



La industria del dulce busca la combinación perfecta entre innovación, valor, salud y placer

ÁNGEL MARQUÉS ÁVILA. Periodista.

RESUMEN

La industria española del dulce continúa su consolidación como sector económico de referencia dentro de la mayor industria del país, la de alimentación y bebidas, situándose en sexta posición. Según la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), la producción se sitúa en 171.000 toneladas, con un valor de más de 800 millones de euros, con valores relativamente estables en los últimos años en cuanto a consumo interno, mientras que aumenta la presencia en mercados exteriores.

PALABRAS CLAVE: Dulces, bollería, pastelería, repostería.

El sector del dulce creció en volumen un 2,6% en 2018, según David Aubalat, Senior Client Executive y analista del sector de pastelería y bollería de NIELSEN, y entre los distintos segmentos, destaca la buena evolución de las magdalenas, con un incremento del consumo del 6,8%. Los operadores que trabajan las diferentes categorías de estos mercados, de acuerdo a los lanzamientos que han llevado a cabo en el último año, apuestan por satisfacer las demandas del consumidor por productos que permitan mantener una vida más saludable: con bajo contenido en azúcar, sin gluten, con alto contenido en fibra, incorporando nuevos cereales que aportan beneficios para la salud, etc. Por esa senda se dirige la aportación de valor.

Este es el caso de la conveniencia, es decir es una tendencia asociada al “aquí y ahora” o “sobre la marcha”, cuya demanda se caracteriza por la rapidez o inmediatez con la que poder consumirla y también por la calidad de los alimentos. Buena parte del crecimiento del sector provendrá de cubrir esta necesidad de consumo tan inmediata.

Y lo mismo sucede con la salud y el deseo del consumidor de mantener una vida más sana. Por ahí se dirigen buena parte de las innovaciones del sector y tienen buena respuesta por parte del consumidor.

Este sector emplea a más de 24.000 personas de forma directa. Además, la relativa dispersión geográfica de sus empresas lo convierte en motor de desarrollo rural y en potente generador de empleo indirecto.

Para el Secretario General de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), Rubén Moreno, no de los aspectos que más interesa al consumidor actual es tener una alimentación saludable y por ello, recibe con agrado productos que le ayuden en este sentido. Además de los ya numerosos productos con mejores valores nutricionales que el sector ha lanzado en los últimos años, también se ha puesto en marcha el Plan de Colaboración para la Mejora de los Alimentos y Bebidas y otras Medidas del Ministerio de Sanidad, anunciado a principios de año y al que los asociados de PRODULCE se han adherido.

“Tenemos claro –afirman- que esta es una de las tendencias que marca el presente y futuro de la alimentación y que, en el caso de nuestros productos pasa por combinarla además con el placer que el consumidor siempre ha buscado en nuestros productos. Un mix que nos empujará a aumentar aún más si cabe nuestros esfuerzos en el desarrollo de proyectos en el campo de la I+D+i”.

VALOR Y SALUD

En 2018 y los primeros meses de 2019 destaca la buena acogida por parte del consumidor nacional de productos de mayor valor añadido y el espectacular comportamiento de las exportaciones.

El Secretario General de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), Rubén Moreno, afirma que en la actualidad “nos encontramos ante un consumidor cada vez más informado y exigente, interesado especialmente en la salud, en la capacidad de las compañías de adaptarse a sus nuevos ritmos de vida y la innovación y la variedad en los formatos, pero sin olvidar nunca el placer”.

Así, los productores de esta categoría se enfrentan día a día al reto de satisfacer positivamente a este consumidor, para lo que apuestan por la I+D+i en todas sus dimensiones, por la escucha constante de sus demandas y por un trabajo responsable. Ejemplo de ello es que cada vez encontramos más variedad de formatos, ingredientes

RAINBOWDOTS®

¡COLORES QUE DICEN PRUÉBAME!



DOTS PINK NUBES
con mini nubes de golosina



DOTS PURPLE
WHITE
con trocitos de
chocolate blanco

DOTS RED COOKIES
con pedacitos de galleta
al cacao



DOTS GREEN PISTACHIO
con granillo de auténtico pistacho

DOTS YELLOW FRUTTI
con confetti de sabor frutal





En 2018 y los primeros meses de 2019 destaca la buena acogida por parte del consumidor nacional de productos de mayor valor añadido y el espectacular comportamiento de las exportaciones

y alternativas en los lineales, que favorecen distintos y más sencillos momentos de consumo.

“Creemos que en el mercado hay sitio para todos y que es muy buena noticia que sea el consumidor quien pueda elegir qué producto comprar y para qué momento de consumo. PRODULCE representa a un nutrido grupo de compañías especializadas en este sector y que abarcan un gran abanico de productos. Hablamos de hecho de empresas con una gran tradición, de tamaños muy diversos y con la capacidad común de escuchar las demandas y necesidades del

consumidor. En este sentido, cada día el consumidor pone en mayor valor características como la calidad y seguridad alimentaria garantizadas por nuestros productos así como la información completa sobre su composición e ingredientes, información a la que el consumidor siempre tiene acceso a través de nuestros envases y etiquetas”.

Por otra parte, la exportación española en este sector muestra crecimientos importantes en volumen y valor, con una presencia en aumento dentro de la Unión Europea y en otros países como Marruecos, Mauritania, Australia, Jordania, Cuba, Israel y Canadá.

APUESTA POR LA INNOVACIÓN

Innovación es la acción que más se repite en el sector de la pastelería y la bollería. Las compañías dedican mucho tiempo, esfuerzo y recursos para intentar sorprender a un consumidor que busca, cada vez más, cuidar su salud sin renunciar al placer y formatos cómodos que pueda transportar y consumir en cualquier momento del día y lugar.

Sólo en 2018 vieron la luz 1.950 innovaciones, un 5,5% más respecto a 2017, creciendo especialmente el porcentaje de innovaciones radicales (+14%), las reformulaciones (+13%) y las extensiones de marca (+16%).

Según Olga Martínez, la Presidenta de PRODULCE, estas cifras demuestran que “podemos estar orgullosos de nuestra labor, convencidos de todo lo que la industria nacional del dulce puede aportar a la economía y la sociedad españolas. Hemos conseguido mantener la tendencia de crecimiento de los últimos años, lo que nos consolida en una destacada posición en el conjunto de la industria de alimentación y bebidas”.

La Asociación Española del Dulce (PRODULCE) está formada por 67 empresas pertenecientes a los cinco sectores que la definen: fabricantes de caramelos y chicles, cacao y chocolates, galletas, turrone y mazapanes, y pastelería, panificación y bollería. Es una organización sin ánimo de lucro, con una representatividad en torno al 80%, cuya actividad principal es velar por los intereses colectivos del sector, proporcionar servicios de valor a sus asociados, posicionarse como una asociación de referencia para las entidades con las que se relaciona y dar a conocer a prescriptores y consumidores el grado de compromiso y responsabilidad del sector y sus esfuerzos de mejora en términos de innovación, seguridad alimentaria y nutrición.

COMPLEMENTO DULCE DE UNA BUENA COMIDA

El postre es un complemento de la cena o comida, que no siempre es consumido por el comensal que va a cenar o a comer a un restaurante, aunque cada vez son más los restaurantes que elaboran sus propios postres.



Lo que realmente quieres
para tu negocio

NUEVAS
TRENZAS DANESAS
Manzana al horno
Crema de Cacao



En España tenemos dulces maravillosos que ya hacían las monjas hace cientos de años pero que, para que se pudieran conservar, contenían un exceso de grasa y azúcares ya que no existían los métodos de conservación que existen actualmente. Pienso, nos señala, el maestro pastelero Alejandro Montes, de Mamá Framboise, que esa herencia es magnífica y que hay que conservarla, pero hay que darse cuenta de que los tiempos cambian y tenemos que adaptarnos. Podemos hacer una tarta de limón igual de buena sin que sea tan dulce.

Débora Martín, del departamento de expansión de innovachef.com, ubicado en Zamora, entiende que la pastelería española nunca ha dejado de estar de moda, “pero también es verdad que últimamente se está reinventando de forma muy interesante ya que la gente es más exigente gastronómicamente hablando, busca cuidar su salud sin renunciar al placer, y nos señala que, generalmente el chef es también el que se dedica a elaborar los postres, igual no se le da la importancia que

Innovación es la acción que más se repite en el sector de la pastelería y la bollería. Las compañías dedican mucho tiempo, esfuerzo y recursos para intentar sorprender a un consumidor que busca, cada vez más, cuidar su salud sin renunciar al placer y formatos cómodos que pueda transportar y consumir en cualquier momento del día y lugar

debería de tener, o no preocupa tanto el concepto dulce como el salado”.

Por su parte el Maestro Pastelero Roberto Goni Martínez considera que las nuevas tendencias están marcando fuertemente nuevos hábitos en la alimentación, y la bollería y la pastelería no están fuera de esa corriente, y la tendencia son los productos artesanales.

Desde su punto de vista hay pocos Maestros Pasteleros en los restaurantes, y esto es debido a que en la pastelería se necesita otro ambiente y personal idóneo, lo cual aumenta el costo, por lo tanto, algunos restauran-



tes optan por comprar la pastelería, limitándose a servirlos solamente. Pero hay un detalle, no es lo mismo un postre presentado por un chef a un postre presentado por un pastelero y viceversa pasa con los platos de cocina.

Pablo Enrique Valiente, profesor de Gastronomía en la Academia Sistem, considera que “al igual que la cocina, la pastelería y la bollería refinada se están abriendo paso entre las tendencias de gastronomía en nuestro país. Aún así creo que falta mucha formación tanto de pastelería como de bollería y sobre todo en las zonas rurales”.

Nos indica que la pastelería es la base para crear buenas combinaciones de sabores y que las elaboraciones tengan consistencia y armonía de sabor y una excelente textura, en la que la materia prima y una correcta manipulación del producto. Todo ello bien combinado para lograr un buen sabor y una textura apropiada sin excederse con el azúcar y colorantes.

José Francisco Atienza Matas, cocinero profesional y profesor de gastronomía en la Escuela de Hostelería Grupo Aranda Formación, en Madrid, opina que ni la bollería ni la repostería han pasado nunca de moda. Son conceptos que evocan adjetivos como artesanía y tradición, que gracias a la incorporación de nuevas técnicas han hecho que hoy en día estén en boca de todos.

“Dado que en la actualidad –afirma– los negocios que apuestan por lo “hecho en casa” están muy de moda, se está volviendo a trabajar desde la calidad. Por una razón

de logística siempre se ha necesitado un espacio destinado exclusivamente para la pastelería, un obrador, ya que solo grandes empresas de hostelería han cuidado esa rama para ofrecer ese tipo de productos. Desde mi punto de vista, tanto la bollería como la pastelería tienen mucho peso en la gastronomía española. A través de la pastelería o la bollería con tan solo un olor o un sabor podemos transportarnos a nuestras raíces ¡eso es mágico!”.

Antonio Manuel Sánchez Peinado, pastelero de la Tejuela en Alcalá la Real (Jaén), señala que “en la actualidad se está siguiendo una tendencia que los grandes profesionales del oficio están tratando de introducir con divulgación y conocimiento para recuperar parte de un mercado que se había perdido por la intrusión de las grandes superficies e industrias en nuestro sector, otro factor importante han sido las redes sociales, están muy inmersas y el artesano trata en cierto modo de imitar o ponerse al día en cuanto a exigencia profesional, y también el gran público ve y demanda tendencias en este caso relacionadas con el oficio.

Es de la opinión que en España, la mayoría de comensales no tenemos cultura de postre y, por ello, no se puede tener un gran profesional solo y exclusivamente dedicado a esa partida, directamente no es rentable, mantener un maestro pastelero en un restaurante.

Es importante saber, nos dice este pastelero jienense, que el secreto está en saber transformar la buena materia prima en un alimento nutritivo, rico, bonito y saludable. ■