

## Pastas alimenticias



El mercado total de pastas alimenticias en nuestro país se sitúa en torno a las 171.000 toneladas, por un valor cercano a los 316 millones de euros. Estas cifras reflejan incrementos interanuales del 2,1% en volumen y de un mucho más importante 21,9% en valor. La principal novedad radica en el buen comportamiento de las ventas de pasta seca,

lo que reanima un sector que en los últimos años sólo había registrado el dinamismo de las pastas frescas. Las ventas de pasta normal superaron las 126.000 toneladas, un 3,4% más que en el ejercicio precedente, por un valor de unos 170 millones de euros (+35%). Dentro de éstas, los macarrones representan el 41,7% de todas las ofertas en volumen y el 38,1% en valor, seguidos por las pastas para sopa (28,4% y 27,5%, respectivamente), los espaguetis y tallarines (28,4% y 26,9%) y las pastas laminadas (1,5% y 7,5%). Las pastas enriquecidas acapararon un mercado de 36.100 toneladas (-2,3%), por un valor de 84,8 millones de euros (-14,2%). Las de colores resultan las presentaciones más populares, con el 61,8% en volumen y el 53,2% en valor. A continuación aparecen las pastas al huevo (23,6% y 25,2%), las enriquecidas y rellenas (11,3% en volumen y 18,8% en valor) y las integrales (3,3% y

2,8%). Las pastas frescas, por su parte, experimentaron incrementos interanuales del 3,2% en volumen y valor, llegando hasta las 8.820 toneladas y los 60,8 millones de euros.

La producción mundial de pastas llega hasta los 10,85 millones de toneladas. El principal país productor es Italia, con el 28,8% del total, seguido a bastante distancia por Estados Unidos (10,7%) y Brasil (9,2%). ●

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
NESTLÉ ESPAÑA, S.A. *	1.277,24
GALLINA BLANCA, S.A. (GRUPO) *	728,00
GRUPO SIRO *	220,00
COMERCIAL GALLO, S.A. *	175,00
PRODUCTOS ALIMENT. LA BELLA EASO, S.A. *	72,00
COMERCIAL CBG, S.A. *	23,73
PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO, S.A. *	22,00
RANA HISPANIA, S.A. *	21,00
OROMAS, S.A.	20,00
ANDRÉS MEGÍAS MENDOZA, S.A. *	6,50

\* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.  
 - Datos de 2007. FUENTE: Informe Anual Alimarket/2008.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas elaboradoras y comercializadoras de pastas alimenticias presenta fuertes signos de concentración y una preponderancia acusada de las marcas de distribución. La necesidad de innovar de manera continua y los ajustados márgenes comerciales han hecho que desaparezcan algunos fabricantes pequeños y medianos. En la actualidad se encuentran en funcionamiento algo menos de 50 empresas dentro de este sector, entre las que aparecen algunas filiales de grandes compañías extranjeras, con mayor presencia en el segmento de las pastas frescas, junto a especialistas nacionales y grandes operadores que también actúan en sectores afines, como las galletas, bollería, harina, etc.

Las marcas de distribución acaparan un 61,1% de todas las ventas en volumen de pastas secas y un 44,6% en valor. Estos

porcentajes representan incrementos interanuales del 2,1% en el primer caso y del 4,4% en el segundo. El precio medio de las marcas de distribución se incrementó durante el pasado ejercicio en un 44% en las pastas normales y en un 20,4% en las enriquecidas, aunque todavía resultan entre un 24% y un 30% más baratas que las presentaciones marquisitas.

El principal grupo del sector presenta una producción que supera las 130.000 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 49.000 toneladas, el tercero se queda en 42.000 toneladas, el cuarto ronda las 36.000 toneladas y el quinto supera las 10.000 toneladas. Los operadores más importantes están apostando por novedades de mayor valor añadido, como los platos preparados, las pastas enriquecidas y frescas, nuevas presentaciones, pastas saludables y funcionales, etc. ○

## La pasta fresca

Durante los últimos años el segmento de las pastas frescas ha sido el más dinámico de este mercado, aunque en el último año han sido las pastas secas las que han mostrado un mejor comportamiento. Se vendieron alrededor de 8.820 toneladas de pastas frescas, por un valor de 60,8 millones de euros, lo que supone incrementos interanuales del 3,2% tanto en volumen como en valor. Dentro de las pastas frescas, las presentaciones rellenas suponen el 67,1% de todas las ventas en volumen y el 77,2% en valor, mientras que las pastas no rellenas representan los porcentajes restantes del 32,9% y del 22,8%. Es en el primer grupo donde se han concentrado los principales índices de crecimiento. Las pastas frescas rellenas más populares son las de queso (18% de todas las ventas), seguidas por las de carne (10,5%), las de espinacas (10%), las de jamón (7,5%) y las de setas (4%).

Las marcas de distribución van ganando importancia en un mercado controlado por unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de importantes compañías multinacionales. Así, las marcas blancas acaparan porcentajes de ventas del 41,4% en volumen y del 30,4% en valor, mientras que el

primer fabricante con marca propia llega hasta el 21,5% y el 28,9%, respectivamente, el segundo se queda en el 20,6% en volumen y el 27,8% en valor y el tercero se sitúa en el 13,6% y el 11,4%. El porcentaje conjunto del resto de los fabricantes es de apenas el 2,9% en volumen y del 1,5% en valor. ●



## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de pastas alimenticias crecieron durante el último año en un importante 32%, situándose en torno a las 36.300 toneladas, mientras que las importaciones se quedaron en unas 48.400 toneladas, un 7,1% menos que en el ejercicio precedente. Las pastas alimenticias importadas por

nuestro país tienden a ser de mayor valor añadido y presentan un precio medio de 1,9 euros/kilo, frente a los 1,3 euros/kilo de las pastas exportadas. Hay que destacar, por ejemplo, la importación de pastas ecológicas, con un volumen de negocio cercano a los 200.000 kilos. Italia es el principal proveedor de pastas alimenticias para el mercado español, con aproximadamente el 60% del total de importaciones. Por su parte, los principales destinos de las exportaciones españolas de pastas son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Portugal y Alemania. Algunas de las más importantes empresas de nuestro país están llevando a cabo fuertes estrategias de implantación internacional, con adquisiciones de empresas en Alemania, Francia, Bélgica, Estados Unidos y Canadá.

La buena cifra de exportación destaca de manera especial si se tienen en cuenta las dificultades por las que atraviesa el sector, con elevados precios de la materia prima y con un euro con un alto valor. Esto hace que nuevos competidores, como Argelia, Túnez o Turquía, tiendan a arañar porcentajes significativos de ventas en el comercio internacional. ○



## DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de pastas ascendió a cerca de 209,4 millones de kilos y supuso un gasto próximo a 365,4 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentró en los hogares (78,8%), mientras que la restauración comercial supuso el 13,7% y la restauración social y colectiva, el 7,5% restante.

### Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron algo más de 165,1 millones de kilos de pastas y gastaron 298,06 millones de euros de este producto. En términos per cápita se llegó a 3,7 kilos de consumo y 6,6 euros de gasto.

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños y en los que habitan niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pastas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 50 y 64 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de entre 10.001 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 100.001 y 500.000 habitantes.



- Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de jóvenes independientes, adultos independientes y parejas jóvenes sin hijos, mientras que las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, presentan los consumos más bajos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura y Andalucía.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (66% de cuota de mercado). El hipermercado

alcanza en este producto una cuota del 28% y los establecimientos especializados llegan al 3%. Las otras formas comerciales concentran un 3% de la cuota de venta global.

### Restauración, colectividades e instituciones

Durante al año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 44,2 millones de kilos de pastas y gastaron 67,3 millones de euros en este producto. En la restauración comercial, las pastas representan un 64,7% del consumo y un 72% del gasto, y en la restauración colectiva y social, un 35,3% del consumo y un 28% del gasto.

En la restauración comercial, los restaurantes independientes concentran el 34% de la demanda de pastas, los hoteles el 30%, la restauración organizada el 21% y los bares y cafeterías el 15%.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de pastas en Cataluña, Aragón y Baleares.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de pastas (alcanza una cuota del 58%), seguido del fabricante, con una cuota del 22%. El cash & carry alcanza una cuota del 11%. El resto de canales de compra son menos significativos, y alcanzan el 9% restante. ○

CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN PASTAS EN ESPAÑA

2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
<b>TOTAL PASTAS</b>	<b>165,13</b>	<b>298,06</b>	<b>28,64</b>	<b>48,48</b>	<b>15,61</b>	<b>18,88</b>	<b>209,38</b>	<b>365,42</b>

CONSUMO (MILLONES DE KILOS/KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN PASTAS DE LOS HOGARES

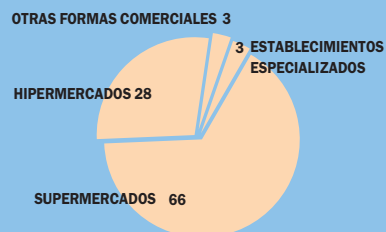
2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
<b>TOTAL PASTAS</b>	<b>165,13</b>	<b>3,67</b>	<b>298,06</b>	<b>6,63</b>
PASTAS ALIMENTICIAS	162,61	3,62	282,44	6,28
PASTA SECA	154,86	3,44	233,59	5,19
PASTA FRESCA	7,75	0,17	48,86	1,09
PASTAS GRANEL	2,50	0,06	5,44	0,12
PASTAS ENVASADAS	160,11	3,56	277,00	6,16
PASTAS PARA RELLENAR	2,52	0,06	15,61	0,35

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES

PORCENTAJE

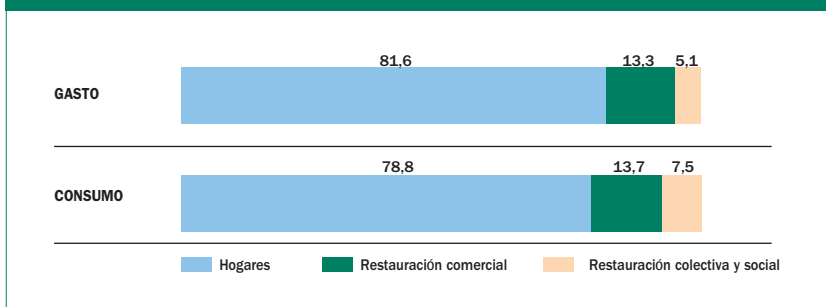
2008



PARTICIPACIÓN EN EL GASTO Y EN EL CONSUMO DE PASTAS

PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN PASTAS DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
<b>TOTAL PASTAS</b>	<b>28,64</b>	<b>48,48</b>	<b>15,61</b>	<b>18,88</b>	<b>44,25</b>	<b>67,35</b>

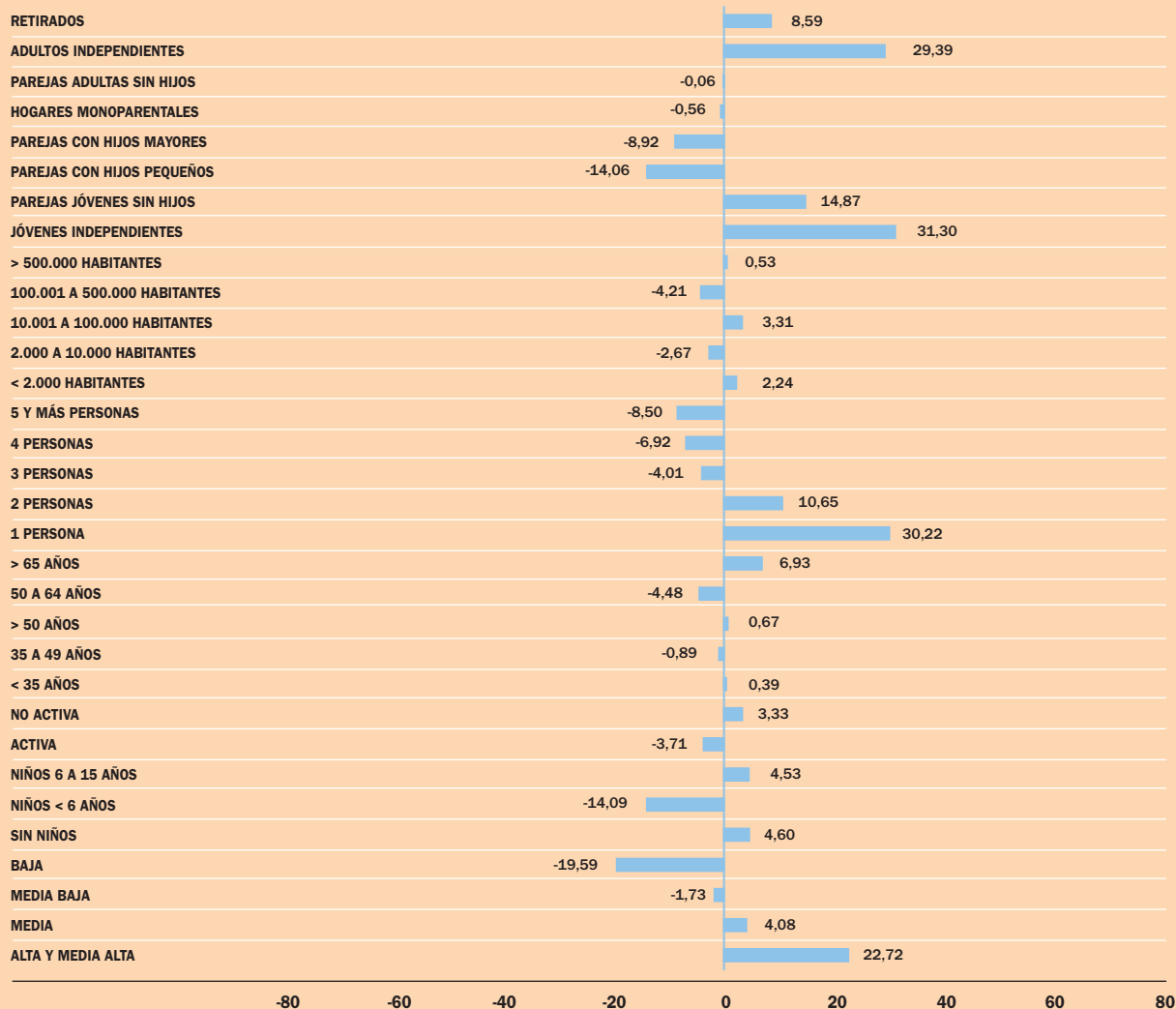


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PASTAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL\*

PORCENTAJE

2008

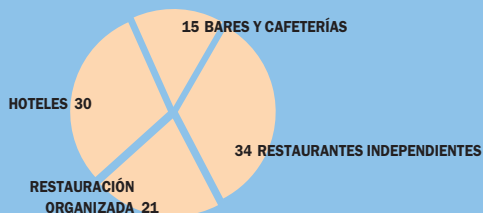


\* Media nacional = 3,7 kilos por persona.

DEMANDA DE PASTAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

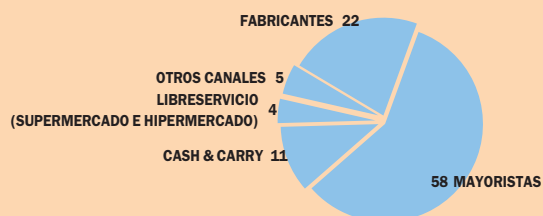
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE PASTAS EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.