



Los hábitos alimentarios de los inmigrantes en España

Los inmigrantes se adaptan a las costumbres españolas, al tiempo que conservan en lo posible sus comidas tradicionales

El cada vez mayor número de inmigrantes que vive en España se adapta a las costumbres y hábitos alimentarios del país, al tiempo que mantiene gran parte de sus usos y gustos alimenticios tradicionales. Así, la mayoría de los inmigrantes señala que les gustan la paella y la tortilla de patata, los platos típicos españoles más emblemáticos y al tiempo más aceptados de nuestra cocina, aunque reconocen que, en principio, la cocina española les resulta más insípida que la de sus países de origen.

Algo similar ocurre al analizar las costumbres de los inmigrantes al comprar los productos alimentarios; demandan sobre todo calidad a buen precio, dando mucha importancia a aspectos que tienen que ver con la salud, como la fecha de caducidad. A las marcas les dan menos valor porque les resultan en muchos casos desconocidas, al ser diferentes a las de sus países de origen. Se puede decir que se están adaptando a la oferta de la distribución en España, y en general la conocen bien, pues cada inmigrante cita espontáneamente hasta tres enseñas diferentes, encabezadas por Dia, Carrefour, Lidl y Mercadona.

Son algunas de las principales conclusiones del estudio realizado por ACNielsen sobre los hábitos alimentarios de los inmigrantes en España, que constituyen uno de los aspectos que más están influyendo en los cambios en la distribución y en la propia sociedad española. En apenas cinco años, los inmigrantes han pasado de representar apenas el 1,6% de la población española a ser más del 6,2%, y en muchas ciudades y Comunidades Autónomas superan ampliamente el 10% de la población total.

Unos consumidores que, por una parte, se adaptan a las costumbres y hábitos del país, al tiempo que conservan también gran parte de las suyas, y a los que deben dar respuesta los comercios, fabricantes y distribuidores que compiten en el mercado español.

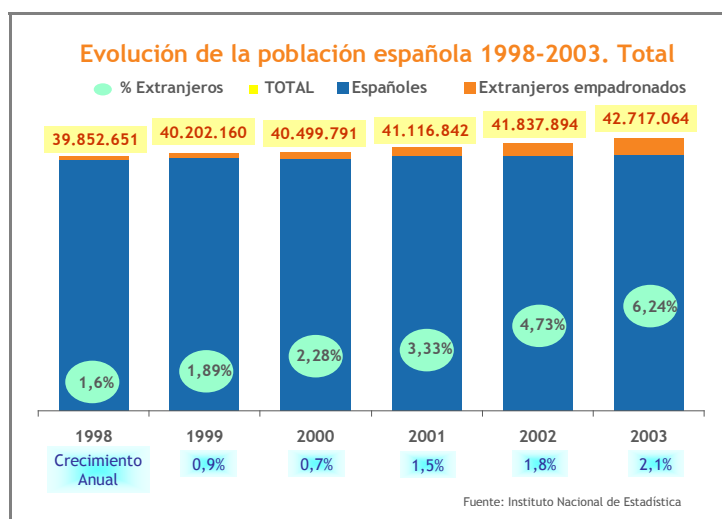
Un cambio social significativo

En los comienzos del siglo XXI la sociedad española, igual que otros países de la Unión Europea, está viviendo una importante transformación. Vamos hacia una



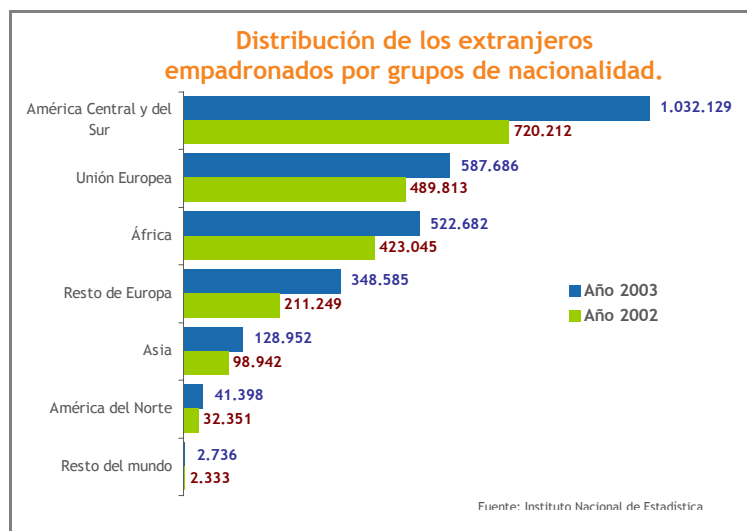
sociedad multirracial cada vez menos homogénea, consecuencia de la inmigración, pero también del multilingüismo, de los viajes, de los medios de comunicación. Una sociedad cada vez más abierta, en la que van integrándose nuevas culturas y formas de vida, cada una con sus diferentes hábitos y costumbres.

Según el padrón del 1 de enero de 2003, en España viven 2.664.168 extranjeros, el 6,24% de población española, en su mayoría inmigrantes, que contribuyen decisivamente al incremento de la población española y a su rejuvenecimiento. Una población que previsiblemente no dejará de crecer en la presente década, hasta duplicar este porcentaje y situar a España en niveles similares a los de otros países de la U.E..



Ya existen Comunidades Autónomas con un porcentaje de extranjeros próximo al 10%, e incluso superior en algunas como Madrid o Baleares. Y en barrios concretos de Madrid o de Barcelona la presencia de inmigrantes alcanza cuotas aún más elevadas.

Según el más reciente informe de Eurostat, España es el país de la U.E. que más inmigrantes ha acogido en el año 2003, un 35,3% del total. En los últimos tres años la mayoría de los inmigrantes que llegan a España proceden de América Central y del Sur, superando los procedentes de África, básicamente magrebíes, que hasta el 2001 constituían el núcleo principal de procedencia de inmigrantes. La tercera zona geográfica de procedencia de emigrantes son los países europeos no pertenecientes a los 15 que formaban la UE en el 2003.



Estos tres grandes grupos de población, formados por ciudadanos de múltiples países, aportan sus propias costumbres alimentarias distintas a las españolas, pero previsiblemente van adaptándose paulatinamente a los hábitos del país, como un elemento más de integración en la sociedad española.

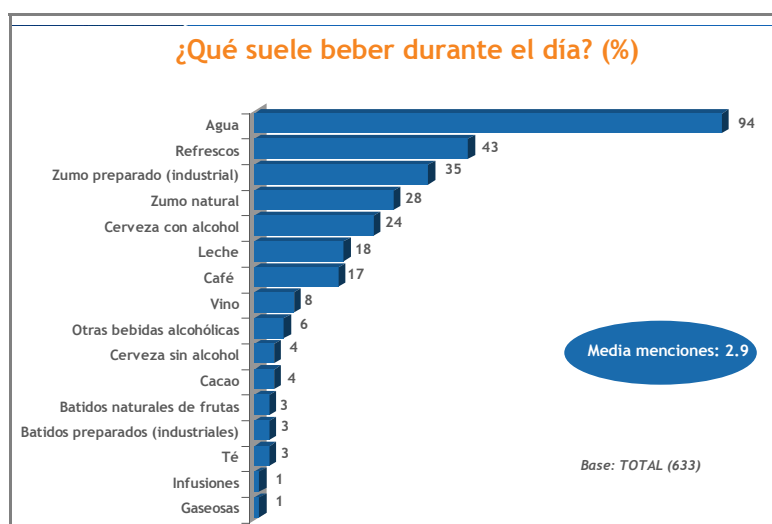
Adaptándose a los hábitos españoles

El almuerzo constituía la principal comida del día de los inmigrantes en sus distintos países de origen, algo que se ha acentuado al llegar a España, abandonando los desayunos más abundantes que hacían. El almuerzo mantiene la estructura tradicional de “primer plato, segundo y postre”, y se compone de una amplia variedad de productos: carnes, aves, ensaladas, y especial protagonismo para el arroz, sobre todo para los inmigrantes de América Central y del Sur. Tratan de almorzar en su casa, pues a esta comida le dan especial importancia por su carácter familiar, pero una parte importante debe hacerla en el trabajo. La cena suele ser más ligera, y en ella destacan productos como ensaladas o verduras, que permiten una forma de cocinar también más rápida.

El desayuno abundante, especialmente para los inmigrantes de América Central y del Sur, se mantiene los fines de semana, cuando se dispone de tiempo para su preparación y se puede compartir en familia. También se han adaptado por lo general a los horarios españoles, aunque en algún caso mantienen en parte sus hábitos, como los inmigrantes procedentes del Resto de Europa, que suelen adelantar la hora de la cena respecto a los españoles. Pero, por lo general, no son costumbres muy alejadas de las españolas.

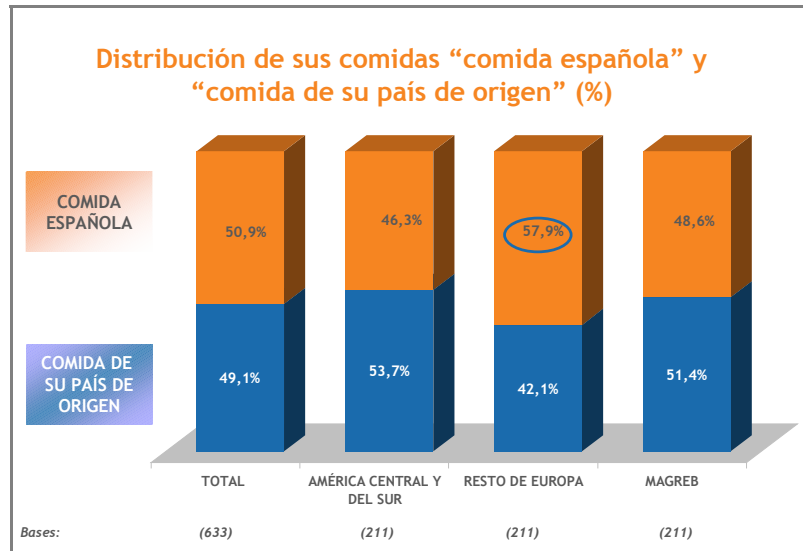


La principal bebida que consumen los inmigrantes es el agua, si bien mantienen un elevado porcentaje de consumo de zumos, bien naturales o envasados (preparados), especialmente los inmigrantes procedentes de América Central y del Sur. También beben muchos refrescos, pues el 43% declaran tomarlos habitualmente, pero no aparecen como grandes consumidores de bebidas alcohólicas. Solamente la cerveza, que beben el 24%, ocupa un lugar relevante en su consumo, algo que se da incluso entre los inmigrantes magrebíes.

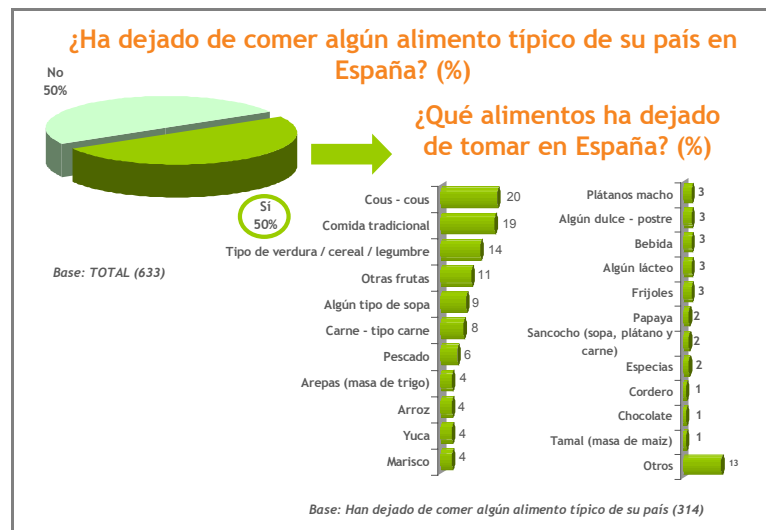


La comida española: lo mejor, la paella

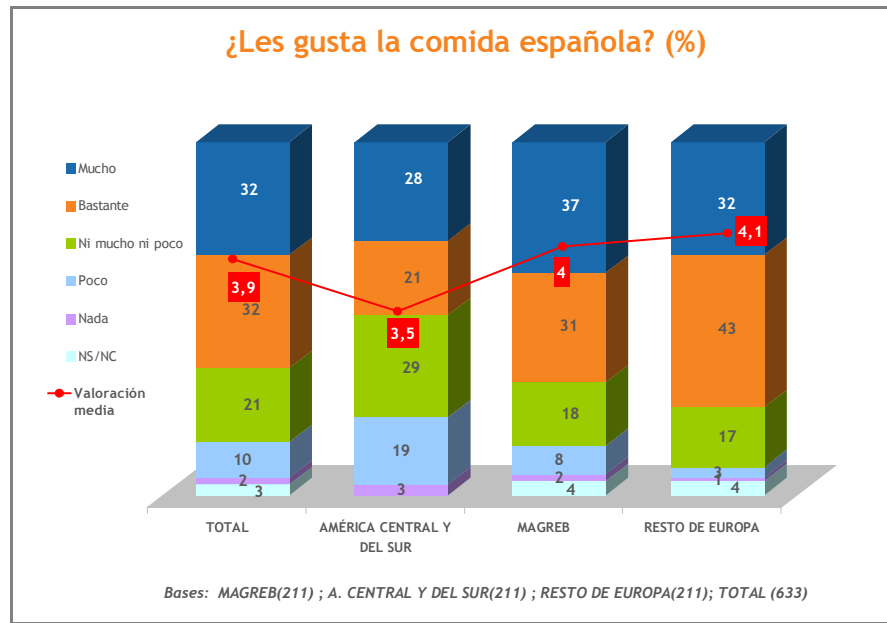
La mitad de las comidas de los inmigrantes son típicas de “comida española”, algo que se explica tanto por la amplia oferta de productos que pueden encontrarse en España, carnes, pescados, aves, frutas, verduras, legumbres, pastas..., como por el hecho de que un porcentaje significativo de ellos trabajen en el servicio doméstico. En el caso de los magrebíes, la “dieta mediterránea” les resulta cercana, y los inmigrantes del Resto de Europa aprecian la variedad de productos, por lo que se muestran los más receptivos a integrarse en la comida española. Los procedentes de América Central y del Sur son los que conservan más sus tradiciones alimentarias.



Aunque en parte es una integración “obligada”, pues dejan de consumir su comida tradicional tanto por el tiempo que requiere su elaboración, como porque no encuentran productos específicos para elaborarla.



En general, la “comida española” les gusta. Los más críticos son los inmigrantes de América Central y del Sur, que la encuentran menos sabrosa. Aunque la aceptación de la comida española no esta exenta de una actitud crítica, especialmente en productos como la fruta o las verduras, que encuentran más homogéneas de sabor por su forma de cultivo o producción.



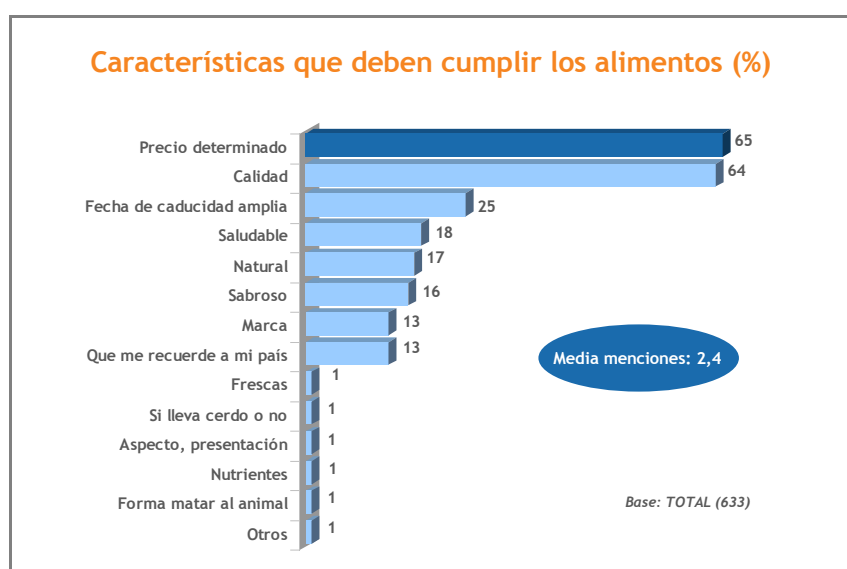
El plato preferido de la cocina tradicional española por todos los inmigrantes es “la paella”, seguido de la tortilla de patatas. El único rechazo realmente importante es el que tiene el colectivo de magrebíes hacia los productos derivados del cerdo motivado, fundamentalmente, por motivos religiosos.





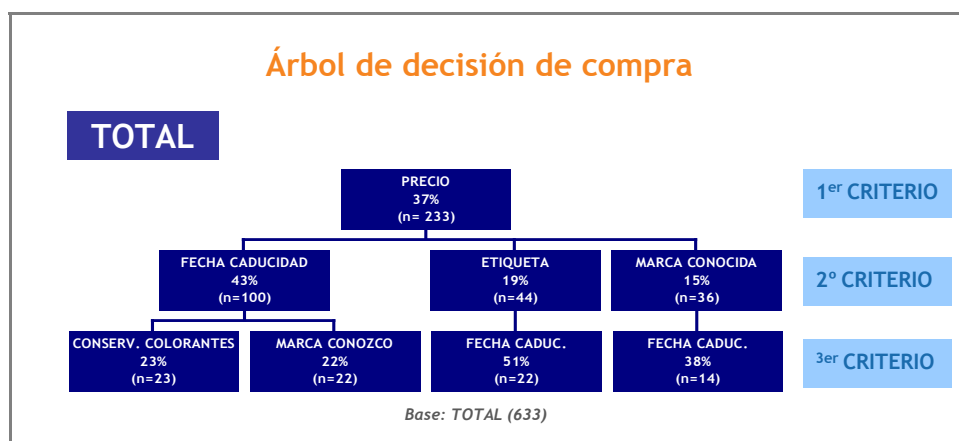
Productos de calidad, sanos y a buen precio

Las exigencias de los inmigrantes sobre los productos alimenticios no son muy diferentes de las de cualquier consumidor español: quieren “calidad a buen precio”. Miran mucho el precio de los productos, pero exigiendo que tengan calidad, y se muestran muy sensibles a otros aspectos vinculados a la salud en los alimentos, como la frescura, la fecha de caducidad, o que sean naturales y sabrosos. Hay algunas diferencias según los colectivos de origen, pero las principales características que deben cumplir los alimentos son comunes a todos ellos.



Así, en el árbol de decisión de compra figura en primer lugar el precio, e inmediatamente después la “fecha de caducidad”, por delante incluso de la imagen de los productos o de la marca. En resumen, los inmigrantes demandan productos “de calidad, sanos y a buen precio”, algo no muy alejado de las exigencias del resto de los españoles.

Es significativo que dan menos valor a las marcas, debido en gran parte a que las existentes en el mercado español son diferentes a las marcas habituales de sus países de origen. Y es sabido que el valor de marca es mínimo cuando no es conocida por los consumidores.



Conocedores de la distribución

Los inmigrantes son un núcleo de consumidores importante que tienen muy en cuenta el precio tratando de optimizar sus compras, pero también muestran claramente las demandas que exigen a los productos que adquieren. Algo que se refleja en el conocimiento espontáneo que tienen de la distribución española: de media nombran 3,4 enseñas diferentes, no muchas menos que las que citaría un comprador español. La más conocida es Dia, por el 55% de los entrevistados; seguida por Carrefour, con el 41%; y Lidl y Mercadona, ambas con el 36%.

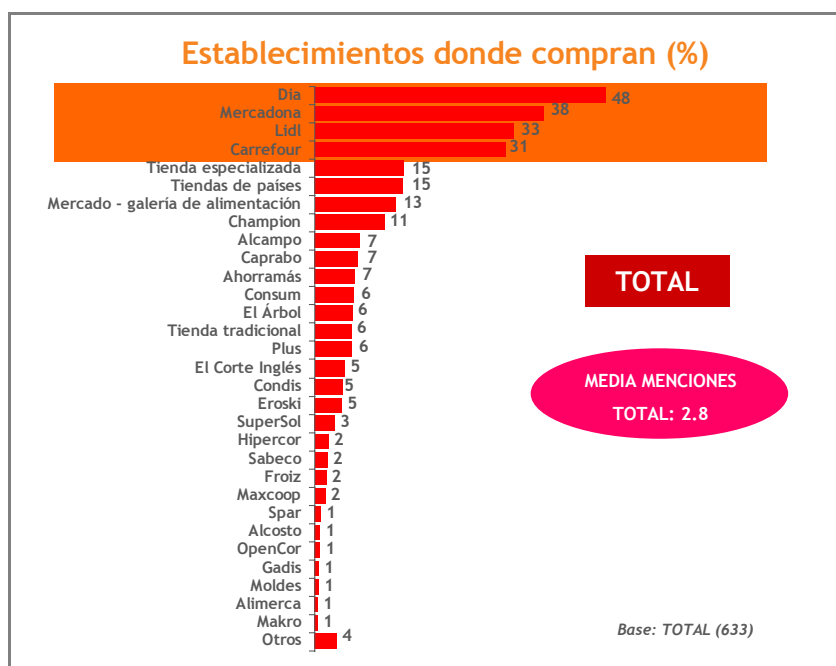


Establecimientos que conocen (espontáneo) (%)

	CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO			
	TOTAL	A. Central y del Sur	Magreb	Resto de Europa
Día	55	61	54	52
Carrefour	41	49	42	33
Lidl	36	33	36	39
Mercadona	36	36	39	32
Champion	15	18	12	15
Caprabo	14	17	13	11
El Corte Inglés	13	16	12	12
Eroski	12	13	10	15
Alcampo	11	11	11	11
El Árbol	11	18	8	8
Mercado-Galería alimentación	9	9	12	6
Tiendas de países	7	3	15	3
Consum	7	11	4	5
Ahorramás	7	8	4	8
Condis	7	7	6	7
Tienda especializada	6	5	7	7
Plus	6	7	7	5
Hipercor	5	8	2	4
Tienda tradicional	4	2	2	7
Sabeco	4	3	2	5
Hiperber	4	4	4	4
SuperSol	3	5	2	2
Froiz	3	4	2	2
Alcosto	2	1	2	2
Spar	2	5	0	0
OpenCor	2	2	2	1
Maxcoop	2	2	1	2
Otros	14	19	10	10
Media menciones	3,4	3,8	3,2	3,1
Base	(633)	(211)	(211)	(211)

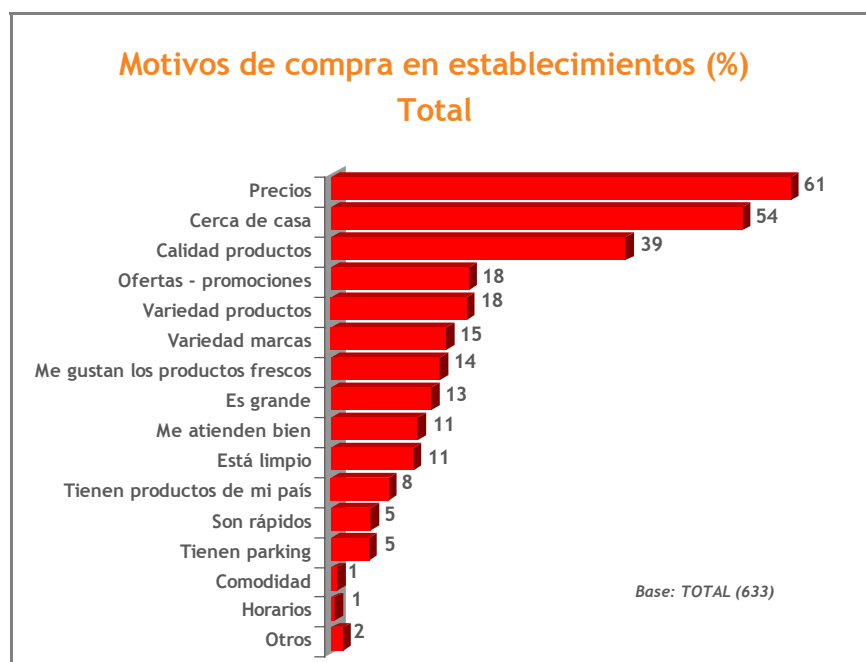
Son los establecimientos donde también compran más frecuentemente. Los inmigrantes distribuyen sus compras en los tres grandes modelos de establecimientos: Hipermercados, Supermercados y Discounts, con preferencia a este último, sobre todo personificado por Día. La visita a otros establecimientos es menos frecuente, aunque conocen El Corte Inglés, Champion, Caprabo, Alcampo...

También realizan compras en tiendas especializadas, mercados y galerías comerciales, así como en tiendas de sus países. Y aunque podría pensarse que las tiendas de sus países deberían estar entre las preferidas, su actitud es bastante crítica, ya que las consideran caras, exclusivamente para un capricho. La excepción corresponde a los magrebíes, que compran con más frecuencia, especialmente la carne, al garantizarles que ha sido sacrificada conforme a sus preceptos religiosos.



Los principales motivos para comprar en un establecimiento son el precio y la cercanía, aunque también se citan la calidad y la variedad de los productos y de marcas. Son los mismos que daría cualquier consumidor español. Los inmigrantes de América Central y del Sur se muestran incluso más interesados que el resto por la calidad y la variedad de los productos, mostrando especial sensibilidad hacia el trato que reciben en los establecimientos.

El valor que dan al precio y a las ofertas-promociones se refleja en la aceptación general de la Marca de la Distribución, que compran el 80% del total, y representa el 43% de los productos comprados.



Es evidente que los inmigrantes se han integrado en la distribución española. Algunos destacan que son las mismas enseñas que había en su país, como el caso de los magrebíes; y otros indican que encuentran de todo con un mayor surtido, como los del Resto de Europa y América Central y del Sur. Pero la satisfacción de compra todavía no es completa, pues necesitarían encontrar productos y marcas de sus países de origen, que hoy sólo consiguen yendo a sus tiendas concretas en las que no confían demasiado, salvo el caso señalado de los magrebíes. Es un reto para la distribución y los fabricantes: cubrir las demandas de estos nuevos consumidores.

Como conclusiones, en la actualidad los hábitos alimentarios y de compra de los inmigrantes en España, aunque tengan algunas características diferenciadoras entre ellos, son bastante similares y no se alejan demasiado de los hábitos de los españoles. Compran en las mismas tiendas, y sus demandas son similares: “buen precio con garantía y calidad”. Al igual que los españoles, no son fieles a una única enseña, y distribuyen sus compras entre tres tipos de tienda diferentes, buscando en cada caso lo que consideran mejor: el precio adecuado, los productos exclusivos, la calidad de la fruta, etc.

Se han adaptado a la comida española, en principio forzados por su situación, pero aceptan que les gusta y les acaba pareciendo más saludable. Aunque siguen señalando que el sabor les resulta más insípido, al ser menos especiada que la de sus países de origen.



MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACION

DIRECCIÓN GENERAL DE
INDUSTRIA ALIMENTARIA Y
ALIMENTACIÓN

SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE INDUSTRIAS, COMERCIALIZACIÓN
Y DISTRIBUCIÓN AGROALIMENTARIA

No deja de ser todo un símbolo que los dos platos más emblemáticos de la cocina española, la paella y la tortilla de patata, sean los que más les gustan. Si los fabricantes y la distribución consiguen captar y fidelizar estos nuevos consumidores, se habrá contribuido de forma positiva a su integración. Además de enriquecer la oferta en los lineales de las Grandes Superficies al incorporarse nuevos productos que posiblemente también serán aceptados y consumidos por todos los españoles, cada vez más interesados por la diversidad cultural, personificada en este caso por los hábitos alimentarios.