

14,6% más que en el año anterior. El grueso de este volumen fue harina de trigo y de morcajo, pero el producto que más creció con respecto al año anterior fue la harina de otros cereales. El valor de esas exportaciones superó los 60,6 millones de euros, cifra similar a la del año anterior.

Por su lado, ese mismo año se importaron 22.400 toneladas de distintas harinas de sémola y otras harinas, volumen muy inferior al del año precedente, según datos de Comercio. También se vendieron 29.166 toneladas de harinas de oleaginosas, más del doble que un año antes.

En cuanto a las importaciones, se compraron 274.574 toneladas de harinas de trigo y otros cereales, un 2,5% menos que el año anterior. El valor de esas compras

superó los 150,3 millones de euros, cifra ligeramente más baja que la de 2023. También se importaron 30.800 toneladas de harinas de sémola y 39.542 toneladas de harinas de oleaginosas.

Cerca del 50% del trigo blando que consume la industria harinera española procede de la importación desde países de la Unión Europea (Francia y Alemania principalmente) y desde terceros países como Reino Unido y Estados Unidos.

Por su parte, los principales mercados de destino de las harinas son países del África Subsahariana, del Magreb y Oriente Medio. También son importantes las ventas de harina a países como Francia y Portugal. ■

PAN

Aunque los crecimientos no fueron muy grandes, las industrias del pan volvieron a tener un buen año en 2024, con incrementos de facturación y de producción.

La producción nacional de pan fresco es difícil de calcular. El INE, en su Encuesta Industrial Anual de Productos, publicó que en 2024 la producción de pan fresco (de diversas formas) quedó en 1,83 millones de toneladas, de los que unas 400.000 serían pan de molde. En ambos casos, los volúmenes fueron superiores a los del año precedente. Respecto al valor de dichas producciones, se alcanzaron los 3,5 millones de euros en total.

Por su lado, las empresas que forman parte de la asociación PRODULCE produjeron 358.300 toneladas de pan, un 1,1% más que en el año anterior.

Además de pan fresco (de molde o no), también hay una importante producción de pan de larga duración. En 2024, los datos del INE constataron un notable incremento de todas estas producciones. Concretamente, se produjeron 31.007 toneladas de colines (algo más que un año antes), por un valor de 85 millones de euros; 135.190 toneladas de pan tostado o similar, por un valor de 290 millones de euros y 93.562 toneladas de pan rallado, por un valor de 101 millones de euros.

Igualmente, el INE contabilizó 1.032 toneladas de pan de especias producidas en 2024, que alcanzaron un valor de 3,3 millones de euros.

En la norma de calidad del pan (Real Decreto 308/2019, de 26 de abril) se definen los diferentes tipos de pan y se garantiza al consumidor la adquisición de productos de calidad perfectamente caracterizados y etiqueta-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
VICKY Foods Products. S.L (Dulcesol, etc.). *	707
BIMBO DONUTS IBERIA S.A	600
Cerealto SIRO Foods *	526
Monbake Grupo Empresarial. S.A.U (*)	474
Pepsico Foods, A.I.E. *	166
Grefusa, S.L. *	145
Anitin Panes Especiales, S.L. *	92
Panadería Milagros Díaz. S.L	76,1
Pimad, S.A.	63
Brioche Pasquier Irún, S.L. *	51,3

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

dos. Entre otras cosas, la norma define concretamente lo que es la masa madre, el pan común, el pan integral, el multicereal y el de otros cereales como el centeno. Asimismo, también se establece la limitación de la cantidad de sal que se puede emplear para elaborar el pan.

PAN DE MASA CONGELADA

Los panes precocinados congelados se están afianzando como parte indispensable de la oferta, acaparando cuotas de mercado en detrimento de otro tipo de presentaciones.

Según los datos de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) la producción nacional de pan de masas congeladas en 2024 alcanzó un volumen de 753.840 toneladas, lo que supuso un descenso con respecto al año anterior del 0,13%. Sin embargo, la facturación de las industrias aumentó ese año un 0,31%, hasta los 1.093 millones de euros.

En cuanto a las ventas, el canal alimentación representó el 72,2% del total y el canal impulso, el 27,8% restante. Ese canal recuperó posiciones con respecto al año anterior.

La presentación más demandada dentro de los panes frescos o congelados entre los consumidores españoles es la de barra o pistola, ya que acapara en torno al 75% de todas las ventas. En segundo lugar se sitúan las "baguettes", (con una cuota del 10% y creciendo), seguidas por las chapatas (7%) y los panes de payés (4%).

Recientemente han aparecido en el mercado nuevas ofertas de panes especiales y artesanos, que tienen cada vez más demanda entre los consumidores.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del pan (fresco y seco) está muy atomizado, ya que hay un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter casi artesanal, que conviven con obradores industriales.

En el segmento del pan fresco se aprecia más esa atomización del sector. Se estima que se encuentran activas unas 10.500 empresas, de las que sólo un 5% cuenta con más de 20 puestos de trabajo.

También hay unos 150.000 puntos de ventas de productos de panadería, en una amplia red de comercio minorista, aunque cada vez es mayor la aparición de puntos de venta específicos dentro del libre servicio (hipermercados y supermercados).

El primer fabricante y distribuidor de productos de panadería fresca y seca facturó en 2024 por encima de los 707 millones de euros, pero en esta cifra están incluidas las aportaciones de sus negocios de bollería y pastelería. En cualquier caso, la cifra de ese año fue notablemente más alta que la del anterior. El segundo grupo facturó 600 millones y el tercero 474 millones de euros. Finalmente, el resto de las diez primeras empresas del sector facturó entre 166 y 51 millones de euros.

Por su lado, la facturación de las empresas asociadas a PRODULCE ascendió en 2024 a 970.300 toneladas, un 1,6% más que en el año anterior.

En el caso de las empresas de masas congeladas, la situación es radicalmente distinta, ya que el sector empresarial está formado por grandes grupos y los procesos de concentración resultan muy acusados. Así, por ejemplo, el mercado de panes industriales se lo reparten básicamente cuatro compañías multinacionales de muy grandes dimensiones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Europastry, S.A. *	1.506
Panamar Bakery Group, S.L	534
Monbake Grupo Empresarial, S.A.U.	474
Grupo Pastisart*	112
Grupo Gourmet Okin	110
Panificadora de Alcalá (*)	86,9
Panadería Milagros Diaz	76,1
Grupo Atrian (Lasem)	65
Bridespan, S.L (Bridor)	50
Grupo Horgrupan	40,1

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



En la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) había en el año 2024 un total de 33 empresas asociadas (no todas producen pan) y 4 empresas colaboradoras. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las empresas del sector del pan que forma parte de la asociación PRODULCE aumentaron en 2024 sus ventas al exterior un 10,4% en valor y un 6% en volumen. En total, se vendieron 36100 toneladas, por un valor de 94.400 millones de euros. La UE fue el destino principal de estas exportaciones (el 85,1% del total en 2024), seguida del continente americano (9,2%). Los países a los que más pan se vendió fueron Francia, Italia, Portugal y Estados Unidos.

Por su lado, en 2024 se contabilizaron unas importaciones superiores a las 78.600 toneladas, un 7,4% más que un año antes. El valor de esas compras superó los 25.600 euros, un 12,8% más. Prácticamente todo el pan que entró al mercado nacional procedía de la UE y más concretamente, de países como Portugal, Italia y Alemania. ■

CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2024, los hogares españoles consumieron 1.287,2 millones de kilos de pan y gastaron 3.378,2 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 27,4 kilos de consumo y 72,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (21,5 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 18,8 kilos per cápita. En tér-

minos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 71,2% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (45,3 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,9 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,1 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 28,9% y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (15,8% del gasto).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2024

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PAN	1.287,2	27,4	3.378,2	72,0
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.008,9	21,5	2.403,9	51,3
PAN FRESCO INTEGRAL	125,5	2,7	279,0	5,9
PAN FRESCO NORMAL	883,5	18,8	2.124,9	45,3
PAN INDUSTRIAL	278,2	5,9	974,3	20,8
PAN INDUSTRIAL FRESCO	193,8	4,1	535,7	11,4
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	8,4	0,2	22,9	0,5
PAN INDUSTRIAL NORMAL	157,2	3,4	423,5	9,0
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	28,2	0,6	89,3	1,9
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	78,9	1,7	237,8	5,1
PAN INDUSTRIAL SECO	84,5	1,8	438,6	9,4



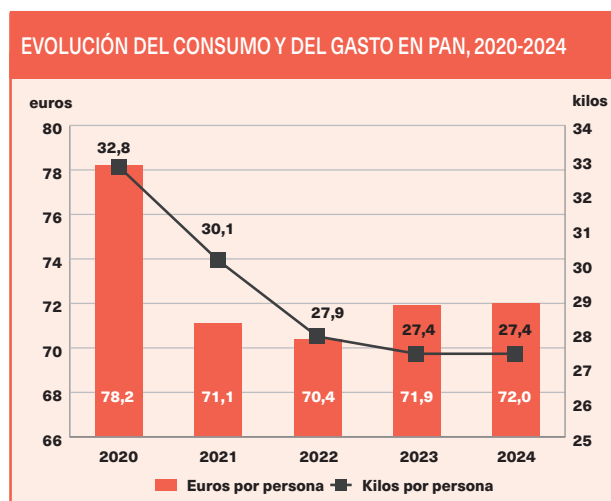
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2024 presenta distintas particularidades:

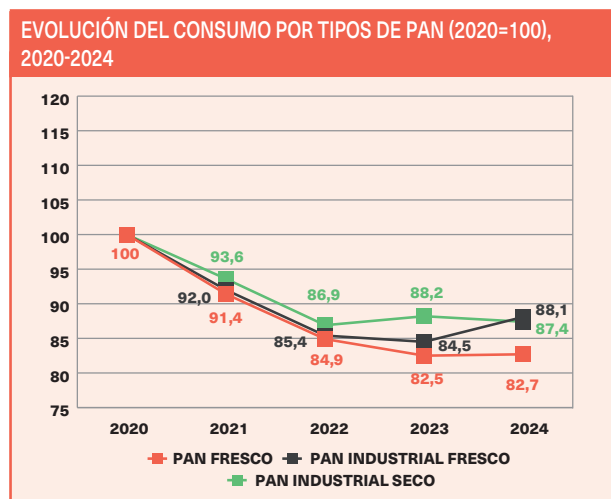
- Los hogares de nivel alto y nivel medio-alto cuentan con el consumo más reducido, mientras que los hogares de nivel bajo tienen el consumo más elevado.
- Los hogares sin niños/as consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños/as menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pan es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pan es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pan, mientras que los índices con menor consumo se asocian a los hogares de cuatro o más miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pan, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población mayores de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Navarra y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Murcia y Comunidad de Madrid.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

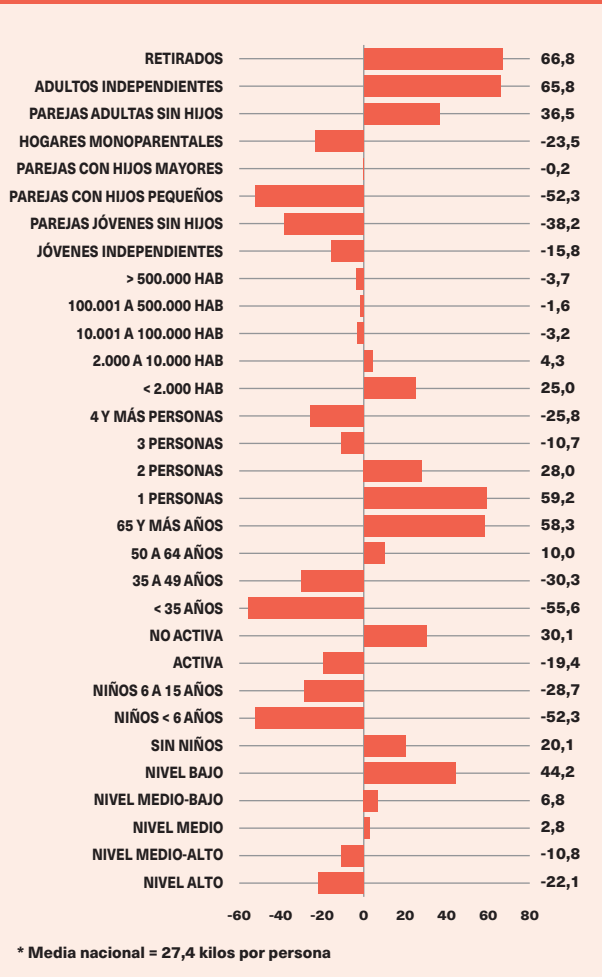
Durante los últimos años, el consumo de pan está disminuyendo progresivamente ejercicio tras ejercicio aunque parece que en el año 2024 hay una cierta estabilidad. Respecto al gasto, también se aprecia un descenso en el conjunto del periodo analizado. Entre los años 2020-2024, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2020 (32,8 kilos y 78,2 euros por consumidor).



En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2020-2024 ha sido bastante pareja entre los diferentes tipos de producto. Respecto a la demanda de 2020, el consumo de todos los tipos de pan analizados reflejan descensos.

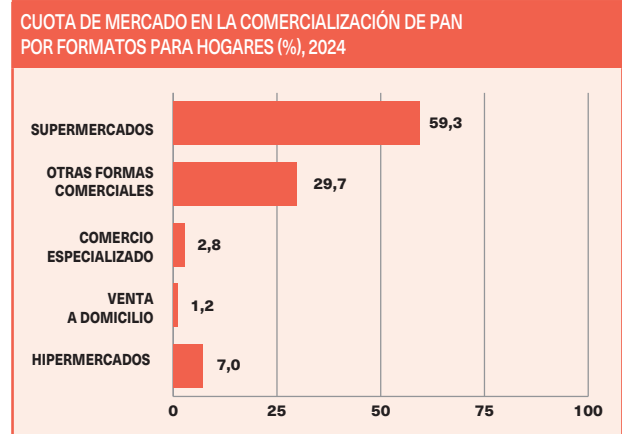


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2024 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (59,3% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 29,7% y el hipermercado llega al 7,0%. La venta a domicilio de pan supone un 1,2% sobre el total y el resto de canales concentran un 2,8% de la cuota de venta global. ■



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

PAN DE ALFACAR *

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GOFIO CANARIO *

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA

PAN

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL *

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CEA *

TARTA DE SANTIAGO *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CEREALES DE INVIERNO

CASTILLA Y LEÓN

MARCAS DE GARANTÍA

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA

PAN DE VALLADOLID

LA RIOJA

PAN SOBAO DE LA RIOJA

* Denominación en tramitación
* Inscrita en el Registro de la UE

Pan de Cruz de Ciudad Real

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

"Pan de Cruz de Ciudad Real"



Indicación Geográfica Protegida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración del Pan de Cruz de Ciudad Real, que es originario de la zona de Almagro, Carrión de Calatrava y Manzanares, abarca toda la provincia de Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Pan formado por una pieza compacta y densa de trigo candeal, bregado de miga consistente y blanca, en forma de hogaza abombada, con corteza lisa, en cuya cara anterior lleva dos profundos cortes perpendiculares en forma de cruz. Es un pan de elaboración artesana, embolando el trozo de masa con las manos hasta conseguir una bola de forma cónica. En la cara posterior de la pieza se marca con el logotipo identificativo de la IGP, y el echado al horno se realiza de forma manual. Tiene forma redonda y aplastada, con corteza gruesa, suave y crujiente, de color dorado a castaño claro, mientras que la miga, de color blanco y textura suave y esponjosa, tiene un sabor intenso a cereales y apariencia de algodón. En condiciones normales de conservación el Pan de Cruz se mantiene apto para el consumo durante 6 o 7 días.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7 industrias comercializadoras que producen y comercializan 29.116 kilos de Pan de Cruz protegido.

Pan de Cea

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



pan de cea
Indicación geográfica protegida

ZONA GEOGRÁFICA: Se elabora exclusivamente en el término municipal de San Cristovo de Cea en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Es un pan que se elabora con harina de trigo, agua y sal, a las que se añade para su fermentación masa madre. El amasado se realiza en varias etapas mediante un laborioso proceso artesanal. Por último, la masa se cuece en hornos de piedra granítica de diseño característico de la zona, previamente calentados con leña. Las piezas poseen forma alargada y redondeada en sus extremos, con una hendidura transversal en el centro de su parte superior, denominada "fenda", que le da a la pieza su aspecto característico, quedando dividida en dos partes iguales abombadas y ensambladas entre sí. Existen dos tipos de presentaciones que se diferencian por su peso y dimensiones: Pieza o "Poia" (1-1,2 kilos) y Media pieza o "Molete" (0,5- 0,6 kilos).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 16 hornos, que elaboran y comercializan un total de 300.000 kilos de pan que se comercializan en la Comunidad Autónoma de Galicia y en el mercado nacional.

Pa de Pagès Català

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



Indicació geogràfica protegida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica que abarca es toda Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: Es un pan tradicional, redondo, girado, rústico, que presenta un gran aroma y sabor, y mantiene la sensación de frescor y una textura agradable muchas horas. La corteza es gruesa y crujiente; tiene un color dorado con un cierto agrietado. La miga de alveola grande e irregular es esponjosa.

Su elaboración sigue un proceso fiel a la tradición en que el formado es totalmente manual, la fermentación es larga y la cocción se efectúa en un horno con solera refractaria. Para que la corteza adquiriera el aspecto característico, es necesario el saber hacer del panadero, quien añade vapor de agua durante la cocción.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador figuran inscritos 74 hornos elaboradores y 352 puntos de venta que comercializaron en el 2023 más de 900.000 kg de pan amparado por la IGP Pa de Pagès Català.



Gofio Canario

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El gofio es un producto tradicional que se elabora en molinos repartidos en distintas islas del archipiélago de Canarias. Fue el alimento básico del pueblo guanche mucho antes de la llegada de los primeros colonos europeos a las islas Canarias.

CARACTERÍSTICAS: El gofio es un tipo de harina que se obtiene del grano tostado de ciertos cereales, como el maíz y el trigo, en ocasiones mezclados con el de cebada. La elaboración incluye la selección del grano, su tostado y el molido final. El grado de tostado del gofio influye decisivamente en sus cualidades finales.

DATOS BÁSICOS: En las islas Canarias hay unos 50 molinos con una producción total de 10 millones de kilos anuales de gofio. De ellos, 10 figuran inscritos en el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida y su producción alcanza los 4 millones de kilos. 8 se encuentran ubicados en Tenerife y los otros 2 en La Palma y Gran Canaria.

Escanda Asturiana

(Escanda d'Asturies)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara el cereal en grano de este mismo nombre, producido en el Principado de Asturias, así como la harina obtenida de la molienda y su producto derivado.

CARACTERÍSTICAS: Es un cereal del género Triticum, formado por granos alargados de gran tamaño, envueltos en una vaina (gluma). La harina obtenida de este cereal es fina, esponjosa, de tono grisáceo y poco densa tornándose más oscura al aumentar el porcentaje de salvado. El pan se caracteriza por su corteza lisa, blanda y fina, su sabor y aroma son muy peculiares con un ligero toque a nuez.

DATOS BÁSICOS: Al ser una denominación en tramitación aún no se han registrado datos de producción.

