

Documentos Técnicos de Salud Pública

Estructura de la Industria Alimentaria y las Tendencias del Consumo en la Comunidad de Madrid

Base para la Realización de Estudios Sectoriales

Documentos Técnicos de Salud Pública

Estructura de la Industria Alimentaria y las Tendencias del Consumo en la Comunidad de Madrid

Base para la Realización de Estudios Sectoriales



PRESENTACIÓN

La Consejería de Sanidad y Consumo ha aprobado recientemente el Plan Integral de Alimentación y Nutrición de la Comunidad de Madrid. Este Plan constituye una estrategia alimentaria planificada para el periodo 2005-2008, cuyo objetivo es garantizar una alimentación segura, saludable y de calidad en nuestra Comunidad.

En él se contemplan todas aquellas acciones encaminadas a reforzar la seguridad alimentaria, fomentar hábitos saludables que mejoren la situación nutricional de la población, promover la calidad alimentaria en la Comunidad de Madrid y vigilar desde la prevención, todos aquellos factores inductores del fraude alimentario.

La Comunidad de Madrid, cuenta en la actualidad con importantes estructuras y programas dedicados a la seguridad alimentaria, que deben reforzarse siguiendo un planteamiento integral desde la producción primaria hasta el consumidor final.

Por otra parte, es necesario poner en marcha acciones dirigidas a promocionar una alimentación saludable, mediante la información y formación de la población sobre los objetivos nutricionales, así como a promocionar la calidad y reforzar la prevención y vigilancia del fraude alimentario.

En este sentido, las actuaciones requieren disponer de un mayor conocimiento del consumo de alimentos en nuestra región y de los sectores con mayor trascendencia en nuestra alimentación.

Este estudio se ha realizado con la finalidad de conocer la dimensión de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid con respecto al conjunto nacional, así como la estructura de la distribución y comercialización de alimentos, los hábitos alimentarios, las pautas de conducta y las tendencias de consumo de éstos en la región.

Además constituye el punto de partida para la realización de otros estudios, con el fin de profundizar en el conocimiento de los diferentes sectores y potenciar todas aquellas actuaciones, que permitan mejorar la calidad de los productos alimentarios y proporcionar las máximas garantías al consumidor de la Comunidad de Madrid.

Manuel Lamela Fernández
*Consejero de Sanidad y Consumo
de la Comunidad de Madrid*

Índice

4	I. Introducción
6	II. Dimensión de la Industria Agroalimentaria de la Comunidad de Madrid
11	III. La estructura global de la Venta y Distribución de Alimentos en la Comunidad de Madrid
12	1. El lugar de consumo de los alimentos
13	2. El lugar de compra de los alimentos
19	3. El Comercio exterior de alimentos en la Comunidad de Madrid
20	IV. La estructura y tendencia del consumo alimentario en la Comunidad de Madrid
27	V. Conclusiones

I. Introducción

El rasgo más significativo del mercado actual de los productos agroalimentarios es, sin lugar a duda, la creciente preocupación y exigencia de los consumidores respecto a la calidad y seguridad alimentaria de los productos que compra y consume.

El consumidor actual, cada vez mejor informado, exige saber lo que compra y tener la convicción de que adquiere realmente el producto que desea, por el cual acepta pagar un determinado precio, sin que, por tanto, pueda darse posibilidad alguna de que se le pueda vender "otra cosa" u otro producto.

Entre los objetivos prioritarios de la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Sanidad y Consumo, figura el aseguramiento integral de la calidad y seguridad de los alimentos que llegan a los ciudadanos. Para ello, cuenta con una importante estructura dedicada a la vigilancia y control de la seguridad alimentaria, impulsando paralelamente las actuaciones en materia de calidad alimentaria y de prevención de los posibles fraudes alimentarios.

Con este objetivo básico, la Dirección General de Salud Pública y Alimentación de la Consejería de Sanidad y Consumo, está trabajando para adquirir un conocimiento más profundo del consumo de alimentos en la región, y así identificar alternativas de actuación que permitan ampliar y complementar las garantías en materia de control de los alimentos que ya están a disposición de los consumidores madrileños, buscando nuevos sistemas o instrumentos que protejan e informen a dicho consumidor en su decisión de compra y en el proceso de elección de los productos alimenticios.

La información relativa a la estructura industrial, la venta y la distribución de alimentos en la Comunidad de Madrid se ha obtenido de estudios y publicaciones sectoriales. El estudio de la Alimentación en España a través del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA) correspondiente a los años 2002 y 2003, ha permitido obtener información relativa a las cantidades que compran los españoles y más específicamente los madrileños, cuál es el gasto en alimentación, en qué tipo de establecimientos se compran los alimentos y las tendencias en el consumo. Para completar algunos de estos aspectos se ha recurrido a la consulta de publicaciones de diferentes organismos (Instituto Nacional de Estadística, Instituto Español de Comercio Exterior, etc...).

El análisis realizado en este estudio, por tanto, constituye el punto de partida para la realización de otros trabajos que permitan conocer las características, circunstancias y tendencias de los distintos **sectores agroalimentarios** de forma que se puedan identificar nuevos sistemas de intervención que permitan incrementar la protección e información del consumidor en nuestra Comunidad, proporcionándole mayor garantía y confianza en el consumo de alimentos.

El desarrollo de esta actividad comenzará con el estudio de dos grandes sectores: **Lácteo y Cárnico**, considerados prioritarios por su gran importancia en la economía y en el consumo, y deberá extenderse en el futuro a otros sectores alimentarios, lo cual permitiría ampliar y consolidar los resultados, conclusiones y propuestas de los planteamientos alcanzados hasta ahora.

Todas las actuaciones de la Administración Autonómica orientadas en esta línea, deben contemplarse de **forma integral**, dentro de una misma estrategia de protección y apoyo al consumidor, y con el objetivo de proporcionarle una alimentación segura, saludable y de calidad, tal y como ha quedado plasmado en la reciente aprobación del Plan Integral de Alimentación y Nutrición de la Comunidad de Madrid.



II. Dimensión de la Industria Agroalimentaria de la Comunidad de Madrid

La Comunidad de Madrid, por su elevado volumen de población (5.718.942 habitantes en el 2003) y su potente sector HORECA (1) (hostelería, restauración, catering), se caracteriza por ser una gran compradora de productos alimenticios, puesto que su propia industria alimentaria no puede atender toda la demanda de alimentos proveniente de tan amplio colectivo de consumidores, aun a pesar de ser fuerte y diversificada.

Por tanto, es muy importante conocer bien en qué sectores hay un mayor o menor grado de desarrollo en la producción de alimentos en la propia Comunidad de Madrid, para así identificar los sectores donde se generan mayores flujos de incorporación de alimentos, ya que esta circunstancia condicionará u orientará la fijación de prioridades en las nuevas líneas de intervención en materia de calidad, seguridad y fiabilidad alimentaria.

Nuestra región cuenta con 179 municipios y ocupa una superficie de 8.028 Km.², pero tan solo cerca de 230.000 Ha. se consideran como tierras de cultivo. La contribución del sector agrario al Producto Interior Bruto (PIB) de la región no supera el 0.5%, lo que demuestra el escaso peso relativo que en la economía madrileña tiene dicho sector y que hace que la inmensa mayoría de las materias primas incorporadas a los ali-

mentos consumidos por los madrileños proceda de otras regiones.

En la Comunidad de Madrid el número de industrias agroalimentarias es de 1.637 (el 6% del conjunto de las cerca de 27.000 industrias existentes), con 24.445 empleados (el 9.1% del empleo industrial) y una cifra de negocio del orden de los 5.040 millones de euros (un 9.5% de las ventas de productos industriales). No obstante, al igual que ha ocurrido, en general, con el conjunto de la industria alimentaria española, se viene asistiendo a un lento pero continuado proceso de reducción de la estructura empresarial.

En nuestra región se asientan el 4.8% de las empresas alimentarias de España y el 4.3% de los locales industriales del sector. Se trata de porcentajes poco coherentes con el porcentaje de población madrileña respecto al total nacional (el 13,4%) aunque, en todo caso, superior a los porcentajes de disponibilidad de materia prima agraria anteriormente destacados. Sin embargo, ambos datos demuestran una vez más el especial modelo de **autoabastecimiento alimentario** de nuestra Comunidad y su indudable influencia en los procedimientos y sistemas necesarios para garantizar la calidad de los productos alimentarios.

Cuadro 1

INDUSTRIAS ALIMENTARIAS COMUNIDAD DE MADRID/ESPAÑA					
	Ind. Alim. C. Madrid	Total Ind. C. Madrid	% Ind. Alim/ Total Industrias	Ind. Alim. España	% Ind. Alim. C. Madrid/ España
Cifra de Negocio (Millón)	5.040	52.869	9,5	77.362	6,5
Personas Ocupadas (nº)	24.445	269.072	9,1	373.019	6,6
Total Consumo (Millón)	2.852	30.926	9,2	50.215	5,7
Gastos de Personal (Millón)	706.000	8.584	8,2	8.953	7,9

Fuente: Elaboración a partir de Encuentro Industrial de Empresas 2003 (INE/ BASE)



(1) Los datos referidos a Horeca y obtenidos del MAPA incluyen también la información sobre Instituciones.

En los Cuadros 2 y 3 se detalla la configuración de la estructura industrial y empresarial de la Comunidad de Madrid por grandes sectores productivos, indicando en cada caso tanto el número de empresas como la cifra de negocio, comparando todo ello con el conjunto de la industria nacional.

El análisis de la cifra de negocio de los diferentes sectores pondría de relieve el mayor peso específico de alguno de ellos como: **agua embotellada y bebidas no alcohólicas, panadería y bollería, leche y productos lácteos e industrias cárnicas**, debido en parte a la ubicación en la Comunidad de Madrid de las sedes centrales

de algunos importantes grupos alimentarios operativos en tales sectores, aunque con fábrica y aprovisionamiento, en su mayoría, fuera de la Comunidad.

Por último, hay que destacar que la Comunidad de Madrid cuenta con 16 tipos de productos diferenciados o protegidos por su origen o calidad (Cuadro 4); sin embargo, el peso específico de este tipo de productos es pequeño frente al enorme número de productos con el que se enfrenta el consumidor de nuestra región, en función de la denominación, marca, empresa, etc.

Cuadro 2

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID Y COMPARACIÓN CON EL CONJUNTO DE ESPAÑA (Nº de empresas)			
Sectores Principales	C. Madrid	Total España	% C. Madrid / España
Industrias Cárnicas	284	4.567	6,2
Transformación de pescado	45	776	5,8
Conservas de frutas y hortalizas	23	655	3,5
Grasas y aceites (vegetales y animales)	57	1.754	3,2
Industrias lácteas	69	1.695	4,1
Productos molinería	28	926	3,0
Productos alimentación animal	44	977	4,5
Pan, pastelería y galletas	548	12.522	4,4
Azúcar, chocolate y confitería	49	1.062	4,6
Otros productos diversos	316	3.719	8,5
Vinos	137	4.065	3,4
Otras bebidas alcohólicas	10	652	1,5
Aguas y bebidas no alcohólicas	27	462	5,8
Total industria alimentaria	1.637	33.832	4,8
Total industria	26.780		

Fuente: Cuadernos de Información Económica sobre la Industria Agroalimentaria Española. Año 2002 (MAPA/ DIRCE)

Cuadro 3

CIFRAS DE NEGOCIO DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID Y SU COMPARACIÓN CON EL CONJUNTO DE ESPAÑA (Millones de Euros)			
Sectores Principales	C. Madrid (*)	España	% C. Madrid / España
Industria Cárnica	1.080	14.895	7,3
Productos de la pesca	79	3.790	2,1
Preparaciones y transformados hortofrutícolas	120	5.590	2,1
Grasas y aceites	37	6.063	0,6
Industrias lácteas	738	8.062	9,2
Molinería y derivados	70	2.665	2,6
Alimentación animal	320	7.648	4,2
Panadería y bollería	710	5.643	12,6
Azúcar, cacao y chocolate	68	3.197	2,1
Otros productos alimentarios	376	4.264	9,3
Bebidas alcohólicas	378	9.326	4,1
Agua y bebidas no alcohólicas	1.064	4.906	21,7
Tabaco	-	1.311	-
Total	5.040	77.362	6,5

Fuente: Elaboración a partir de Informes del MAPA, FIAB y MERCASA. Año 2003

(*) Los datos correspondientes a las Industrias Alimentarias de la Comunidad de Madrid son estimación para el 2003 elaborados a partir de las magnitudes señaladas por MAPA correspondientes a 2002 y teniendo en cuenta los datos de la Encuesta Industria del MAPA de 2003



Cuadro 4

DISTINTIVOS DE CALIDAD	
Denominaciones de origen	Denominaciones de calidad
Vinos:	Aceitunas de mesa:
<ul style="list-style-type: none"> ● Vinos de Madrid 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aceitunas de Campo Real
Indicaciones geográficas protegidas	Label de calidad "Alimentos de Madrid"
Carnes:	
<ul style="list-style-type: none"> ● Carne de la Sierra de Guadarrama 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aceite de Oliva Virgen ● Ajo blanco de Chinchón
Indicaciones Geográficas	
Bebidas Espirituosas	
<ul style="list-style-type: none"> ● Chinchón 	<ul style="list-style-type: none"> ● Espárragos de Aranjuez ● Hortalizas de Madrid ● Huevos de Madrid ● Miel de la Sierra de Madrid ● Melones de Villacanejos ● Queso de cabra de Madrid ● Queso puro de oveja de Madrid ● Leche pasteurizada de Madrid ● Legumbres secas: Garbanzos y lentejas de Madrid
Agricultura Ecológica	
<ul style="list-style-type: none"> ● Comité de agricultura ecológica de la Comunidad de Madrid 	

III. La estructura global de la venta y distribución de alimentos en la Comunidad de Madrid

Son muy diferentes y extraordinariamente numerosas las alternativas con que cuenta el consumidor para adquirir o consumir alimentos; y aunque no es fácil encontrar información, completa y fiable, de todas ellas, sin embargo es necesario avanzar cada vez más en su conocimiento, para poder identificar líneas de actuación que permitan mejorar la transparencia del consumo alimentario.

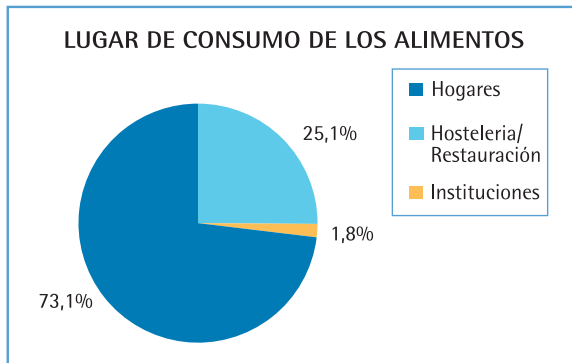
Cuadro 5

DIFERENTES ALTERNATIVAS DE ADQUISICIÓN / CONSUMO DE ALIMENTOS
a. Lugar del Consumo de los alimentos
<ul style="list-style-type: none"> ● En el hogar ● En hostelería/restauración/ instituciones
b. Tipologías de circuitos o modelos de acceso a los alimentos
<ul style="list-style-type: none"> ● Mayorista ● Minorista ● Autoconsumo (directo o indirecto)
c. Canales de distribución minorista (lugares de compra)
<ul style="list-style-type: none"> ● Supermercados ● Autoservicios y tiendas descuento ● Tiendas tradicionales ● Otros canales (economatos, cooperativas, mercadillos, venta domiciliaria, regalos, adquisición directa a productores / almacenistas, etc.)

1. EL LUGAR DE CONSUMO DE LOS ALIMENTOS

En lo que se refiere al "lugar de consumo", y tomando como referencia las cifras que aporta el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA), relativas a la totalidad del consumo a nivel nacional y que reflejarían con mucha aproximación la realidad de la Comunidad de Madrid, el 73,1% del gasto total en alimentación se realiza en los Hogares, el 25,1 % en Hostelería-Restauración y un 1,8% en Instituciones.

Gráfico 1



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003

Lógicamente, estos porcentajes varían según las diferentes líneas de productos, siendo especialmente importante el consumo, a través del canal Horeca (Hostelería, Restauración, Catering), de algunos productos alimenticios tales como:

Cuadro 6

CONSUMO A TRAVÉS DE CANAL HORECA	
Aceite de soja	95%
Cerveza	74%
Vinos VCPRD (*)	70%
Mantequilla	65%
Leche Pasteurizada	64%
Patatas congeladas	58%
Café e infusiones	56%
Vinos (todos los tipos)	56%
Carne Congelada	48%
Aceite de Girasol	44%

(*) Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas

El consumo en el sector de restauración ha crecido fuertemente en la última década, hasta el punto de que los expertos coinciden en señalar que a corto plazo el consumo de alimentos "fuera de casa" llegará a representar cerca de un 33% del gasto de las familias en alimentación y bebidas, lo cual supone no sólo un extraordinario impacto económico y factor de cambio, sino también una importante exigencia de innovación en el enfoque de las políticas y estrategias de evaluación y control de la seguridad y de la calidad del consumo.

Actualmente, la Comunidad de Madrid cuenta con 30.085 bares y cafeterías, pertenecientes a 20.834 empresas de restauración diferentes y 6.330 restaurantes pertenecientes a 5.233 empresas distintas, representando entre todos ellos un 11,9% del total de establecimientos de este tipo en el conjunto nacional.



Cuadro 7

	Nº Bares y Cafeterías	Nº Restaurantes	Total Restauración
C. Madrid	30.085	6.330	36.415
España	240.032	65.269	305.301
% C.Madrid/España (Establecimientos)	12,5	9,7	11,9
% C.Madrid/España (Empresas)	11,0	10,0	10,9

Fuente: Distribución y Consumo (MERCASA) a partir de FEHR. Año 2002

Además, nuestra región cuenta con más de 70.000 plazas hoteleras, que con sus correspondientes ofertas de plazas de restauración representaría en torno al 5% del total nacional. Estos datos indican la importancia que tiene el sector de la restauración y hostelería en nuestra Comunidad

Sin embargo, frente a lo que podemos denominar "HORECA convencional" (restaurantes, bares, cervecerías, cafeterías, salones de banquetes, servicios de comedor en transporte, catering para instituciones, etc.), están implantándose nuevas tipologías (autoservicios, buffet, pizzerías, hamburgueserías, bocadillerías, restauración en servicios de carretera, vending, comida para llevar, etc.), en las que se espera que el sector de la restauración experimente un mayor proceso de expansión.



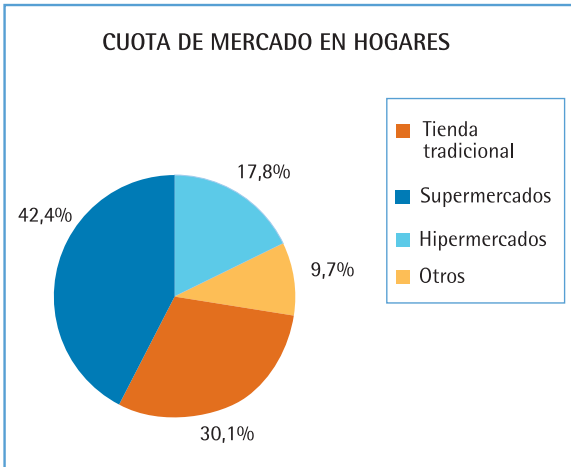
2. EL LUGAR DE COMPRA DE LOS ALIMENTOS

Al analizar la estructura de los "lugares de compra" de los consumidores madrileños, al igual que ocurría al analizar los "lugares de consumo", también es obligado tomar como mejor referencia para la Comunidad de Madrid los datos globales relativos al conjunto nacional y que aporta el MAPA. De esta forma, comprobamos que el 30,1% de las compras de los Hogares, expresada en porcentaje del valor, se efectúa en las Tiendas Tradicionales (0,8% menos que en el año 2002) y el 42,4% en Supermercados (0,1% más que el año 2002). En este último grupo se han incluido las compras en Autoservicios y en las Tiendas Descuento, que son

las que tienen pocas marcas y el 55% de los productos se corresponden con la marca blanca del establecimiento. Las compras en autoservicios y en tiendas descuento suponen un 8,7% del total.

Los Hipermercados comercializan el 17,8%, lo que ha representado un 0,1% más que el año 2002. El 9,7% de la cuota de ventas restante se reparte entre múltiples canales de distribución entre los que destaca la venta ambulante (1,3%) y la venta a domicilio (1,1%); también se incluye aquí el autoconsumo que es un 3,2% a escala nacional, pero que en la Comunidad de Madrid sería prácticamente irrelevante.

Gráfico 2



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.



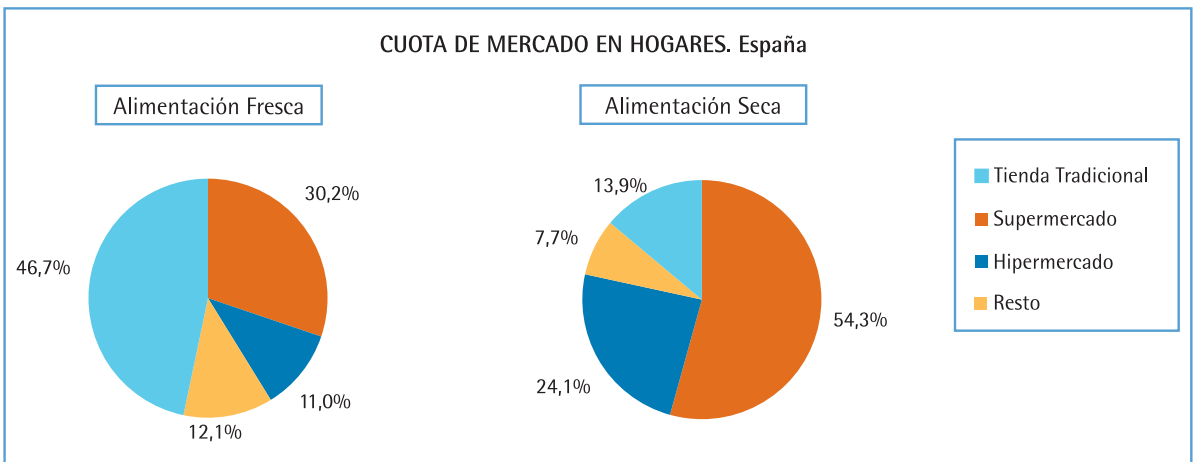
Obviamente, estos porcentajes varían en función del tipo de productos. Así, la compra en la tienda tradicional tiene una mayor implantación en productos perecederos como el pan (60%), productos hortofrutícolas frescos (entre un 41% y un 46%), productos de la pesca (43%) y carnes (38%).

del destino de la compra, de forma que en las compras realizadas en los hogares, la tienda tradicional sigue teniendo un peso importante en la **Alimentación Fresca**, representando un 46,7%, seguido de los supermercados con un 30,2%. Sin embargo en la **Alimentación Seca** la compra en los supermercados es mayoritaria, ocupando la tienda tradicional el tercer lugar con un 13,9%.

14

Estas variaciones, tal y como se observa en los siguientes gráficos, también son importantes en función

Gráfico 3

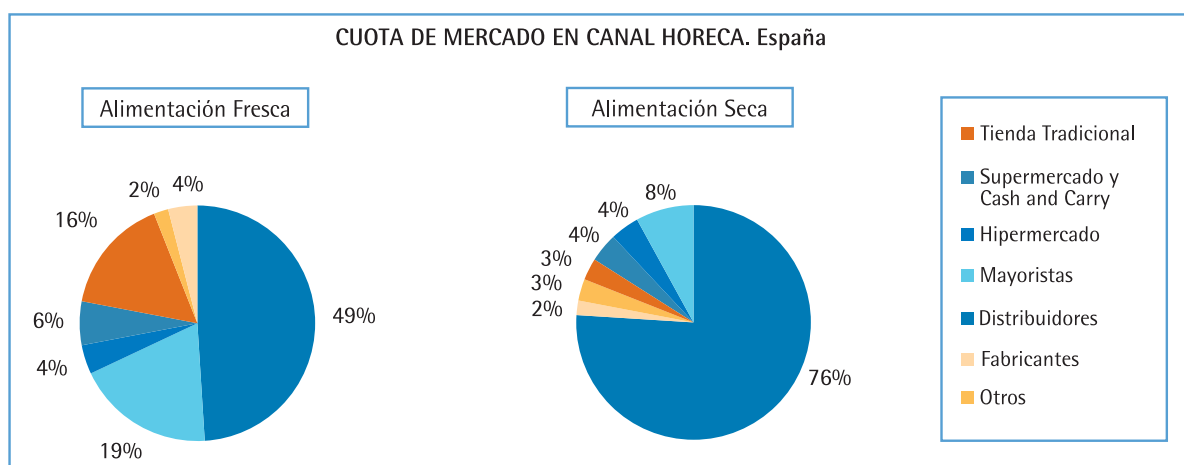


Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.

En cuanto a las compras efectuadas en el canal Horeca éstas se efectúan fundamentalmente a través de los Distribuidores, aunque el porcentaje es mucho mayor en la Alimentación Seca (76%) que en la Alimentación Fresca (49%). Todas las formas de comercialización, excepto los distribuidores, tienen una mayor cuota de mercado en la Alimentación Fresca que en la Alimentación Seca, siendo la diferencia más significativa en la tienda tradicional y en los mayoristas.



Gráfico 4



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.

En el caso concreto de la Comunidad de Madrid, existen 27.116 licencias para distribución y venta de alimentos (el 8.7% de todas las de España) y la superficie

de venta total de que dispone es de 1.437.967 m² (el 8.3% de la española). El reparto de estas licencias (o establecimientos de venta) se recoge en el siguiente cuadro:

Cuadro 8

	C. Madrid	España	% C. Madrid / España
Nº total licencias	27.116	311.680	8,7
Superficie venta (m ²)	1.437.967	17.325.000	8,3
Distribución Minorista Organizada			
Nº establecimientos	1.319	15.902	8,3
Superficie venta (m ²)	884.759	9.113.551	9,8
Tienda Tradicional (nº)	23.569	270.778	8,7
Comercio ambulante y mercadillo (nº)	2.228	25.000	8,9

Fuente: Elaboración a partir de informes de MERCASA y ALIMARKET. Año 2003.

Es indudable la enorme importancia y creciente implantación de la **Distribución Minorista Organizada**, donde se incluyen los hipermercados, los supermercados, los autoservicios y tiendas descuento, que representa en la región el 5% en número de establecimientos, el 62% de la superficie de venta y el **61% de la cuota de mercado**.

En este tipo de distribución, es importante destacar la elevada cuota de venta con que cuentan los hipermercados en la Comunidad de Madrid (más de un 24%, frente a algo más de un 16% de promedio nacional).



Cuadro 9

CUOTA DE MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA ORGANIZADA		
	Cuota de mercado (% España)	Cuota de mercado (% C. Madrid)
Hipermercado (> 2500 m ²)	16,4%	24,1%
Supermercado grande (1000 -2500 m ²)	27,4%	27,1%
Supermercado pequeño (400-1000 m ²)	29,4%	22,0%
Autoservicio (100-400 m ²)	13,0%	11,2%
Tiendas descuento	13,8%	14,6%

Fuente: Elaboración a partir de informes ALIMARKET. Año 2003.

Otro aspecto de gran importancia es la fuerte concentración de la Distribución Minorista Organizada, de forma que los diez primeros grupos empresariales controlan el 83% del total de la superficie de venta disponible para este tipo de distribución (unos 734.400 m²) y el 82% de los establecimientos (1.088 establecimientos). Cabe señalar lo siguiente:

- * Los dos mayores (CARREFOUR y AUCHAN) cuentan con capital francés (y representan el 33% del sector en Madrid)
- * Otros dos grupos (AHOLD y LIDL), con una cuota conjunta de distribución en la Comunidad de Madrid del 7%, son de capital holandés o alemán.
- * Otros tres grupos (MERCADONA, CAPRABO -con ALCOSTO- y UNIDE, dependiente de la central de compras de EROSKI), con una cuota conjunta de mercado del 20%, son filiales de grupos de distribución cuya matriz está en la Comunidad Valenciana, Cataluña y País Vasco.
- * Solo tres grandes grupos (EL CORTE INGLÉS, AHORRAMÁS e HIPERUSERA), con una cuota del 23%, serían grandes grupos de distribución, propios de la Comunidad de Madrid.

Cuadro 10

PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA ORGANIZADA EN LA COMUNIDAD DE MADRID				
Cadena	2003		1997	
	Nº Estab	m ² (000)	Nº Estab	m ² (000)
Carrefour	415	21.885	293	190
Gr. Caprabo (con Alcosto)	132	10.945	(*)	(*)
El Corte Inglés	51	8.786	9	656
Ahorramas	148	8.415	91	378
Auchan (con Sabeco)	29	7.108	41	1.055
Ahold	47	3.315	(*)	(*)
Hiper Usera -Gilarranz	37	3.325	16	0.3
Mercadona	29	3.214	12	134
Unide (con Eroski)	164	341	(*)	(*)
Lidl Supermercados	36	261	(*)	(*)
Resto	231	1.504	(*)	(*)
Total	1.319	88.475	909	7.093

(*) Magnitudes no comparables por cambios accionariales.
Fuente: FIAB y ALIMARKET

En cuanto a la **tienda tradicional**, aún tiene una cierta importancia en la venta de alimentos, representando entre un 27% y un 30% de la cuota de mercado en la Comunidad de Madrid y aunque se viene produciendo un descenso ininterrumpido en el número de estas tiendas, éste es menos significativo en la alimentación perecedera.

Aunque en este estudio se ha querido centrar la atención fundamentalmente en el consumo de los hogares y su correspondiente compra en los establecimientos minoristas, no debe olvidarse la enorme importancia que tiene el sector HORECA en nuestra región (32.046

licencias entre hoteles, restaurantes, cafeterías y bares, sin contar la estructura de empresas de catering y/o distribución de alimentos a instituciones). Estos colectivos normalmente se aprovisionan en el segmento del mercado mayorista madrileño el cual está liderado por MAKRO, seguido por HIPERUSERA, PUNTO CASH y otros, hasta completar un conjunto de 21 grupos de distribución con más de 88.300 m² de superficie de venta, sin olvidar la importancia que en nuestra comunidad tiene MERCAMADRID como punto neurálgico de distribución alimentaria en nuestra región y toda su área de influencia.



Cuadro 11

PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA EN LA COMUNIDAD DE MADRID			
Empresas	Localidad	NºEstab.	Sup. M2
Makro Autoserv. Mayorista, S.A.	Madrid	3	38.500
Hiperusera, S.A.	Torrejón de la Calzada	3	12.400
Puntocash, S.A.	Madrid	3	10.300
Ahold Supermercados (Grupo)	Madrid	1	6.500
Caprabo (Enaco+Alcosto)	Madrid	4	8.600
Tejaoliva, S.A.	Torrejón de Ardoz	1	2.500
Miguel Alimentación	Leganés	1	2.100
Distrib. de Alcalá, S.A.	Alcalá de Henares	1	2.000
Bodegas Júcar, S.A.	Ajalvir	1	1.500
Franco-Mor, S.A.	Algete	1	1.200
G. El Arbol Dist. y Sup. , S.A.	Varias	1	800
Euricar Europa	Getafe	1	600
Total		21	88.324

Fuente: ALIMARKET. Año 2003

18

Finalmente, debe hacerse una rápida referencia a la creciente implantación de las Marcas de la Distribución en la Comunidad de Madrid, siendo especialmente intensa en hipermercados, supermercados y en tiendas descuento. Esta forma de venta ha alcanzado ya cuotas de mercado muy importantes en algunas líneas de

productos, básicamente de la alimentación seca, como se observa a continuación, pero continúa extendiéndose al resto de la alimentación, con la correspondiente complejidad añadida a efectos de seguimiento y control de los atributos y características de los productos.

Cuadro 12

% Cuota de Mercado de Marcas de Distribución	
Aceite de Oliva	44,5
Leche batidos	26,3
Conservas	35,2
Charcutería/quesos	23,2
Congelados	30,0
Derivados Lácteos frescos	18,0
Harinas	56,1
Magdalenas	53,1
Café	31,6
Tomate frito	42,3

Fuente: ALIMARKET. Año 2003



3.EL COMERCIO EXTERIOR DE ALIMENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

La visión global de la estructura de distribución en nuestra región necesita completarse con el análisis del consumo exterior de productos. En la Comunidad de Madrid, una parte importante de los alimentos que compran y consumen los madrileños procede de otros países, la mayoría de ellos de la Unión Europea, pero también de otros proveedores extracomunitarios,

representando las importaciones un 13,2% en el conjunto nacional frente al 2,7% de las exportaciones.

En cuanto al objeto de estos intercambios, cabe señalar que las importaciones de productos ganaderos a la Comunidad de Madrid son mayoritarias, representando un 18,3% en el conjunto nacional. Igualmente ocurre con las exportaciones de estos productos, que representan un 6,7% de las exportaciones nacionales.

Cuadro 13

LAS IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID						
Millones €	C. Madrid		España		% C.Madrid / España	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Productos ganaderos (*)	450	453,1	2.389,50	2.476,10	18,8	18,3
Productos de la pesca	395,3	437,4	3.977,10	4.086,50	9,9	10,7
Preparados de carne o pescado	31,6	38,7	386,2	471,8	8,2	8,2
Resto productos agroalimentarios	1.527,70	1401,4	10.403,30	10,602,8	14,7	13,2
Total	2.404,60	2.330,60	17.156,10	17,637,2	14,00	13,2

Fuente: ICEX

(*) Incluye ganado vivo, carne fresca y transformada, leche y productos lácteos, huevos y miel

Cuadro 14

LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID						
Millones €	C. Madrid		España		% C.Madrid / España	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Productos ganaderos (*)	164,3	170,1	2.316,3	2.533,9	7,1	6,7
Productos de la pesca	36,4	33,1	1.629,9	1595,4	2,2	2,1
Preparados de carne o pescado	15,2	14,2	603,6	601,6	2,5	2,4
Resto productos agroalimentarios	335,4	348,4	15.826,8	16.564,0	2,1	2,1
Total	551,3	565,8	20.376,6	21.294,9	2,7	2,7

Fuente: ICEX

(*) Incluye ganado vivo, carne fresca y transformada, leche y productos lácteos, huevos y miel

Cuadro 15

SALDO COMERCIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID					
Millones €	C. Madrid		España		
	2002	2003	2002	2003	
Productos ganaderos (*)	-285,7	-283	-73,20		+.57,8
Resto productos agroalimentarios	-1.567,60	-1.481,80	+.3.293,7		+.3.599,9
Total	-1.853,30	-1.764,80	+.3.220,5		+.3.657,7

Fuente: ICEX

(*) Incluye ganado vivo, carne fresca y transformada, leche y productos lácteos, huevos y miel

IV. Estructura y tendencia del consumo alimentario en la Comunidad de Madrid

La Comunidad de Madrid contaba en el año 2003 con 5.718.942 habitantes, lo que representa un 13,4 % de la población española. De ella en torno a los 3 millones viven en la capital, mientras que el resto (casi 2,6 millones de habitantes) viven en los distintos municipios próximos a la capital, algunos de los cuales han experimentado los más importantes crecimientos de población de casi toda España (Fuenlabrada, Las Rozas, Móstoles, Pozuelo de Alarcón, Rivas, Alcalá de Henares, etc.). Por otra parte, en la región se asiste a una fuerte incorporación de población inmigrante (un 10,3 % frente a un 6,2 % de promedio en España).

Ambos aspectos configuran una realidad social absolutamente determinante en el comportamiento del consumo de alimentos.

El **gasto total de los madrileños** en consumo de alimentos supera los **9.900 millones de euros**, lo que representa el 14,3% en el total nacional. Del mencionado gasto, un 73 % corresponde a consumo en hogar y el 27% restante al consumo en canal HORECA:

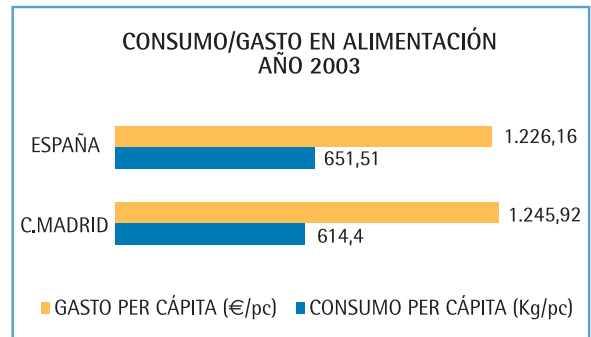
Cuadro 16

Millones €	C. Madrid	España	C. Madrid/España
Consumo hogar	7.236	50.716,50	14,2%
Consumo HORECA	2.667	18.689,50	14,4%
Total	9.903	69.406	14,3%

Fuente: Elaboración a partir de Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003

El gasto per cápita en alimentación en nuestra Comunidad (referido sólo a hogares) alcanza los **1.245,92 €/pc**, siendo algo superior a la media nacional, sin embargo el consumo per cápita es de **614 Kg/pc**, algo inferior a la media nacional:

Gráfico 5



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.

También es muy significativa la evolución que ha seguido el consumo alimentario en los hogares de la región en los últimos años, comprobándose que en la Comunidad de Madrid el incremento del gasto en alimentación ha sido menor que en el conjunto nacional, mientras que se ha producido un ligero descenso en el consumo per cápita, en volumen, lo cual contrasta con el crecimiento observado en el conjunto de España.



Cuadro 17

	Gasto (€/pc/año)			Consumo (Kg/pc/año)		
	1998	2003	+ 5 años	1998	2003	+ 5 años
C. de Madrid	1.009,00	1.245,92	+.23,5	621,4	614,42	-1,10%
España	939,20	1.226,16	+.30,6	630,9	651,51	+ 3,3%

Fuente: Elaboración a partir de Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003

Si se realiza un análisis por productos, se observa que hay líneas de productos que tienen un gran peso específico dentro de la estructura del consumo alimentario de la Comunidad de Madrid, tal y como se aprecia en los Cuadros 18 y 19. Así, sólo ocho sectores ya representan el 77% del total del gasto alimentario de la Comunidad de Madrid: Carne, Pesca, Fruta Fresca, Derivados Lácteos, Pan, Hortalizas Frescas, Leche y Bollería - Pastelería Industrial.

El consumo per cápita (referido solo a hogares), es mayor en la Comunidad de Madrid que en el promedio nacional, en sectores como la Carne, Pesca, Fruta Fresca, Leche y Bollería-Pastelería:

Cuadro 18

Consumo per cápita (Kg / L / pc). Año 2003		
	C. Madrid	España
Carne	56,01	54,23
Pesca	28,25	27,77
Fruta fresca	98,76	90,00
Derivados lácteos	24,13	27,00
Pan	36,53	47,30
Hortofrutícolas	54,45	54,70
Leche	95,55	91,30
Bollería y pastelería	12,48	11,72

Fuente: Elaboración a partir del Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003

Cabe señalar que la Comunidad Madrileña cuenta con unos niveles de consumo especialmente elevados en productos como: pescado fresco, carne de vacuno, platos preparados, leche líquida y bebida refrescantes, y significativamente más bajo que la media nacional en productos como el agua mineral, los derivados lácteos, la carne de cerdo, el pan y el aceite de girasol.

En buena parte de los sectores prioritarios los precios unitarios que pagan los consumidores madrileños superan los promedios nacionales. La conjunción de uno y otro factor (mayor consumo per cápita y mayores precios unitarios) en buena parte de los grandes sectores de consumo, es lo que explica ese mayor gasto global en alimentación de la Comunidad de Madrid, respecto al promedio nacional, según se aprecia en los cuadros 19 a 21.

Cuadro 19

Precio unitario en Euros. (Hogares). Año 2003 (Euros/Kg/L)		
	C. Madrid	España
Carne	5,78	5,45
Pesca	6,42	6,24
Fruta fresca	1,23	1,19
Derivados lácteos	3,4	3,22
Pan	1,85	1,85
Hortofrutícolas frescos	1,44	1,42
Leche	0,6	0,6
Bollería y pastelería	3,77	3,82

Fuente: Elaboración a partir del Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003





Cuadro 20

GASTO ALIMENTARIO EN LAS MÁS IMPORTANTES LÍNEAS DE PRODUCTO (HOGARES). Año 2003		
Líneas de productos (€/pc)	C. Madrid	España
Total Carne	318,5	296
Total Pesca	184,6	173,4
Frutas Frescas	121,5	107,8
Derivados Lácteos	82,1	86,9
Hortalizas Frescas	75,5	77,8
Pan	67,6	87,6
Leche	57,3	54,8
Bollería y Pastelería	47,1	44,8
Platos Preparados	39,9	32,7
Agua y Bebidas Refrescantes	34,9	34
Aceite	27,3	28,5
Conservas Vegetales	24,8	22,9
Vinos	17,1	20,4
Cerveza	16,1	14,3
Huevos	15,6	16,5
Chocolate	13,4	14,2
Café e Infusiones	11,9	12
Patatas Frescas	11,1	12,6
Frutos Secos	9,8	12,6
Otras Bebidas Alcohólicas	8,5	8,6
Total 20 Primeros sectores	1.184,6	1.159,3
Todos los Sectores	1.245,92	1.226,16

Fuente: Elaboración a partir del Panel de Consumo del MAPA. Datos referidos al año 2003.

Cuadro 21

CONSUMO ALIMENTARIO EN LAS MÁS IMPORTANTES LÍNEAS DE PRODUCTOS (HOGARES). Año 2003				
Líneas de productos	C. Madrid		España	
	Kg / L / uds pc	Precio unitario promedio	Kg / L / uds pc	Precio unitario promedio
1. Total Carnes	55,01	5,78	54,23	5,45
2. Total Pesca	28,25	6,42	27,77	6,24
3. Leche	95,55	0,6	91,3	0,6
4. Derivados Lácteos	24,13	3,40	27,0	3,22
5. Huevos	148,43	1,26	162,18	1,22
6. Pan	36,53	1,85	47,33	1,85
7. Bollería y Pastelería	12,48	3,77	11,72	3,82
8. Chocolate	2,70	4,96	2,94	4,82
9. Café	1,74	6,84	1,70	7,03
10. Frutos Secos	2,15	4,55	2,61	4,84
11. Aceite	13,32	2,05	14,92	1,91
12. Patatas frescas	22,56	0,49	24,74	0,51
13. Hortofrutícolas frescos	52,45	1,44	54,79	1,42
14. Fruta fresca	98,76	1,23	90,6	1,19
15. C. Vegetales	14,14	1,75	13,06	1,75
16. Platos Preparados	10,16	3,93	8,95	3,65
17. Vino	9,46	1,81	12,16	1,69
18. Cerveza	16,62	0,97	15,01	0,95
19. Otras bebidas alcohólicas	0,76	9,93	1,05	7,73
20. Bebidas no alcohólicas				
Aguas minerales	14,05	0,23	45,84	0,18
Refrescos y similares	45,87	0,69	40,95	0,65

Fuente: Elaboración a partir del Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.

Un aspecto importante del consumo alimentario es su componente dietética y nutricional, aspecto de máximo interés para la Dirección General de Salud Pública y Alimentación, tal y como ha quedado plasmado en su Plan Integral de Alimentación y Nutrición.

En la tabla que aparece a continuación se muestran los valores absolutos (hogar y extradoméstico) de la ingesta de energía y nutrientes del conjunto nacional

comparados con las recomendaciones dietéticas de la población española.

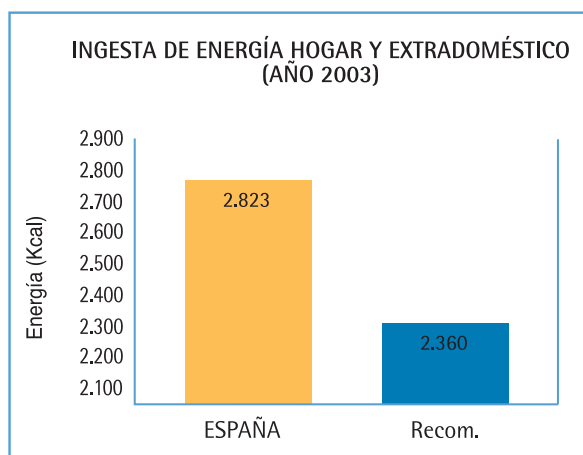
En el año 2003 la ingesta total de energía (hogar y extradoméstico), está por encima de las recomendaciones dietéticas. Aunque no disponemos del dato global actualizado para la Comunidad de Madrid, la tendencia de la ingesta de energía sólo en el hogar, es similar a la nacional.

Cuadro 22

INGESTA DE ENERGÍA Y NUTRIENTES (PER CÁPITA/DÍA EN HOGAR Y EXTRADOMÉSTICO). ESPAÑA 2003		
	España	Recomendado
Energía (Kcal)	2.822,51	2.360,00
Proteínas(g)	96,51	46,00
Hidratos de Carbono(g)	256,44	205,50
Fibra(g)	18,79	22,00
Grasa(g)	140,11	50,70
Vitamina A (mg)	2.047,22	841,00
Vitamina B1 (mg)	1,44	0,94
Vitamina B2 (mg)	2,11	1,40
Niacina equiv. (mg)	21,72	15,60
Calcio (mg)	892,16	834,00
Hierro (mg)	17,89	12,50
Magnesio (mg)	367,39	322,00
Iodo (mg)	143,26	118,00
Zinc (mg)	9,82	14,00

Fuente: Panel de Consumo del MAPA. Año 2003

Gráfico 6



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.

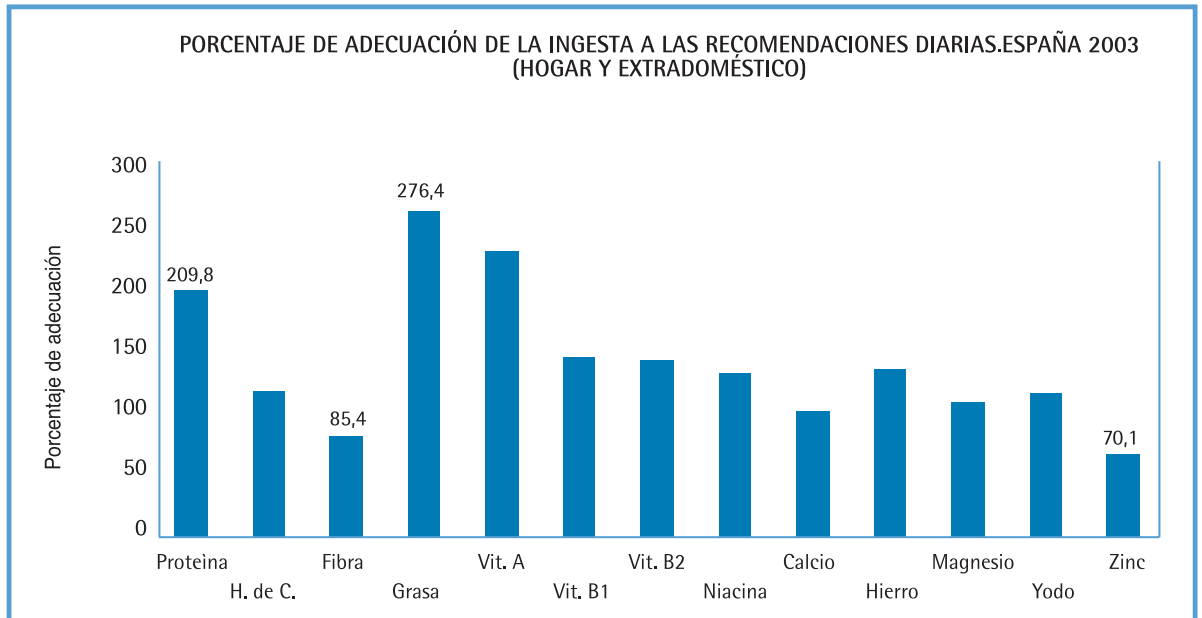
En cuanto a los principales nutrientes, la dieta española es deficitaria en zinc y fibra, ya que no se ingieren las cantidades diarias recomendadas. Por el contrario la dieta presenta un exceso de proteína (210%) y de grasa (276%).

Respecto a las cuatro vitaminas contempladas, la dieta que consume la población española presenta cantidades que cubren las recomendaciones dietéticas.

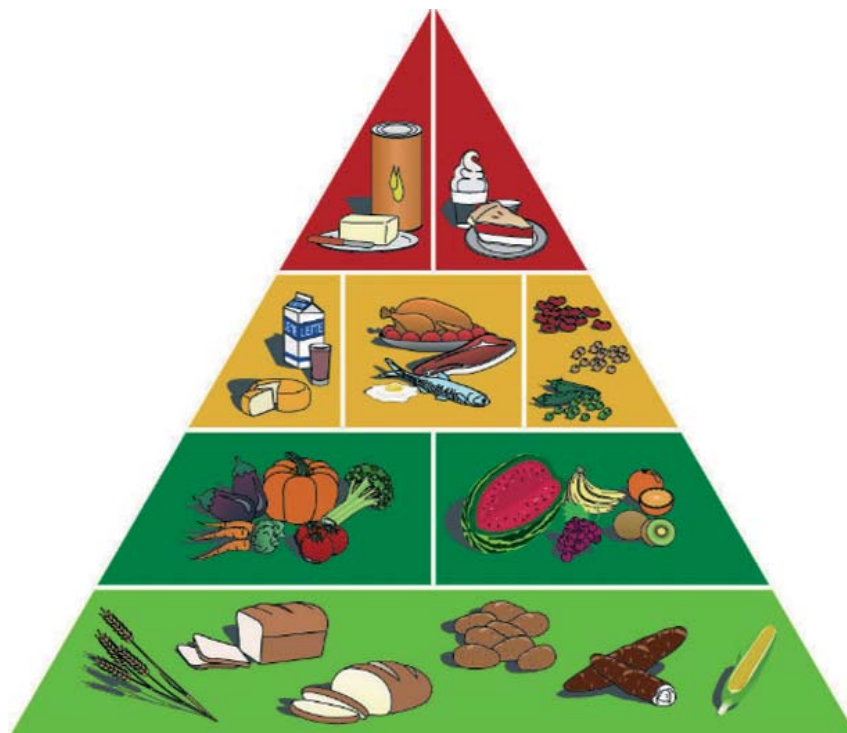
Del mismo modo que para la ingesta energética total, aunque no disponemos de los datos globales (hogar y extradoméstico) actualizados para la Comunidad de Madrid, se podría considerar que la tendencia de la ingesta de nutrientes, sólo en el hogar, sigue un patrón similar a la nacional.



Gráfico 7



Fuente: Panel de Consumo MAPA. Datos referidos al año 2003.



V. Conclusiones

El mercado actual de los productos alimentarios se caracteriza por la enorme variedad y rotación de productos de diferentes orígenes y presentaciones, hecho intensificado por la ampliación de la Unión Europea, la creciente actividad importadora y la continua incorporación de innovaciones tecnológicas a la producción de alimentos, así como por la continua aparición de productos diferenciados bajo el prisma de ecológicos, saludables y funcionales. Todo ello pone en evidencia las "situaciones de confusión" a las que se enfrenta el consumidor y más en un entorno tan amplio y complejo a efectos de la distribución y consumo de alimentos, como es la Comunidad de Madrid, donde coinciden además otra serie de factores y circunstancias diferenciadoras.

El análisis realizado en este documento sobre los aspectos básicos más relevantes relacionados con la producción, distribución y consumo de alimentos en la Comunidad de Madrid y cuyas magnitudes más representativas se han recogido en los cuadros 10 y 11, permiten extraer una serie de conclusiones que deberán tenerse en cuenta para enmarcar con eficacia cualquier iniciativa tendente a potenciar los sistemas de garantías de seguridad y calidad alimentaria en la región:

28

- * La elevada población de la Comunidad de Madrid (5.718.942 habitantes en el 2003) y el importante aumento de la población inmigrante, situándose en un 10,3 % de la población total.
- * El elevado valor económico global de consumo alimentario en la Comunidad de Madrid (cerca de 10.000 millones de Euros).
- * La importancia que tienen ciertos sectores en la industria de la alimentación de nuestra región, que:
 - En función de las cifras de negocio son: cárnico, agua-bebidas no alcohólicas, lácteo y panadería-bollería.
 - Según el mayor consumo y por tanto gasto en los hogares madrileños son: cárnico, frutas-hortalizas frescas, pesca, lácteo, panadería-bollería.
- * La mínima capacidad de autoabastecimiento de materia prima que tienen las industrias

agroalimentarias de la región, hace que la Comunidad de Madrid sea claramente "importadora" de alimentos procedentes de otras regiones españolas o de otros países.

- * El limitado número de industrias y la gran cantidad de productos alimenticios que, **procedentes de otras zonas**, abastecen los mercados y puntos de venta de la Comunidad de Madrid y de las áreas limítrofes, conlleva un extraordinario desarrollo de **las estructuras de almacenamiento-distribución y puntos de venta**.
- * La creciente **implantación y concentración** de la **Distribución Minorista Organizada**.
- * La importancia que aún tienen ciertos lugares (tienda tradicional, venta directa) en la compra de algunos alimentos frescos.
- * La **amplitud y movilidad de las estructuras** productivas, transformadoras, logísticas y comercializadoras del sector agroalimentario.
- * La compleja vertebración sectorial y la multiplicidad de normativas y **competencias administrativas**.
- * El **insuficiente conocimiento del consumo** alimentario en el canal **HORECA** a pesar del importante y creciente peso específico del mismo.
- * Los profundos cambios, actuales o previstos en los **hábitos de compra y consumo de alimentos**.
- * La **desviación de la dieta** de los españoles con respecto a las recomendaciones dietéticas, tendencia que se mantiene en la Comunidad de Madrid.

El análisis general del consumo de alimentos en nuestra Comunidad ha permitido identificar algunos de los sectores con mayor peso específico o trascendencia en el consumo, entre los que cabría destacar el sector cárnico y lácteo. Es necesario llevar a cabo estudios sectoriales que permitan avanzar en el conocimiento de la estructura industrial, las características y tendencias de consumo en dichos sectores, para poder promover todas las actuaciones que permitan potenciar los actuales sistemas de intervención en calidad y seguridad alimentaria, optimizando de este modo la protección y la información de los consumidores de la Comunidad de Madrid.

Cuadro 23

MAGNITUDES BÁSICAS REPRESENTATIVAS DE LA ENVERGADURA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y DEL COMERCIO ALIMENTARIO EN LA COMUNIDAD DE MADRID	
Población de la Comunidad de Madrid	5.718.942 Hab.
Nº de industrias agroalimentarias madrileñas	1.637
Personas ocupadas en las Industrias Alimentarias C. Madrid	24.445
Cifra de negocio de las Industrias Alimentarias C. Madrid	5.040 Mill €
Nº de Industrias Alimentarias C. Madrid con certificado de calidad	83
Nº de DOP/IGP/Diferenciación por calidad (*)	16
Nº de Restaurantes y bares en la C. de Madrid	36.415
Nº total de licencias para venta alimentaria	27.116
Nº de tiendas tradicionales	23.569
Nº de establecimientos de la distribución organizada	1.319
Nº de mercadillos y comercio ambulante	2.228
Valor total de las importaciones agroalimentarias en la C. Madrid	2.330,6 Mill €
Valor total del Gasto Alimentario en la C. Madrid	9.903 Mill €
Gasto Anual per cápita alimentario en hogares y en €/año	1.245,92
Consumo anual de alimentos, a través de hogares y en Kg/año.	614,42

Fuente: Elaboración propia.

(*)DOP (Denominación de Origen Protegida), IGP (Indicación Geográfica Protegida)



Cuadro 24

RATIOS MÁS REPRESENTATIVOS DE LA POSICIÓN RELATIVA DEL SECTOR Y DEL CONSUMO ALIMENTARIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID EN EL CONJUNTO NACIONAL	
Población de la C. de Madrid	13,4% del total nacional
Autoaprovisionamiento de materias primas agroalimentarias	En torno al 2% del total (salvo alguna excepción)
Nº de empresas o industrias agroalimentarias	4,8% del total nacional
Cifra de negocio de las Industrias Alimentarias C. Madrid	6,5% del total nacional
Empleo de las Industrias Alimentarias C. Madrid	6,6% del total nacional
Nº de Industrias Alimentarias C. Madrid con certificación de calidad	5,8% del total nacional
Nº de líneas de productos madrileños diferenciados por calidad /origen (DOP/IGP/ etc. (*).	3,9% del total nacional
Estructuración del "Lugar de consumo"	
● Hogares	73,1%.
● Hostelería /restauración	25,1%
● Instituciones	1,8%
Peso de la Restauración de la C. de Madrid (por establecimiento)	11,9% del total nacional
Estructuración del "Lugar de compra"	
● Tienda tradicional	30,1%
● Supermercado	42,4%
● Hipermercado	17,8%
● Otros	9,7%
Peso específico (por superficie de venta) de la Distribución Minorista Organizada en la C. Madrid	9,8% total nacional
Peso específico del conjunto global de la Distribución Minorista en la C. Madrid (en función del nº de licencias)	8,7% total nacional
Peso específico de las importaciones de alimentos por la C. de Madrid.	13,2%

Fuente: Elaboración propia.

(*DOP(Denominación de Origen Protegida), IGP (Indicación Geográfica Protegida)



**Biblioteca
virtual**

Esta versión forma parte de la Biblioteca Virtual de la **Comunidad de Madrid** y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.



www.madrid.org/publicamadrid

COORDINACIÓN

Felipe Vilas Herranz

Subdirección General de Alimentación

AUTORES

Domingo Alves García

Rocío Bardón Iglesias

Fernando Fúster Lorán

José Vicente Gómez Mateo

Margarita Hernández Sánchez

Eloy Marino Hernando

Santiago Moreno Alcalde

Miguel Ángel Ribes Ripoll

Elaborado con la colaboración de

PRODESCON S.A.

EDITORES

Dirección General de Salud Pública y Alimentación

IMPRIME

B. O. C. M.

DEPÓSITO LEGAL

M-43968-2005



**Dirección General de Salud
Pública y Alimentación**





**Dirección General de Salud
Pública y Alimentación**

