

HELADOS

El sector de los helados volvió a tener en 2023 unos excelentes resultados, gracias al aumento de la demanda derivada del turismo. A pesar de la subida de los precios de las materias primas y del resto de los costes, aumentó la producción y creció el negocio de estas empresas, impulsado por el gran desarrollo de las marcas de distribución (MDD).

La producción industrial de helados en 2023 se situó en 402,3 millones de litros, 81 millones de litros más que en 2022, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE). El valor de estas producciones fue de 1.138,7 millones de euros, un 38% más que en el año anterior.

Hay que tener en cuenta que 2022 también fue muy bueno para este sector, pues se registraron aumentos tanto en el volumen producido, como en su valor.

Según datos de la consultora Circana, las marcas de distribuidor (MDD) supusieron en 2023 el grueso de las ventas, tanto en valor como en volumen. En volumen, de media, alcanzaron una cuota del 83,6% y en valor del 64,7%. La cuota de las MDD fue superior en los casos de helados a dividir (tartas, barras, etc.) y también en las tarrinas familiares. La primera marca de fabricante (MDF) tuvo una cuota del 7,9%.

De la producción total, caso el 64% eran helados individuales (palo, cono, sándwich, etc.) un 26% fueron tarrinas familiares y el resto (10%), helados a dividir. Con respecto al año anterior, aumentó la producción de helados individuales; se mantuvo la de tarrinas y descendió la de helados a dividir.

INNOVACIÓN CONSTANTE

Una característica singular del sector industrial de la producción de helados es su capacidad para innovar, tanto en la presentación de sus productos, como en la elaboración de los mismos,

La innovación constante y la presentación de ofertas más saludables, adaptadas a los nuevos gustos de los consumidores, constituyen las principales estrategias para arañar cuotas de mercado.

A este respecto, las industrias han incrementado su oferta de helados en los últimos años, dirigiéndola hacia productos más saludables y adaptados a los nuevos gustos de los consumidores (helados veganos, sin gluten, bajos en grasa, artesanos, etc.).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. (División helados. Estimación)	250
ICE Cream Factory Co. Marker, S.A.(Grupo Ferrero)	243
Froneri Iberia	235
Aiadhesa, S.A. (Grupo Alacant)	223
Grupo Helados Estiu	120
Lacrem	105
Grupo Kalise, S.A. *	58,8
General Mills Ibérica	47,2
Casty	45,5
Penalva Alimentación S-A* (Nordwik)	21

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

Además de la innovación, el sector de los helados también está haciendo frente al desafío que supone desestacionalizar el consumo. Para ello, al margen de aumentar su oferta todo el año, han sacado al mercado productos nuevos como el yogur helado.

También han irrumpido con fuerza en el mercado los helados proteicos, que son los que tienen una mayor cantidad de proteína y menos hidratos. Las ventajas de este tipo de helados es que contienen menos azúcares, más proteína, menos grasas y se consideran mejores para deportistas, personas que siguen una dieta de adelgazamiento, etc.

No obstante, hay que tener en cuenta que este tipo de helados tiene un sabor distinto a los convencionales y puede llevar más edulcorantes.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de los helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores (productores y comercializadores), junto a pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales de otros sectores agroalimentarios, que son los que tienden a controlar la evolución del mercado.

Otra característica que define al sector de los helados es que hay muchas empresas jóvenes, con menos de una década de historia, de pequeño tamaño.

A este respecto, cerca de un 70% de las empresas heladeras se califica como microempresa; un 25% como pequeña empresa; un 3% como mediana empresa y un 2 % se considera gran empresa.

Andalucía es la comunidad donde se encuentra una mayoría de las empresas heladeras, seguida por la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares. Las diez empresas más importantes del sector controlan alrededor del 85% de todas las ventas en valor y en volumen.

El grupo líder del sector helados es una filial de una gran compañía multinacional y registró en 2023 una facturación de 250 millones de euros en el sector, con marcas muy conocidas. Esta empresa, que facturó más que en el año anterior, es líder en todas las categorías de producto en los lineales.

La segunda empresa en facturación también es un gran grupo, que destaca por producir con muchas marcas de distribuidor (MDD), aunque también cuenta con marcas de fabricante conocidas. En 2023 facturó unos 243 millones de euros, cifra muy superior también a la del año anterior, con una producción que creció hasta superar 100 millones de litros.

Por su lado, la tercera empresa en importancia facturó 235 millones de euros y es también muy conocida en el mercado de las MDD. Esta empresa sacó al mercado casi 100 millones de litros de helado.

La gran mayoría de los grandes operadores del sector de los helados han apostado por internacionalizar sus plantas de producción, para situarlas cerca de los grandes mercados de destino.

COMERCIO EXTERIOR

La mayor parte la producción nacional de helados (cerca del 75%) se consume en el mercado interno, pero las industrias prevén que hay margen para que ese consumo siga creciendo y también para que mejoren las ventas al exterior.

Según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en 2023 se exportaron 62.468 toneladas, un 7,7% más que en el año anterior, mientras que se importaron 79.598,4 toneladas, un 17,6% más. En estos datos están incluidas las compras y las ventas de todo tipo de helados. En cuanto al valor de este comercio, las importaciones ascendieron a 262,8 millones de euros, un 31,5% más que en el año anterior. Mientras, las exportaciones sumaron 323,8 millones de euros, casi un 30% más que un año antes.

Los principales mercados de las exportaciones de helados son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal, Italia, Francia, Alemania y Holanda. También hay empresas que exportan a Reino Unido, Australia y Estados Unidos.

En importaciones de helados las principales partidas están vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de la distribución alimentaria. Por ello, los principales proveedores son Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido.

En el sector de los helados se producen muchos movimientos comerciales entre distintas filiales de una misma compañía, que no quedan reflejadas en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho mayores. ■

Consumo y gasto en helados y granizados

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 31,8 millones de litros, que suponen 1,6 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y

granizados ascienden a 1.568,7 millones –de forma concreta, 12,9 por persona-. Durante el último año, un 59,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar.

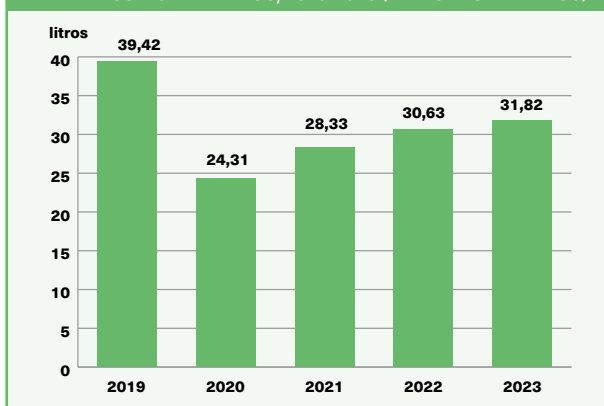
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	31,82	1,55	1.568,72	12,89	58,99

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero incremento del 3,9% en el consumo extradoméstico de helados y granizados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



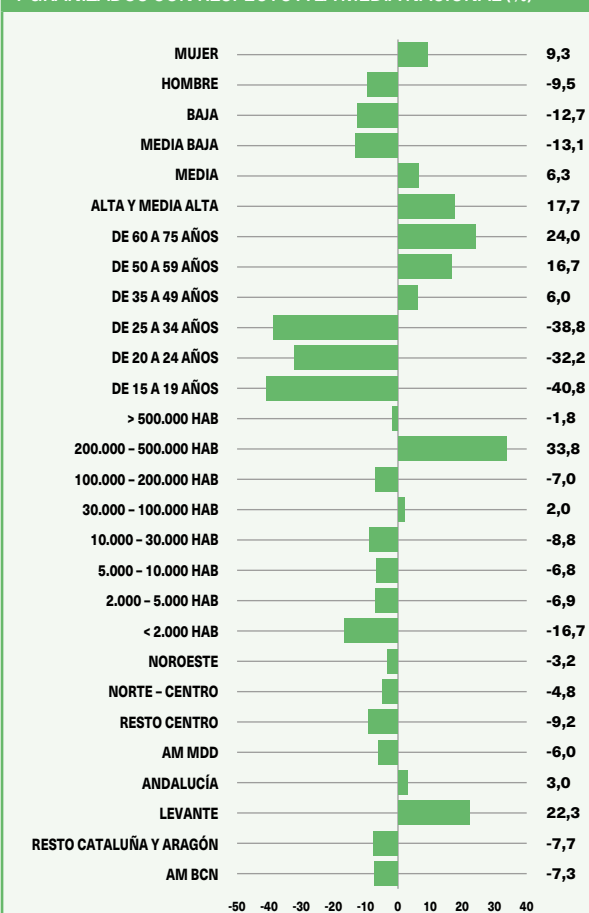


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo indican un consumo superior de estos productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de helados y granizados fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de helados y granizados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de helados y granizados no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, y Resto de Cataluña y Aragón. ■

DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE HELADOS Y GRANIZADOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



* Media nacional = 1,55 litros por persona



mercasa

Alimentación en España 2024

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DISTRIBUCIÓN CONSUMO



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

27ª EDICIÓN 2024/2025

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ MIÑONES CONDE

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y PERSONAS: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro. La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.

En esta edición, Mercasa agradece especialmente las facilidades para la realización de fotografías en el Mercado Municipal La Paz y el Mercado de Chamartín, ambos en Madrid, así como el hipermercado Alcampo en el Centro Comercial Getafe 3.