



# 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

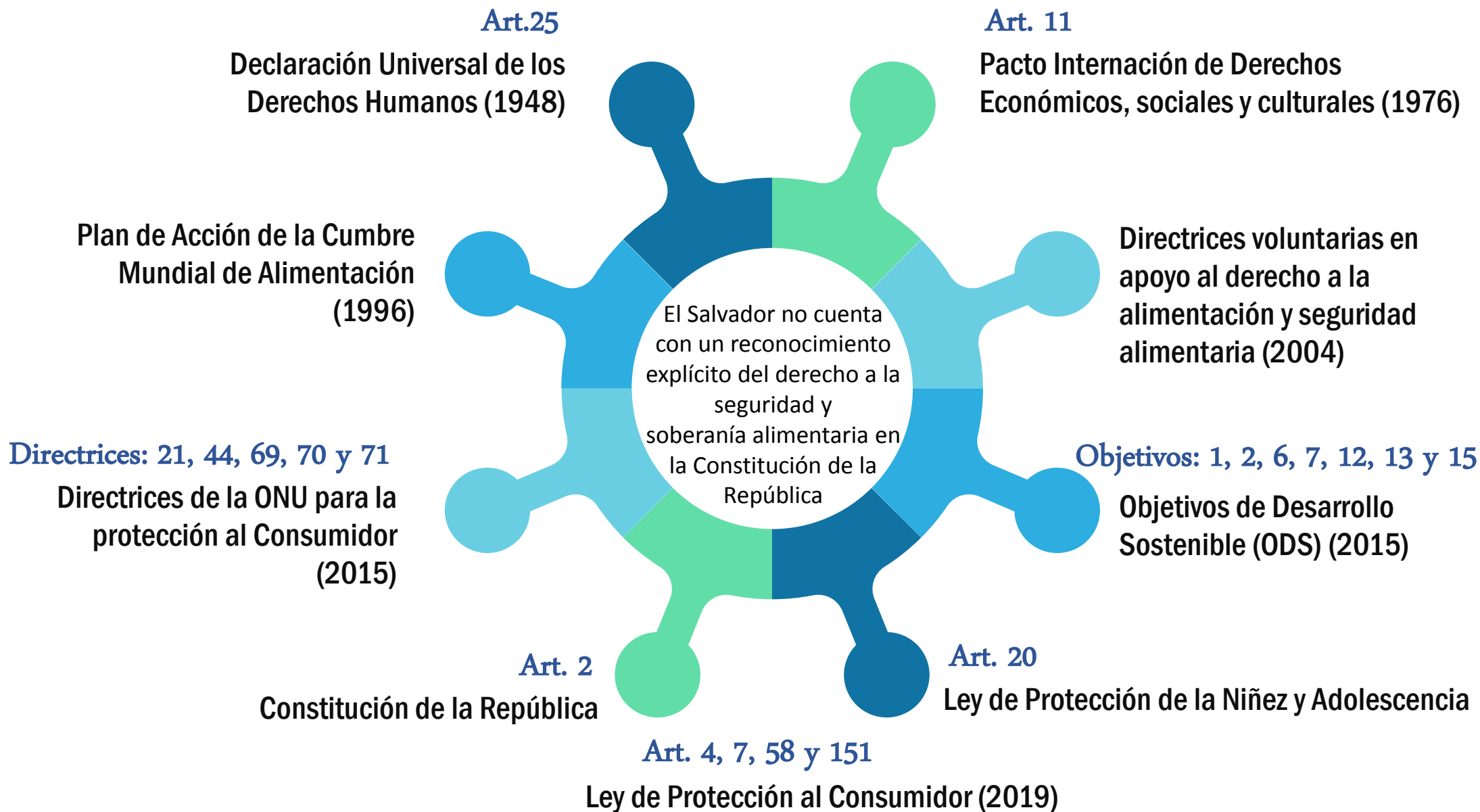
**3** Tendencias en el consumo de comida preparada fuera del hogar

**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):

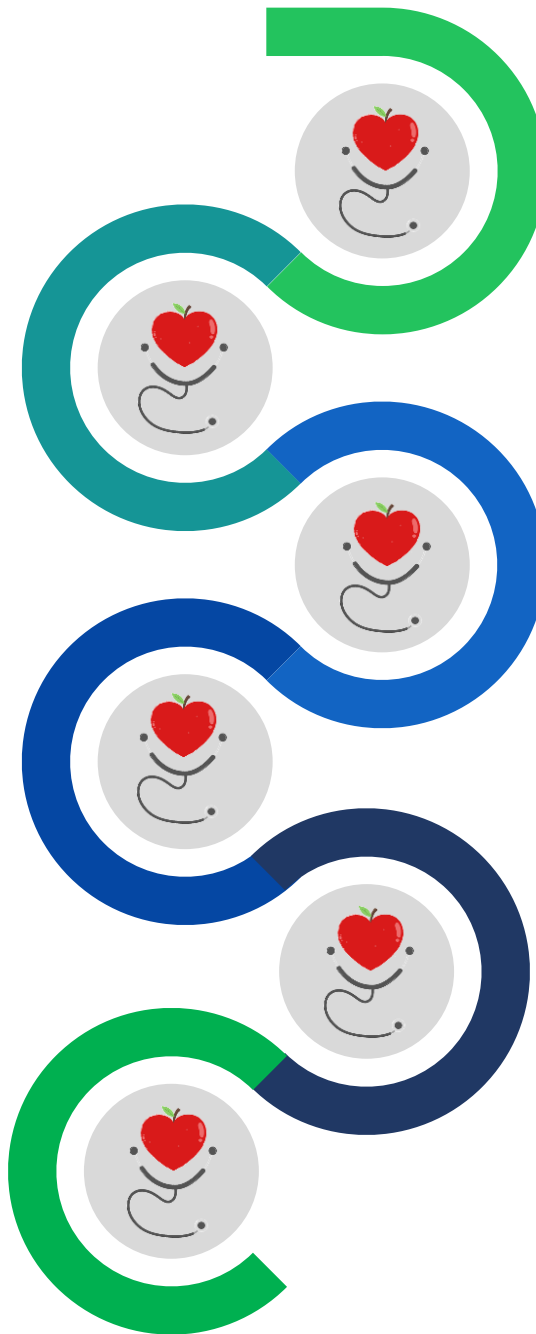
- ▶ Creación del Sistema Nacional de Protección al Consumidor. Art. 151 de la LPC.

# 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.

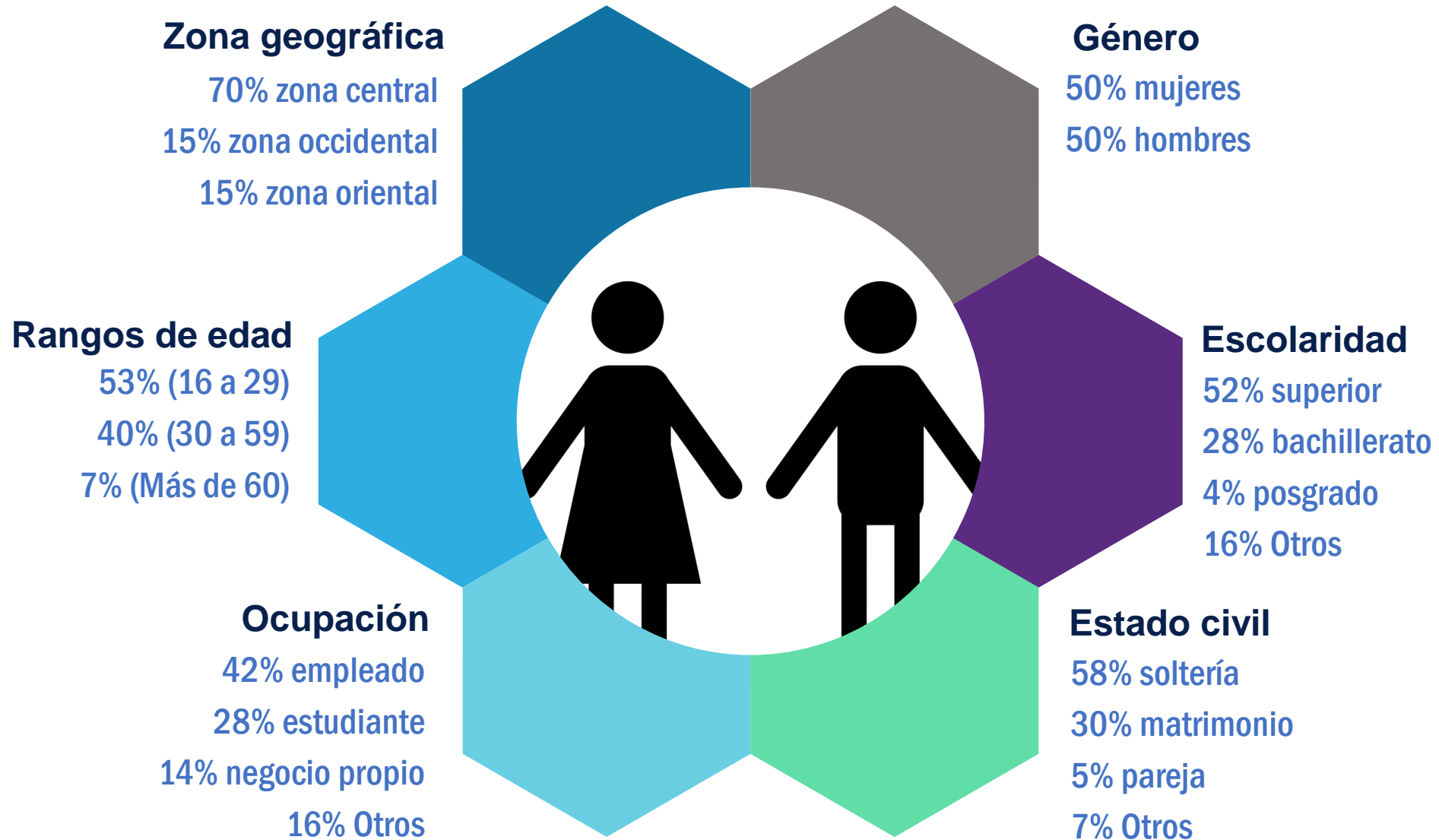
De la carga económica de la malnutrición, **\$1,704.7 millones** (aproximadamente 2/3) son atribuibles a la desnutrición y **\$854.5 millones** al sobrepeso y obesidad.



# Tendencias en el consumo de comida preparada fuera del hogar



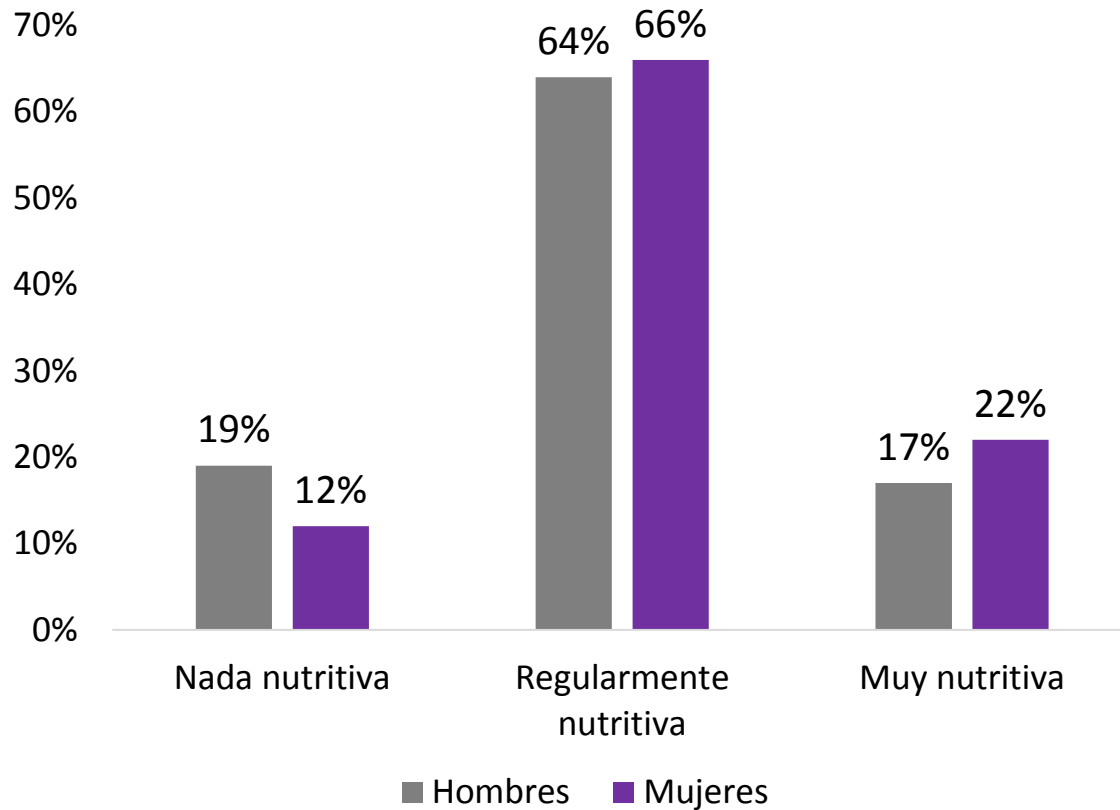
# Generalidades de la muestra encuestada (1,000 personas)



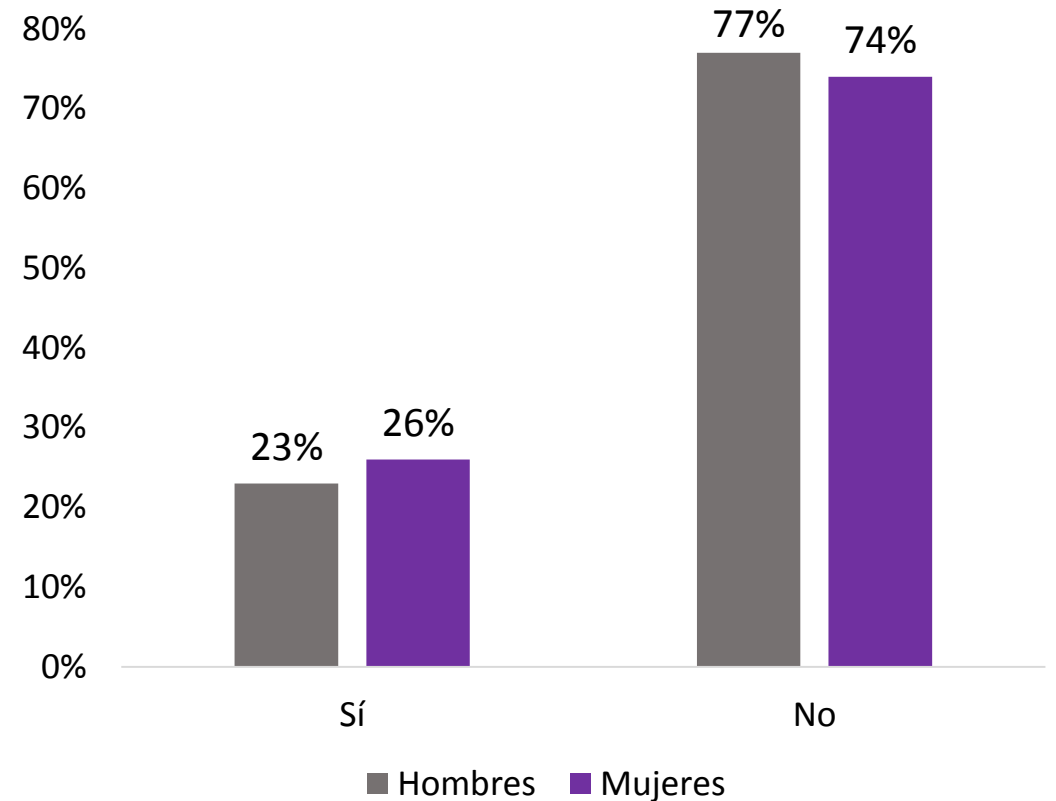


# Percepción del salvadoreño sobre la alimentación

¿Qué tan nutritiva considera que es su alimentación diaria?

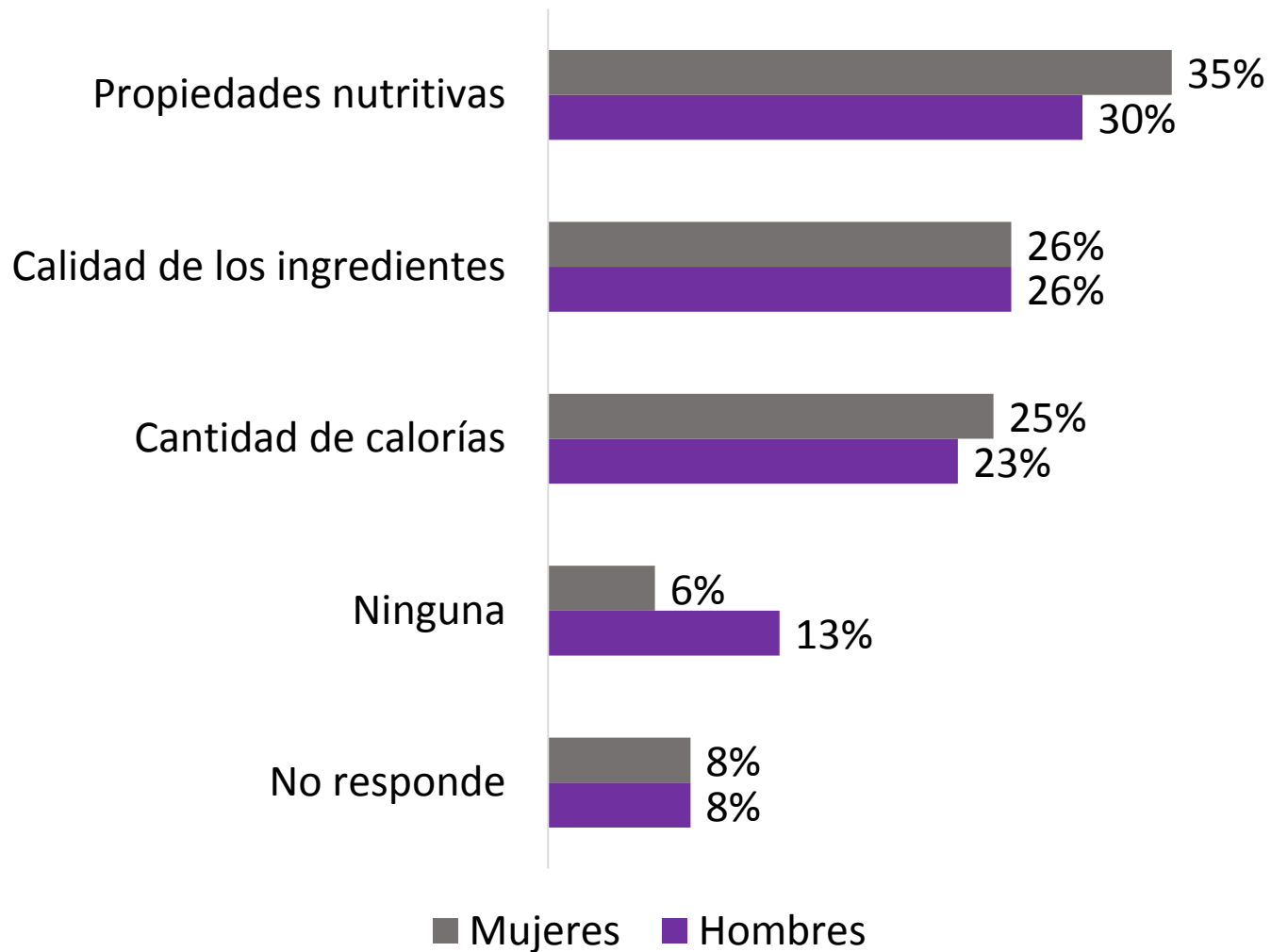


¿Conoce la cantidad de calorías que debe consumir diariamente, de acuerdo a su peso, estatura y actividad física?



# 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%)

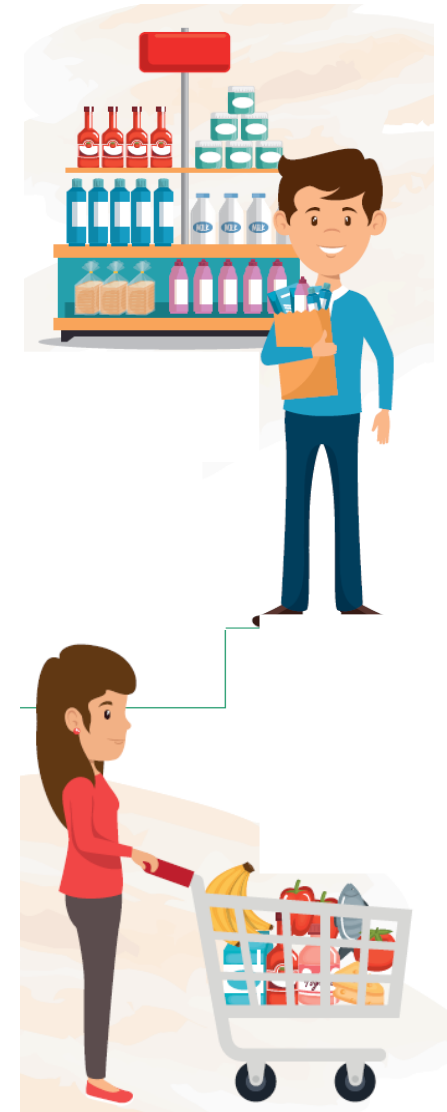
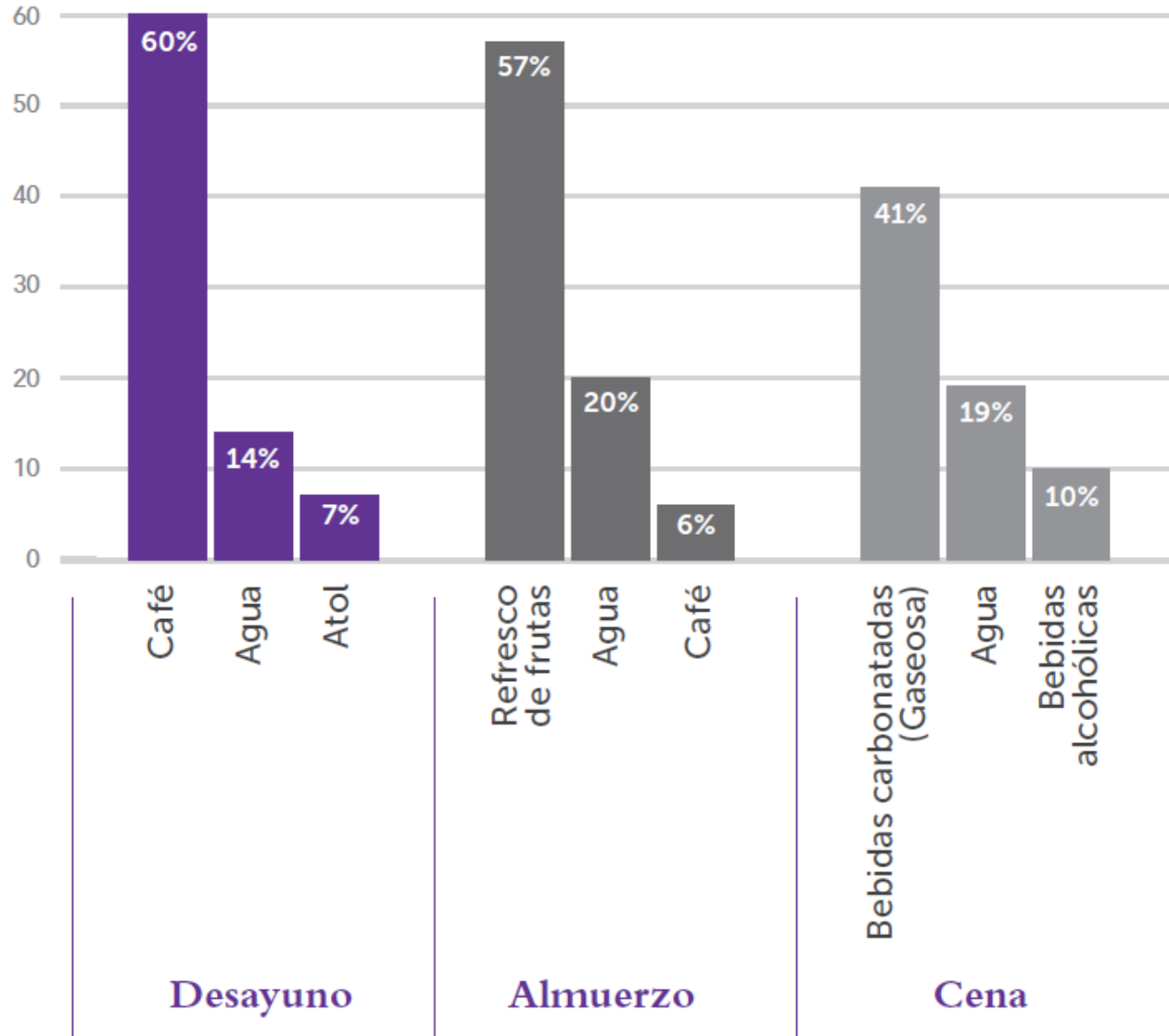
# Tendencias en el consumo de antojos

	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**

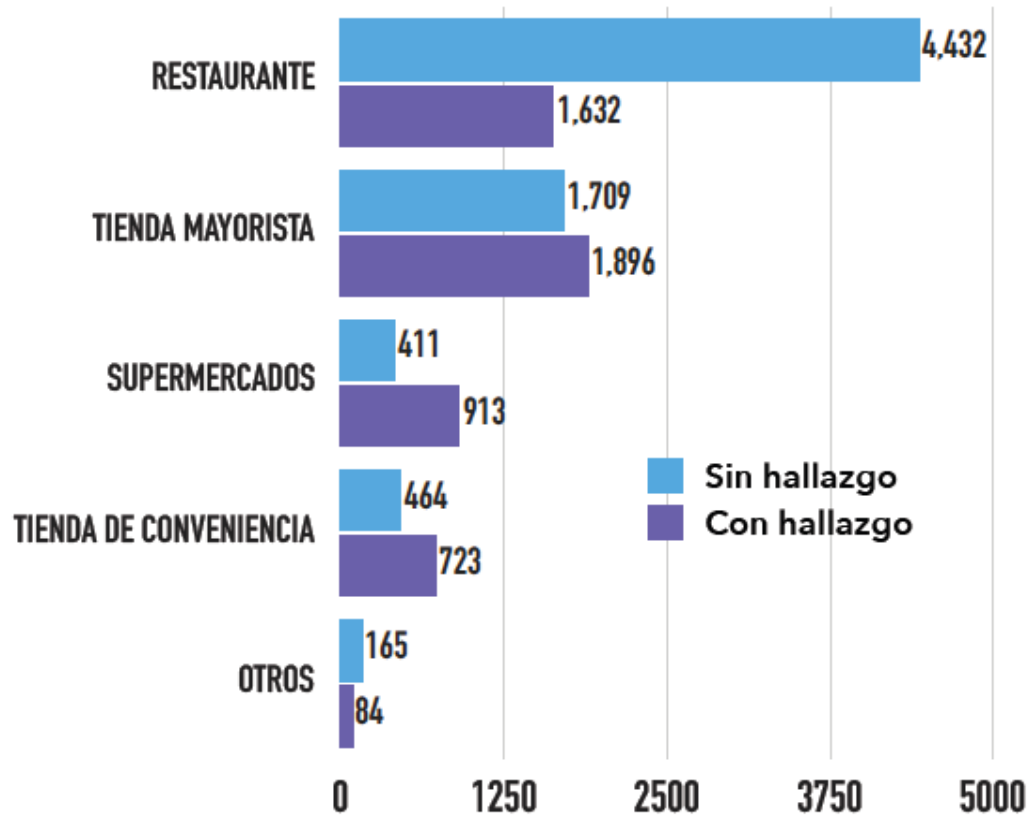


# Inspecciones en el sector de alimentos, 2010-2019

**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 especias

**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