

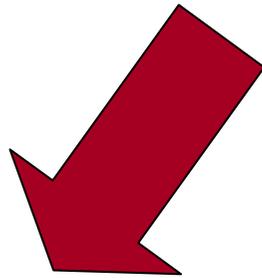


GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

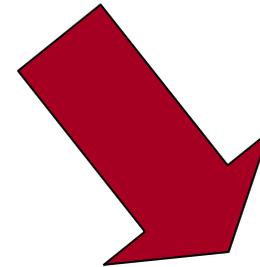
# CONSUMO EN NAVIDAD

## **Dos de los Estudios Realizados en el M.A.R.M.**



### **Panel de Consumo Alimentario**

**Estudio basado en  
compras realizadas por  
los Hogares**



### **Observatorio del Consumo y la Distribución Agroalimentaria**

**Estudio de opinión basado  
en apreciaciones del Consumidor  
y de los Distribuidores**



# METODOLOGÍA DEL PANEL DE CONSUMO ALIMENTARIO

## ◆ MUESTRA:

Panelizada de 6.000 Hogares entre 2000-05  
de 8.000 Hogares desde 2006

## ◆ SISTEMA DE COLABORACIÓN:

Apunte diario del consumo mediante lector óptico

## ◆ NÚMERO DE SEMANAS CONTROLADAS ANUALMENTE:

312.000 DE 2000 A 2005

416.000 DESDE 2006

Fuente: Panel de Consumo Alimentario



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

# METODOLOGÍA DEL OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

## INVESTIGACIÓN CUALITATIVA



A. **2** Reuniones de Grupo de 8 consumidores cada una  
El 15 de noviembre del 2007

## INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA



B. **500** Entrevistas telefónicas a responsables de realizar la compra de alimentación en los Hogares.  
**200 Entrevistas telefónicas** a Distribuidores .  
Noviembre 2007



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# EL CONSUMIDOR



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

**¿CÓMO AUMENTA EL GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVIDAD?**

**En Navidad, los HOGARES**

**se gastan un**

**30% MÁS**

**que la media mensual**

**del resto**

**del año**



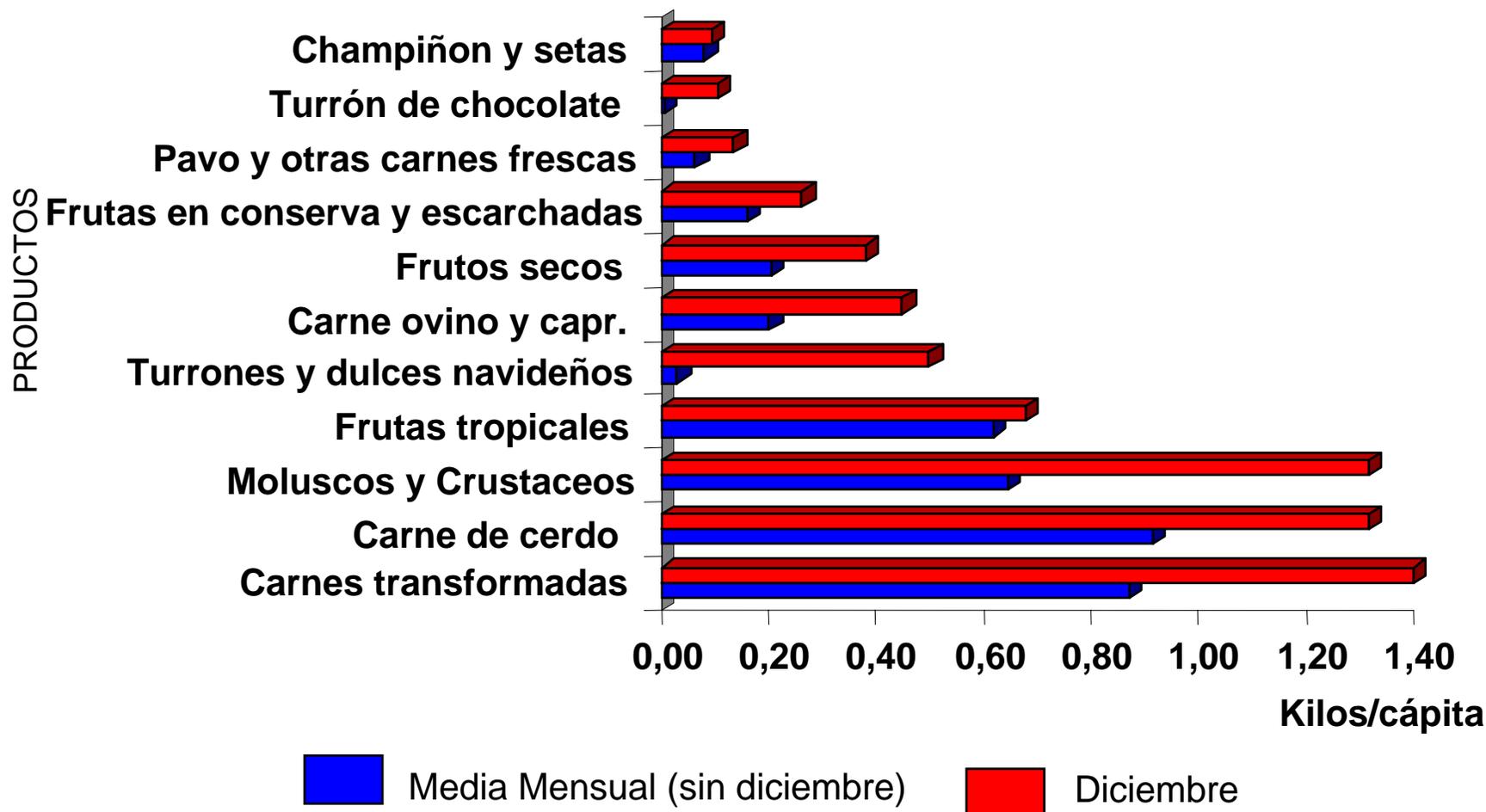
GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

*Panel de Consumo Alimentario*

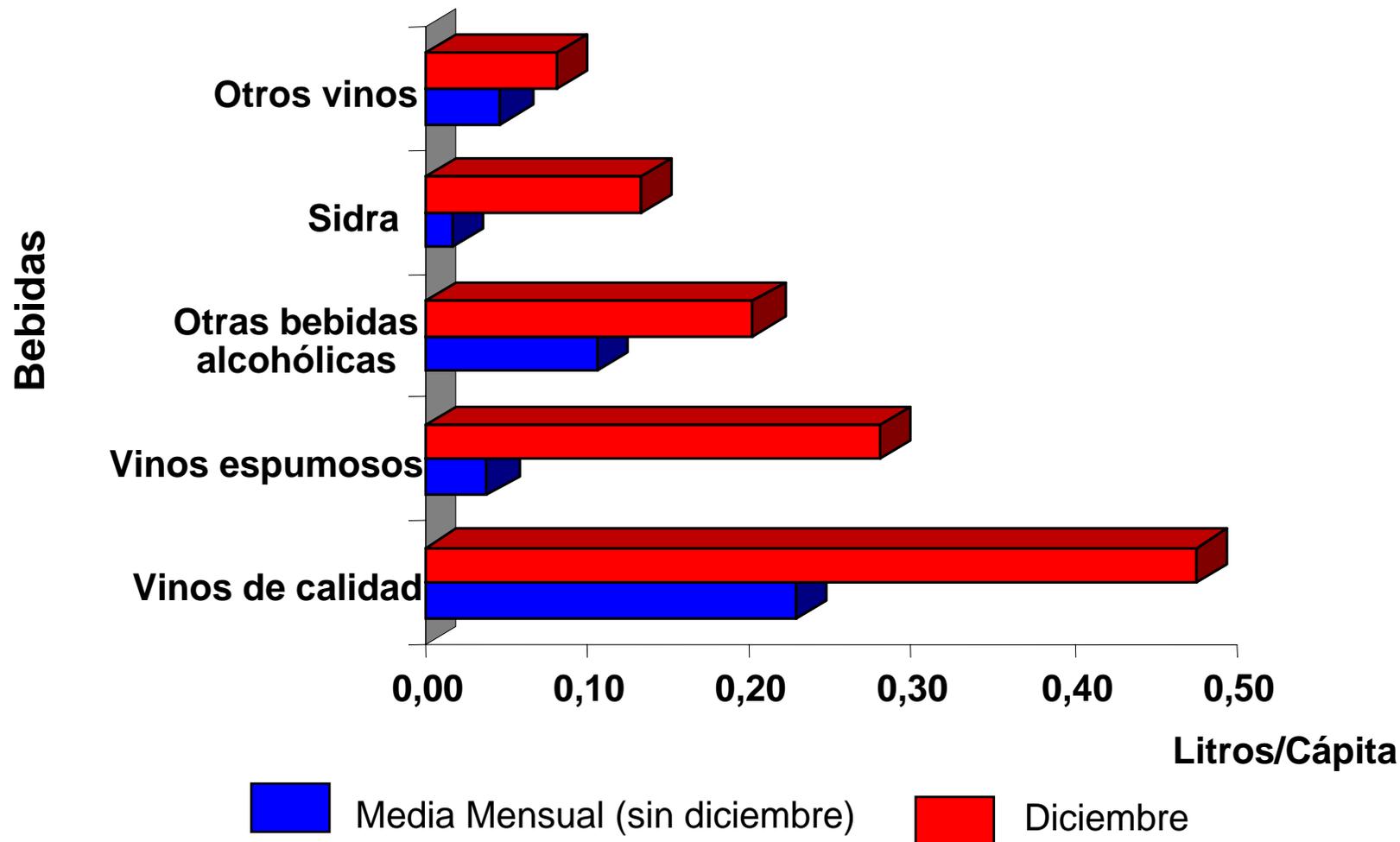
# PRODUCTOS QUE MÁS AUMENTAN PROPORCIONALMENTE SU CONSUMO EN NAVIDAD: TURRONES, OVINO/CAPRINO, MARISCO Y PAVO

Consumo per cápita mensual dentro de los HOGARES. Año 2007



# BEBIDAS QUE MÁS AUMENTAN PROPORCIONALMENTE SU CONSUMO EN NAVIDAD: CAVAS/ESPUMOSOS, SIDRA Y VINOS CON D.O.

Consumo per cápita mensual dentro de los HOGARES. Año 2007



# LA MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES HACEN LAS COMPRAS DE NAVIDAD EN VARIOS DÍAS, PREFERIENDO LOS DÍAS ENTRE SEMANA

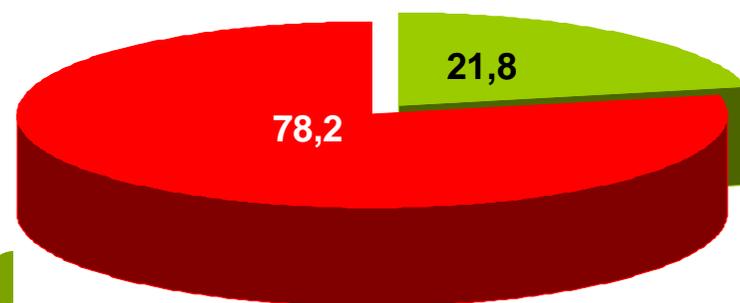
%

Consumidores

Base: 500

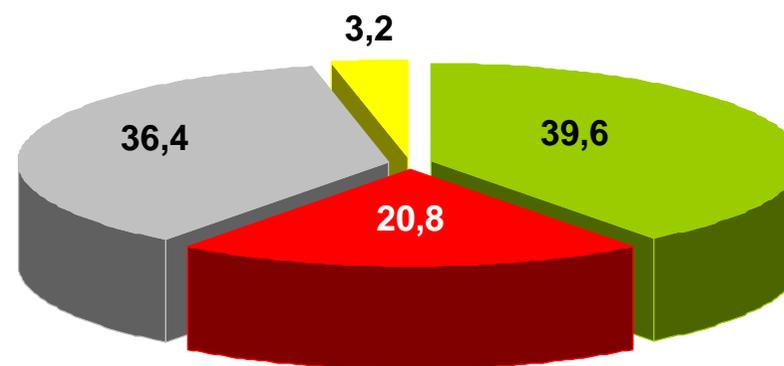
Resultados 2007

¿Acostumbra a comprar todos los alimentos que consumirá durante las fiestas en un solo día (una compra grande), o reparte la compra en varias veces?



■ Compra en un solo día ■ Compra varios días

Estas compras las realiza:



■ Entre semana ■ Fines de semana  
 ■ Indistintamente entre semana o fines de semana ■ El día de las fiestas (23/12, 30/12, etc)

Histórico	Resultados 2006	Resultados 2005	Resultados 2004
Compra en un solo día	18,4	13,4	18,3
Compra en varios días	81,6	86,6	81,7



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

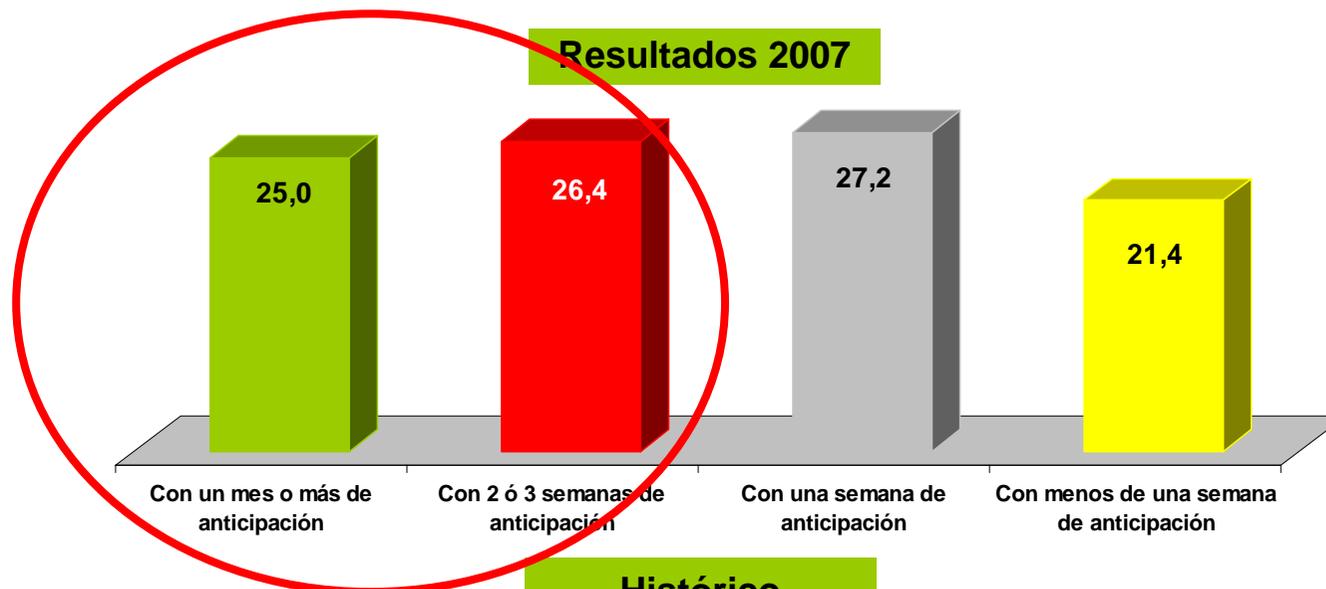
# 5 DE CADA 10 CONSUMIDORES REALIZAN LAS COMPRAS DE NAVIDAD CON UNA ANTELACIÓN MÍNIMA DE 2 SEMANAS

%

Consumidores

Base: 500

¿Con cuánta anticipación realiza la compra de alimentos para las Navidades?



## Histórico

	Resultados 2006	Resultados 2005	Resultados 2004
Con un mes o más de anticipación	11,0	11,6	7,2
Con 2 ó 3 semanas de anticipación	29,6	32,6	15,3
Con una semana de anticipación	36,4	32,4	35,3
Con menos de una semana de anticipación	23,0	23,4	42,2



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# EL COCHE ES EL MEDIO DE TRANSPORTE PREFERIDO PARA REALIZAR LAS COMPRAS NAVIDEÑAS

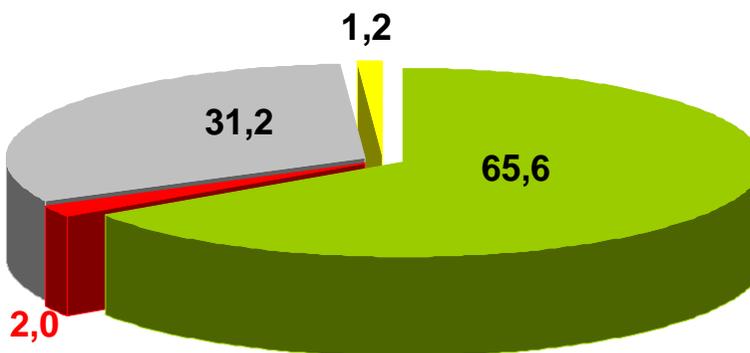
Consumidores

Base: 500

%

¿Qué transporte suele utilizar para realizar las compras de Navidad de alimentación?

Resultados 2007



■ Coche ■ Transporte público ■ A pie ■ Otros

Histórico

	Resultados 2006	Resultados 2005	Resultados 2004
Coche	62,0	59,8	61,4
Transporte Público	3,2	2,2	2,4
A Pie	33,4	37,2	35,5
Otros	1,4	0,8	0,8



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# SÓLO EL 11,6 % DE LOS ENTREVISTADOS UTILIZA EL SERVICIO A DOMICILIO

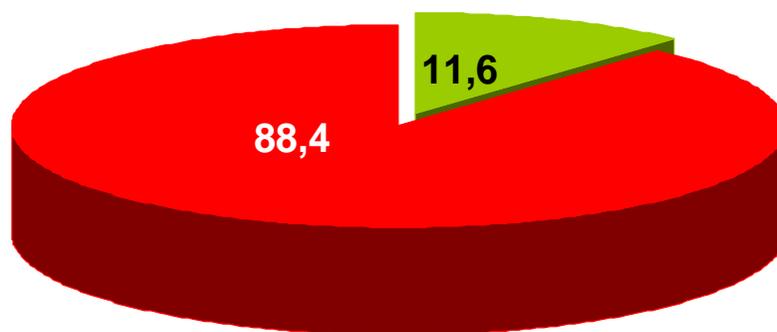
Resultados 2007

Consumidores

Base: 500

%

¿Y para sus compras de productos alimenticios de Navidad ¿acostumbra a utilizar el servicio de entrega a domicilio?



■ SI ■ NO

Histórico

	SI
Resultados 2006	12,0
Resultados 2005	13,6
Resultados 2004	11,6



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# CASI LA MITAD DE LOS ENTREVISTADOS ACOSTUMBRAN A COMPRAR PRODUCTOS FRESCOS PARA CONGELARLOS Y CONSUMIRLOS EN NAVIDAD

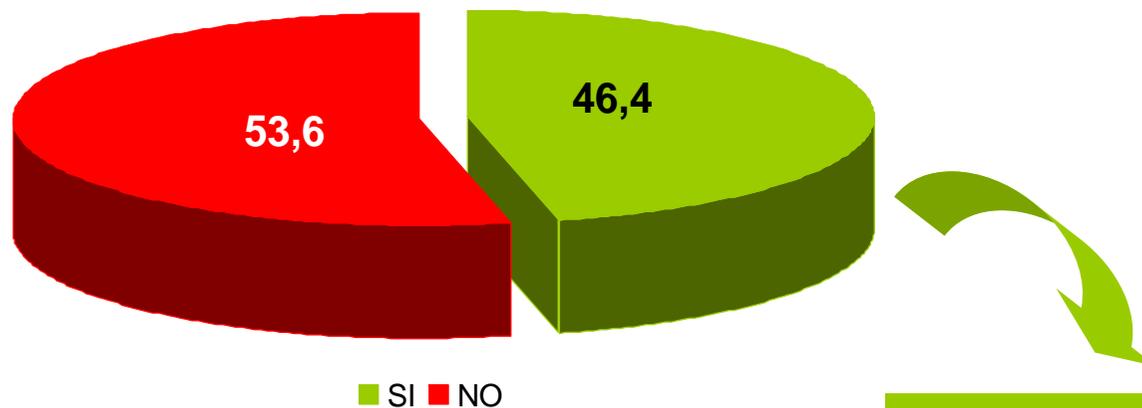
Consumidores

Base: 500

%

¿Acostumbra a comprar productos de alimentación antes de las fechas para luego congelarlos?

Resultados 2007



Histórico

	SI
Resultados 2006	43,2
Resultados 2005	50,6
Resultados 2004	34,3



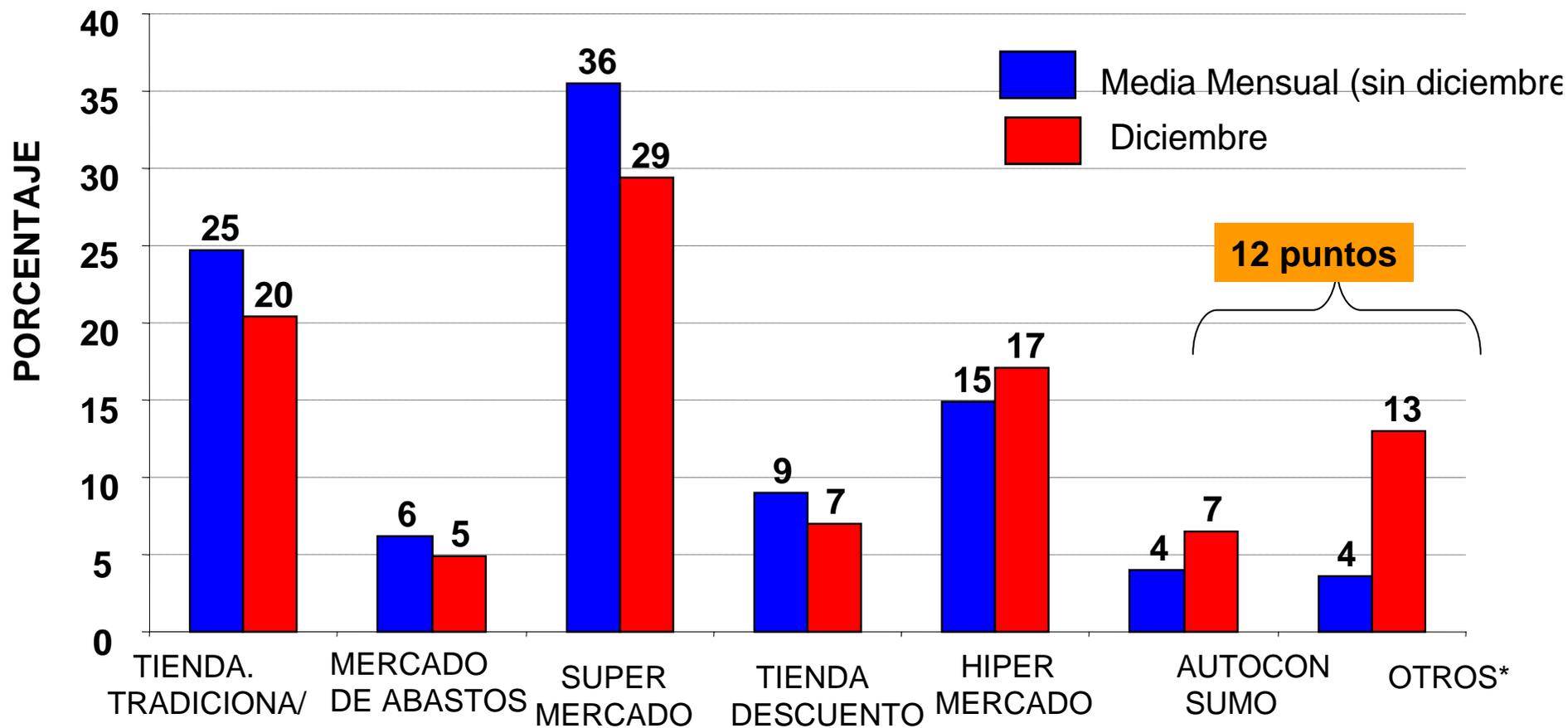
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# LOS CANALES NO CONVENCIONALES DE DISTRIBUCIÓN AUMENTAN 12 PUNTOS SU CUOTA DE MERCADO EN LA VENTA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN DICIEMBRE

Cuota de Mercado en Volumen de la venta de Productos Navideños \*\*. Año 2007



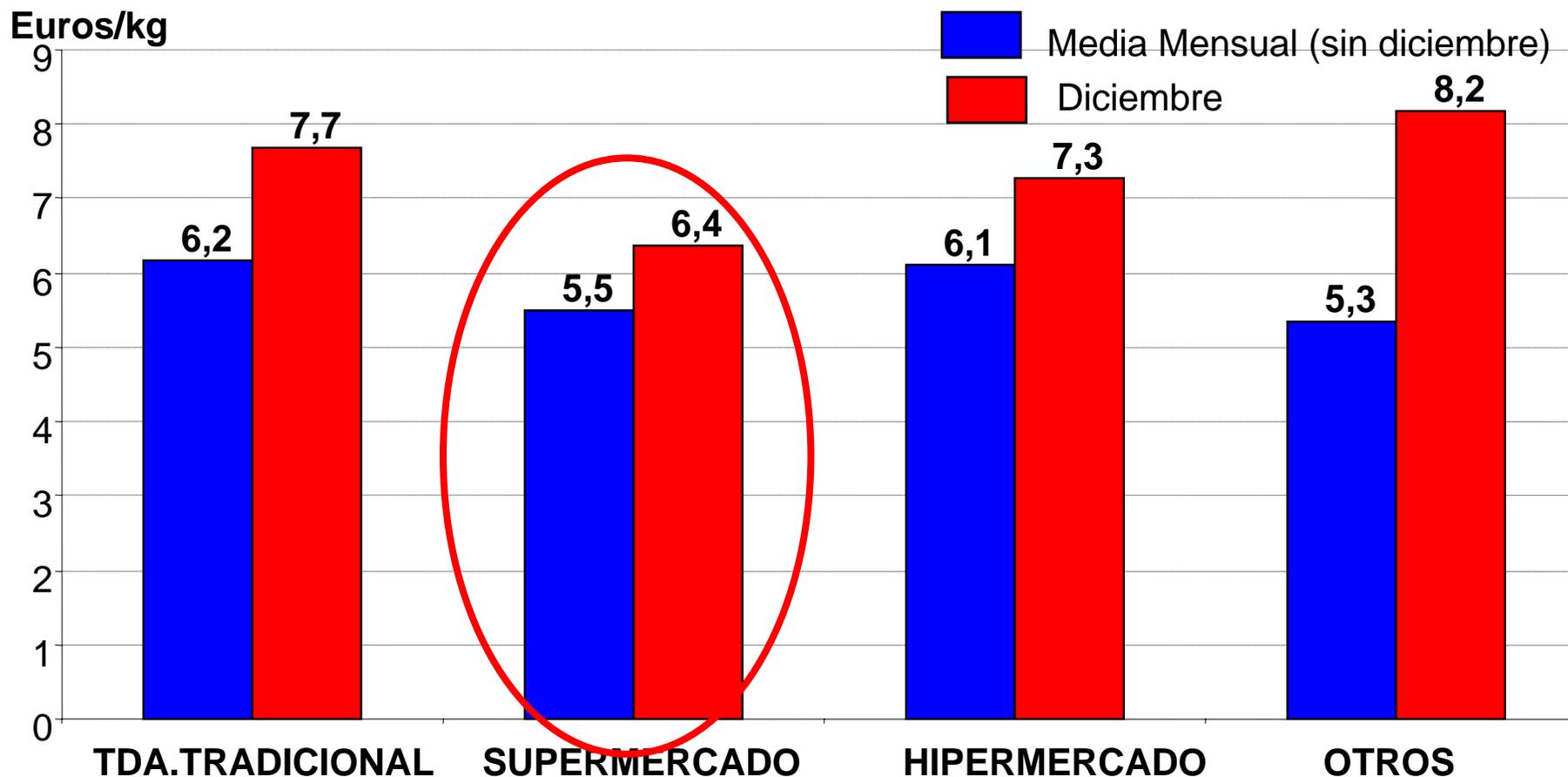
\* "OTROS": Compra directa al productor, a la industria, por internet, por catálogo, regalos, etc.

\*\* PRODUCTOS NAVIDEÑOS: turrónes, carne transformada, c. ovino/caprino, pavo, marisco, frutos secos, frutas tropicales, champiñones/setas, cavas, sidras, vinos de D.O y, bebidas espirituosas



# LOS SUPERMERCADOS PRESENTAN EL MENOR INCREMENTO DE PRECIOS EN LA VENTA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN DICIEMBRE

## Precio Medio de los Productos Navideños \*\*. Año 2007



\* "OTROS": Compra directa al productor, a la industria, por internet, por catálogo, regalos, etc.

\*\* PRODUCTOS NAVIDEÑOS: turrónes, carne transformada, c. ovino/caprino, pavo, marisco, frutos secos, frutas tropicales, champiñones/setas, cavas, sidras, vinos de D.O y, bebidas espirituosas



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

# CASI LA CURTA PARTE DE LA POBLACIÓN DECLARA COMPRAR DIRECTAMENTE AL PRODUCTOR. EN MAYOR PORPORCIÓN EN LAS CIUDADES PEQUEÑAS

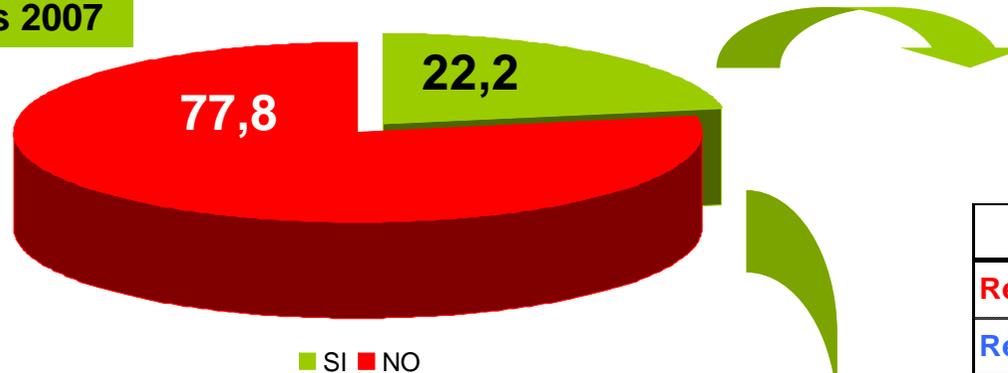
Consumidores

Base: 500

%

Y en esta época ¿acostumbra a comprar directamente al productor/agricultor/ganadero algún alimento (en criaderos, granjas, etc.) ?

Resultados 2007



Histórico

	SI
Resultados 2006	18,8
Resultados 2005	14,6
Resultados 2004	19,1

Resultados 2007 por hábitat

	SI
Menos de 10.000 habitantes	24,5
Entre 10.001 y 50.000 habitantes	25,6
Entre 50.001 y 100.000 habitantes	19,0
Más de 100.000 habitantes	19,7



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# CASI 3 DE CADA 10 CONSUMIDORES ACUDEN A LAS TIENDAS DE DELICATESSEN EN NAVIDAD. EN MAYOR MEDIDA EN LAS CIUDADES GRANDES

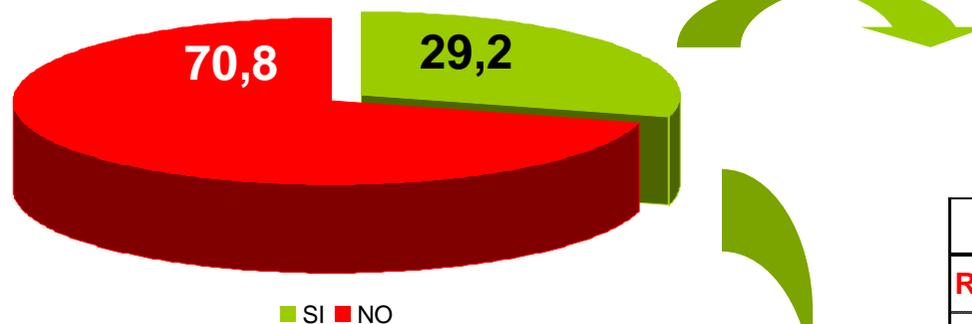
Consumidores

Base: 500

%

En Navidad ¿compra algún alimento o bebida en tiendas delicatessen o zonas dedicadas a productos gourmet?

Resultados 2007



Histórico

	SI
Resultados 2006	26,2
Resultados 2005	23,2
Resultados 2004	23,3

Resultados 2007 por hábitat

	SI
Menos de 10.000 habitantes	20,0
Entre 10.001 y 50.000 habitantes	30,2
Entre 50.001 y 100.000 habitantes	32,8
Más de 100.000 habitantes	32,5



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

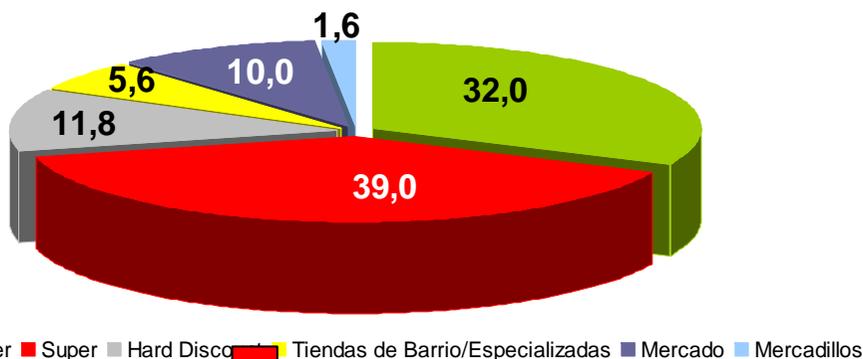
# EL CONSUMIDOR PIENSA QUE LOS MEJORES PRECIOS EN NAVIDAD LOS ENCUENTRA EN EL SUPERMERCADO

Consumidores

Base: 500

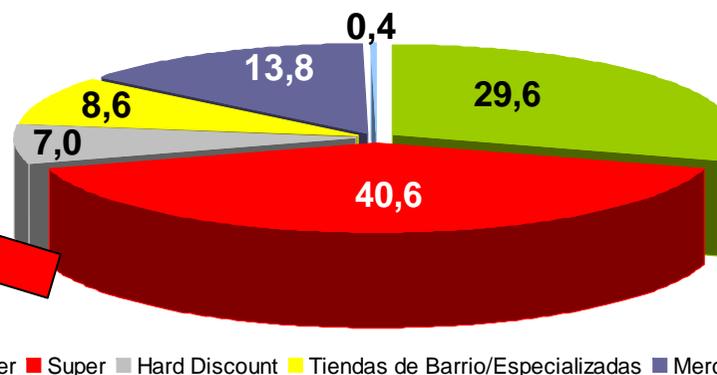
%

En navidades ¿en qué tipo de establecimiento encuentra los precios más baratos?



Resultados 2007

¿Y en qué tipo de establecimiento gasta más dinero a la hora de adquirir los productos de alimentación para preparar la cena de nochebuena, la comida de navidad, la cena de fin de año y la cena de Reyes?



**Ambas apreciaciones coinciden con los resultados obtenidos en el Panel de Consumidores**



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# MÁS DE LA MITAD DE LOS CONSUMIDORES COMPRAN EL MENÚ PROYECTADO AUNQUE HAYA UN AUMENTO DE PRECIOS

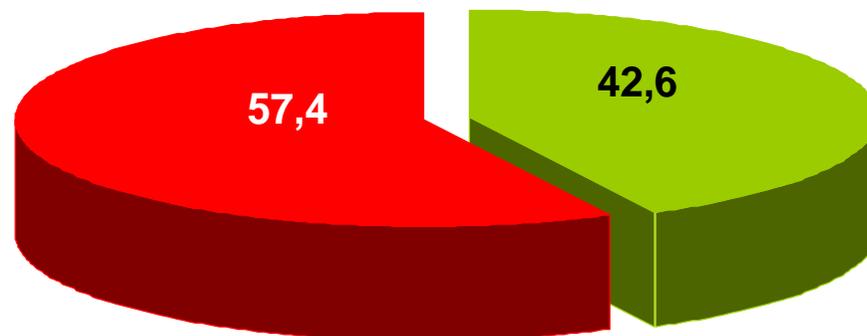
Consumidores

Base: 500

%

Ante los aumentos en los precios de los alimentos durante la época de Navidad, Ud ....

## Resultados 2007



- La mayoría de las veces modifica su compra, buscando productos alternativos
- La mayoría de las veces compra el producto que desea independientemente del precio

## Histórico

	Resultados 2006	Resultados 2005	Resultados 2004
La mayoría de veces modifica su compra, buscando productos alternativos	46,6	34,2	41,4
La mayoría de veces compra el producto que desea independientemente del precio	53,4	65,8	58,6



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

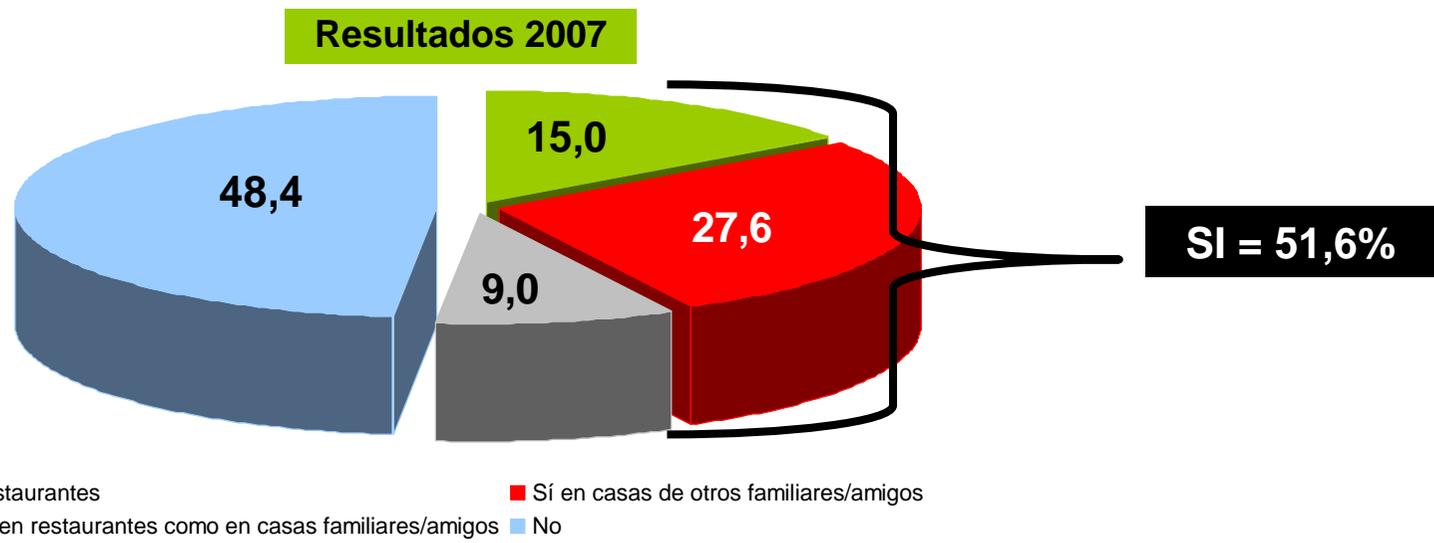
# MÁS DEL 50% DE LA POBLACIÓN SALE A COMER/CENAR FUERA DE LA CASA EN LA ÉPOCA NAVIDEÑA. EN MAYOR PROPORCIÓN LOS JÓVENES

%

Consumidores

Base: 500

Durante la época navideña ¿acostumbra a realizar más comidas/cenas fuera de casa?



**Resultados 2007 según edad**

Edad	SI
20 - 35 años	66,7
36 - 45 años	66,9
56 - 65 años	54,5
Más de 65 años	34,0

**Histórico**

Año	SI
Resultados 2006	48,2
Resultados 2005	46,2
Resultados 2004	55,8

# EL DISTRIBUIDOR



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE MEDIO AMBIENTE  
Y MEDIO RURAL Y MARINO

# DE NOTABLE CALIFICAN LOS DISTRIBUIDORES LA ACEPTACIÓN DEL CONSUMIDOR DE LOS PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significa una aceptación muy baja y el 10 una aceptación muy alta, ¿cómo valoraría el nivel de aceptación por parte del consumidor ante estos productos típicamente navideños? (turrónes, marisco, mazapanes, etc.)

Distribuidores

Base: 200

Resultados 2007

7,2

ESCALA UTILIZADA



Histórico

Resultados 2006	7,5
Resultados 2005	7,4
Resultados 2004	6,9



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# AUNQUE SOLO EL 12% DE LOS CONSUMIDORES UTILIZAN EL SERVICIO A DOMICILIO 7 DE CADA 10 DISTRIBUIDORES LO OFERTAN EN SUS ESTABLECIMIENTOS

¿Es importante para sus clientes el hecho de que puedan utilizar en su establecimiento durante estas fechas los siguientes servicios?

Base: 200

%

Distribuidores

## Histórico

Resultados 2007	SI	NO	Histórico		
			Resultados 2006	Resultados 2005	Resultados 2004
PAGAR CON TARJETA	76,5	23,5	76,3	81,9	73,0
SERVICIO A DOMICILIO	77,3	22,7	78,6	79,3	73,0
REALIZAR PEDIDOS/ COMPRAS POR TELÉFONO	65,0	35,0	79,0	75,2	75,0

(\*) La tabla refleja la información del SI



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

# LOS DISTRIBUIDORES DE TIENDA TRADICIONAL VEN COMO SUS GRANDES COMPETIDORES A LOS HIPERMERCADOS

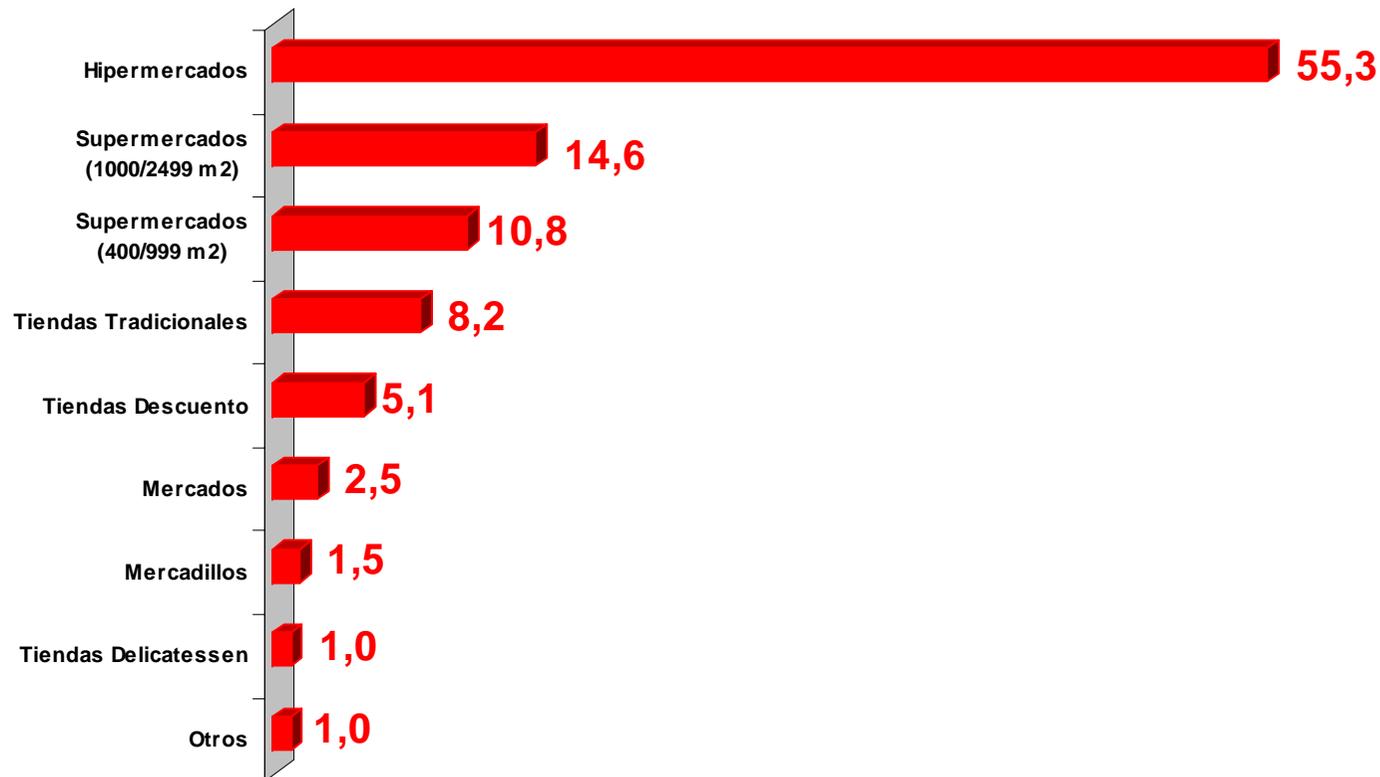
Resultados 2007

Distribuidores

Base: 200

%

Entre todos los canales que le voy a leer dígame cuál considera que es para Ud. su principal competidor en época de Navidades



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

El Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria