

Chocolates y derivados del cacao



El mercado de chocolates y derivados del cacao en nuestro país registró durante el último ejercicio computado un pequeño incremento del 0,6%, acercándose hasta las 268.490 toneladas, por un valor de más de 1.476 millones de euros, un 5,7% más que en el año anterior. Las tabletas suponen la principal partida en valor de ese mercado, con el 32% del total, aunque han perdido dos puntos porcentuales en el último año, seguidas por los cacaos y preparados de desayuno (24%), los productos de impulso (16%) y los bombones (14%). Cierran esta relación los productos de impulso y las cremas para untar, con porcentajes respectivos del 7%. Entre las tabletas, las de chocolate con leche representan el 38% de todas las ventas en volumen y el 28,4% en valor. Las especialidades suponen, por su parte, el 33,1% y el 39,4% respectivamente, mientras que los chocolates con adicción representan el 28,9% del mercado en volumen y el 32,1% en valor. Por lo que hace referencia a los bombones, la partida más importante es la de los surtidos, con el 44,9% en volumen y el 49,1% en valor, seguidos por otros bombones (33,1% y 28,1%) y los de chocolate y frutos secos (22,1% y 22,8%). Dentro de los snacks de chocolate y cereales, una partida en crecimiento constante, las barras son la principal oferta, ya que suponen el 41,7% de todo ese mercado en volumen y el 40,3% en valor. A continuación aparecen las barritas de adultos (26,1% y 24,6%) y las gageas (16,1% y 16,2%).

El cacao ocupa el tercer lugar, después del azúcar y el café, en el mercado mundial de materias primas. El cacao ordina-

rio que proviene de las variedades Forastero representa el 95% de la producción mundial, mientras que el cacao fino o aromático que proviene de las variedades Criollo o Trinitario apenas supone el 5% restante. La producción mundial de cacao en la campaña 2011/ 2012 rondó los 4 millones de toneladas, con una disminución interanual del 7%. Un 70% de esa producción se concentra en África del oeste. Los principales productores son Costa de Marfil, Ghana, Nigeria y Camerún. Fuera de África, otros grandes productores son Indonesia, Brasil, Ecuador, República Dominicana y Malasia. ●

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Kraft Foods *	625,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Natra, S.A. - División Chocolates y Cacao	327,13
Ferrero Ibérica, S.A.	205,00
Kraft Foods España Com., S.L. (Div. Confitería) *	150,00
Indcre, S.A. (Indcresa) *	111,08
Lacasa, S.A. - Grupo *	96,80
Dulcesa, S.L. *	95,20
Nederland, S.A. *	92,73

* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado del chocolate y derivados del cacao en España y en el mundo se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos que son importantes compañías multinacionales y que tienden a controlar desde los mercados de materias primas la totalidad de la cadena alimentaria hasta la distribución final.

El principal operador radicado en España es un enorme grupo internacional, en la que el sector del chocolate y los derivados constituye una de sus líneas de negocio más características. Tiene una plantilla de 3.200 trabajadores y sus ventas anuales relacionadas con chocolate y cacao llegan a los 270 millones de euros. Se asume que tiene una cuota de mercado del 21% del total. El segundo operador controla el 16% del mercado y sus ventas llegan a los 200 millones de euros anuales, mientras que el tercero ronda los 189 millones de euros y el cuarto supera los 175 millones de euros.

Las marcas de distribución han adquirido una importancia creciente en un mercado dominado hasta hace muy poco tiempo por las ofertas de fabricante. Dentro de las tabletas de chocolate, las marcas blancas suponen el 33,1% de todas las ventas en volumen, mientras la primera oferta marquista llega hasta el 30,4%, la segunda se queda en el 14,6% y la tercera se acerca al 10%. Por lo que hace referencia a las bebidas de cacao, las marcas de distribución acaparan el 15,1% del mercado en el cacao soluble y un 6,1% en el instantáneo frente a unos más importantes 39,4% y 33,5% de las primeras ofertas con marca propia en los casos de los cacaos solubles e instantáneos. Por último, entre las cremas para untar las marcas blancas controlan el 43,8% de todas las ventas, mientras que el primer fabricante con marca propia se queda en el 37% y el segundo se sitúa en el 18,9%. Evidentemente, los porcentajes en valor son bastante diferentes, ya que en el caso de las tabletas de chocolate y bombones el primer lugar lo ocupa una marca de fabricante, con el 27,4%, mientras que las marcas de distribución se quedan en el 21,1%. ○

COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con las cifras proporcionados por la Asociación Española del Dulce las exportaciones españolas de chocolates y derivados del cacao cayeron en un importante 13,9% y se quedaron en 68.090 toneladas. En valor, el comportamiento fue claramente mejor, ya que se registró un incremento del 1,6%, llegando a 391,27 millones de euros. Estas cifras indican que las ventas en el exterior suponen el 25,4% de este mercado en volumen y el 26,5% en valor. Los principales destinos de este comercio exterior son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Portugal, Italia, Alemania, Bélgica, Reino Unido y Grecia. Fuera de la Unión Europea, Argelia y Marruecos constituyen otros importantes clientes de los chocolates y cacaos españoles.

Por lo que hace referencia a las importaciones, hay que tener en cuenta que en nuestro país no se produce cacao, así que toda la materia prima debe ser importada. Alrededor de 90.000 toneladas de cacao en grano son adquiridas en los mercados internacionales para ser posteriormente procesadas en España. Las importaciones de productos ya elaborados llegan a unas 192.000 toneladas. La principal partida es la de artículos de confitería y sucedáneos, seguida por los chocolates sin rellenar y los bombones. Los principales proveedores de chocolates y derivados del cacao para el mercado español son también otros países europeos, encabezados por Países Bajos, Francia, Alemania, Italia, Bélgica, Austria y Portugal. ○



CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 158,7 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.052,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,4 kilos de consumo y 22,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al cacao soluble (1,2 kilos por persona y año), seguido de los chocolates, con un consumo de 1,1 kilos por persona al año. En términos de gasto, el cacao soluble concentra el 24,1% del gasto, con un total de 5,5 euros por persona, mientras que los chocolates presentan un porcentaje del 36,8% y un total de 8,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDÁNEOS	158,7	3,4	1.052,6	22,8
CHOCOLATES	52,5	1,1	389,0	8,4
CHOCOLATE TABLETAS	44,3	1,0	322,8	7,0
CON LECHE	27,9	0,6	187,5	4,1
SIN LECHE	16,4	0,4	135,3	2,9
CON ALMENDRAS	6,0	0,1	52,2	1,1
OTROS CHOCOLATES	38,3	0,8	270,6	5,9
TURRÓN DE CHOCOLATE	8,2	0,2	66,2	1,4
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	106,2	2,3	663,6	14,4
BOMBONES	11,7	0,3	168,4	3,7
SNACKS CHOCOLATE	11,5	0,2	126,5	2,7
CACAO SOLUBLE	55,5	1,2	253,3	5,5
NORMAL	54,1	1,2	236,0	5,1
LIGHT	1,4	0,0	17,3	0,4
CREMA CACAO UNTAR	17,0	0,4	85,0	1,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

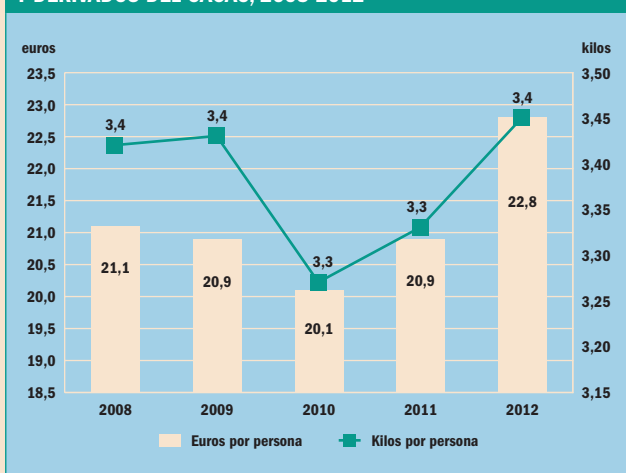
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.
- En los hogares donde compra una persona con edad comprendida entre 35 y 49 años, el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.

- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan dos personas.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios de más de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas adultas sin hijos, retirados, y parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, La Rioja y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cataluña, Andalucía y Madrid.

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de chocolates y derivados del cacao se ha mantenido estable y el gasto ha experimentado un crecimiento de 1,7 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en los años 2008, 2009 y 2012 (3,4 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2012 (22,8 euros por consumidor).

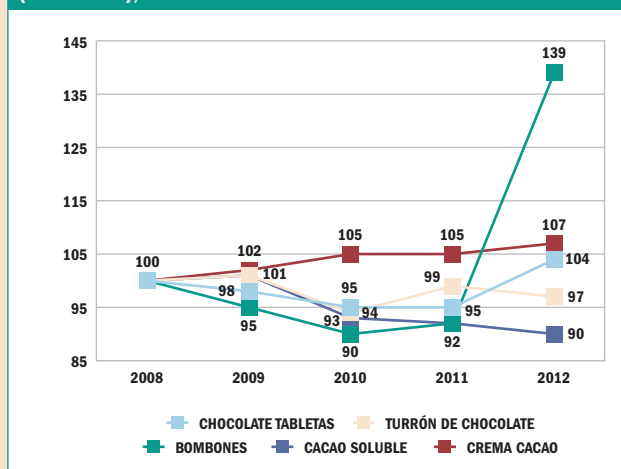
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO, 2008-2012



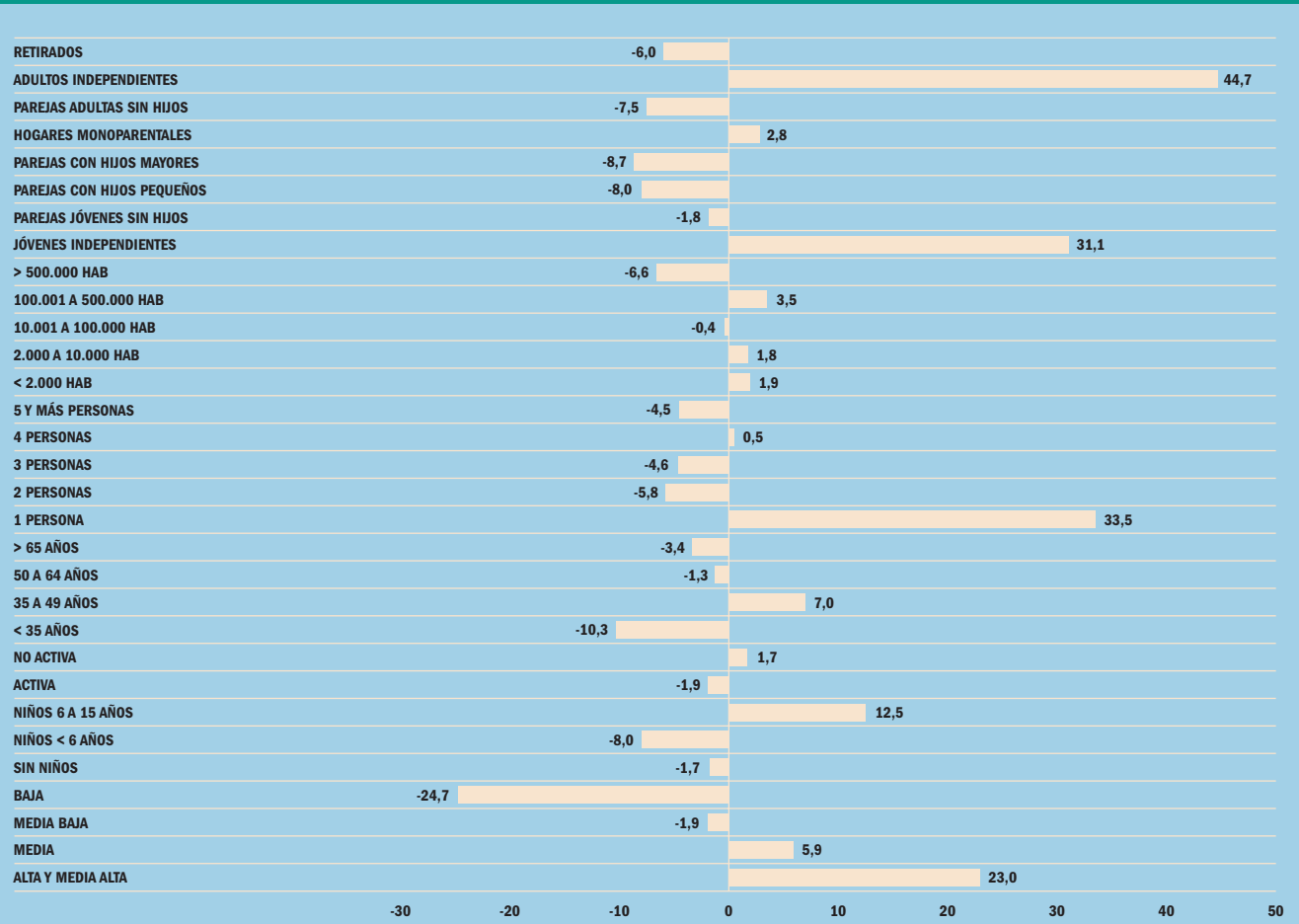
En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de bombones, crema de cacao y tabletas de chocolate aumenta y, por el contrario, en turrón de chocolate y cacao soluble se produce un descenso.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CHOCOLATES (2008=100), 2008-2012

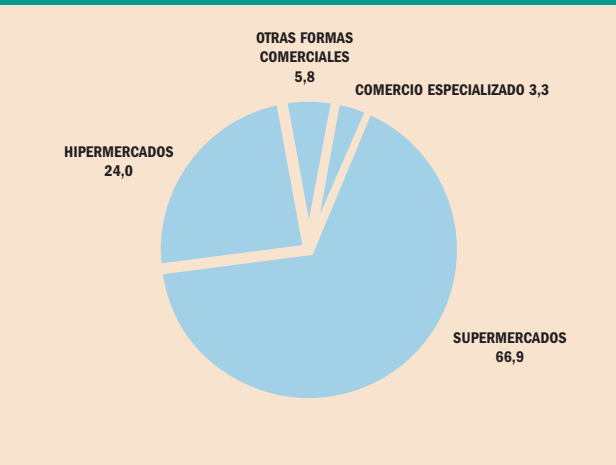


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%) * 2012



* Media nacional = 3,4 kilos por persona.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado

En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (66,9% de cuota de mercado).

El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 24%, mientras que los establecimientos especializados representan el 3,3%. Las otras formas comerciales concentran un 5,8% de la cuota de venta global. ○

