

asemac*

asociación española de la industria
de panadería, bollería y pastelería



1990 - 2015

DOSSIER DE PRENSA – JUNIO 2015

CARTA DEL PRESIDENTE

Este mes, coincidiendo con la presentación de los datos de nuestra industria durante el pasado año, celebramos también el 25º aniversario de la creación de la Asociación Española de Masas Congeladas (ASEMAC), que en 2012 cambió su denominación por la actual Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería.

Con los resultados obtenidos a lo largo de todos estos años, podemos afirmar que nuestro sector se ha consolidado dentro de la industria alimentaria de nuestro país como un exponente importante para el desarrollo de la economía nacional. Un logro que se ha conseguido gracias a la implicación, el esfuerzo y el trabajo de todas aquellas empresas que han ido conformando ASEMAC durante estos veinticinco años. Y todo ello, pese a los duros

años de crisis a los que nos hemos enfrentado, como tantos otros sectores de la industria alimentaria de nuestro país, y que nos han hecho desarrollar una industria de panadería, bollería y pastelería mejor y cada vez más competitiva, que ha sabido esquivar estos envites de manera “sobresaliente”.



Hablamos de un sector sostenible económicamente, porque no sólo genera riqueza para el país sino que también posee una función social, dado que algunas de las más grandes plantas están ubicadas en poblaciones rurales, fijando el empleo y la población en esas zonas. Y, por supuesto, una industria que respeta el medio ambiente, optimizando sus procesos para consumir la mínima energía en sus actividades.

Además, los asociados de ASEMAC mantienen un compromiso inequívoco con la Estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad física y Prevención de la Obesidad) y su Código de Autorregulación de alimentos dirigidos a menores, así como la Prevención de la Obesidad y la Salud (Código PAOS).

Este logro no hubiera sido posible sin el trabajo de las empresas que integran este sector, quienes en este tiempo han elaborado productos cada vez más saludables y con mejores valores nutricionales. Han logrado, por ejemplo, la reformulación de la cantidad de sal utilizada en la elaboración de pan sin alterar las condiciones del mismo; reducir al máximo las grasas trans en productos de bollería, panadería y pastelería mediante el empleo de margarinas con niveles prácticamente nulos. También, hay que destacar que algunos de los últimos lanzamientos protagonizados por este sector son productos enriquecidos con sal yodada,



vitaminas, fibras, ácidos grasos Omega-3 u otros ingredientes que le aportan valor y que el consumidor está dispuesto a consumir en mayor proporción.

Ahora toca mirar a un futuro que pasa por potenciar las políticas de I+D+i para seguir lanzando novedades que nos permitan mejorar los productos y adaptarnos de forma más satisfactoria a las exigencias de nuestros clientes. A la vez, debemos ser conscientes de que en España, al igual que ocurre en el resto de Europa, asistiremos en los próximos años a una concentración de empresas que vendrá precedida por la absorción algunas compañías por otras empresas más sólidas. Al mismo tiempo, la internacionalización es una necesidad y una oportunidad para aportar beneficios que aumenten la capacidad de inversión y aprendizaje, así como una opción para diversificar mercados, sobre todo en Europa que es un continente gran consumidor de pan y bollería y pastelería.

ASEMAC se compromete con el sector y con los consumidores en seguir trabajando en la mejora de la composición y de los procesos para elaborar productos que cumplan con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria, tal y como hemos venido haciendo desde nuestra creación.

Felipe Ruano Fernández-Hontoria

Presidente de ASEMAC



25 AÑOS DE ASEMAC

ASEMAC es la organización que agrupa y defiende los intereses de la industrial española de panadería, bollería y pastelería y una de las asociaciones más avanzadas dentro del sector de la alimentación moderna en la utilización y aplicación de los más estrictos controles de calidad y seguridad alimentaria. Las empresas asociadas elaboran y comercializan productos con un perfil nutricional elevado, apoyando y apostando por una dieta equilibrada y saludable, además de responder y adaptarse con eficacia a los nuevos hábitos de consumo, actitudes y necesidades del consumidor actual.

Han pasado ya veinticinco años desde su creación en 1990, tiempo a lo largo del cual ASEMAC ha ido incrementando el número de empresas asociadas, un hecho que ha fomentado en la Asociación el valor de la exigencia en la labor que desempeña de representatividad a todos los niveles. Este incremento paulatino de compañías originó en 2012 un cambio en los estatutos de la Asociación, por el que se modificó la antigua denominación de la Asociación Española de Masas Congeladas por la actual Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería, manteniendo el antiguo anagrama y el acrónimo de ASEMAC. Este cambio supuso una ampliación del ámbito de actuación a toda la industria de la panificación, aceptando la integración de aquellas industrias del sector comprometidas con la tecnología, la innovación y la calidad con el objetivo de ganar fuerza y representatividad.

Hay que destacar que ASEMAC también es miembro de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y a nivel internacional forma parte de la Association Internationale de la Boulangerie Industrielle (AIBI).

El trabajo bien hecho de las empresas asociadas y la labor realizadas desde ASEMAC se han visto recompensados por la evolución positiva del sector que se refleja en el crecimiento continuado tanto en producción como en facturación a lo largo de estos veinticinco años.

En 1990, la producción sectorial se situó en torno a las 22.000 toneladas de producto, alcanzando una facturación de 42 millones de euros. Del total de la producción, unas 1.500 toneladas correspondían a panadería y el resto, aproximadamente el 93% del volumen total, a la gama de bollería y pastelería. A partir de este año se inició un periodo de constante crecimiento para el mercado de masas congeladas que provocó también un cambio en los porcentajes en los que se repartían los segmentos de pan y bollería/pastelería. En 2014, el mix de producción entre panadería y bollería/pastelería varió, el 16% del volumen correspondió a productos de bollería/pastelería frente al 84% de panadería. La producción, en 2014, alcanzó un volumen total de 852.000 toneladas con una facturación de más de 1.100 millones de euros.

Actualmente, contamos con 32 empresas asociadas, que contabilizan el 80% de las compañías y cerca del 90% de las ventas del sector español de masas congeladas para panadería y bollería y pastelería. Los asociados de ASEMAC presentan una gran capacidad para generar empleo de



calidad con cerca de 5.000 personas empleadas de forma directa, lo que le convierte en motor de la economía nacional en las zonas donde está presente.

La incorporación de empresas a la Asociación se ha visto favorecido por el trabajo desempeñado a lo largo de estos años, en los que hemos conseguido alcanzar los objetivos que desde un primer momento nos propusimos y que no fue otro que:

- 1.- Convertir a ASEMAC en un lobby activo, eficiente y fuerte, al servicio del sector y de las empresas que lo integran, con capacidad de influir tanto ante las Administraciones como en terceros, con capacidad de generar servicio al asociado.
- 2.- Apoyar a las empresas asociadas en su día a día con terceros gracias al desarrollo de comisiones de trabajo
- 3.- Facilitar a los asociados servicios de una forma cómoda, rápida y visual.
- 4.- Informar a los asociados con boletines informativos tanto de carácter general como técnico: boletines generales, legislativos, fiscales, calidad, eventos, I+D+i, Comisión técnica, laboral, etc.
- 5.- Crear sinergias con otras Asociaciones
- 6.- Facilitar al asociado trimestralmente un informe estadístico de la evolución del mercado nacional y exterior sobre el sector de panadería, bollería y pastelería industrial.
- 7.- Fomentar el consumo de pan entre la población

Actualmente, las empresas asociadas elaboran productos que suponen un valor en torno al 40,3% del total de los productos de panadería y el 40% del total de los productos de pastelería y bollería consumidos en nuestro país.

PRODUCCIÓN (PANADERÍA, PASTELERÍA/BOLLERÍA SEMIELABORADA ASOCIADOS ASEMAC)

	Total 2013	Total 2014	Variación (%)
Pan	676.000	718.000	6,2%
Bollería y Pastelería	125.000	134.000	7,2%
Total (miles de kg.)	801.000	852.000	6,3%

FACTURACIÓN (PANADERÍA, PASTELERÍA/BOLLERÍA SEMIELABORADA ASOCIADOS ASEMAC)

	Total 2013	Total 2014	Variación (%)
Pan	735.000	759.000	3,2%
Bollería y Pastelería	334.000	364.000	9,0%
Total (miles de €)	1.069.000	1.123.000	5,0%

EL SECTOR EN CIFRAS

El número total de compañías dedicadas a la fabricación de productos de panadería y pastas, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), se situó en 10.558 empresas en el año 2013. De este número, algo más de 550 eran compañías con más de 20 trabajadores, correspondiendo el resto a empresas con menos de ese número de personas ocupadas. Hay que destacar que la industria de panadería es el segundo subsector en cuanto a creación de empleo, con casi 96.100 trabajadores, lo que equivale a cerca del 22% de los puestos de trabajo del conjunto del sector de alimentación y bebidas en 2012.

Según los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), el consumo de pan en el hogar alcanzó un volumen de 1.609 millones de kg, lo que supuso un descenso del 4,8% respecto a 2013. Según el Informe del Consumo de Alimentación en España 2014, el descenso del consumo en la categoría estuvo asociado sobre todo “al descenso de la compra de este producto en hogares con presencia de hijos, ya sean mayores, medianos o pequeños”. En cambio, el informe destaca que “los hogares formados por retirados siguen siendo quienes mayor consumo per cápita hacen de pan (50,6 kg/persona/año”.

<u>AÑO 2013</u>	CONSUMO		GASTO	
PRODUCTO	VOLUMEN (Miles Kg)	PER CÁPITA	VALOR (Miles de €)	PER CÁPITA
TOTAL PAN	1.689.917,71	37,26	3.939.229,96	86,91
PAN FRESCO/CONGELADO	1.419.490,83	31,31	3.222.697,92	71,08
Pan fresco integral	134.703,59	2,96	339.966,54	7,49
Pan fresco normal	1.284.794,96	28,34	2.882.770,60	63,58
Pan fresco sin sal	18.014,69	0,41	42.217,06	0,91
PAN INDUSTRIAL	270.426,88	5,97	716.532,04	15,81
Pan industrial fresco	194.321,35	4,3	443.060,46	9,78
Pan industrial fresco integral	31.866,91	0,7	68.867,31	1,53
Pan industrial fresco normal	132.256,16	2,92	266.288,40	5,86
Pan industrial fresco sin corteza	30.198,28	0,67	107.904,75	2,38
Pan industrial fresco enriquecido	76.945,91	1,7	169.176,02	3,73
PAN INDUSTRIAL SECO	76.105,57	1,68	273.471,57	6,03

El perfil del hogar consumidor intensivo de pan es el formado por parejas con hijos medianos y mayores, así como por parejas adultas sin hijos. Se corresponde con hogares numerosos (más de 3-4 personas), cuyo responsable de la compra tiene una edad que oscila entre 50 y 64 años y que vive en poblaciones de hasta 10.000 habitantes. En valor, el consumo de pan en hogares en 2014 fue de 3.812 millones de euros, con una reducción del 3,2%, menor por lo tanto que la registrada en volumen, dada la positiva evolución del precio del pan.

AÑO 2014	CONSUMO		GASTO	
PRODUCTO	VOLUMEN (Miles Kgs)	PER CÁPITA	VALOR (Miles de €)	PER CÁPITA
TOTAL PAN	1.608.738,83	35,88	3.812.082,19	85,05
PAN FRESCO/CONGELADO	1.340.587,09	29,92	3.098.017,39	69,12
Pan fresco/congelado envasado	878.332,11	19,59	2.155.919,80	48,08
Pan fresco/congelado granel	462.254,98	10,3	942.097,59	21,02
Pan fresco integral	117.038,36	2,61	292.030,87	6,52
Pan fresco normal	1.290.825,57	28,79	2.977.946,40	66,43
Pan fresco sin sal	5.745,78	0,12	13.352,51	0,28
PAN INDUSTRIAL	268.151,74	5,98	714.064,80	15,92
Pan industrial fresco	193.216,33	4,31	440.808,48	9,82
Pan industrial fresco integral	35.542,68	0,8	82.621,20	1,84
Pan industrial fresco normal	126.673,14	2,84	255.373,57	5,68
Pan industrial fresco sin corteza	31.000,51	0,69	102.813,70	2,3
Pan industrial fresco enriquecido	77.496,45	1,73	179.528,00	4,01
PAN INDUSTRIAL SECO	74.935,41	1,67	273.256,34	6,09

La mayor partida del consumo de pan en hogares continúa correspondiendo al pan fresco normal, con 1.291 millones de kg, que suponen el 96% de la categoría de pan fresco/congelado, según los datos del MAGRAMA. Mientras, los panes industriales, con 268 millones de kg, representan cerca del 17% del total del consumo de pan en los hogares. En este segmento de panes industriales, destacan el peso que están adquiriendo las variedades de productos frescos integrales, sin corteza y enriquecidos.



En términos de consumo per cápita, los hogares españoles adquirieron 35,8 kg por persona y año, repartidos entre el pan fresco y congelado (29,9 kg), el pan industrial fresco (6 kg) y el pan industrial seco (1,7 kg). Este volumen se traduce en un gasto per cápita en pan de 85 euros, de los que más de 66 euros por persona y año (el 77,6% del total) correspondieron a la partida de pan fresco normal.

Por lo que respecta a la evolución del pan en la hostelería y la restauración, los últimos datos del MAGRAMA corresponden al Estudio de Hábitos de Aprovisionamiento 2013, donde se señalaba que un 8% de los establecimientos del canal HORECA había aumentado su gasto durante ese año en consumo de pan, el 41% lo había mantenido y el 51% lo había disminuido. Según otro estudio del Ministerio, el de Variables de Demanda Extradoméstica 2013, los productos a Base de Pan (Hamburguesas, Bocadillos, Sándwiches y Pizzas) suponen el 22% del consumo de alimentación fuera del hogar, por delante de los Productos de Desayuno y Merienda, con un 21,1% y sólo por detrás de las Tapas y Productos para Compartir (25,2%), que, a la postre, tienen en la mayoría de las ocasiones al pan como acompañante esencial de esas elaboraciones culinarias.

Finalmente, el consumo doméstico de bollería y pastelería ascendió a 264 millones de kg en el año 2014, con una ligera reducción (-0,2%) respecto a 2013, que fue algo mayor en términos de valor (-0,9%, con 1.320 millones de euros). Sin embargo, en términos per cápita, el consumo de pastelería y bollería aumentó un 0,9% si se compara 2014 con 2013, hasta alcanzar 5,9 kg por persona y año.

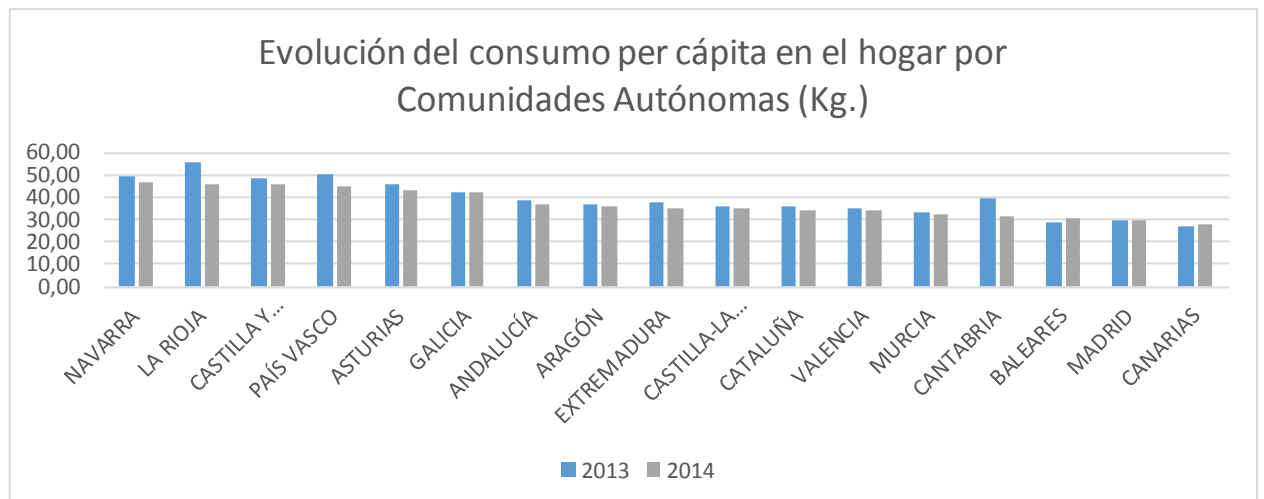
AÑO 2013	CONSUMO		GASTO	
PRODUCTO	VOLUMEN (Miles Kg)	PER CÁPITA	VALOR (Miles de €)	PER CÁPITA
Bollería pastelería	265.546,71	5,86	1.332.260,31	29,39
Bollería/ pastelería envasada	204.864,31	4,49	938.853,32	20,72
Otros pasteles y tartas envasados	9.528,98	0,22	69.349,19	1,54
Bollería/ pastelería a granel	60.682,40	1,35	393.406,99	8,69
Otros pasteles y tartas granel	11.294,75	0,26	114.502,95	2,51

AÑO 2014	CONSUMO		GASTO	
PRODUCTO	VOLUMEN (Miles Kg)	PER CÁPITA	VALOR (Miles de €)	PER CÁPITA
Bollería pastelería	264.903,98	5,93	1.320.351,60	29,46
Bollería/ pastelería envasada	200.185,08	4,46	899.796,52	20,09
Otros pasteles y tartas envasados	5.301,32	0,14	36.249,73	0,89
Bollería/ pastelería a granel	64.718,90	1,45	420.555,08	9,39
Otros pasteles y tartas granel	4.838,09	0,11	53.092,95	1,19



DATOS DE CONSUMO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

A tenor de los datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), Andalucía, con cerca de 301 millones de kg, es la comunidad autónoma con un mayor volumen de consumo pan, por delante de Cataluña, Madrid, Valencia y Galicia, que completan las cinco primeras regiones del ranking.



CONSUMO DE PAN EN HOGARES EN 2013. VOLUMEN (Miles Kg)						
	CATALUÑA	ARAGÓN	BALEARES	VALENCIA	MURCIA	ANDALUCÍA
PAN	243.127,13	49.360,93	29.143,55	174.063,09	49.093,97	335.250,90
PAN FRESCO/CONGELADO	200.478,63	42.794,15	23.317,37	143.986,75	40.808,88	287.138,31
PAN INDUSTRIAL	42.648,51	6.566,77	5.826,15	30.076,34	8.285,09	48.112,59
PAN INDUSTRIAL SECO	12.445,98	4.628,98	1.404,92	9.703,08	2.122,28	15.030,65
BOLLERÍA/PASTELERÍA	43.084,36	7.848,60	5.535,70	33.500,59	8.055,67	43.335,46
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	33.143,01	6.423,40	4.441,07	24.825,35	5.688,92	32.279,39
	MADRID	C.LA MANCHA	EXTREMADURA	CASTILLA LEÓN	GALICIA	ASTURIAS
PAN	175.805,15	81.969,85	41.480,96	119.119,85	122.699,07	49.546,24
PAN FRESCO/CONGELADO	135.502,75	68.242,33	34.328,40	106.649,22	107.894,41	43.903,13
PAN INDUSTRIAL	40.302,38	13.727,53	7.152,55	12.470,65	14.804,63	5.643,11
PAN INDUSTRIAL SECO	10.720,95	3.494,72	2.058,27	3.093,83	3.793,59	1.589,03
BOLLERÍA/PASTELERÍA	38.905,82	13.968,53	5.575,94	14.350,38	13.681,34	5.749,56
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	31.448,70	9.923,70	4.426,23	10.792,12	10.800,46	4.265,97
	CANTABRIA	PAÍS VASCO	LA RIOJA	NAVARRA	CANARIAS	
PAN	20.858,42	92.573,84	15.067,72	31.933,28	58.823,88	
PAN FRESCO/CONGELADO	16.966,89	81.033,47	13.247,71	29.007,33	44.191,20	
PAN INDUSTRIAL	3.891,54	11.540,37	1.820,02	2.925,95	14.632,69	
PAN INDUSTRIAL SECO	1.103,04	2.940,76	459,71	739,45	3.467,46	
BOLLERÍA/PASTELERÍA	3.067,15	12.692,89	2.155,18	3.810,29	10.229,20	
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	2.577,24	10.438,67	1.723,15	3.016,22	8.650,69	Fuente: MAGRAMA

En cambio, en términos de consumo per cápita, es la región de Navarra, con casi 47 kg por persona y año, la que encabeza el listado de comunidades autónomas, seguida de La Rioja, Castilla y León, País Vasco y Asturias. En el lado opuesto se sitúan las regiones de Canarias y



Madrid, que aunque son importantes en términos de consumo por su población, presentan las menores cifras de consumo per cápita, inferiores en los dos casos a los 30 kg por persona y año.

CONSUMO DE PAN EN HOGARES EN 2014. VOLUMEN (Miles Kg)						
	CATALUÑA	ARAGÓN	BALEARES	VALENCIA	MURCIA	ANDALUCÍA
PAN	221.918,06	44.876,24	32.365,33	170.154,68	49.098,85	309.826,66
PAN FRESCO/CONGELADO	181.887,00	37.960,80	26.118,36	139.370,26	41.069,60	262.329,45
PAN INDUSTRIAL	40.031,07	6.915,41	6.246,97	30.784,42	8.029,30	47.497,21
PAN INDUSTRIAL SECO	11.943,80	2.050,90	1.537,57	9.757,50	1.876,87	15.095,20
BOLLERÍA/PASTELERÍA	41.450,71	7.674,57	6.623,65	32.719,27	8.541,82	43.528,66
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	31.451,11	6.064,74	5.237,57	23.943,61	5.972,63	31.509,31
	MADRID	C.LA MANCHA	EXTREMADURA	CASTILLA LEÓN	GALICIA	ASTURIAS
PAN	172.468,82	79.523,09	38.876,60	113.286,89	121.517,79	47.484,07
PAN FRESCO/CONGELADO	132.447,82	66.901,37	31.954,10	100.297,09	107.262,03	41.589,28
PAN INDUSTRIAL	40.021,02	12.621,73	6.922,53	12.989,81	14.255,78	5.894,79
PAN INDUSTRIAL SECO	9.795,67	3.149,94	1.818,98	3.425,24	3.832,91	1.709,03
BOLLERÍA/PASTELERÍA	38.981,32	14.189,73	6.126,76	15.089,58	13.587,33	5.696,61
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	30.472,09	9.695,46	4.712,17	11.159,79	10.675,92	4.140,06
	CANTABRIA	PAÍS VASCO	LA RIOJA	NAVARRA	CANARIAS	
PAN	18.879,59	88.636,73	13.032,76	27.140,30	59.652,42	
PAN FRESCO/CONGELADO	14.779,20	76.894,98	11.366,46	24.337,30	44.022,20	
PAN INDUSTRIAL	4.100,40	11.741,76	1.666,27	2.803,03	15.630,23	
PAN INDUSTRIAL SECO	1.122,21	8.730,09	463,91	731,52	3.612,50	
BOLLERÍA/PASTELERÍA	2.986,68	12.180,39	2.016,89	3.399,67	10.110,39	
BOLLERÍA/PASTELERÍA ENVASADA	2.491,79	10.058,67	1.646,57	2.781,41	8.172,19	Fuente: MAGRAMA

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA EN EL HOGAR POR CCA (VOLUMEN)

	2013	2014	% var.
NAVARRA	49,66	46,83	-5,70
LA RIOJA	56,03	45,85	-18,17
CASTILLA Y LEÓN	48,37	45,55	-5,83
PAÍS VASCO	50,26	45,01	-10,45
ASTURIAS	45,90	42,80	-6,75
GALICIA	42,33	42,71	0,90
ANDALUCÍA	38,65	37,04	-4,17
ARAGÓN	36,68	35,57	-3,03
EXTREMADURA	37,69	35,23	-6,53
CASTILLA-LA MANCHA	35,60	35,04	-1,57
CATALUÑA	35,84	34,19	-4,60
VALENCIA	35,46	34,04	-4,00
MURCIA	33,53	32,66	-2,59
CANTABRIA	39,83	31,62	-20,61
BALEARES	28,98	30,47	5,14
MADRID	29,47	29,53	0,20
CANARIAS	27,40	27,57	0,62

Fuente: MAGRAMA

PUNTOS DE VENTA

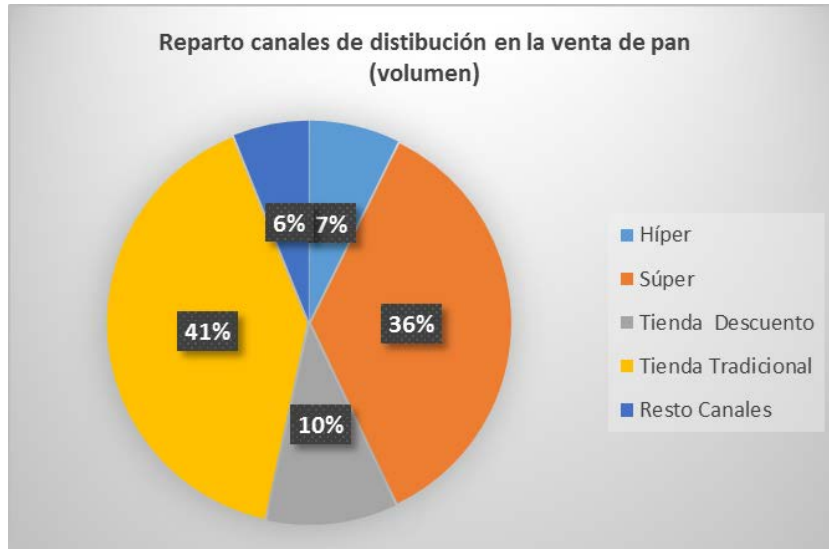
El canal de venta con mayor peso en la compra de pan es la tienda tradicional, con más del 40% del total del consumo para el hogar. No obstante, las compras en este canal de tiendas tradicionales se redujeron en cerca del 11% el año pasado respecto a 2013.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN LA VENTA DE PAN (VOLUMEN)

	Porcentaje	Evolución 14/13
Híper	7,3	0,10%
Súper	35,6	0,10%
Tienda Descuento	10,5	-4,60%
Tienda Tradicional	40,5	-10,90%
Resto Canales	6,1	-9,10%

Fuente: MAGRAMA

El 53,4% del pan que se adquirió para consumo doméstico se compró del denominado canal dinámico, que engloba híper, súper y tienda descuento, destacando el incremento en estas últimas de un 4,6%, si bien aún sólo representa algo más del 10% de la categoría.



Por lo que concierne al canal de hostelería y restauración, que había visto especialmente afectado el consumo durante los años de crisis, está recuperando poco a poco sus niveles de visitas, aunque todavía con tickets medios muy ajustados. El fuerte número de aperturas de las cadenas y grupos de restauración, la denominada restauración organizada, está impulsando las compras de pan y bollería, que en 2010 suponían el 7% del total del consumo del canal HORECA.

NUESTRO COMPROMISO CON LOS CONSUMIDORES

Las nuevas exigencias de nuestros clientes y los nuevos estilos de vida y de consumo han condicionado las estrategias de mercado de las empresas del sector de masas congeladas. Un hecho que ha favorecido el lanzamiento de una amplia variedad de excelentes panes, bollos y pasteles, con unos formatos que se han adaptado a las nuevas necesidades del consumidor final, de la distribución y del canal HORECA. Hablamos de productos con acabados rápidos y fáciles, que en muchos casos sólo requieren de una manipulación mínima, para obtener productos de una calidad excelente. Mejoras que no hubieran sido posibles sin el esfuerzo inversor de las empresas del sector en investigación e innovación como factores imprescindibles para satisfacer a un consumidor cada vez más informado, exigente y comprometido con una dieta sana y equilibrada. Hay que destacar en este punto la utilización de la tecnología del frío en los procesos de elaboración, que han permitido a nuestra industria adaptarse a los nuevos tiempos.

Gracias a los departamentos de I+D+i de las empresas del sector y en particular de las compañías asociadas a ASEMAC, se han conseguido desarrollar productos de calidad superior y excelente rendimiento, con garantía de regularidad, logrando un acabado de producto artesano recién hecho. Uno de los éxitos obtenidos por estos departamentos es el hecho de que las masas congeladas puedan ser conservadas, con total garantía,



hasta 12 meses. También se ha reducido la inversión en equipamiento en el punto de venta y se ha facilitado la labor del personal destinado al acabado de los productos, ya que muchos de ellos requieren una mínima manipulación, con el consiguiente ahorro de tiempo, mínima preparación y máxima limpieza. Un conjunto de acciones dirigidas a mejorar la salud de los consumidores.

Esfuerzos que se han encaminado también a la elaboración de productos con casi nulas cantidades de azúcar, grasas trans, aditivos o sales, y a la confección de panes y bollos compatibles con las intolerancias a la lactosa o al gluten, con propiedades funcionales, enriquecidos con sal yodada, vitaminas, ácidos grasos Omega-3 u otros ingredientes que aporten un valor nutricional añadido al producto y por el que el consumidor esté dispuesto a pagar más o a consumir en mayor proporción.

La innovación se constituye, por tanto, en eje fundamental para las empresas asociadas a ASEMAC y se vincula tanto a los procesos en la elaboración del pan como en la definición y desarrollo de nuevos productos y en el servicio post-venta al cliente.

La coyuntura económica vivida en estos últimos años ha provocado el descenso de la demanda en el sector de la hostelería y el control del coste del consumo en los hogares de alimentos y bebidas, que además cada vez se inclinó más por productos más económicos. Una tendencia a la que no ha sido ajeno nuestro sector. Por ello, nuestro principal reto es hacer frente a ese cambio que se ha erigido en la demanda alimentaria. A la vez que trabajar en aras de la recuperación del consumo de pan e invertir la tendencia descendente de los últimos 30 años en nuestro país. Para lograrlo, ASEMAC, junto con el resto de integrantes de la cadena trigo-harina-pan a través de INCERHPAN (Interprofesional Agroalimentaria de la cadena cereales-harina-pan), promueve desde 2007, "Pan cada día". Una campaña que se articula en la promoción de la imagen del pan para evitar confusiones en la información que conoce y difunde el consumidor sobre la cualidades del pan y sus beneficios dietéticos, fundamentada en diversos estudios científicos que se difunden a través del Comité Científico del Pan.

Nuestro compromiso con el sector y con los consumidores es seguir trabajando en la mejora de la composición y de los procesos, para elaborar un producto que cumpla con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria a un precio moderado, lograr que la compra racional se instale en la mente del consumidor en detrimento de la compra por impulso, y conseguir que la comodidad y el ahorro sean variables a tener en cuenta en el desarrollo de nuevas gamas de productos de bajo coste.



SECTOR RESPONSABLE

Las empresas que forman ASEMAC configuran un sector comprometido y sostenible desde todos los puntos de vista.

Se trata de un sector sostenible económicamente, ya que no sólo genera riqueza en nuestro país, sino que también desarrolla una función social, dado algunas de las más importantes plantas de nuestros asociados se encuentran presentes en poblaciones rurales, donde además de crear puestos de trabajo favorece que las personas que viven en estas áreas no tengan que emigrar a las grandes ciudades.

Además, el sector de la industria de panadería, bollería y pastelería se caracteriza por el respeto al medio ambiente, un factor esencial en la actividad de nuestras empresas, que tratan de optimizar sus procesos para consumir la mínima energía en sus procesos y generar la menor cantidad de subproductos posibles, los cuales, en la mayoría de los casos, se utilizan en otras industrias alimentarias como es la alimentación animal.

Por otro lado, ASEMAC y las empresas que la integran mantiene un compromiso con la Estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), y su Código de Autorregulación de alimentos dirigidos a menores, Prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS) es clara. Muestra de ello es el acuerdo firmado en el año 2005 con el antiguo Ministerio de Sanidad y Consumo para la reducción en el porcentaje de sal utilizado en la elaboración de pan, que pasaría de los 2,2 gramos de sal por cada 100 gramos de harina hasta un máximo de 1,8 gramos de sal por cada 100 gramos de harina en un periodo de cuatro años, disminuyendo a razón de un gramo cada año. Además, esta reducción se ha llevado a cabo sin alterar las condiciones necesarias para la elaboración del pan.

Con respecto a la utilización de grasas trans, la forma en que los productos de panadería, bollería y pastelería han mejorado, de manera general, ha sido mediante la reducción de margarinas a niveles prácticamente nulos.

Cabe destacar también que mediante el análisis de los datos aportados se ha observado que los niveles de ácidos grasos en las margarinas empleadas en la elaboración de productos de panadería, bollería y pastelería se encuentran en niveles actuales <2% cuando anteriormente alcanzaban niveles superiores al 5% o incluso al 10% hace siete años. Un hecho que ha supuesto que en los últimos años se hayan reducido el uso de ácidos grasos trans en un 60-90% en las margarinas empleadas.



Los productos elaborados por las empresas asociadas a ASEMAC han sido reformulados para eliminar la grasa vegetal hidrogenada, consiguiendo que la mayor parte de ellos contengan niveles inferiores a 1 gramo de ácidos grasos trans por cada 100 gramos de producto. Todo esto constata la disminución de los ácidos grasos “trans” en los productos de bollería hasta situarlos por debajo del 2%.

Estos avances se suman a los esfuerzos que los asociados de ASEMAC realizan en mejorar los aspectos relacionados con el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, al mismo tiempo que desarrollan productos cada vez más adecuados a las nuevas demandas de la sociedad en general y, por supuesto, de los consumidores en particular.



MIEMBROS DE ASEMAC

ARTADI ALIMENTACIÓN, S.L.

C/ José María Korta - Parleca 5
20750 Zumaia - Guipúzcoa
Tel: 943 86 56 50 Fax: 86 56 51
www.okin.es



ARYZTA BAKERIES IBERIA, S.L.U

Ctra. M-118. Alcalá-Daganzo Km 2,7.
Pol. Industrial "El Globo"
28814 Daganzo (Madrid)
Tel: 91 884 12 50 - Fax: 91 884 57 74
www.aryzta-bakeries.com



ATRIAN BAKERS UNIFRES

Av. de la Industria, 7
P.I. Pla del Camí - 08927 CASTELLGALI (Barcelona)
Tel: 93 875 88 00 - Fax: 93 875 88 01
www.lasem.com



BELLSOLA, S.A.

Ctra. Girona a Santa Coloma Farnés, km. 5,6
17181 AIGUAVIVA (Gerona)
Tel: 972 24 13 11 Fax: 972 24 14 12
Oficinas DE Barcelona:
C/Príncipe de Asturias, 64
08014 BARCELONA Tel: 93 367 17 00
www.bellsola.com





BERLYS CANARIAS, S.L.

Polígono Industrial del Valle de Güimar,
manzana 9 - parcela 5
38509 Candelaria (Santa Cruz de Tenerife)
Tel: 922 06 02 11 Fax: 922 50 50 58
www.berlyscorporacion.com



BERLYS CORPORACIÓN ALIMENTARIA S.A.U.

Francisco Gervás, 1. Pol. Ind. Alcobendas
28108 ALCOBENDAS (MADRID)
Tel: 91 661 99 37 Fax: 91 661 64 55
www.berlys.es



COBOPA, S.A.

Ctra. de la Albufera, s/n
46820 ANNA (Valencia)
Tel: 96 221 04 00 Fax: 96 292 20 24
www.cobopa.com



CSM IBÉRIA

C/ Sanmontá, 21
08970 SANT JOAN DESPI - Barcelona)
Tel. 93 477 51 20 - Fax: 93 373 01 51
www.csmbaking.com





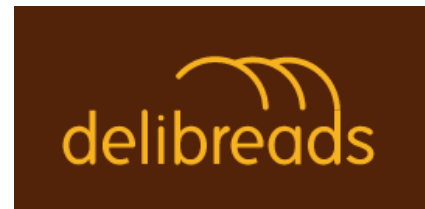
DELICIAS CORUÑA, S.L.

C/Parroquia de Lubre, C-13ª
15165 BERGONDO - A Coruña
Tf. 981 784 925 - Fax: 981 784 831
www.deliciascoruna.com



DELIBREADS EUROPE, S.L.

Ctra. Valencia-Ademuz, 30, 46160 Lliria, Valencia
Tf. 962 78 16 42
www.delibreads.com



DIGEM XXI, S.L.

C/ Islas Canarias, 7
Pol. Industrial Fuente del Jarro (2ª fase)
Paterna (Valencia)
Tel: 96 132 46 42 - Fax: 96 132 12 18
www.sualba.com



EUROPASTRY, S.A.

Plaça Xavier Cugat, 2 - Ed. C, Pl. 4
08190 - SANT CUGAT DEL VALLÉS
Tel: 93 504 17 00 - Fax: 93 504 17 16
www.europastry.com



FAPANY'S

Avda. Santa Clara de Cuba, 4
41007 - SEVILLA
Tel.: 95 451 49 22 - Fax: 95 451 78 17
www.polvillo.com



asemac*

asociación española de la industria
de panadería, bollería y pastelería



1990 - 2015

FORVASA FORNS VALENCIANS, S.A.

Pol. Ind. Campo Aníbal, s/n
46530 PUÇOL (Valencia).
Tel: 963.88.33.33 - Fax: 963.88.33.07



GRUPO SIRO

C/ Tren Rápido s/n
Polígono Industrial Venta de Baños
34200 Venta de Baños (Palencia)
Tel: 979 16 82 00 - Fax: 979 77 09 97
www.gruposiro.com

GRUPO SIRO

HORNO LA PARRA

C/ Jacinto, nº 51 (Pol. Navisur)
Valencina Concepción (Sevilla)
Tel: 955 99 81 44 - Fax: 955 99 83 96
www.hornolaparra.com



LANTMANNEN UNIBAKE, S.L.

C/Casanova, 270 4º-2ª
08021 BARCELONA
Tel: 93 205 05 08 - Fax: 93 205 50 26
www.unibake.es



Lantmännen
Unibake

IND. PANADEROS AGRUPADOS, S.A.

C/ Pasteur, 9 - P.I. La Grela-Bens
15008 LA CORUÑA
Tel: 981 25 41 00 - Fax: 981 25 84 19
www.sanbrandan.com





INGAPAN, S.L.

Pol. del Ceao. c/ Agricultura, 52-53
27003 LUGO
Tel: 982 20 70 04 Fax: 982 20 70 06
www.ingapan.com



PANADERIAS NUEVAS DE SANTANDER, S.L. PANUSA

Rio Piseña, s/n - Pol.Ind. Candina
39011 SANTANDER (Cantabria)
Tel. 942 33 93 40 Fax: 942 33 32 98
www.panusa.es



PANALCOR S.L.

Relámpago, 12
28918 LEGANÉS (Madrid)
Tel. 91 612 41 87 Fax: 91 611 07 17
www.pannatural.es



PANAMAR

Pol. Ind. Mediterráneo, c/ la Noria, 3
46550 ALBUIXECH (Valencia)
Tel: 96 140 12 18 Fax: 96 140 12 73
www.panamar.es





PANIFICADORA ALCALÁ S.L.

C/ Chile, nº1 - Polígono Industrial Azque
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 888 06 76 Fax: 91 888 34 12
www.panalca.com/



PANIFICADORA VEGAS BAJAS, S.A.

Ampliación del polígono industrial El Nevero, Parcela 46
06006 BADAJOZ
Tel. 924 27 46 42 Fax: 924 27 51 02
www.panificadoravegasbajas.es



PANIFICADORA VILLAVERDE ALTO, S.A. GRUPO PANFLOR

C/ San Cesáreo, nº 26
28021 - Madrid
Tel. 91 797 04 15 Fax: 91 796 21 62
www.panflor.es



PAN COTA, S.A.

c/ Libertad, nº 10
28830 - San Fernando de Henares (Madrid)
Tel. 916.71.05.33 Fax: 916.69.28.81



PASTISART, S.A.

Mura, 27
08227 TERRASSA (Barcelona)
Tel: 93 731 41 49 Fax: 93 786 32 37
www.pastisart.es





PREELABORADOS ALIMENTARIOS, S.L. BOYPAS, S.L.

Pol. Ind. Las Salinetas Avda. la Libertad
03160 PETREL (Valencia)
Tel: 96 537 70 17 Fax: 96 537 23 53
www.preel.es



PRODUCTOS DULCESOL, SLU

Avd. de Alicante, 134
46702 - Gandía (Valencia)
Tel: 96 102 10 00 - Fax: 96 102 10 01
www.dulcesol.com



SOCIEDAD DE ULTRACONGELADOS DELIFRANCE IBERICA, S.A.

C. Provença, 226, pral. 3a
08036 BARCELONA
Telf. 93 323 95 50 - Fax 93 552 89 07
www.delifrance.com



UNIÓN PANADERA DE SAN ANDRÉS

Avda. Constitución, 163-165
Trobajo del Camino
SAN ANDRES DEL RABANEDO (LEON)
Tel. 98 780 08 74 Fax. 98 780 80 20



VANDEMOORTELE IBÉRICA, S.A.

Sant Martí de l'Erm 1, planta 5ª
08960 SANT JUST DESVERN (Barcelona)
Tel. 93 499 98 00 Fax. 93 499 98 11
www.vandemoorteleiberica.es





SECRETARÍA

Asociación Española de la
Industria de Panadería,
Pastelería y Bollería (ASEMAC)

C/ Diego de León, 54

28006 Madrid (España)

Tfno: (+34) 91 563 58 60

Fax: (+34) 91 561 59 92

Mail: asemac@asemac.es

COMUNICACIÓN

Asociación Española de la
Industria de Panadería, Pastelería
y Bollería (ASEMAC)

Ana Camarero

Móvil: 670 08 68 25

Mail: comunicacion@asemac.es