

<b>PRÓLOGO</b> .....	9
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>II. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA</b> .....	19
• Extranjeros residentes en España .....	21
• País de origen de los extranjeros residentes .....	29
• Características sociodemográficas .....	32
• Tasa y sector de actividad .....	36
<b>III. LA INMIGRACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA</b> .....	39
• Distribución de los extranjeros por CC.AA. ....	41
• Principales países de origen de la población inmigrante .....	45
• El colectivo asiático .....	50
• Países de origen de los extranjeros residentes por CC.AA. ....	53
<b>IV. HÁBITOS ALIMENTARIOS DE LA INMIGRACIÓN</b> .....	83
• Planteamiento de la investigación .....	85
• ¿Cómo vivía en su país? ¿Cuál era su comida más importante? .....	91
• Principales comidas del día. El desayuno .....	95
• El almuerzo .....	101
• La cena .....	107
• Frecuencia de consumo de los alimentos .....	112
• Consumo de pan .....	113
• Consumo y frecuencia de bebidas .....	117
• Consumo de productos tipo «bio» .....	123
<b>V. ACTITUD HACIA LA COMIDA ESPAÑOLA</b> .....	127
• Integración a la comida española .....	129
• ¿Qué productos típicos han dejado de consumir? .....	131
• Actitud hacia la comida española .....	140
• Demanda hacia los productos alimenticios .....	142
• Árbol de decisión de compra .....	146
• ¿Quién decide la compra? .....	152

	<i>Páginas</i>
<b>VI. LOS INMIGRANTES Y SU RELACIÓN CON LA DISTRIBUCIÓN...</b>	155
• Conocimiento espontáneo y sugerido .....	157
• Dónde compran los inmigrantes .....	159
• Inmigrantes de América Central y del Sur .....	161
• Inmigrantes de Europa del Este .....	162
• Inmigrantes magrebíes .....	163
• Inmigrantes asiáticos .....	164
• ¿Qué establecimientos les gustan más a los inmigrantes? .....	165
• Motivos de compra en los establecimientos .....	167
• Mapa de posicionamiento de los modelos de distribución .....	169
• Motivos de compra en las principales enseñas .....	171
• Los inmigrantes y la marca de la distribución .....	179
 <b>VII. CONSUMO FUERA DEL HOGAR .....</b>	 183
• Tipos de establecimientos visitados en días laborables y fines de semana.	186
• Momentos del día/ocasiones de visita en días laborable y fines de semana.....	189
• Gasto medio en días laborables y fines de semana .....	193
• Frecuencia de visita a establecimientos <i>fast-food</i> . Enseñas visitadas. Criterios de elección.....	196
 <b>VIII. CONCLUSIONES .....</b>	 203