

# CEREALES PARA EL DESAYUNO



**E**l sector industrial de los cereales de desayuno experimentó en 2024 un notable crecimiento gracias al tirón del mercado interno. La producción aumentó, más en valor que en volumen.

En la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, se estima que en 2024 se produjeron en España un total de 24.076 toneladas de cereales tipo “muesli”, un volumen inferior al producido un año antes, por un valor de 50,9 millones de euros (frente a los 41 millones del año anterior).

También se registró ese año la producción de 205.025 toneladas de cereales trabajados (copos, troceados, perlados, etc.), por un valor de 135 millones de euros. El volumen y el valor de estos cereales también fue superior al del año precedente.

Dentro de la producción de cereales para el desayuno se distinguen cinco grandes líneas: los que llevan fibra; los infantiles; los familiares; los que están dirigidos a las personas que quieren cuidar su figura y los sancks.

Según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos (CEREAL), los cereales de desayuno tienen principalmente hidratos de carbono complejos que aportan energía al organismo.

El contenido en hidratos de carbono simples (azúcar) de los cereales de desayuno es muy variable y depende mucho de los ingredientes que se les añadan: chocolate, frutas, azúcar, miel, etc. En este sentido, es habitual que los cereales destinados a los niños/as sean más azucarados que los de adultos.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros 2024
Cerealto Siro Foods, S.L.*	526
Hero España, S.A.*	190
Kellogg España, S.L.*	160
Grupo Delaviuda (*)	140,4
Harivenasa S.L *	63,2
Comercial Masoliver, S.A.*	36
Cereal Partners España, A.E.I.E. (NESTLÉ) (*)	27,22
Emilio Esteban. S.A Emesa	26
Weetabix Ibérica, S.L.	24,5
Esgir, S.L.	7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2024. \*Incluye la facturación de otras producciones.

En los últimos años, los cereales destinados al público adulto son los más demandados, y acaparan casi el 60% de todas las ventas. A este respecto, el mercado ha experimentado grandes cambios, tanto a nivel nacional como internacional, que van en consonancia con los nuevos gustos del consumidor.

Últimamente, están ganando peso de año en año las presentaciones sin gluten, integrales, sin azúcar, con fibra, etc., pues desde hace años se ha impuesto en las formulaciones la disminución del azúcar y la sal.

En cuanto a los formatos, las barras van ampliando su cuota de mercado, aunque las presentaciones clásicas siguen en cabeza. Los canales preferidos para comprar cereales de desayuno fueron los supermercados y los autoservicios, con una cuota que se acerca al 60% del total de las ventas. Asimismo, por regiones destacan por su consumo Cataluña, Baleares, Madrid y Galicia.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tanto a nivel mundial, como en España, el mercado de los cereales para el desayuno se encuentra en manos de unos pocos grupos, de gran tamaño, con estrategias globales de comercialización.

Entre las principales empresas hay también un gran grupo internacional del chocolate, que tiene una sociedad participada con actividad en este sector. En general entre los primeros productores hay varias empresas de sectores afines, como las galletas y la pastelería industrial, que han abierto una línea de negocio específica para cubrir esta demanda.

La organización que representa los intereses de las empresas del sector es CEREAL. Desde su constitución en 1988, esta asociación sectorial ha trabajado para dar a conocer el papel de los cereales en la alimentación y también para fomentar hábitos saludables para el desayuno, como parte de una dieta equilibrada y de un estilo de vida sano.

En CEREAL están asociados los seis grupos más importantes y que representan al grueso de la producción.

La primera empresa del sector de los cereales de desayuno por su facturación tiene su principal fortaleza en el mercado de las galletas. Registró como grupo en 2024 unas ventas totales (que incluyen las aportaciones de otras producciones) superiores a los 560 millones de euros, muy por encima del nivel alcanzado en el año precedente.



El segundo grupo, relacionado con el sector de las mermeladas, llegó a facturar casi 190 millones de euros ese año y el tercero rondó los 160 millones de euros. En estos dos casos, las facturaciones también fueron mayores que un año antes.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que representan más del 60% de la cuota de cereales para adultos, cuando la primera marca de fabricante (MDF) no llega al 24%. En el caso de los cereales para niños/as, el peso de la MDD es incluso mayor.

### COMERCIO EXTERIOR

El predominio en este sector de grupos multinacionales con muchas filiales impide que algunos movimientos comerciales queden reflejados estadísticamente como exportaciones o importaciones.

Como ejemplo, el volumen exportado de granos de cereal trabajados (copos, perlados, troceados, etc.), se acercó a las 85.948 toneladas, un 27% menos que en el año anterior, según los datos de Comercio. Mientras, las importaciones quedaron en sólo 40.400 toneladas, cuando un año antes superaron las 157.000 toneladas.

Hay que tener en cuenta que no todos estos cereales se destinan a la producción destinada al consumo humano.

Tanto en el caso de las compras como en el de las ventas, la mayor partida en volumen fue la de cereales (maíz y arroz principalmente), obtenidos por inflado o tostado del grano.

Por países, la mayor parte de las transacciones se realizaron con la Unión Europea, principalmente con Francia y Alemania. También destacaron algunos países terceros, como es el caso del Reino Unido (que vendió a España "muesli" especialmente). ■