



La celiarquía en el consumo y la distribución comercial

Un análisis cuantitativo y cualitativo

JUAN JOSÉ MARTÍNEZ SÁNCHEZ. Administración y Dirección de Empresas. Máster en Dirección de Marketing Deportivo.

RESUMEN

El objetivo de este artículo es ofrecer una somera aproximación sobre la distribución de productos alimentarios para celíacos desde el punto de vista del consumidor y de los fabricantes y distribuidores. El interés por el estudio es dar visibilidad al sector celíaco a través de dos técnicas de investigación de mercados por las que se presenta la opinión de los consumidores celíacos y de aquellos que conviven con ellos. También se detalla el papel que juegan tanto fabricantes como distribuidores dentro de la cadena alimentaria y mostrando su proyección por este mercado.

PALABRAS CLAVE: celiarquía, consumo, investigación de mercados, distribuidores, fabricantes.

Para conocer de primera mano la opinión de los consumidores y, más concretamente, de los celíacos, se han realizado dos trabajos de investigación. La primera investigación corresponde a un análisis cuantitativo a partir de una encuesta a 262 personas a través de internet. La segunda investigación corresponde a un análisis cualitativo a partir de una entrevista en profundidad a 6 personas tanto celíacas como personas que conviven con celíacos.

En ambas se valoran los aspectos que se detallan en este artículo. La encuesta fue enviada a asociaciones de celíacos de España para que se distribuyeran entre sus integrantes y seguidores en las Redes Sociales. Se han tomado como referencia los productos específicos de la dieta sin gluten: pan de molde y baguettes, pasta, galletas y harina.

Cabe destacar que entre las personas que han contestado la encuesta casi el 87% son mujeres y que el intervalo de edad que más ha respondido abarca de los 31 hasta los 50 años (casi un 69% de los encuestados). Además, en cuanto a la integración familiar, de media, hay por cada familia entre 1 y 2 celíacos.

El primer dato clave a destacar es el nivel de oferta de productos celíacos. Una de las cuestiones pretendía conocer cuántos establecimientos tenían una zona reservada para los productos sin gluten. Carrefour es el establecimiento que destaca positivamente frente a los demás en este aspecto dado que la han posicionado como un hipermercado preocupado y dirigido a este tipo de consumidores.

Aunque algunos establecimientos tienen en cuenta a los consumidores celíacos, no siempre ofertan una gama

GRÁFICO 1

Miembros celíacos por unidad familiar

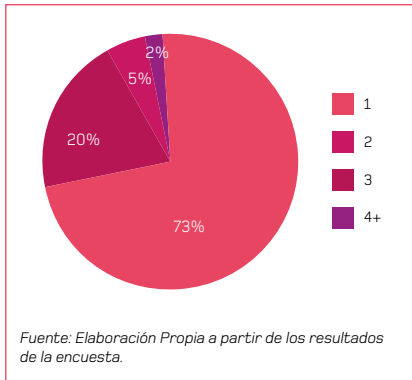


GRÁFICO 2

Atención de los supermercados a los celíacos

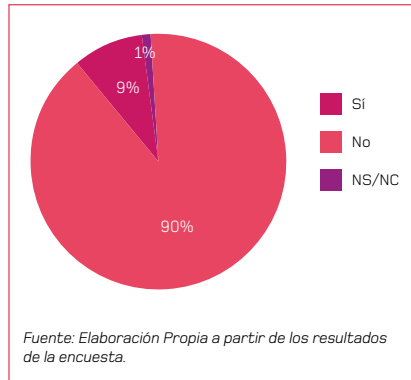
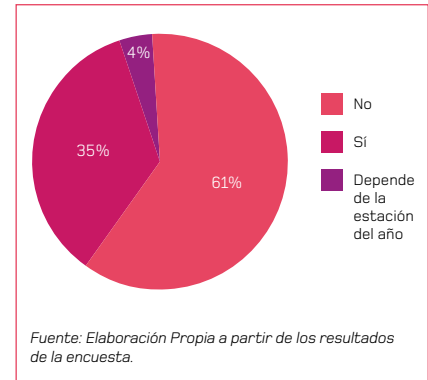


GRÁFICO 3

Stock amplio de productos



variada de productos o, al menos, no se encuentran disponibles en el lineal. Un 61% de los encuestados manifiesta que no encuentra el producto disponible en tienda, sufriendo así unos costes no monetarios como los físicos (insatisfacción), de ajuste (no disponibilidad) y de búsqueda. Además, el coste de oportunidad del tiempo puede derivarse en que el cliente no vuelva a demandar y adquirir productos en ese establecimiento, pues ha percibido una mala gestión.

Derivado de la poca variedad y oferta de productos sin gluten, 9 de cada 10 encuestados piensan que los distribuidores siguen sin prestar demasiada atención a los celíacos. Esta insatisfacción también se ve reflejada, en gran medida, por la diferencia de precios entre los productos con y sin gluten y en el stock de productos en el lineal.

Además, esta poca atención que ponen de manifiesto los celíacos, también lo refleja el hecho de que numerosos productos destinados tanto a los celíacos como a los no celíacos no están bien etiquetados; es decir, no aparece el símbolo de que es un producto sin gluten.

Los entrevistados coinciden en que "saben dónde ir" para poder encontrar el producto que necesitan. Conocen dónde se encuentra el mejor producto y por ello no hacen toda la cesta de la compra en un mismo lugar. Acuden a distintos dis-

Aunque algunos establecimientos tienen en cuenta a los consumidores celíacos, no siempre ofertan una gama variada de productos o, al menos, no se encuentran disponibles en el lineal. Un 61% de los encuestados manifiesta que no encuentra el producto disponible en tienda, sufriendo así unos costes no monetarios como los físicos (insatisfacción), de ajuste (no disponibilidad) y de búsqueda.

tribuidores según qué producto deseen adquirir, ya sea por confianza en el comerciante y en el producto específico, por la calidad de determinados productos, o porque el producto concreto que precisan no se encuentra a la venta en algunos distribuidores.

En España, se permite el etiquetado sin gluten cuando el alimento contiene menos de 20 ppm (partes por millón) de gluten; es decir, menos de 20 miligramos por kilo. Por otra parte, el certificado FACE se otorga a marcas que contienen menos de 10 ppm.

Asimismo, los celíacos se quejan de que, independientemente de los tipos de productos diferentes sin gluten, ninguno es de buena calidad. Pero, al ser la única opción que tienen, no tienen más remedio que adquirirlos.

Los fabricantes defienden esa menor calidad debido a la ausencia del propio gluten. Para poder preservar el sabor y la textura, añaden algunos sustitutos como azúcares, grasas, sodio y otros preservantes, lo que no ayuda a llevar una dieta sana.

En cuanto al gasto destinado por celíaco a la cesta de la compra, de media al año suponen unos 1.390 euros más (es decir, 116 euros de más al mes) que una persona no celíaca. Como medida para combatir la diferencia de precios entre los mismos productos elaborados con y sin gluten, los entrevistados

solicitan una ayuda económica que se lleva a cabo en países como Finlandia, Francia, Dinamarca...

En algunas comunidades autónomas y provincias de España (como Extremadura y Vizcaya) se destinan prestaciones que invierten en lotes de productos específicos para familias con miembros celíacos. Además, algunos Ayuntamientos han presentado proposiciones no de Ley, instando al Gobierno a que se creen ayudas económicas para las familias celíacas. Concretamente, en el año 2015, más de 337.000 personas pidieron al Gobierno, mediante la recogida de firmas, subvenciones para la compra de alimentos sin gluten.

Se menciona en las entrevistas con profundidad la nueva tendencia de llevar una dieta sin gluten sin padecerse la enfermedad celíaca. Y ello, porque se está extendiendo la idea de que comer sin gluten es más sano. Desde las asociaciones de celíacos, entre otros, hace tiempo que se está advirtiendo del error y de los problemas de salud que puede acarrear llevar una dieta sin gluten cuando no se padece dicha enfermedad. Sin embargo, los distribuidores han reconocido en este tipo de consumidores un mercado potencial.

A mayor abundamiento, varias investigaciones desarrolladas en las Universidades de Columbia y Harvard*¹, afirman que comer sin gluten puede perjudicar la salud cardiovascular de los no celíacos. Asimismo, tendrían un 13% más de probabilidades de sufrir diabetes de Tipo 2.

El doctor Luís Cueva*², médico gastroenterólogo, explicó en una entrevista el pasado 27 de mayo, que los fabricantes, al tener que utilizar sustitutos del gluten en los componentes de los alimentos, como el azúcar, las grasas y el sodio, estos nuevos componentes no son "exactamente" saludables, lo que provocaría enfermedades en el corazón.

En otro orden de cosas, en cuanto al sector de la restauración, los celíacos han notado que cada vez hay más conciencia sobre ellos; son más visibles. Aunque también afirman que, en este sector, conocen la idea general de la dieta sin gluten, pero no todos los detalles como, por ejemplo, saben que el pan no

GRÁFICO 4
¿Productos mal especificados?

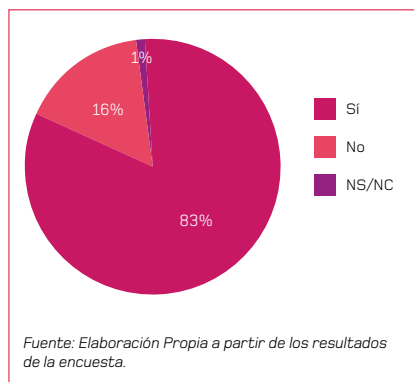


GRÁFICO 5
¿Productos sin gluten caros?

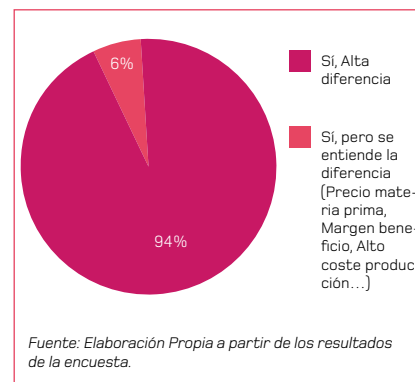
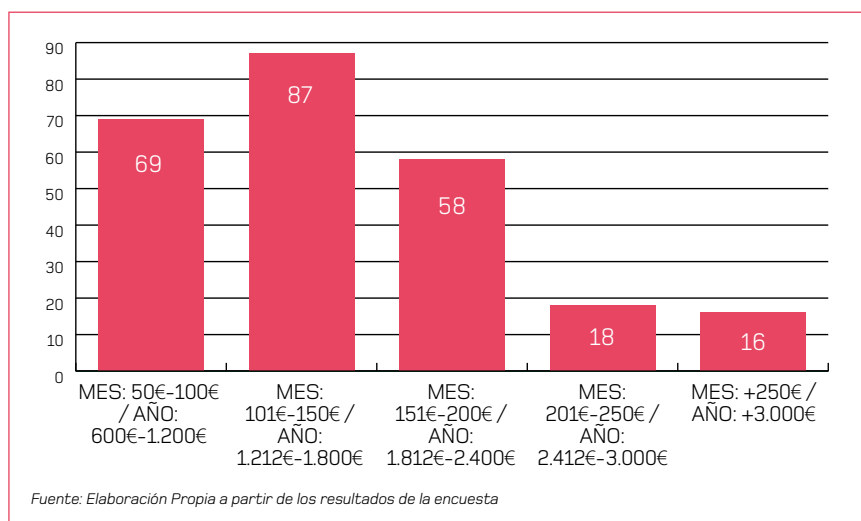


GRÁFICO 6
Gasto por celíaco



puede ser ingerido por un celíaco pero no saben que el pimentón puede llevar gluten. En algunas ocasiones, se ha afirmado por el propio establecimiento que se cocinaba sin contaminación cruzada comida sin gluten, siendo esto falso por carecer de suficiente formación.

La Vanguardia*³, en relación a una noticia que publicó el 9 de mayo de 2017, informó que la Asociación de Celíacos de Cataluña había detectado numerosas intoxicaciones en personas celíacas debido a que, aunque se garantizaba la ausencia de contaminación cruzada, se elaboraron sus comidas omitiendo los protocolos de manipulación en las co-

cinas de restaurantes, hoteles o en los obradores.

Actualmente los hosteleros están obligados por Ley*⁴ a que en sus cartas se indiquen los alérgenos que llevan los platos que sirven al consumidor. La sanción por omitirlo conlleva la imposición de una multa que abarca desde los 5.000 hasta los 600.000 euros.

ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN

Las cadenas de distribución en España cada vez ofrecen más productos

CUADRO 1

Ayudas en diferentes países europeos a los celíacos

PAÍS	TIPO DE AYUDA
Dinamarca	Hasta los 18 años, se perciben 40€ al mes. A partir de los 18 años, 200€ al mes.
Finlandia	Hasta los 16 años se perciben 78,44€. A partir de los 16 años, 21€ al mes.
Francia	Los niños perciben 33,55€ al mes y los adultos 45,73€ (A través de Seguridad Social)
Suiza	La Seguridad Social se hace cargo hasta los 20 años del coste de los alimentos específicos sin gluten; a partir de esa edad, reciben una asignación fija anual
Holanda	Se puede optar por una leve desgravación del IRPF o por una ayuda económica cada dos meses.
Malta	Ofrece a las personas celíacas la posibilidad de comprar productos por prescripción médica a través de los servicios de farmacia de los centros de salud.
Reino Unido	La compra de los alimentos sin gluten se realiza por prescripción médica. Los productos son gratuitos hasta los 16 años y a partir de los 65. Entre los 15 y 65 años, hay que pagar un suplemento de 104 libras al año por todos los productos prescritos.
Italia	Distinción por género. Entre 45€ y 95€ mensuales para personas entre seis meses y los 10 años. A partir de entonces, 140€ mensuales a hombres y 90€ a mujeres.
Bélgica	Subvención hasta los 21 años.
Luxemburgo	La asociación de celíacos facilita un documento para solicitar la ayuda que consiste en un reembolso de los gastos, previo pago de éstos por las familias.

Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos aportados por FACE

sin gluten. Cada año se diagnostican muchos nuevos casos de celiarquía o de intolerancia al gluten y, por tanto, es mayor la demanda de productos sin gluten. A ello se suma la moda llevar una dieta sin gluten sin padecerse la enfermedad celíaca.

Como resultado, en los últimos cinco años, se ha duplicado la venta de productos sin gluten. El último informe de AECOC*⁵ expone que en 2009 sólo había 280 referencias de productos sin gluten y, actualmente, existen 1.500 referencias.

A las empresas distribuidoras les supone un reto el hecho de dedicar parte de su oferta a este colectivo. Son los clientes los que han conseguido que las empresas tomen conciencia del nuevo mercado e inviertan en la producción, distribución y venta de este tipo de productos.

Mercadona cita que dedican parte de sus productos a los celíacos porque los clientes lo han demandado, de manera que ha buscado la forma de satisfacerlos. También cabe destacar que por vinculaciones familiares del Presidente

de Mercadona, la empresa ha marcado directrices, desde el año 2002, a este colectivo. Así, a día de hoy, es la empresa distribuidora con mayor número de referencias de productos sin gluten. En el año 2015 tenía 950 referencias y su objetivo es que el 55% de sus proveedores fabriquen sin gluten. Ello supone que un 12% del surtido sea sin gluten (un 16% de toda la alimentación que se vende en esta cadena).

Además, en la página web de Mercadona se hace una mención a los productos sin gluten promocionando los productos aptos para los celíacos.

En El Corte Inglés, el número de referencias libres de gluten supera el medio millar, tanto en las marcas propias (El Corte Inglés, Hipercor y Special Line), como en las marcas de fabricante.

En Carrefour se hizo una renovación de su marca dirigida a celíacos. Creada en 2007, la marca de celíacos de Carrefour ahora se llama Carrefour No Gluten y cuenta con 13 productos. En total, dentro de su catálogo, aparecen más de 150 referencias para celíacos.

ANÁLISIS DE PRECIOS





A partir de un proceso de observación, tanto offline como online, se han obtenido los siguientes resultados en relación a cuatro productos clave en la alimentación básica de cualquier persona y que, además, son los productos más característicos de la dieta sin gluten: harina, pan, galletas y pasta. Todos los precios se referencian en base al precio del kilo.

El producto que presenta una mayor diferencia entre los precios de los productos con y sin gluten son las galletas. Donde hay una menor diferencia de precios es en la pasta.

En consonancia con lo expuesto en este trabajo de investigación, una persona celíaca gasta, al menos, un 81,43% más que una persona no celíaca en estos productos. En estos precios se refleja claramente esta diferencia. Por ejemplo, en cuanto al pan, la media de precios del pan sin gluten es de 8,83€ y la media de precios del pan con gluten es de 1,88€. Ello coincide con las investigaciones









CUADRO 2

Precios por enseñás. Diferencia media que hay entre la marca sin gluten más cara y la marca con gluten más cara

HARINA				
MARCAS (NOMBRES Y PRECIO)				
CON GLUTEN			SIN GLUTEN	
	EL CORTE INGLÉS	0,83 €	MAIZENA	3,99 €
	GALLO	0,86 €	MASECA	4,00 €
	ALIADA	0,42 €		
	Nº MARCAS	5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	3,14 €
	CARREFOUR	0,42 €	PROCELI	3,95 €
	HARICAMAN	0,36 €	MAIZENA	1,66 €
	GALLO	0,85 €	GALLO	3,20 €
	Nº MARCAS	5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	3,10 €
	GALLO	0,82 €	MAIZENA	1,22 €
	AUCHAN	0,45 €	AUCHAN	3,45 €
	NOMEN	1,31 €	DOÑA AREPA	2,16 €
	Nº MARCAS	5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	2,14 €
	ARAGONESA	1,45 €	MAIZENA	3,38 €
	ESPELTA	1,45 €	P.A.N	2,29 €
	Nº MARCAS	4	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	1,93 €
DIFERENCIA MEDIA PRECIOS		2,58 €	Diferencia media que hay entre la marca SIN gluten más cara y la marca CON gluten más cara	
PAN				
MARCAS (NOMBRES Y PRECIO)				
CON GLUTEN			SIN GLUTEN	
	BIMBO	2,12 €	SCHAR	9,66 €
	EL CORTE INGLÉS	1,57 €	SPECIAL LINE	6,35 €
	Nº MARCAS	4	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	7,54 €
		CARREFOUR	1,56 €	BAGUETTINA
CARREFOUR (Molde)		1,85 €	CARREFOUR	8,40 €
			AIROS	9,22 €
Nº MARCAS		5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	7,65 €
	PANRICO	2,18 €	AUCHAN	11,78 €
	AUCHAN	1,01 €		
	BIMBO	2,24 €		
	Nº MARCAS	3	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	9,54 €
	BIMBO	3,24 €	HACENDADO	6,88 €
	BLANCO	1,16 €	BEIKER	8,83 €
	Nº MARCAS	2	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	5,59 €
DIFERENCIA MEDIA PRECIOS		7,58 €	Diferencia media que hay entre la marca SIN gluten más cara y la marca CON gluten más cara	

CUADRO 2

Precios por enseñás. Diferencia media que hay entre la marca sin gluten más cara y la marca con gluten más cara

GALLETAS				
MARCAS (NOMBRES Y PRECIO)				
CON GLUTEN		SIN GLUTEN		
	FONTANEDA	2,40 €	SCHAR	9,70 €
	CHIQUILÍN	3,83 €	SCHAR (Chocolate)	18,36 €
	EL CORTE INGLÉS	1,51 €	GULLÓN	5,42 €
	Nº MARCAS	5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	14,53 €
	FONTANEDA	2,45 €	SCHAR	12,20 €
	PRÍNCIPE	5,63 €	GULLÓN	10,25 €
	CHIQUILÍN	4,00 €	SCHAR (Chocolate)	21,33 €
	Nº MARCAS	5	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	15,70 €
	FONTANEDA	2,20 €	AUCHAN	18,00 €
	PRÍNCIPE	4,90 €	GULLÓN	11,00 €
	CHIQUILÍN	5,10 €	GULLÓN (Chocolate)	13,60 €
	Nº MARCAS	6	SCHAR	9,75 €
	FONTANEDA	2,45 €	HACENDADO	9,45 €
	PRÍNCIPE	4,92 €	BEIKER	15,00 €
	HACENDADO	1,78 €		
	Nº MARCAS	4	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	10,08 €
DIFERENCIA MEDIA PRECIOS	13,3025	Diferencia media que hay entre la marca SIN gluten más cara y la marca CON gluten más cara		
PASTA				
MARCAS (NOMBRES Y PRECIO)				
CON GLUTEN		SIN GLUTEN		
	GALLO	1,92 €	GALLO	3,70 €
	EL CORTE INGLÉS	2,80 €	SCHAR	6,10 €
	GALLO (Spaguetti)	1,92 €	SAN MILLS	3,08 €
	Nº MARCAS	4	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	3,30 €
	GALLO	1,92 €	GALLO	3,20 €
	CARREFOUR	0,98 €	CARREFOUR	2,70 €
	GALLO (Spaguetti)	1,45 €	SAN MILLS	3,08 €
	Nº MARCAS	3	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	1,28 €
	GALLO	1,54 €	AUCHAN	4,18 €
	AUCHAN	1,18 €	SCHAR	3,56 €
	GALLO (Spaguetti)	1,58 €	GALLO (Spaguetti)	3,46 €
	GALLO (Tallarines)	1,99 €	GALLO (Tallarines)	4,38 €
Nº MARCAS	3	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	2,39 €	
	HACENDADO	0,75 €	FELICIA	3,18 €
	HACENDADO (Spaguetti)	0,75 €	HACENDADO	3,18 €
	BARILLA	2,60 €	HACENDADO (Spaguetti)	3,18 €
	BARILLA (Spaguetti)	2,60 €		
Nº MARCAS	3	DIFERENCIA PRECIOS MARCA MÁS CARA CON GLUTEN Y MARCA MÁS CARA SIN GLUTEN	0,58 €	
DIFERENCIA MEDIA PRECIOS	1,8875	Diferencia media que hay entre la marca SIN gluten más cara y la marca CON gluten más cara		

aportadas por los estudios realizados por las Asociaciones de Celíacos y por la contabilidad diaria que registran las familias con algún miembro celíaco.

El mapa de posicionamiento analiza a las principales cadenas de distribución según el nivel de oferta (número de referencias) y el nivel de precios de los productos sin gluten (porcentaje medio de la cuantía superior de precios de productos sin gluten con respecto a los productos con gluten).

En cuanto al nivel de oferta, las enseñas que ofertan más variedad de productos sin gluten son Mercadona y Alcampo. En cuanto al nivel de precios, El Corte Inglés y Carrefour son los distribuidores que ofertan productos sin gluten con un mayor precio que Mercadona y Alcampo (más de un 300% de diferencia con respecto a los productos con gluten).

Todas las enseñas superan las 800 referencias de productos sin gluten y los precios son superiores, como mínimo, en un 186% con respecto a los productos con gluten.

FABRICANTES

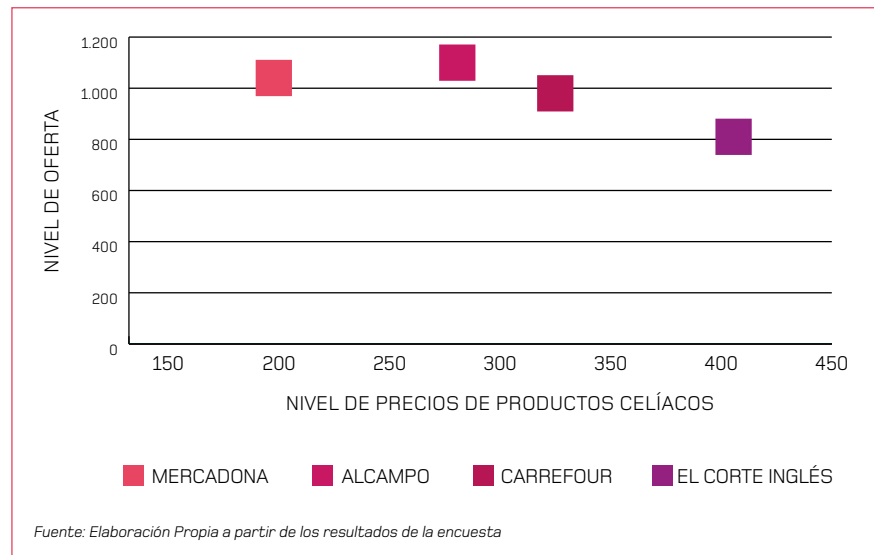
El número de fabricantes de productos celíacos es reducido en España. Los productores más conocidos a nivel nacional e internacional son Dr. Schär y Orgran. Éstos, a su vez, integran otras marcas dedicadas a la producción de productos sin gluten, aunque algunas de esas marcas también se centran en productos para otro tipo de alergias o enfermedades, dietéticos y veganos.

En España, una de las marcas más conocidas es Hacendado, marca propia distribuidora de alimentación de Mercadona.

Orgran es una empresa australiana que comercializa productos sin ningún tipo de alérgeno desde hace más de cincuenta años. La gama de productos Orgran está representada en España bajo la marca El Labrador, S.L.

El Labrador S.L., desde 1996, oferta productos de alimentación, complementos alimenticios y cosmética natural. En cuanto a las marcas de alimentación, posee once en total.

GRÁFICO 7
Posicionamiento distribuidores



Los canales de distribución en los que está presente Orgran son: Centros dietéticos y herboristas, Parafarmacias, Farmacias, Grandes Superficies, Catering, Colegios, Albergues, Hospitales, Balnearios y Spas.

Por otra parte, Dr. Schär comenzó a fabricar productos sin gluten en 1981. Toda su oferta de productos se ha desarrollado a partir de una colaboración con médicos especializados y con asociaciones de celíacos. El surtido que oferta al consumidor celíaco se centra

en el pan, la pasta, harina, snacks, cereales, galletas y dulces y congelados y precocinados.

Además de fabricar y distribuir productos aptos para celíacos, también llevan a cabo proyectos de investigación para encontrar soluciones para la celiarquía y proporcionar mayor calidad en los productos.

También ha creado una plataforma gestionada por médicos y científicos cualificados donde ofrecen un servicio de atención para especialistas del sector de la salud y de la nutrición.

Dr. Schär elevó su facturación en 2015 un 18% alcanzando la cifra de 320 millones de euros. La multinacional encadena por tercer año consecutivo la primera posición en el sector de la alimentación sin gluten. En España ocupa un 33% de cuota de mercado.

Actualmente está llevando a cabo un proyecto de inversión para incorporar una nueva línea de producción en su planta de Alagón (Zaragoza). El resultado prevé un aumento en su capacidad productiva en un 145% hasta alcanzar 21.297 miles de unidades.

En el año 2011 incorporó una nueva marca: Beiker. Con ella, y con respecto al pan, suman un 60,4% de cuota de mercado de celíacos.

Su principal ventaja competitiva es la especialización, debido a la incorporación de grandes marcas del sector de la alimentación sin gluten en su grupo y porque desarrollan estudios encaminados a la profundización de la enfermedad celíaca.

Dr. Schär lidera el mercado del pan sin gluten. Sus ventas suponen la mitad del valor del mercado del pan sin gluten. En el mercado de las galletas y la pasta, se encuentra en segunda y tercera posición respectivamente. Pierde posición en estos mercados puesto que las primeras marcas (Gullón y Gallo) están especializadas en los productos que venden (venden exclusivamente galletas (Gullón) y pasta (Gallo)).

A pesar de ello, en cuanto al mercado de las galletas, el valor de sus ventas es superior en 12,4 puntos al de Gullón.

En cuanto a Mercadona, en el año 2015 ofertaba ya 950 referencias de productos sin gluten y espera llegar, al menos, a las 1.000 referencias. Algunos de los interproveedores que fabrican para Mercadona alimentación sin gluten son: Verdifresh, Grupo Siro, Incarlopsa, Covap y Casa Tarradellas. Los productos que comercializan estos interproveedores se venden bajo su marca Hacendado.

En su página web, dentro del apartado "Consejos de alimentación", dedica una sección a los celíacos. En dicha sección anuncia productos nuevos sin gluten, a la vez que incluye recetas para un cocinado con alimentos aptos para celíacos.

Como meta, Mercadona se propone que más del 55% de sus interproveedores fabricantes de productos de alimentación, elaboren productos sin gluten. El surtido será, por tanto, más eficiente en todas las categorías de productos para los celíacos. ■

Notas

1 *Universidades Columbia y Harvard. 3 de mayo 2017. Long term gluten consumption in adults without celiac disease and risk of coronary heart disease: prospective cohort study. Lugar publicación: British Medical Journal.

Dirección: <http://www.bmj.com/content/357/bmj.j1892>

Página 4, tercer párrafo: "A mayor abundamiento, varias investigaciones desarrolladas en las Universidades de Columbia y Harvard*1, afirman que comer sin gluten puede perjudicar la salud cardiovascular de los no celíacos. Asimismo, tendrían un 13% más de probabilidades de sufrir diabetes de Tipo 2."

2 *Dr. Luís Cueva, médico Gastroenterólogo. Colegio Médico Nº 292910062. Entrevista publicada en el Periódico La Vanguardia. Publicado el 27 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20170527/422970316133/gluten-dieta-adelgazar-peligros-beneficios.html>

La noticia de La Vanguardia redirige al blog del doctor: <https://doctorcueva.com/>

"El doctor Luís Cueva*2, médico gastroenterólogo, explicó en una entrevista el pasado 27 de mayo, que los fabricantes, al tener que utilizar sustitutos del gluten en los componentes de los alimentos,

como el azúcar, las grasas y el sodio, estos nuevos componentes no son "exactamente" saludables (tal y como he advertido más arriba), lo que provocaría enfermedades en el corazón."

3 *La Vanguardia. Noticia publicada el 9 de mayo de 2017. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20170509/422416682080/celios-detectan-mas-intoxicaciones-por-no-seguir-protocolos-en-hosteleria.html>

"La Vanguardia*3, en relación a una noticia que publicó el 9 de mayo de 2017, informó que la Asociación de Celíacos de Cataluña había detectado numerosas intoxicaciones en personas celíacas debido a que, aunque se garantizaba la ausencia de contaminación cruzada, se elaboraron sus comidas omitiendo los protocolos de manipulación en las cocinas de restaurantes, hoteles o en los obradores."

4 * Reglamento Europeo 1169/2011, de 25 de octubre de 2011. Aplicable a partir del 13 de diciembre de 2014. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subdetalle/futura_legislacion.htm

"Actualmente los hosteleros están obligados por Ley*4 a que en sus cartas se indiquen los alérgenos que llevan los platos que sirven al consumidor. La sanción por omitirlo conlleva la imposición de una multa que abarca desde los 5.000€ hasta los 600.000€."

5 *AECOC. Publicado el 20 de mayo de 2016. Disponible en: <https://www.aecoc.es/noticias/crece-el-consumo-de-productos-sin-gluten-en-espana/#/login>

Apartado 2.1. Empresas distribuidoras, segundo párrafo: "Como resultado, en los últimos cinco años, se ha duplicado la venta de productos sin gluten. El último informe de AECOC*5 expone que en 2009 sólo había 280 referencias de productos sin gluten y, actualmente, existen 1.500 referencias."





BIBLIOGRAFÍA

1. LIBROS Y REVISTAS:

- Cruz Roche, I. "Canales de distribución. Especial referencia a los productos de alimentación". Ed. Pirámide. Madrid, 2012.
 - Cruz Roche, I. Tema 1: Los Canales de Distribución. Apuntes asignatura DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, 2016. Universidad Autónoma de Madrid.
 - Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE): "Informe FACE de precios sobre productos sin gluten 2016". España.
 - Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE): "Informe FACE de precios sobre productos sin gluten 2017". España.
 - Fernández Nogales, Á. Tema 3: Preparación Reunión y Entrevista en Profundidad. Apuntes asignatura INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, 2017. Universidad Autónoma de Madrid.
 - Fernández Nogales, Temas 10 y 11: Observación Offline y Online. Apuntes asignatura INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, 2017. Universidad Autónoma de Madrid.
 - MERCASA (2014): ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA: Producción, Industria, Distribución, Consumo: Estructura del Comercio Minorista (pp. 33-40). Anuario, Mercasa, Madrid.
 - MERCASA (2015): "ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA: Producción, Industria, Distribución, Consumo: Información por sectores" (pp. 53-350). Anuario, Mercasa, Madrid.
 - MERCASA (2016): "ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA: Producción, Industria, Distribución, Consumo: Información por sectores" (pp. 53-422). Anuario, Mercasa, Madrid.
 - MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE (2015): "Informe del Consumo de Alimentación en España". Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.
 - SOY RESPONSALBE. Guía Práctica "¿Sabemos lo que comemos? Cómo usar la información de las etiquetas de los alimentos". 2015. Zaragoza, España.
2. PÁGINAS WEB Y MULTIMEDIA (Artículos de revista en formato electrónico):
- AECOC. Informe AECOC SHOPPER VIEW. Publicado 20 de mayo de 2016. Disponible en: <https://www.aecoc.es/noticias/crece-el-consumo-de-productos-sin-gluten-en-espana/#/login> Consultado en mayo de 2017.
 - ALCAMPO. [Internet] Disponible en: <https://www.alcampo.es/> Consultado en diciembre de 2016, febrero y marzo de 2017.
 - ALCAMPO. [Internet] Disponible en: <http://www.alcampo.es/productos-sin-gluten> Consultado en diciembre 2016, febrero y marzo 2017.
 - ALIMARKET. "Informe 2014 del mercado de alimentos sin alérgenos" [Internet] 2014. Disponible en: <https://www.alimarket.es/informe/149657/informe-2014-del-mercado-de-alimentos-sin-alergenos> Consultado en mayo de 2017.
 - ALIMARKET. "Análisis de la expansión que están viviendo los sin gluten y sin lactosa, con un listado de principales lanzamientos" [Internet] 15 de abril de 2016. Disponible en: <https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/209060/alimentos-sin-alergenos> Consultado en mayo de 2017.
 - CARREFOUR. [Internet] Disponible en: <https://www.carrefour.es/> Consultado en diciembre 2016, febrero y marzo de 2017.
 - CARREFOUR. [Internet] Disponible en: <https://www.carrefour.es/grupo-carrefour/las-marcas-carrefour/carrefour-sin-gluten/> Consultado en diciembre 2016, febrero y marzo de 2017.
 - DIRECTO AL PALADAR. [Internet] Disponible en: <https://www.directopaladar.com/salud/comer-sin-gluten-sin-ser-celiaco-que-sentido-tiene> Consultado en mayo de 2017.
 - DR. SCHÄR, INSTITUTO. [Internet] Disponible en: <http://www.dr.schaer-institute.com/es/articulo-especializado/el-mapamundi-de-la-enfermedad-celiaca-1229.html> Consultado en mayo de 2017.
 - DR. SCHÄR. [Internet] Disponible en: <http://www.dr.schaer.com/es/marcas/> Consultado en mayo de 2017.
 - EL CORTE INGLÉS. [Internet] Disponible en: <https://www.elcorteingles.es/supermercado/sm2/login/portada.jsp?level=1> Consultado en diciembre de 2016, febrero y marzo de 2017.
 - EL CORTE INGLÉS. [Internet] Disponible en: <https://www.elcorteingles.es/supermercado/aptc/nues-tras-marcas/special-line#collapse3> Consultado en diciembre de 2016, febrero y marzo de 2017.
 - EL LABRADOR. [Internet] Disponible en: <https://ellabrador.es/marcas-y-distribucion.html> Consultado en mayo de 2017.
 - EL PERIÓDICO. [Internet] Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/mas-377000-personas-piden-gobierno-que-subvencione-los-alimentos-sin-gluten-para-celiacos-4228590> Consultado en mayo de 2017.
 - EUROPAPRESS. [Internet] Disponible en: <http://www.europapress.es/economia/noticia-drschar-eleva-18-ventas-2015-320-millones-20160506144544.html> Consultado en mayo de 2017.
 - Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) [Internet] Disponible en: <http://www.celiacos.org/> Consultado en octubre, noviembre, febrero y mayo de 2017.
 - Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) [Internet] Disponible en: <http://www.celiacos.org/blog/item/954-paises-de-la-union-europea-que-otorgan-ayudas-a-las-personas-celicas.html> Consultado en abril de 2017.
 - INFOCIF. [Internet] Disponible en: <https://noticias.infocif.es/noticia/supermercados-sin-gluten-donde-comprar-si-eres-celiaco>. Consultado en mayo de 2017.
 - LA VANGUARDIA. [Internet] Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20170527/422970316133/gluten-dietadelgazar-peligros-beneficios.html> Consultado en mayo de 2017.
 - MERCADONA. [Internet] Disponible en: <https://www.mercadona.es/es/consejos/alimentacion/sin-gluten/tip-tag> Consultado en noviembre de 2016, enero y mayo de 2017
 - ORGRAN. [Internet] Disponible en: <http://www.orgran.es/quienessomos.asp> Consultado en mayo de 2017.
 - RTVE.es, Programa "Comando Actualidad": "La comida me arruina" [Internet] Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/comando-actualidad/comando-actualidad-comida-arruina/3968000/> Programa 4 abril de 2017.