercado se mantendría en unos niveles similares a 2009 (en términos de cuota de congelados en valor sobre el total de ventas).

Marcas blancas

Según los datos que recoge el estudio, las ventas de congelados de marca de distribuidor aumentaron un 9,7%, mientras que las de fabricante se incrementaron levemente (0,3%). La cuota de congelados de marca blanca en volumen sobre el total de congelados también se incrementó (del 39,6% en

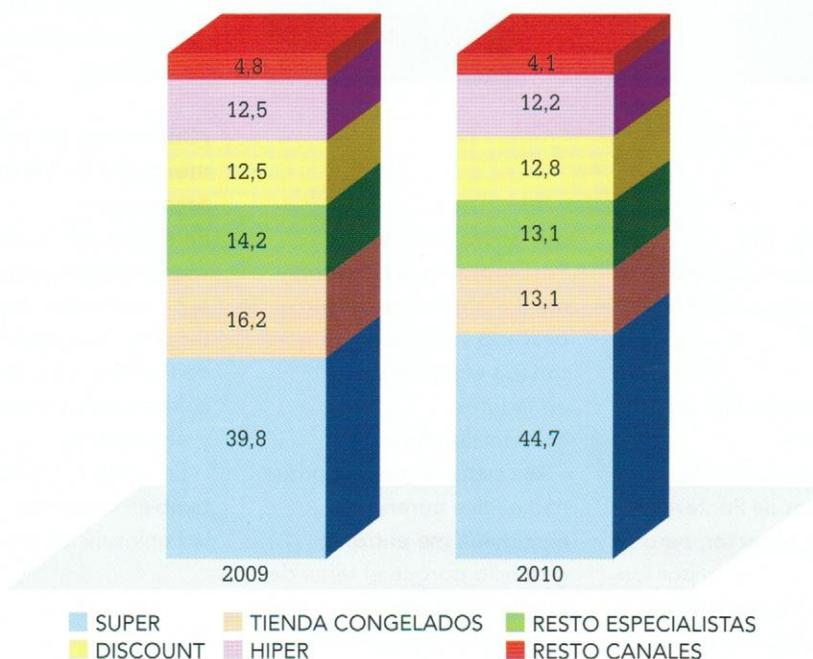
2009 al 42% en 2010). En contraste, la cuota de congelados de marca de fabricante perdió casi 2 puntos porcentuales en 2010, situándose en el 58%.

Consumo de congelados por Comunidades Autónomas

Andalucía (56 kg por hogar/año) y la Comunidad Valenciana (55 kg por hogar/año) son las dos regiones de mayor consumo de congelados y ambas registraron incrementos en sus niveles de consumo (2,6% y 4,4%, respectivamente).

El País Vasco (34 kg por hogar/año) y Galicia (46 kg por hogar/año) ocupan los dos últimos puestos en consumo de congelados, con una tendencia descendente: en el País Vasco las ventas se redujeron un 7,8% en 2010 y en Galicia un 6,5%, según los datos de Kantar Worldpanel. ■

GRÁFICO 1: CUOTA EN VALOR TOTAL CONGELADOS POR CANAL



Fuente. Kantar Worldpanel