

GALLETAS

El mercado español de galletas durante el último ejercicio computado superó las 610.470 toneladas, con un importante incremento interanual del 6%. El crecimiento en valor fue de un 5,6%, quedándose ligeramente por debajo de los 1.200 millones de euros. El mercado interno, por su parte, creció un más moderado 1,1%, hasta alcanzar las 341.880 toneladas, mientras que su crecimiento en valor fue del 1,4%, llegando hasta los 738 millones de euros.

Según PRODULCE, la principal partida en valor que se comercializa en el mercado nacional es la de galletas de meriendas, con un porcentaje del 26% del total, seguidas muy de cerca por las de desayuno familiar (24%) y las de desayuno infantil (22%). A continuación se sitúan las galletas salud (14%), las especialidades de adultos (6%), las saladas (6%) y los surtidos (2%).

En el libreservicio, las galletas de desayuno representan el 44,2% de todas las ventas en volumen y el 29,1% en valor. Dentro de éstas, las galletas de desayuno familiar suponen el 75,8% del total en volumen y el 60,5% en valor, mientras que las de desayuno infantil acaparan los restantes 24,2% y 39,4%. La otra gran partida es la compuesta por las galletas de merienda, con cuotas del 28,1% en volumen, aunque en valor se incrementa su importancia hasta el 40,6%. En este caso las presentaciones infantiles controlan el 82,3% de todas las ventas en volumen y el 80,1% en valor, frente a cuotas del 17,7% y del 19,9% respectivamente de las presentaciones dirigidas al público adulto. Por debajo de éstas aparecen las galletas salud, con porcentajes del 21,3% y del 21,1% respectivamente. Mucha menos importancia tienen las galletas saladas (3,7% y 4,8%) y los surtidos (2,7% y 4,4%).

Todos estos datos muestran que el principal dinamismo dentro del mercado de las galletas se concentra en las galletas de desayuno infantil, las dirigidas al público adulto y las galletas salud. También resulta muy importante el mercado exterior, ya que las exportaciones crecen mucho más que las demandas internas, con claras muestras de atonía. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector empresarial de las galletas. El grupo más importante



atrian
BAKERS

Lo que realmente quieres
para tu negocio



atrianbakers.com

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE GALLETAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mondelez España – Grupo *	560,00
Galletas Siro, S.A. - Grupo *	494,00
Grupo Bimbo *	355,00
Galletas Gullón, S.A. - Grupo	341,00
Grupo Dulcesol *	325,00
Cerealto Foods, S.L. *	160,00
Kellogg España, S.L. *	158,00
Cuéstara, S.L.U.	148,27
Sanchís Mira, S.A. *	98,00
Galletas Artiach, S.A.	94,54

* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

del sector registra una producción de 190.000 toneladas de galletas, con unas ventas de 341 millones de euros, mientras que el segundo llega a las 100.000 toneladas, superando los 288 millones de euros, el tercero alcanza las 36.500 toneladas y los 230 millones de euros, el cuarto se sitúa en 92.000 toneladas y 154 millones de euros y el quinto ronda las 33.000 toneladas y los 66 millones de euros.

La modernización de los procesos productivos y la necesidad de innovar en ofertas y presentaciones ha obligado a las principales empresas del sector a efectuar importantes inversiones. Así, la empresa líder ha invertido durante los dos últimos años más de 55 millones de euros en ampliación de instalaciones, incorporación de nuevas líneas, mejora de procesos y eficiencia energética.

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en este mercado y acaparan el 58,8% de todas las ventas en volumen de las galletas de desayuno y el 39,2% en valor. En el caso de las especialidades, esos porcentajes llegan hasta el 40,6% y el 33,5% respectivamente. En las galletas rellenas, esas cuotas llegan al 56,2% del total en volumen y el 32,7% en valor.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior se ha convertido en elemento clave para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector español de galletas. Durante el último ejercicio computado se exportaron más de 268.590 toneladas, con un importante incremento interanual del 12,9%. El

valor de todas esas ventas fuera de nuestras fronteras llegó hasta los 462 millones de euros, un 13,2% más que en el año anterior.

El comercio exterior supone ya el 44% de todo el mercado en volumen y el 38,5% en valor. Por áreas geográficas, la Unión Europea acapara el 76,7% de todo este comercio, seguida a mucha distancia por América (8,6%) y Asia (6,1%). Otros destinos, básicamente de países africanos, representan el restante 8,6%. Portugal, Alemania y Francia aparecen como los principales mercados de destino dentro de la Unión Europea.

Las importaciones son mucho menos importantes, ya que se sitúan en unas 82.000 toneladas, por un valor que ronda los 240 millones de euros. Estas cifras indican, no obstante, significativos incrementos interanuales del 15,8% y del 11,5% respectivamente. Nuestros principales proveedores son otros países de la Unión Europea, entre los que sobresalen Francia, Alemania y Dinamarca. ○

PASTELERÍA INDUSTRIAL

El mercado de bollería y pastelería en nuestro país muestra claros síntomas de madurez y registra muy pequeñas oscilaciones durante los últimos tiempos. Las últimas cifras disponibles indican un muy pequeño incremento interanual del 0,2%, alcanzando 171.830 toneladas. Su valor se redujo en un 0,2%, quedando en 809 millones de euros. El mercado interno tuvo un peor comportamiento, ya que las algo más de 164.530 toneladas comercializadas supusieron una caída del 0,1%, mientras que en valor el retroceso fue más significativo (-0,6%), alcanzando los 711 millones de euros.

Dentro del mercado nacional la bollería y las magdalenas acaparan el 82% de todas las ventas en valor, mientras que el restante 18% es la cuota que corresponde a la pastelería y los snacks dulces. Las magdalenas constituyen, con mucha diferencia, la oferta principal de este mercado. Entre ellas son las redondas las más demandadas (61,1% del total en volumen y 60,3% en valor), seguidas a mucha distancia por las valencianas (20,3% y 17,4%) y las cuadradas (10,1% y 10,6%). Dentro de la bollería sin relleno, la presentación más popular es la de los croissants (37,5% del total en volumen y 30% en valor). A continuación aparecen los panes de leche, brioches y medias noches (25,6% y 23,8%), los sobaos (11,1% y 20,9%) y las berlinas (11,1% y 13,2%).