



**Defensoría
del Consumidor**



**GOBIERNO DE
EL SALVADOR**

Principales hallazgos

ESTUDIO

**EL consumo
DE COMIDA
preparada**

FUERA DE CASA



Generalidades del estudio



- ✓ **Período de realización:** julio-septiembre de 2019.
- ✓ **Objetivo general:** describir las preferencias y hábitos en el consumo de comida preparada fuera del hogar, en El Salvador.
- ✓ **Equipo de investigación:** Dirección de Vigilancia de Mercados (DVM) y la Unidad de Análisis de Consumo y Mercados (UACM).
- ✓ **Metodología:** levantamiento de una encuesta sobre la temática, entrevistando a 1,000 consumidores a nivel nacional. La encuesta incluyó 52 preguntas, desglosadas en tiempos habituales de comida. Se orientaron las preguntas a monitorear la frecuencia de consumo, productos, establecimientos, gasto y motivos de compra.
- ✓ El levantamiento de la información incorporó encuestadores de la Defensoría del Consumidor y estudiantes de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) y de la Universidad Dr. José Matías Delgado (UJMD).
- ✓ Asimismo, se revisó el marco legal aplicable y bibliografía adicional.

Contenido del estudio

1 Marco normativo
aplicable

2 Panorama internacional y
nacional de la salud y la
nutrición

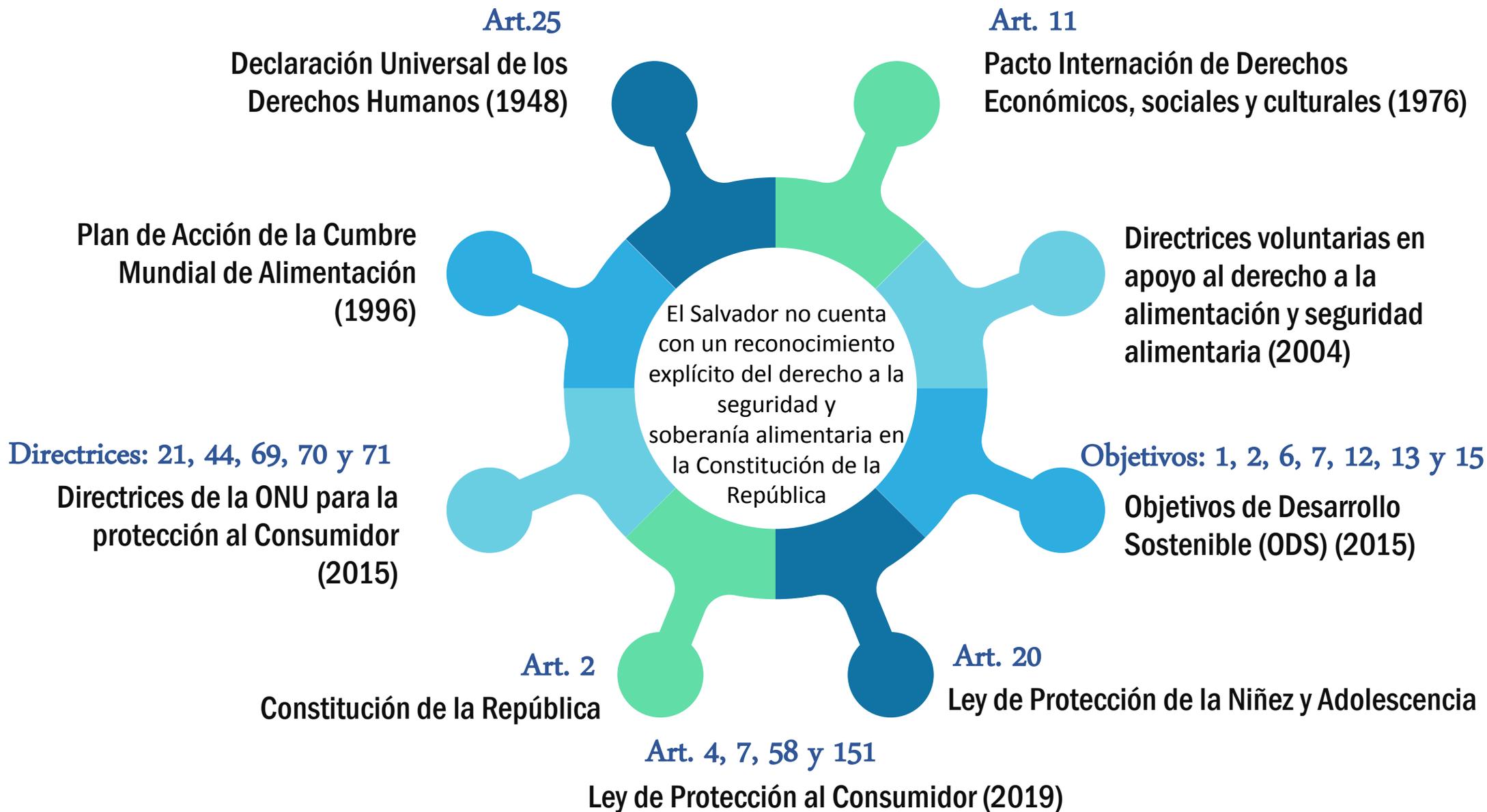
3 Tendencias en el consumo
de comida preparada fuera
del hogar

4 Protección del consumidor
en el sector de alimentos,
2010-2019

5 Conclusiones

6 Recomendaciones

Marco legal aplicable



Ley de Protección al Consumidor (LPC)

Derechos del consumidor:

- ▶ Derecho a la información. Art. 4 literal c).
- ▶ Derecho a la educación en consumo. Art. 4 literal f).
- ▶ Protección ante productos que pongan en peligro su vida, salud e integridad. Art. 4 literal h).
- ▶ Derecho a la solución de los conflictos de consumo. Art. 4 literal m).

Obligaciones de los proveedores:

- ▶ Comercializar productos con etiquetas y rótulos. Art. 7 literal d).
- ▶ Retirar o suspender productos y servicios que supongan riesgos a la vida, salud o seguridad. Art. 7 literal e).
- ▶ Cumplir con las condiciones exigibles que garanticen la seguridad, calidad y salubridad. Art. 7 literal g).

Facultades de la Defensoría del Consumidor:

- ▶ Velar por los derechos e intereses de los consumidores. Art. 58 literal b).
- ▶ Realizar inspecciones, auditorías y requerir de los proveedores los informes necesarios. Art. 58 literal f).
- ▶ Velar por el cumplimiento de las normas obligatorias de seguridad, información, etiquetado, calidad, pesos y medidas. Art. 58 literal j).
- ▶ Organizar, recopilar y divulgar información a los consumidores. Art. 58 literal k).

Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC):

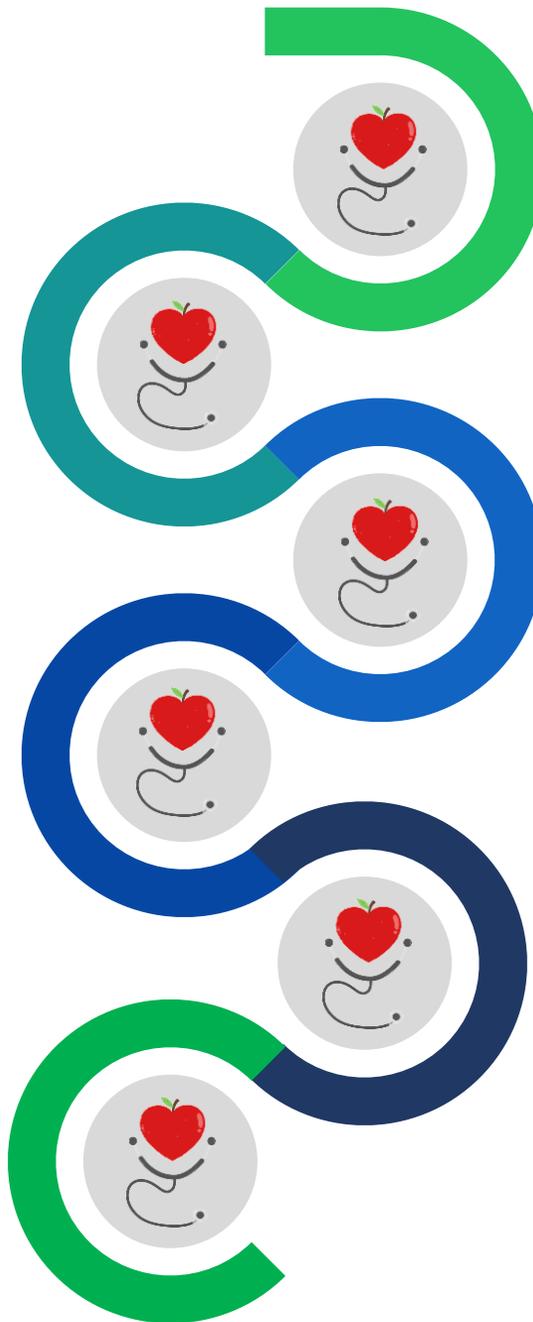
- ▶ Creación del Sistema Nacional de Protección al Consumidor. Art. 151 de la LPC.

Panorama internacional y nacional de la salud y la nutrición

Más de **1,900 millones** de adultos poseen sobrepeso y más de **650 millones** obesidad.

Más de **1.5 millones** de personas viven en condición de sedentarismo en el país.

El costo de la doble carga de la malnutrición asciende a **\$2,559.2 millones**, equivalente al **10.3%** del PIB del país.



1,300 millones de toneladas de alimentos se pierde o desperdicia anualmente, a nivel mundial.

65% de la población adulta, mayor de 20 años, en el país experimenta obesidad o sobrepeso: **27%** en condición de obesidad y **38%** en sobrepeso.

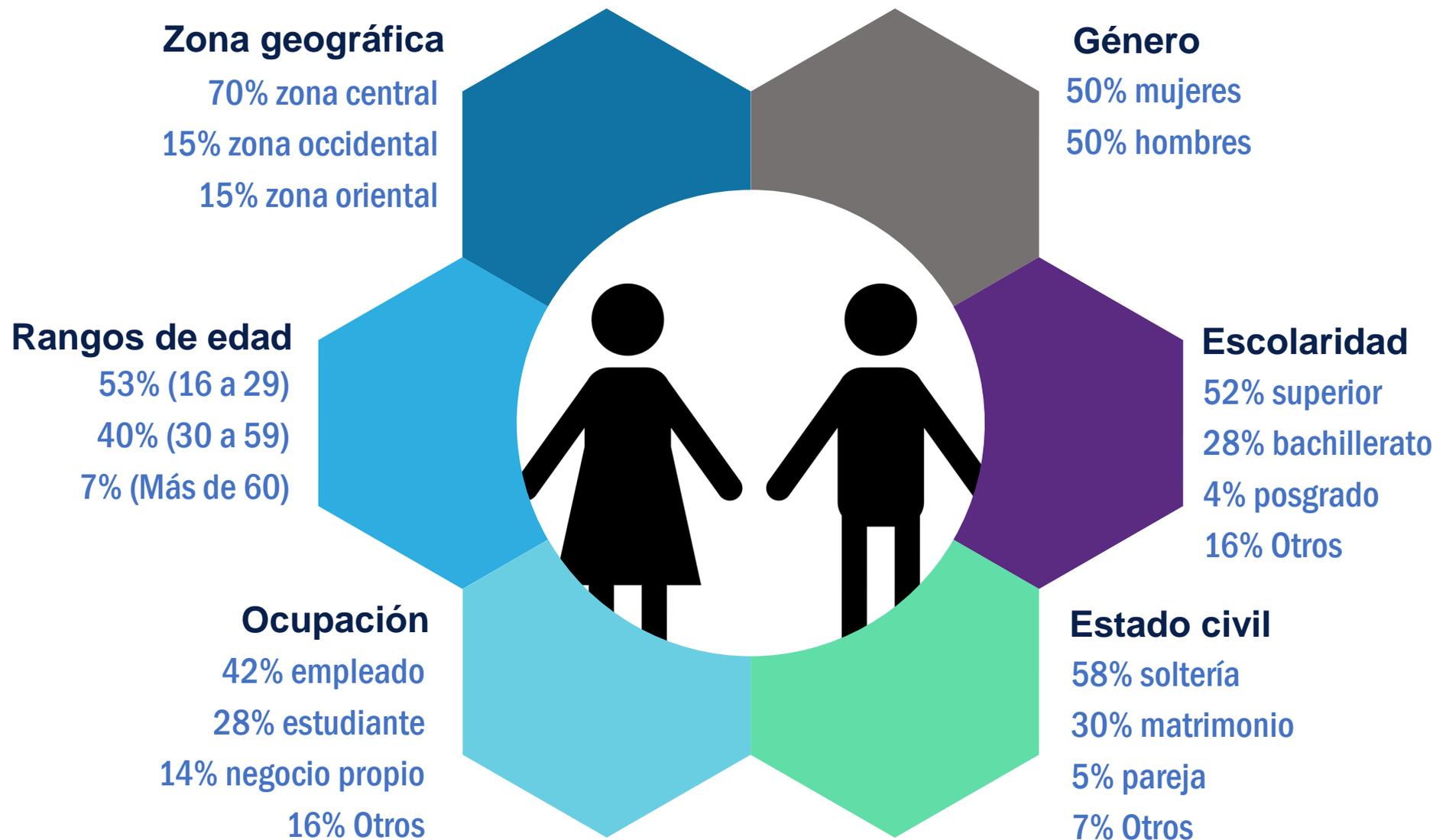
Más de **3.5 millones** de personas poseen bajo consumo de frutas y verduras.

De la carga económica de la malnutrición, **\$1,704.7 millones** (aproximadamente 2/3) son atribuibles a la desnutrición y **\$854.5 millones** al sobrepeso y obesidad.

Tendencias en el consumo de comida preparada fuera del hogar

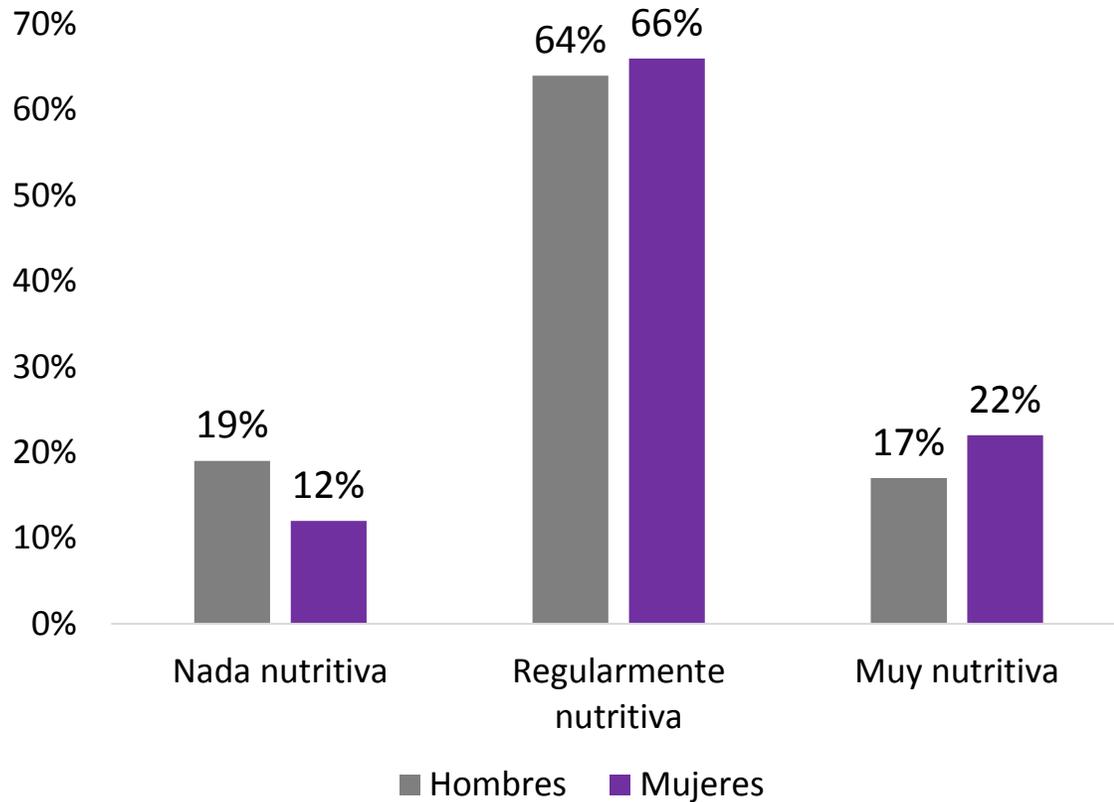


Generalidades de la muestra encuestada (1,000 personas)

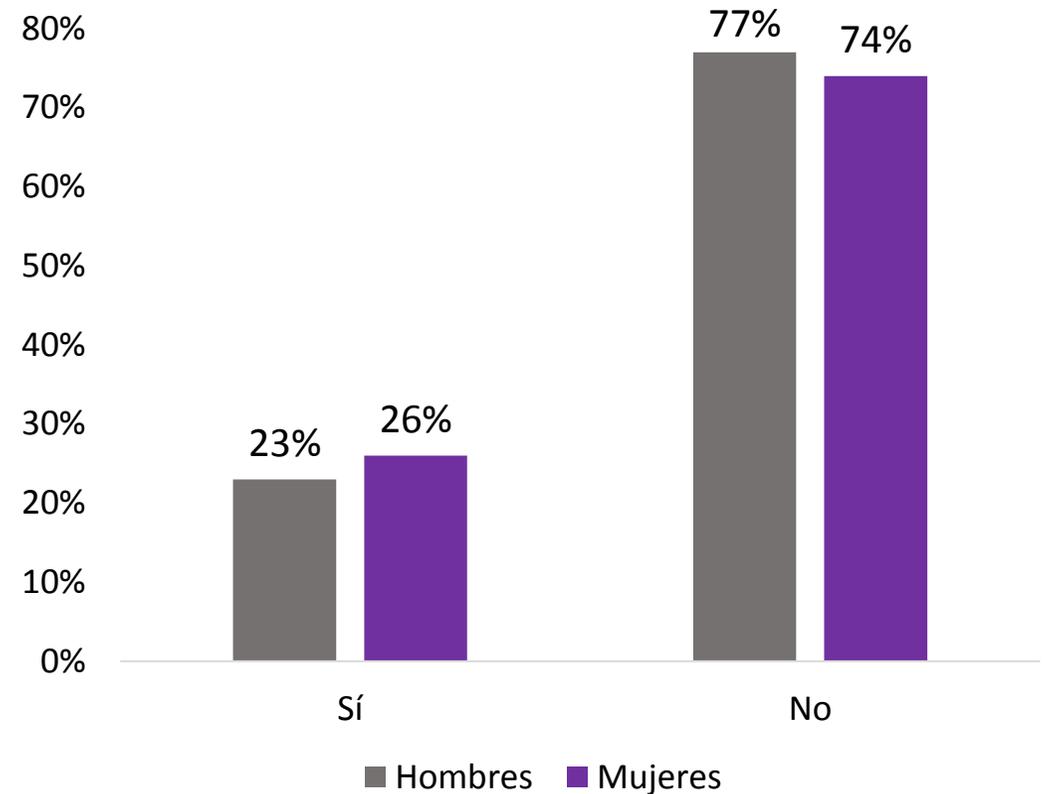


Percepción del salvadoreño sobre la alimentación

¿Qué tan nutritiva considera que es su alimentación diaria?

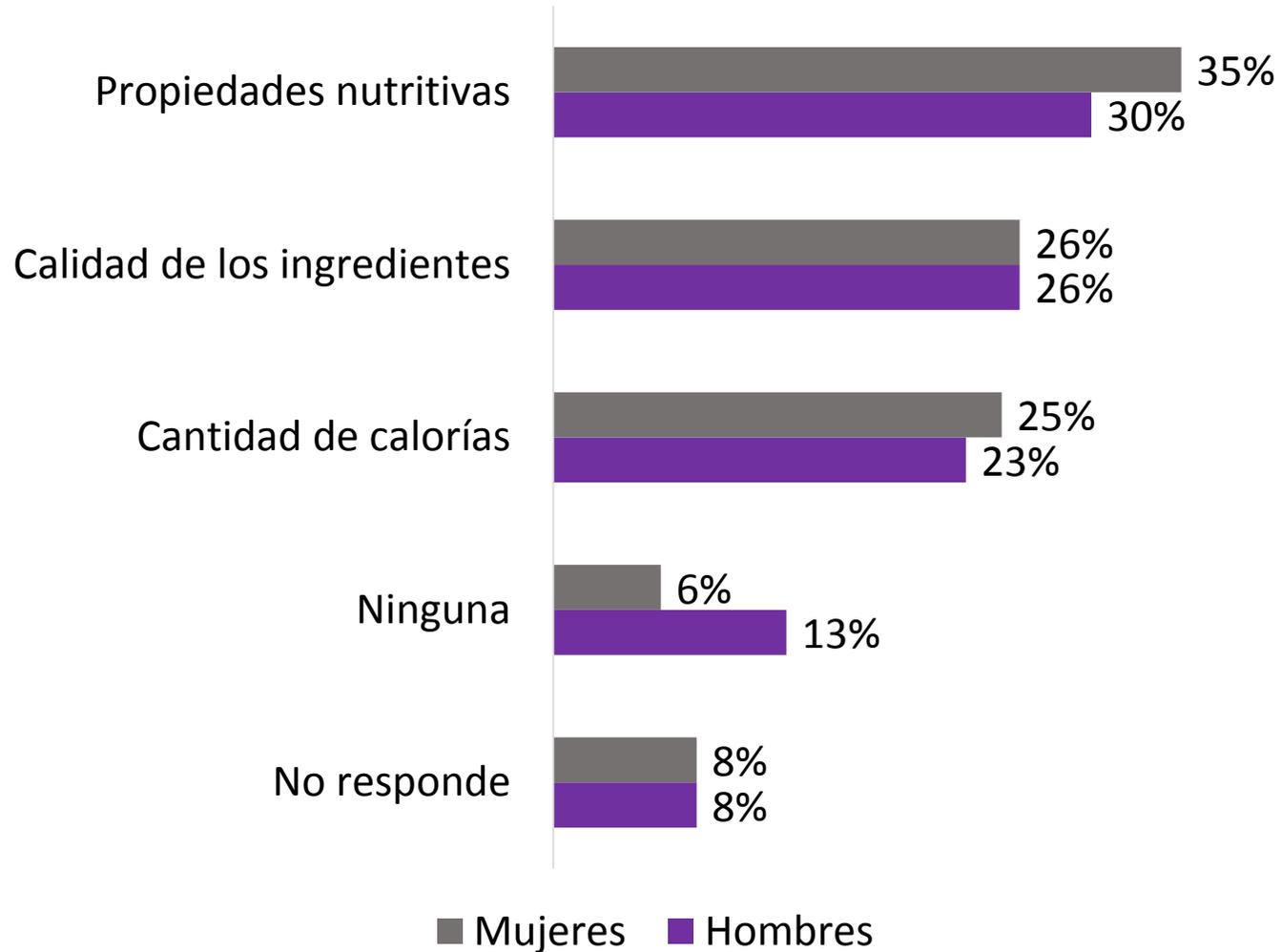


¿Conoce la cantidad de calorías que debe consumir diariamente, de acuerdo a su peso, estatura y actividad física?



Percepción del salvadoreño sobre la alimentación

¿Qué información le gustaría conocer para modificar sus hábitos de consumo de alimentos fuera del hogar?



El perfil del consumidor de comida preparada fuera de casa

	Desayuno	Almuerzo	Cena
Alimentos	<p>Pupusas: 67%</p> <p>Frijoles: 43%</p> <p>Huevos 36%</p>	<p>Pollo: 71%</p> <p>Carne: 57%</p> <p>Hamburguesa: 34%</p>	<p>Pupusas: 75%</p> <p>Pizza: 30%</p> <p>Hamburguesa: 29%</p>
Bebidas	<p>Café: 60%</p> <p>Chocolate: 43%</p> <p>Refresco de frutas: 25%</p>	<p>Refresco de frutas: 57%</p> <p>Bebidas Carbonatadas (Gaseosas): 49%</p> <p>Jugo envasado: 28%</p>	<p>Bebidas carbonatadas (Gaseosas): 41%</p> <p>Café: 37%</p> <p>Refresco de frutas: 25%</p>
Gasto	\$1.00-\$1.50 (36%)	\$2.00-\$2.50 (40%)	Más de \$3.00 (26%)
Frecuencia	5 veces a la semana (31%)	5 veces a la semana (39%)	2 veces a la semana (26%)
Razón de la compra	No tiene tiempo para prepararlo (50%)	Para no llevarlo desde su casa y porque el lugar de compra es cerca del trabajo (39%)	Por gusto o preferencia (le gusta probar diferentes alimentos) (32%)
Establecimiento de preferencia	<p>Pupuserías: (55%)</p> <p>Comodidad (ubicación y cercanía): (49%)</p>	<p>Cafeterías y comedores: (58%)</p> <p>Comodidad (ubicación y cercanía): (53%)</p>	<p>Restaurante de comida rápida: (49%)</p> <p>Comodidad (ubicación y cercanía): (41%)</p>

El perfil del consumidor joven de comida preparada fuera de casa

Desayuno:



Pupusas: 71%
Frijoles: 40%
Huevos: 35%

Café: 50%
Chocolate: 40%
Jugo: 33%

Frecuencia de compra: 5 veces en la semana (28%)

Gasto: \$1.00-\$1.50 (38%)

Establecimiento más visitado:
Pupuserías (64%)

Compra el desayuno fuera de casa porque no tiene tiempo para prepararlo (48%)

Visita el establecimiento por comodidad: ubicación y cercanía (46%)

Almuerzo:

Pollo: 67%
Carne: 54%
Hamburguesa: 40%

Refresco: 50%
Gaseosa: 50%
Jugo: 30%

Frecuencia de compra: 5 veces en la semana (34%)

Gasto: \$2.00-\$2.50 (38%)

Establecimiento más visitado:
Comedores (59%)

Compra el almuerzo por comodidad para adquirirlos cerca del trabajo (38%)

Visita el establecimiento por comodidad: ubicación y cercanía (54%)

Cena:

Pupusas: 75%
Hamburguesa: 34%
Pizza: 31%

Gaseosa: 40%
Café: 30%
Refresco: 29%

Frecuencia de compra: 2 veces en la semana (27%)

Gasto: más de \$3.00 (44%)

Establecimiento más visitado:
Restaurantes (55%)

Compra la cena fuera para probar otros alimentos, por preferencias (36%)

Visita el establecimiento por comodidad: ubicación y cercanía (34%)

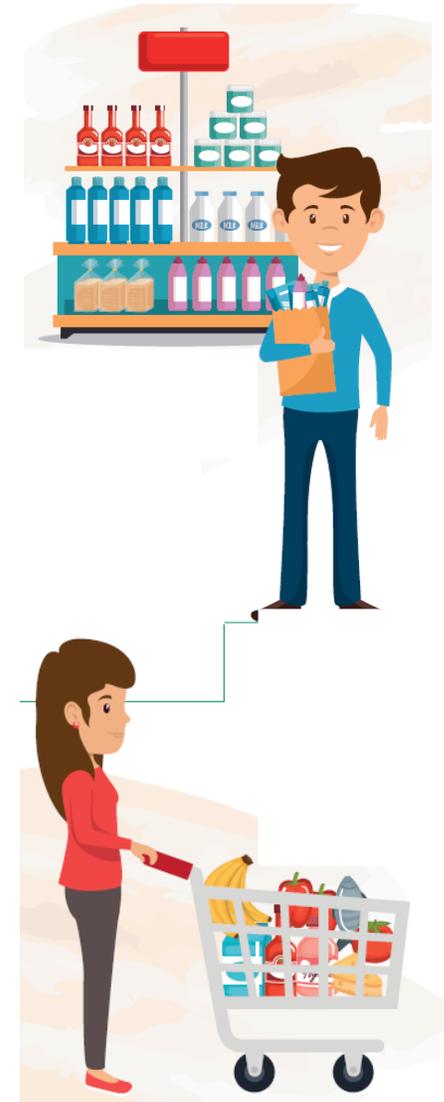
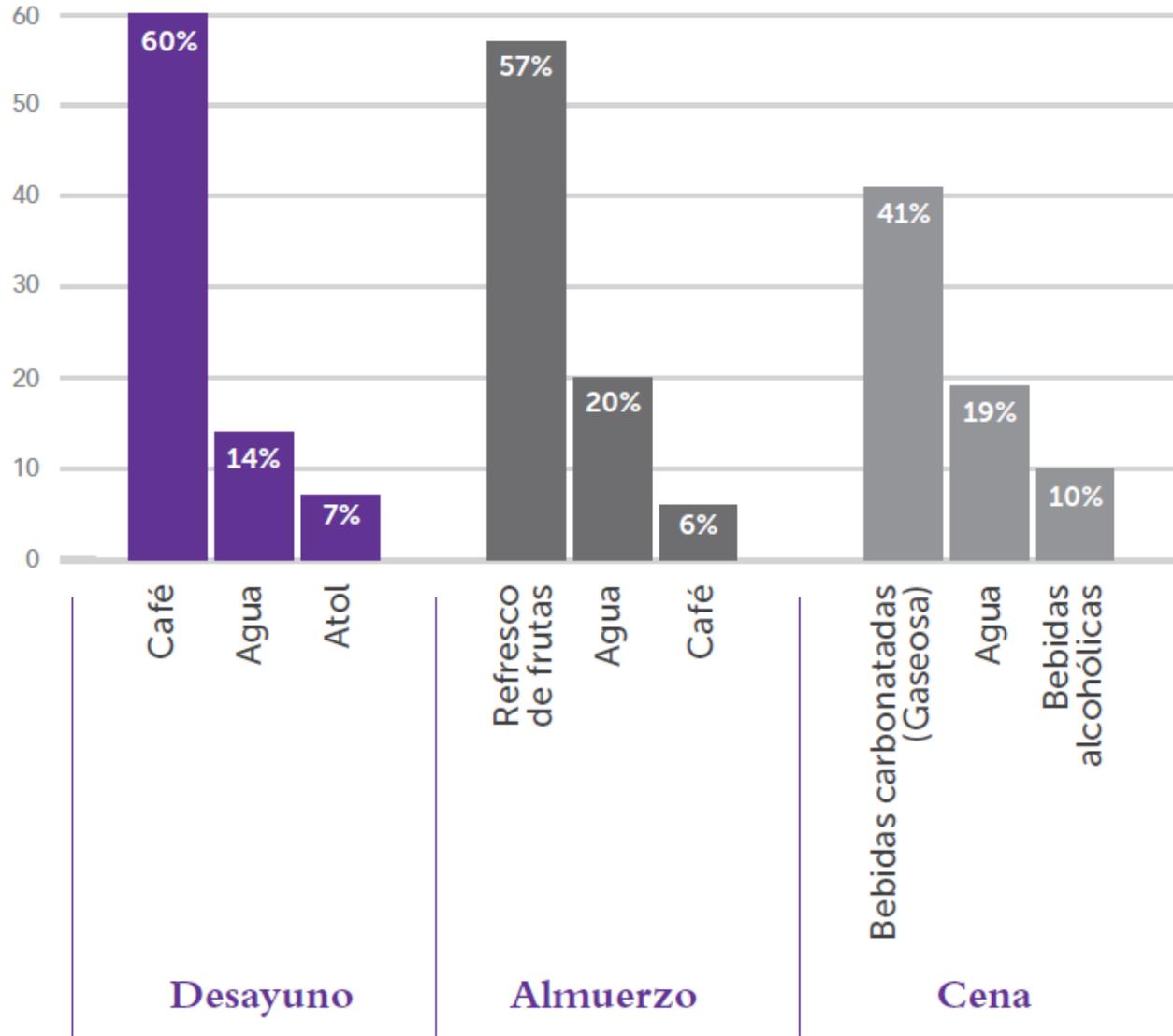
Tendencias en el consumo de antojos

	Hombres	Mujeres
Alimentos	<p>Pan dulce: 69%</p> <p>Yuca: 35%</p> <p>Enchiladas: 27%</p>	<p>Pan dulce: 63%</p> <p>Yuca: 32%</p> <p>Empanadas: 28%</p>
Bebidas	<p>Café: 60%</p> <p>Atol: 28%</p> <p>Horchata o cebada: 24%</p>	<p>Café: 48%</p> <p>Atol: 27%</p> <p>Horchata o cebada: 24%</p>
Gasto	Hasta \$1.50 (47%)	Hasta \$1.50 (46%)
Frecuencia	3 veces a la semana (30%)	3 veces a la semana (28%)
Razón de la compra	Preferencia, probar diferentes alimentos (67%)	Preferencia, probar diferentes alimentos (33%)
Establecimiento de preferencia	<p>Cafeterías y comedores: (53%)</p> <p>Comodidad (ubicación y cercanía): (44%)</p>	<p>Cafeterías y comedores: (50%)</p> <p>Comodidad (ubicación y cercanía): (46%)</p>

Tendencias en el consumo de agua y otras bebidas



Consumo relativamente bajo de agua para acompañar el desayuno, almuerzo y cena fuera del hogar.





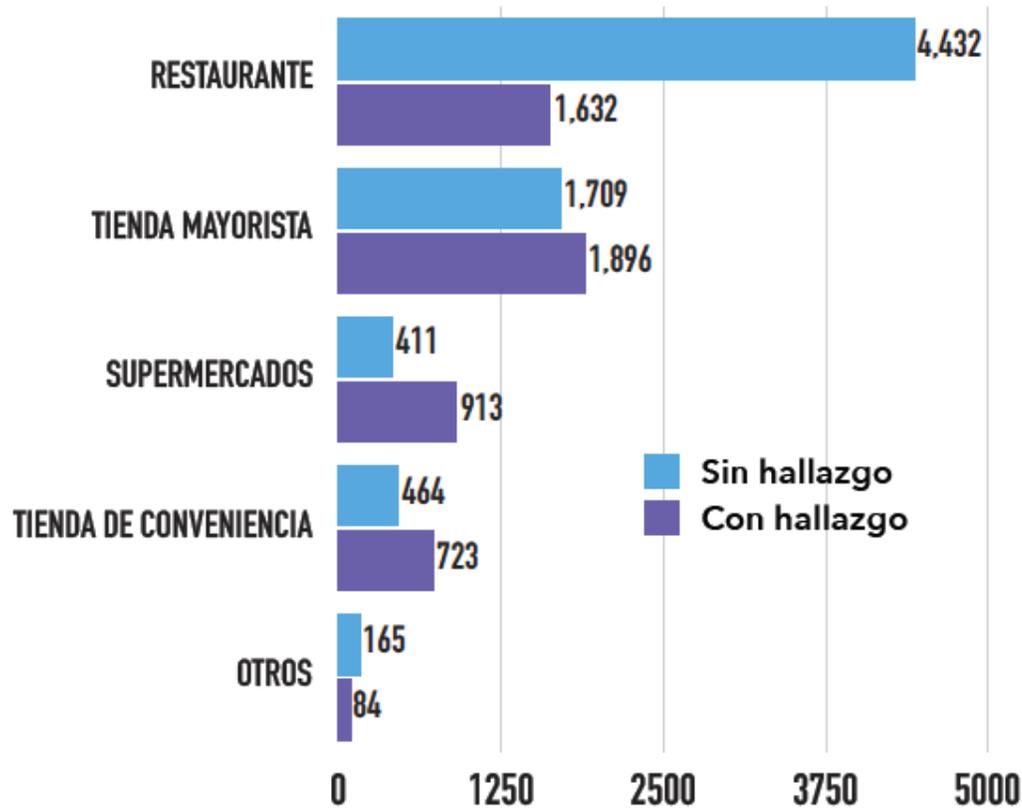
**Protección al
consumidor
en el sector de
alimentos**

Inspecciones en el sector de alimentos, 2010-2019

12,429 inspecciones realizadas.

7,181 (58%) sin hallazgos de incumplimiento.

5,248 (42%) con hallazgos de incumplimiento.



166,407

Alimentos vencidos



16%
Bebidas

14%
Sabrosadores y
especies

10%
Bebidas en polvo

8%
Boquitas

7%
Aderezos

7%
Productos de
harina

7%
Galletas y
golosinas

8%
Otros

Verificaciones de inocuidad y calidad, contenido neto, etiquetado general y nutricional de alimentos, 2010-2019



La Defensoría del Consumidor ha realizado **1,131** verificaciones en productos alimenticios, sobre inocuidad, calidad, contenido neto y etiquetado.

En general, se ha identificado un cumplimiento del **72%** de las disposiciones legales verificadas en más de **15,000** productos.

	Total de estudios realizados	No. de marcas verificadas	No. de productos de marca verificados	No. de productos a granel verificados	Productos verificados	Productos sin hallazgos	Productos con hallazgos
Inocuidad y calidad	115	876	942	255	1,197	883 (73.77%)	314 (26.23%)
Contenido neto	484	3,296	7,813	0	7,813	6,904 (88.37%)	909 (11.63%)
Etiquetado general	291	2,030	3,892	0	3,892	1,686 (43.32%)	2,206 (56.68%)
Etiquetado nutricional	241	1,582	3,045	0	3,045	1,924 (63.19%)	799 (26.24%)
Total	1,131	7,784	15,692	255	15,947	11,397 (71%)	4,228 (27%)

***2% (322 productos)** no tenían ninguna declaración nutricional.

Talleres en el sector de alimentos, 2010-2019

122

Talleres

5,711

Personas

3,400

Empresas



Etiquetado



Precios



Riesgos



Caducidad



Fechas



Información

Conclusiones

1

En general, las personas que consumen comida preparada fuera del hogar lo realizan con alta frecuencia, en nuestro país. De lunes a viernes, más del 30% de los encuestados manifestó que consumía **desayuno y almuerzo fuera de casa**. Mientras que, en el caso de la cena, la frecuencia de consumo de comida preparada fuera del hogar rondó mayoritariamente entre **2 y 3** veces en la semana.

2

Respecto a los alimentos de preferencia cuando se consume fuera del hogar, se identificó que las **pupusas** son las más consumidas durante el desayuno y cena, mientras que en el almuerzo es el **pollo**. Esta preferencia en alimentos no implica una dieta estrictamente menos saludable ya que ello se determinaría en relación al tipo de ingredientes y forma de preparación, lo cual no es parte del alcance del presente estudio. Por su parte, en el caso de las bebidas, las preferencias globales son: **café (Desayuno), refresco de frutas (Almuerzo) y Bebidas carbonatadas (Gaseosas) (Cena)**.

3

Las personas que consumen alimentos preparados fuera del hogar, gastan semanalmente, un monto que oscila entre **\$5.05 y \$7.50** en el desayuno; **\$10.05 y \$12.50** en el almuerzo; y, más de **\$6.00** en la cena.

4

En el caso de los alimentos, los principales de preferencias son: el **pan dulce, la yuca, enchiladas y empanadas**. Estos alimentos suelen acompañarse por bebidas como: **café, atol, horchata o cebada**. Respecto al gasto en antojos, la mayoría de encuestados manifestó que gastaba hasta **\$1.50** en dichos productos. Las frecuencias mayoritarias en el consumo de antojos rondó entre **2 y 3** veces durante la semana.

Recomendaciones

Lea la etiqueta e información general de los alimentos.

Planifique, controle la frecuencia del consumo de alimentos altos en grasa, sal y azúcar.

Incluya frutas, verduras y agua en su dieta alimenticia.

Cuide su presupuesto familiar, consumir excesivamente alimentos fuera del hogar tiene un alto costo a largo plazo.

Promueva los buenos hábitos alimenticios en los primeros años de vida de sus hijos.





**Defensoría
del Consumidor**



GOBIERNO DE
EL SALVADOR

Muchas gracias