



Consumo de dulces en España

Análisis de la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO. Universidad Complutense de Madrid.

RESUMEN

El consumo de dulces está arraigado en la alimentación de los hogares españoles desde hace siglos. Durante los últimos años, la evolución en la demanda de bollería y pastelería ha quedado condicionada por las características y los hábitos de los consumidores. Este artículo cuantifica el consumo y el gasto, así como su evolución, en la partida de bollería, pastelería, galletas y cereales. Además, plantea las principales desviaciones en la demanda en función de variables socioeconómicas tales como la condición económica, la presencia de niños, la edad, el número de miembros de la unidad familiar o el tamaño del municipio de residencia. Finalmente, analiza las cuotas de distribución por formatos comerciales para los principales productos de bollería y pastelería.

PALABRAS CLAVE: Dulces, bollería, pastelería, galletas, cereales, consumo, gasto, cuota de mercado, precios

Conforme a las cifras que recopilan los Paneles de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), los hogares españoles consumen 595,8 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales y gastan 2.515,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llega a 13,1 kilos de consumo y 54,4 euros de gasto (cuadro 1).

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,8 kilos por persona y año), seguido de las galletas (5,7 kilos per cápita) y de los cereales (1,7 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 50,2% (27,8 euros por persona), las galletas el 36,8% (20,4 euros por persona), y, por último, los cereales un porcentaje del 13,0% (7,2 euros por persona). Conviene apuntar que, con respecto al gasto en alimentación de los hogares españoles, la partida de bollería, pastelería, galletas y cereales supone un 3,6% sobre el total.

A las cifras anteriores, se puede añadir la demanda de productos navideños (consumo de 35,4 millones de kilos y gasto

CUADRO 1

Consumo y gasto en bollería, pastelería, galletas y cereales de los hogares

Años / Formatos	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	595,8	13,1	2.515,3	55,4
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	261,9	5,8	1.263,8	27,8
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	205,8	4,5	926,2	20,4
BOLLERÍA Y PASTELERÍA A GRANEL	56,2	1,2	337,6	7,4
GALLETAS	256,8	5,7	925,7	20,4
GALLETAS ENVASADAS	251,2	5,5	869,7	19,2
GALLETAS SALADAS	8,0	0,2	36,3	0,8
GALLETAS DULCES	243,2	5,4	833,5	18,4
GALLETAS GRANEL	5,6	0,1	56,0	1,2
CEREALES	77,1	1,7	325,8	7,2
CEREALES CON FIBRA	16,6	0,4	75,1	1,7
RESTO CEREALES	60,4	1,3	250,7	5,5

Fuente: Nielsen

de 308,0 millones de euros que suponen, por persona, 0,8 kilos y 6,8 euros). No obstante, la estacionalidad asociada a esta categoría concreta de productos (mantecados, polvorones, turrón, mazapán,...) les confieren una especificidad que no se va a atender en este trabajo.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales ha presentado distintas oscilaciones tal y como se pone de manifiesto en el gráfico 1 para el periodo 2007-2013. Las cifras más elevadas, tanto en consumo como en gasto, se producen en el año 2008 mientras que, por el contrario, el menor consumo y gasto per cápita se asocia al año 2007; la horquilla de variación llega a 8,1 euros y casi 1 kilo entre ambos años.

Por otra parte, en esta familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita también cuenta con diferencias para cada tipo de producto tal y como se recoge en el gráfico 2. Respecto a la demanda del año 2007 (valor 100), el consumo de cereales y galletas aumenta y, por el contrario, en bollería y pastelería se produce un estancamiento que llega a contar con valores negativos durante los años 2011 y 2012.

GRÁFICO 1

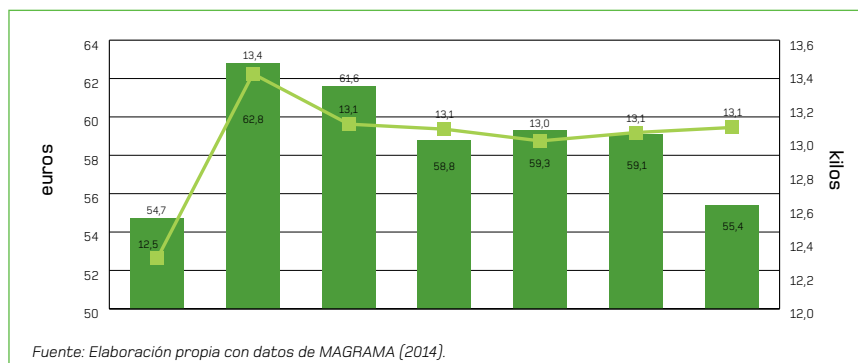
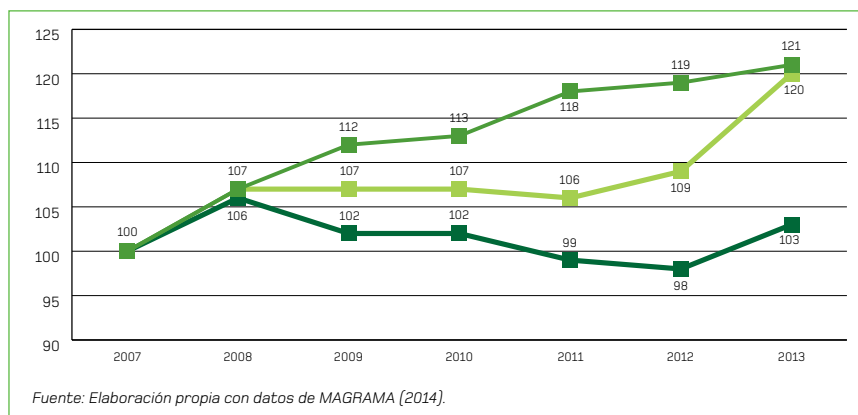
Evolución del consumo y del gasto en bollería, pastelería, galletas y cereales, 2007-2013

GRÁFICO 1

Evolución del consumo por tipos de bollería, pastelería, galletas y cereales (2007=100), 2007-2013



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

El consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Entre los factores que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de esta familia pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, el hábitat rural o urbano, la tipología de hogar o la comunidad autónoma. A continuación se reflejan algunas comparaciones para establecer las principales divergencias con el consumo medio en función de todas estas variables (gráfico 3).

Condición económica

Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de bollería, pastelería, galletas y cereales (un 13,7% por encima de la media) mientras que los hogares de clase baja tienen la demanda más reducida (un -16,4%). De forma particular, pueden destacarse los siguientes aspectos:

- Los hogares de clase alta tienen una demanda superior a la media en todos los productos de esta familia aunque destaca, por su mayor desviación, en galletas envasadas (14,4%), en galletas dulces (14,4%) y en cereales con fibra (21,8%).
- Los hogares de clase media también cuentan con desviaciones positivas en todos los productos. Su consumo es más elevado, por ejemplo, en galletas a granel (15,6%) o en cereales con fibra (14,3%).
- En los hogares de clase baja se aprecia un menor consumo relativo en casi todos los productos de bollería, pastelería, galletas y cereales (la única excepción aparece en galletas a granel, con una desviación positiva del 5,8%).

Presencia de niños en el hogar

En un primer momento, puede apuntarse que los hogares con niños de entre 6 y 15 años consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales (2,6%) mientras que la demanda más baja se registra en los hogares con niños menores de 6 años (-16,2%).

De forma particular, se observan los siguientes aspectos sobre esta variable:

- Los hogares sin niños tienen un consumo superior a la media, por ejemplo, en bollería y pastelería a granel (15,3%) y galletas a granel (38,0%). Su demanda está por debajo de la media en cereales (-3,5%) o galletas dulces (-2,8%).
- Los hogares con niños de 6 a 15 años cuentan con desviaciones positivas en galletas dulces (3,6%) y cereales (14,3%) mientras que el consumo resulta especialmente negativo en bollería y pastelería a granel (-18,9%) y en galletas a granel (-51,9%).

Situación en el mercado de trabajo

Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es superior (2,3%); destaca que en casi todos los productos este colectivo cuenta con una desviación positiva con respecto a la media (la excepción está en galletas saladas y en cereales, -9,7% y -1,7%). Por el contrario, cuando el encargado de comprar está trabajando, el consumo de esta familia de productos resulta sistemáticamente más reducido (por ejemplo, en bollería y pastelería a granel y en galletas a granel, -11,9% y -29,1%).

Edad

En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es más elevado (2,7%), mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años (-14,7%). De forma particular, aparecen las siguientes peculiaridades en función de la edad:

- Los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas en la demanda de todos los tipos de productos. Las divergencias son espe-



cialmente significativas en bollería y pastelería a granel (-32,1%) y en galletas a granel (-68,6%).

- Los mayores de 65 años consumen una cantidad superior en, por ejemplo, productos a granel (destaca un 117% más elevado en galletas) y cereales con fibra (7,2%).

Número de miembros del hogar

Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bollería, pastelería, galletas y cereales (35,3%), mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar (-12,2% en hogares con 5 y más personas). En este caso, se observan las siguientes peculiaridades:

- Los hogares de una persona tienen una demanda superior a la media en todos los productos y las desviaciones más positivas se asocian a galletas saladas (81,7%), galletas a granel (86,0%) y cereales con fibra (75,4%).
- Los hogares de 3 personas son el punto de inflexión para establecer los consumos por encima y por debajo de la media. En este caso, se contabilizan consumos inferiores a la media en todos los productos.
- Los hogares con 5 o más personas cuentan con desviaciones negativas en todos los productos (son significativas en bollería y pastelería a granel y en galletas a granel, -30,6% y -54,7%).

Tamaño del municipio de residencia

Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con un mayor consumo per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales (3,4%), mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con una población de entre 2.000 y 10.000 habitantes (-2,7%). En referencia a esta

PANES DE ARTESA

LA NOVEDAD ES EL PAN GALLEGO DE SIEMPRE.

ELABORADOS CON NUESTRA PROPIA MASA MADRE

Así los Panes de Artesa adquieren aromas y sabores intensos a pan de siempre, mayor durabilidad, cortezas crujientes y tiernas y aromáticas migas.

PROCESO DE ELABORACIÓN CON TRIPLE FERMENTACIÓN

En artesa después del amasado. En cunas de reposo después de la división de la masa. En cámara de fermentación controlada después del formado.

PROCESO DE HORNEADO EN TRES FASES

Alta temperatura al inicio para aportar volumen. Fase intermedia a temperatura moderada para estabilizar el pan. Última fase a baja temperatura para un acabado delicado y crujiente.

CUIDADA SELECCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Nuestros maestros panaderos seleccionan y combinan con su saber hacer cada uno de los ingredientes manteniendo su esencia y aroma en cada una de sus 6 variedades.

CENTENO
Corteza consistente y miga compacta, con el ligero punto de acidez del centeno.

PEREGRINO
Corteza gruesa y crujiente. Miga consistente de tono ligeramente grisáceo, con el característico punto de acidez del pan gallego.

MAÍZ Y TRIGO
Corteza gruesa y crujiente, de tono dorado y miga compacta, con los matices dulces del maíz y la ligereza del trigo.



ESPELTA
Superficie agrietada que le aporta diferentes texturas. Miga muy jugosa y de color avellana claro y un intenso aroma a pan tradicional.

AVENA
Corteza dorada, ligeramente enharinada con tres cortes poco profundos. Miga blanca y esponjosa, de sabor suave y ligero alveolado.

MULTICEREAL
Corteza crujiente y brillante, miga ligeramente alveolada y con el característico aroma a la variedad de cereales y semillas que contiene.

San Brandán
LO BUENO POR TRADICIÓN

INDUSTRIALES PANADEROS S.A.
Calle Pasteur, 9 - 15008 A Coruña
Tel. 981 254 100 - ipasa@sanbrandan.com

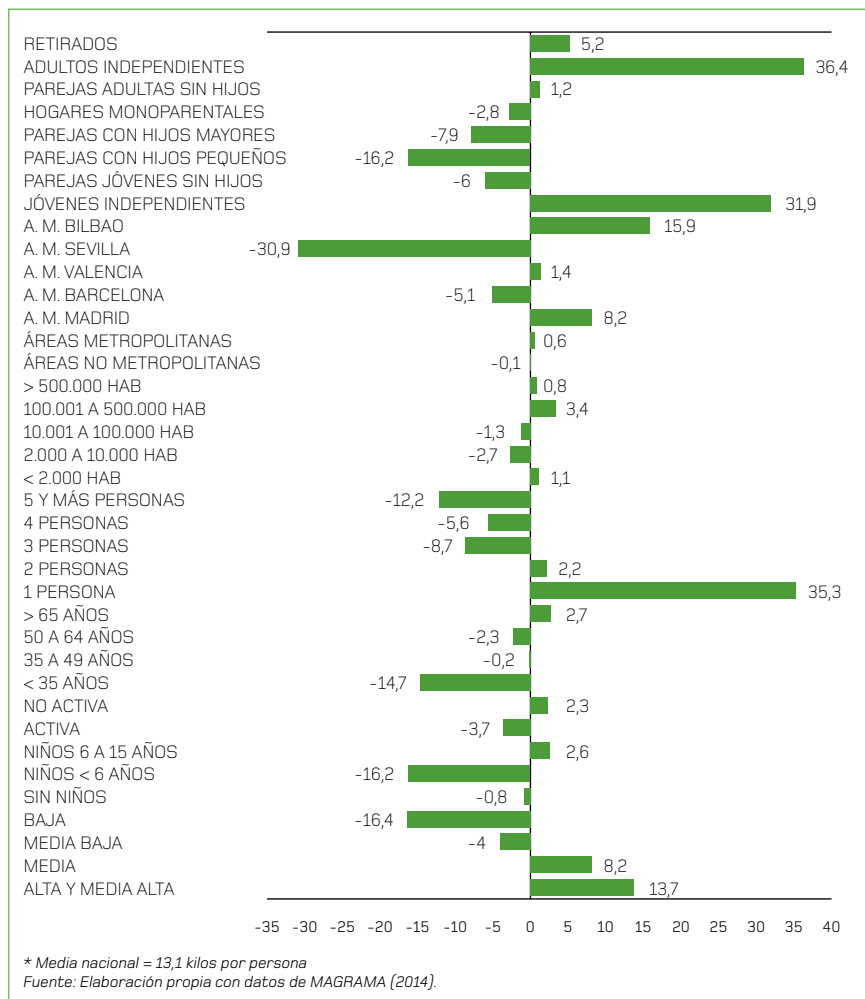


www.sanbrandan.com

NOVEDAD

GRÁFICO 3

Desviaciones en el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales en los hogares con respecto a la media nacional (%)*



variable resulta posible extraer los siguientes aspectos:

- Los municipios más pequeños (con menos de 2.000 habitantes) tienen un patrón de consumo que difiere poco de los valores medios (1,1%). Por otra parte, existe una demanda superior en bollería y pastelería a granel (26,4%) y en galletas a granel (135,6%) mientras que se atiene a un consumo sensiblemente menor en galletas saladas (-41,6%) o en cereales con fibra (-29,6%).
- En los grandes municipios (por encima del medio millón de habitantes) casi todos los productos cuentan con una demanda con desviaciones positivas respecto a la media (destaca bollería y pastelería envasada, 9,4%); las divergencias negativas se asocian a galletas dulces (-8,4%) y galletas envasadas (-7,4%).

Por otra parte, atendiendo también al habitat de residencia, se advierte como la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales es ligeramente más elevada en las áreas metropolitanas que en las zonas no metropolitanas (desviaciones del 0,6% frente al -0,1%). De manera concreta, en el área metropolitana de Bilbao se localiza el consumo más elevado (15,9%) mientras que el más reducido se produce en el área metropolitana de Sevilla (-30,9%); Madrid y Valencia cuentan con desviaciones positivas (8,2% y 1,4%) mientras que Barcelona está por debajo de la media (-5,1%).

Tipología de hogar

Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes (36,4%), retirados (5,2%), parejas adultas sin hijos (1,2%) y jóvenes independientes (31,9%), mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños (-16,2%), parejas con hijos mayores (-7,9%), parejas jóvenes sin hijos (-6,0%) y hogares monoparentales



(-2,8%). Otros aspectos que también se pueden destacar en cuanto a la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales en referencia a la tipología de hogar son los siguientes:

- Para los jóvenes independientes, las principales desviaciones positivas en la demanda se asocian a galletas saladas (132,6%) y cereales con fibra (129,2%).
- Para las parejas jóvenes sin hijos, la principal desviación negativa en la demanda de estos productos está en las galletas a granel (-46,3%).
- Para las parejas con hijos pequeños, no aparece ninguna desviación positiva en la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales. El menor consumo respecto a la media se observa especialmente en galletas a granel (-60,8%).
- Para las parejas con hijos mayores, las únicas desviaciones positivas en la demanda de esta familia de productos se asocian a bollería y pastelería a granel (9,3%) y galletas a granel (28,2%).
- Para los hogares monoparentales, las únicas desviaciones positivas aparecen en galletas saladas (2,5%) y cereales (por ejemplo, 4,6% en los cereales con fibra).
- Para las parejas adultas sin hijos, las tres principales desviaciones positivas en la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales se ciñen a bollería y pastelería a granel (37,8%), galletas a granel (24,5%) y cereales con fibra (17,5%).
- Los adultos independientes cuentan con desviaciones positivas en la demanda de todos los productos de esta familia; destacan, por su mayor significatividad, los consumos de galletas saladas (132,0%) y galletas a granel (111,5%).
- Por último, para los retirados se alternan desviaciones positivas y desviaciones negativas en la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales; en el primer caso destacan las galletas a granel (138,5%) y en el segundo las galletas saladas (-15,7%).

GRÁFICO 4

Desviaciones en el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales por comunidades autónomas con respecto a la media nacional (%)*

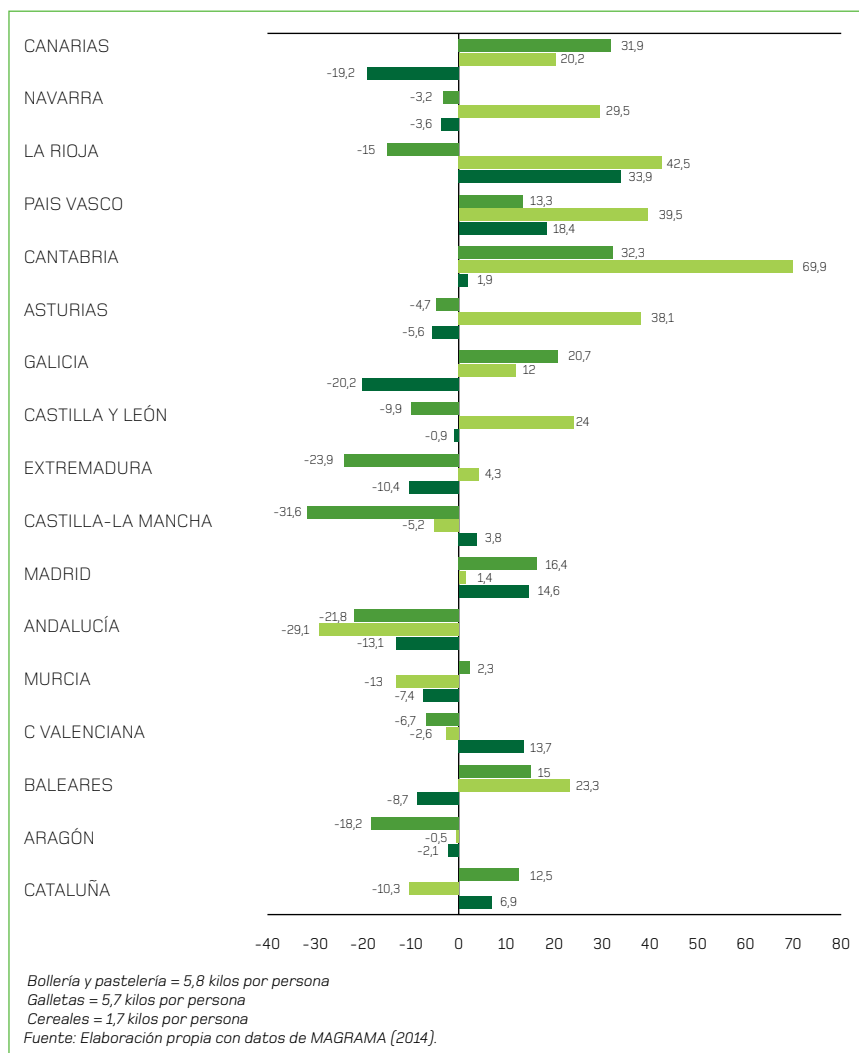
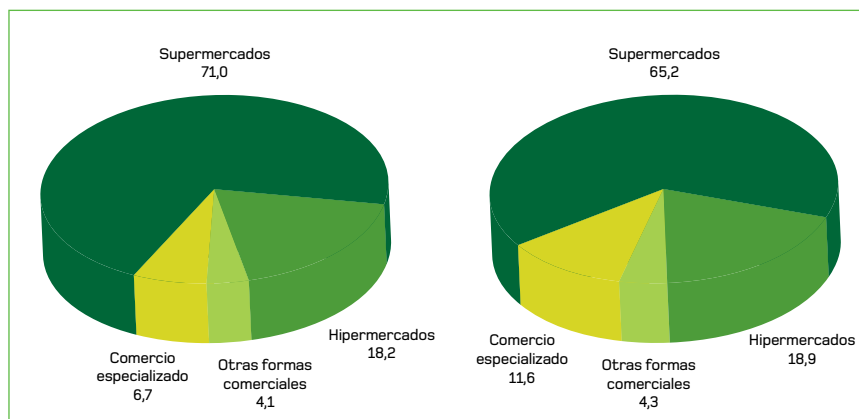


GRÁFICO 5

Cuotas de mercado en la comercialización de bollería, pastelería, galletas y cereales (%)



Comunidad autónoma

Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria (35,1%) y La Rioja (31,3%) cuentan con los mayores consumos de bollería, pastelería, galletas y cereales mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía (-21,1%) y Murcia (-8,6%). La casuística en este caso es bastante heterogénea como muestra el gráfico 4 y bien puede ser objeto de un nuevo estudio:

- Para bollería y pastelería las principales diferencias están entre La Rioja (33,9%) y Galicia (-20,2%).
- En galletas el consumo más elevado se localiza en Cantabria (69,9%) en contraste con Andalucía (-29,1%).
- Para cereales las comunidades con las mayores desviaciones son Cantabria (32,3%) y Castilla-La Mancha (-31,6%).

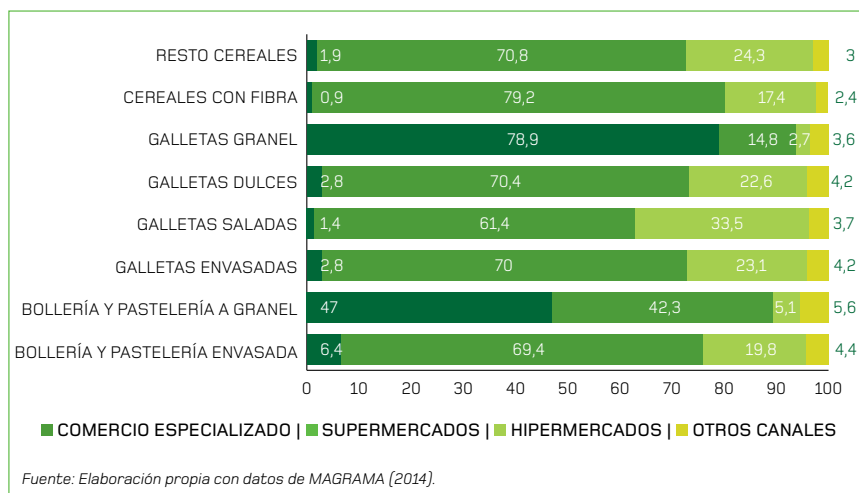
CUOTA DE MERCADO

El gráfico 5 recoge la cuota de mercado en la comercialización de bollería, pastelería, galletas y cereales atendiendo al volumen total. Los supermercados, de manera clara, aglutinan el 71,0% del mercado mientras que los hipermercados llegan al 18,2%; el comercio especializado y otras formas comerciales cuentan con una participación del 6,7% y del 4,1%, respectivamente. Atendiendo a la cifra de venta (cuota de mercado sobre el gasto total efectuado), la participación experimenta algunas variaciones; los supermercados disminuyen ligeramente su relevancia (65,2%), los hipermercados mantienen su participación (18,9%), el comercio especializado aumenta su significatividad (11,6%) mientras que otros canales repiten su cuota (4,3%).

La distribución de los distintos productos que configuran la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales presenta situaciones dispares conforme a la participación de los distintos formatos. El gráfico 6 detalla las cuotas de mercado en cada caso concreto. Por ejemplo, para la venta de productos a granel, el

GRÁFICO 6

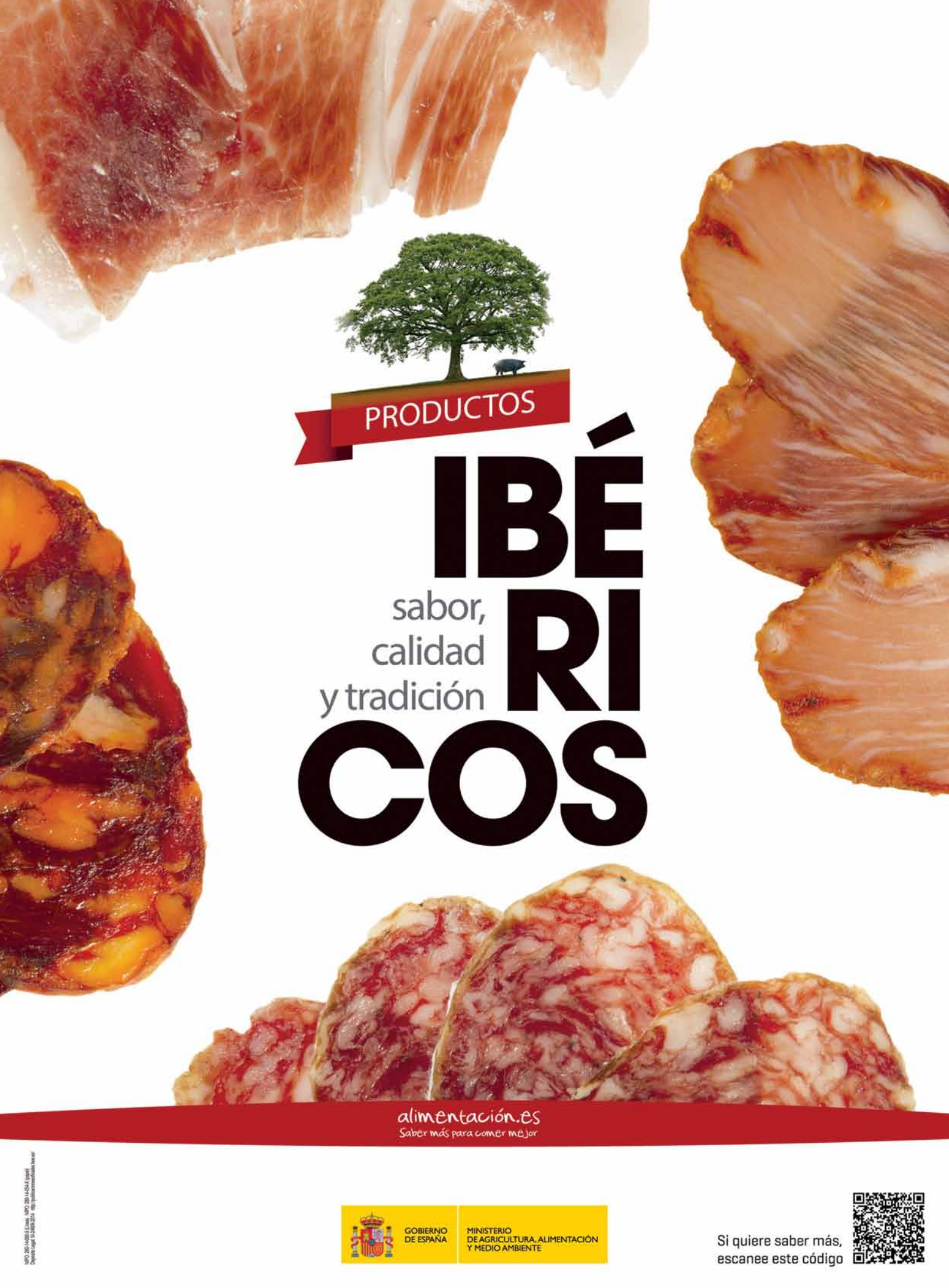
Cuotas de mercado en la comercialización de bollería, pastelería, galletas y cereales por productos (%)



comercio especializado es la principal opción seguida por los consumidores (47,0% en bollería y pastelería a granel y 78,9% en galletas a granel). Por el contrario, los establecimientos de libre servicio (supermercados e hipermercados) consiguen la mayor representatividad en productos envasados (por ejemplo, 69,4% y 19,8% en bollería y pastelería envasada). La cuota de los supermercados también resulta especialmente relevante en galletas envasadas (70,0%), galletas dulces (70,4%) o cereales con fibra (79,2%). ■

Bibliografía

- MAGRAMA (2014): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. www.magrama.es
- MAGRAMA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. www.magrama.es
- MERCASA (2014): *Alimentación en España 2014. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es
- MERCASA (varios años): *Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es



PRODUCTOS

IBÉ sabor, calidad y tradición **RI** **COS**

alimentación.es
Saber más para comer mejor

MPD 2015-14-00001-E (MMP) MPD 2015-14-00002-E (MMP)
Diseño: Agil 11-2015-0214 - http://publicaciones.mmp.es



Si quiere saber más,
escanee este código

