

# La cocina del mundo se abre paso en España

*Las ofertas de comida étnica constituyen uno de los grupos con mayores crecimientos dentro de la industria alimentaria de nuestro país. Los fabricantes e importadores están aprovechando tanto el gusto de los consumidores españoles por la gastronomía de otros países, con la comida “tex-mex” o mexicana como claro referente, como por la cada vez mayor presencia de comunidades de inmigrantes en España, sobre todo venidos de Latinoamérica y que añoran los sabores y las marcas de sus países*

## Ranking

### Compañía

### Facturación (€)\*

### Marcas\*\*

### Productos\*\*

### Fabricantes e Importadores de Comida Étnica

Gedesco, S.A.	Doux Ibérica, S.A.	Prielá, S.A.	Comercial Masoliver, S.A.
65.642.000	51.695.629	30.271.922	24.635.380
“Gelsy”, “Maheso”	“Alsabia”, “Campeón”, “Canay Cross”, “Doux”, “Galina”, “Lerial”, “Père Dodu”, “Tío Cosme”, “Vencedor”	“Prelí”, “Prielá”	Más de 40: “Bauli”, “Beveland”, “Bornier”, “Budweiser”, “Canadian Gold”, “Danzka”, “Discovery”, “Dos más Dos”, “Ferrero”, “Kentucky Gold”, “Igardi”, “Jordans”, “Les 3 Toques”, “Olivier”, “Remia”, “Ricci”, “Tartan Price”, “Varadero”...
Congelados, croquetas, empanada gallega, helados, marisco congelado, masas congeladas, patatas congeladas, pescado congelado, pizzas, platos preparados, precocinados congelados, tortilla, verduras congeladas	Alimentación institucional/ catering, comida étnica, platos preparados, pollo asado, pollos, productos avícolas, “snacks”	Canelones, carne congelada, comida étnica, comida tex-mex, congelados, croquetas, empanada gallega, empanadillas, lasaña, pescado congelado, pizzas (bases), platos preparados, precocinados congelados, sopas congeladas, verduras congeladas	Bollería y pastelería industrial, brandy, cavas, cereales, cerveza de importación, condimentos, conservas vegetales, crema de leche para café, crema y postres lácteos, galletas “cracker” y de aperitivo, gelatinas, ginebras, hojaldres, jarabes de frutas, leches, licores, mahonesa, mostaza, pan, panecillos, pastis, “pet food”, ron, salchichas cocidas, salsas deshidratadas, tortillas mexicanas, vinos, vodkas, whisky, zumos, etc.

\* Fuente: Maninvest (el ejercicio analizado siempre es el último al que se ha tenido acceso; se tienen en cuenta las ventas de otras líneas de negocio)

\*\* Fuente: Guía de Proveedores para Distribución y Producción 2008 de Reed Business Information



Fuente: Mercasa

Las previsiones de Mercasa indican que nos acercamos a un mercado en torno a los 470 millones de euros, con tasas de crecimiento anual por encima del 20%. En estos momentos, España es el mercado europeo con mayor incremento en las demandas de este tipo de ofertas; se calcula que nuestro país ocupa ya el cuarto lugar en Europa en el consumo de estos productos, por debajo tan sólo de Reino Unido, Francia y Alemania, todos ellos con mayores cuotas de inmigración que España.

La comida mexicana constituye la oferta más asentada y representa alrededor del 50% de todo este mercado, mientras que las presentaciones de comidas asiáticas (china, fundamentalmente, pero también japonesa y tailandesa) llega hasta el 40%. El 10% es la cuota que corresponde a otras ofertas menores, entre las que destacan las gastronomías sudamericanas e indias.

Dentro de la comida mexicana, los condimentos acaparan el 85,8% de todas las ventas en volumen, seguidos por las masas (6,8%), las salsas (4,1%), los platos preparados (1,9%) y los "kits" (1,7%). Esos porcentajes son muy diferentes en valor, ya que las masas ocupan el primer lugar, con el 43%; a continuación, se sitúan las salsas (27,2%), los "kits" (15%), los platos preparados (10,1%) y los condimentos (2,9%). Por canales de distribución, el 67,1% de las ofertas mexicanas se venden en los hipermercados, frente a un 23,6% en los supermercados grandes y un 8,1% en los medianos.

En el caso de la comida china, los dos productos estrella son los rollitos de primavera y el arroz tres delicias. De los primeros, se comercializan alrededor de 1.100 t, por un valor que ronda los 6,7 millones de euros, mientras que, del segundo,

se venden 11.350 t, que generarán 32,6 millones de euros.

Un fenómeno que explica el incremento de las demandas de algunos alimentos no tradicionales en la dieta de los españoles es el crecimiento de la población inmigrante; en la actualidad, los extranjeros empadronados en nuestro país superan los cuatro millones y han aportado nuevas costumbres alimenticias. Por ejemplo, que las importadoras de alimentos de América Central y del Sur facturan más de 40 millones de euros anuales.

Casa Westfalia, S.A.	Atlanta Restauración Temática, S.L.	Ofistrade, S.L.	General Mills Ibérica, S.A.	Productos Goya Nativo, S.L.	Aliminter, S.A.
21.680.354	18.517.918	15.750.000	11.776.000	9.319.479	7.012.264
Más de 20: "Appel", "Bayernland", "Bruckmann", "Casa Westfalia", "Ehrmann", "Hein", "Holsten", "Lutz", "Maple Leas", "Ovidias", "Specht", "Von Eitzen", "Weinrich", "Zentis"...	"Atlanta", "Cactus River", "Dann Farms", "Herdez", "House of Lords", "La Mexicana", "Noon", "Orient Plaza", "Otis Spunkmeyer", "Sidolo", "Simplot", "Tassos"	Más de 20: "Amora", "Blue Dragon", "Casa Fiesta", "Dilmah", "Dr. Lange", "Jensen's", "La Costeña", "Lion", "Maribel", "Sammy's", "Tequeros", "Ve Wong", "Veetee", "Yeo's"...	"Chistu", "Felix", "Felix Pate", "Gigante Verde", "Haagen Dazs", "Old El Paso", "Pillsbury", "Quaker", "Toster", "White Oats"	Más de 20: "El Sabor de Casa", "Facundo", "La Cena", "Nativo", "Negrita", "Oriental", "Pilsener", "Real", "Selva", "Ricakola", "Sibarita", "Tango", "Tortolines", "Tropical"...	"Alhambra", "Bangor"
Bombones, caldos concentrados, carne congelada, cereales para el desayuno, cervezas, chocolate, comida étnica, conservas de pescado, "crêpes", embutidos, encurtidos, galletas, lácteos y derivados, licores, platos preparados, quesos, salchichas frescas, salmón, salsas, sopas, yogur, etc.	Alimentación institucional/catering, comida tex-mex, especias, productos de aperitivos, salsas, tortillas mexicanas	Aguas, bebidas alcohólicas, cereales, cerveza de importación, comida tex-mex, condimentos, conservas de pescado, conservas vegetales, especias, hongos y setas, legumbres, pastas alimenticias, patés cárnicos, platos preparados a base de carne y de verduras/hortalizas, productos de EE UU, salsas, "snacks", etc.	Cereales, champiñones, comida tex-mex, conservas vegetales y legumbres en conserva (espárragos, guisantes, maíz, pimientos...), helados, masas congeladas, platos preparados a base de legumbres, precocinados congelados...	Bebidas refrescantes, cervezas, comida étnica, condimentos, congelados, harinas, "import-export", salsas, "snacks", zumos de frutas	Alcaparras, alimentación institucional/catering, comida tex-mex, conservas vegetales, encurtidos, gazpacho, ketchup, mahonesa, mostaza, salsas, salsas (monodosis), tomate frito

### La comida étnica, de moda

La globalización, el aumento de la inmigración y los cada vez más demandados viajes de ocio a diferentes países han permitido acercarnos y conocer mejor sus culturas, especialmente la gastronómica, lo que ha motivado la

aceptación e implantación de la cocina étnica. Es un mercado con un importante incremento en sus ventas en estos últimos años, en el que España se ha convertido en uno de los países a la cabeza en el Viejo Continente en el desarrollo y consolidación de este sector.

Y es que los paladares españoles, junto al del gran número de turistas que recibimos, nos dejamos seducir por la variedad, contrastes e imaginación de las

gastronomías asiática -china y japonesa- y mexicana, pero sin olvidar la árabe, la india y, cómo no, la estadounidense. La existencia, cada vez mayor, de restaurantes especializados en este sector ha ayudado a consolidar un mercado que está más de moda que nunca y que no debemos confundir con el "Fast food". Esta gran aceptación ha llevado, incluso, a los lineales de los supermercados a incrementar sus metros para dar cabida a estos productos, cada vez más demandados.

Que no sufra la dieta mediterránea, todos conocemos sus beneficios, pero ya sabemos que en la variedad también está el gusto. Déjese deleitar por unas deliciosas fajitas, por un delicado bocado de "sushi" o por unas costillas al más puro estilo tejano. ¡Buen provecho!

José Miguel Velasco  
Director Comercial  
Veldis, S.A.



OFISTRAD SA

# Educar al consumidor

El mercado étnico en España ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años, debido principalmente a:

- Inmigración: aumento de la inmigración en los dos últimos años, sobre todo procedente de Centroamérica. Actualmente, la inmigración representa el 10% de la población española.
- Incorporación de productos étnicos en la cocina tradicional como propios: hábitos de consumo (ejemplo: nachos, tortillas, etc.).
- Incremento de los consumidores: principalmente jóvenes, abiertos a nuevos sabores y costumbres.

El mercado étnico en España está dominado por la cocina mexicana (49%) y oriental/china (45%), seguida por la india y la africana. Los productos latinoamericanos merecen un apartado especial, ya que, en los últimos años, debido a la inmigración, se han hecho un hueco importante en los supermercados.

Hoy en día, podemos encontrar una gran variedad de productos étnicos que satisfacen las necesidades de los consumidores. No obstante, tenemos que subrayar que el mercado se encuentra ya muy saturado por la gran diversidad de marcas y productos existentes y por la incorporación de la marca de distribuidor por parte de algunas cadenas importantes.

El reto más importante es educar al consumidor para que vaya incorporando este tipo de productos en su dieta habitual y no quede como un producto para eventos especiales o de inmigrante; un ejemplo claro serían las tortillas de harina mexicanas, que ya no sólo se usan para hacer los tradicionales tacos o fajitas, sino para hacer bocadillos ("wraps") o pizzas.

Oscar Edmundo  
Director de Marketing  
Ofistrade, S.A.

## Alforja selección

### Fabricantes e Importadores de Comida Étnica

Compañía	Azteca Foods Europe, S.A..	Veldis, S.A.	Iberangus Internacional, S.L.	Distribuidora de Alimentación Mexicana, S.L. (Diamex, S.L.)
Facturación (€)*	6.000.000	5.406.211	4.907.950	1.645.277
Marcas**	"Azteca"	Más de 50: "Cantina Mexicana", "Casablanca", "Chateau La Gordonne", "Grappa & Grappa", "Guachinerfe", "Hunt's", "Justino's", "Lau", "Les Mets de Provence", "Lorenzo", "Peter Pan", "Tai Hua", "Texas Pete", "White Pearl"...		"Delicioso", "Frutamil", "La Kikana"
Productos**	Comida tex-mex, tortillas mexicanas	Alimentos dietéticos, cervezas, comida tex-mex, condimentos, conservas de pescado, conservas vegetales, cremas de cacahuete, encurtidos, frutas, licores, mermeladas y confituras, mostaza, palomitas, "panettone", platos preparados, platos preparados a base de carne, productos de Italia, salsa barbacoa, salsas, "snacks", tartaletas, vinos, "vol-au-vents"	Cárnicos y transformados, comida étnica, import-export, productos de Latinoamérica	Comida tex-mex, tortillas mexicanas

\* Fuente: Maninvest (el ejercicio analizado siempre es el último al que se ha tenido acceso; se tienen en cuenta las ventas de otras líneas de negocio)

\*\* Fuente: Guía de Proveedores para Distribución y Producción 2008 de Reed Business Information

## "TEX-MEX"

### ¿CUAL ES LA CLAVE DE SU EXITO?

Teniendo en cuenta que el producto principal de la comida "tex-mex" son las tortillas tanto de trigo como de maíz, una de las razones de su popularización es que pueden acompañar a cualquier tipo de comida, no solamente la propia mexicana. Es decir, una tortilla se puede rellenar prácticamente con casi todo, a modo de bocadillo. Es rápido de preparar, sano y, de alguna manera, novedoso para el ama de casa y divertido para los niños.

Cada vez más, la población española viaja al extranjero, donde, en gran cantidad de países europeos, este tipo de comida tiene gran aceptación y no digamos ya en EE UU, donde actualmente las tortillas de trigo son el segundo producto "panario" de mayor consumo después del pan de molde y, curiosamente, los crecimientos vienen dados no tanto por la creciente población hispana en aquel país, sino por los propios norteamericanos.

Asimismo, estamos notando inclusive un crecimiento muy importante en el consumo de las tortillas de trigo de diámetros grandes, que se están consumiendo en los cada vez más populares "Kebabs", para elaborar lo que ellos llaman "Dürüm", que casi representa el 50% de las ventas de estos establecimientos, junto con el pan pita o el pan coma.

El éxito de este tipo de comida se puede comprobar fácilmente también en la hostelería, donde, para encontrar productos "tex-mex", no hace falta ir exclusivamente a restaurantes propiamente mexicanos, sino que, cada vez más, cadenas, cafeterías y restaurantes incluyen algún tipo de plato con esta base.



Ignacio Alonso  
Consejero Delegado  
Mexifoods, S.L.

Mexifoods, S.L.	Dibeal Europa, S.L.	Chavez y Clark, S.L.
1.600.000	773.935	369.076
"Mexifoods", "Totopos"		
Comida tex-mex, conservas mexicanas, harinas de maíz, nachos, salsas, tortillas mexicanas		Comida tex-mex, maíz, platos preparados, productos de aperitivos

# Apuesta por la calidad

El Grupo Dibeal (Distribuidora de Alimentos y Bebidas) nació en Ecuador en 1985 con el objetivo de importar y distribuir productos españoles del ramo de la alimentación y bebidas. Hoy en día, la filial ecuatoriana Dibeal Cía. Ltda. dispone de más de 500 referencias de alimentación y bebidas y otras líneas para aseo, hogar y coche. En todos estos años, el grupo ha abierto oficinas en Colombia, Brasil y EE UU.

En 2004, constatando la afluencia masiva de inmigrantes de Ecuador en España, el grupo inauguró una oficina en Pozuelo de Alarcón (Madrid), creando Dibeal Europa, S.L. y empezando a importar productos de Ecuador, Colombia, Perú, Argentina o México. En la actualidad, marcas como "La Oriental", "La Universal", "Tropical", "Manzana", "Real", "La Jugosa Tropical", "Platanitos", "Maduritos", "Yuquitas", "Maizabrosa", "Mascorona", "Piatua" o "Conservas Snob" gustan de consumir a los ecuatorianos. Sin embargo, gran parte de estos productos "son versátiles, los consumen los emigrantes, pero también están entrando en los hogares españoles con mucho éxito", señala Emilio Torres, presidente del Grupo Dibeal.

Según Torres, los supermercados importantes y las grandes redes de alimentación se han dado cuenta que existe un gran negocio intentando atraer a esa población emigrante y, dándoles la posibilidad de

encontrar sus productos nostálgicos, sus marcas y sus sabores, intentan fidelizarlos. Hoy en día, Dibeal tiene presencia en cadenas



como Carrefour, Eroski, Caprabo, El Corte Inglés, Hipercor, Vips o Alcampo, además de en restaurantes latinos. Además, también exporta a otros países de la UE como Francia, Italia, Reino Unido, Bélgica o Portugal.

Sin embargo, no todo es de color de rosa: "Algunos de los productos que se importan de Latinoamérica son imitados, copiosos y hasta falsificados, y nos encontramos con serios problemas si los diferentes organismos de control y de salud no toman cartas en el asunto, pues, aparte del gran riesgo de intoxicaciones masivas, se está engañando a muchos consumidores", concluye Emilio Torres.

## LLEGA "DON RICO DE IBERANGUS"



"Don Rico de Iberangus" es el resultado de la creación de una nueva línea de negocio dentro de la empresa Iberangus, que expande su negocio tras ser conocida, hasta ahora, por la importación de productos cárnicos de alta calidad provenientes de Argentina. Esta división nace a partir de la visión de la firma sobre la demanda que hay, en el mercado español y europeo, de productos alimenticios provenientes de distintas regiones de Latinoamérica, demanda originada tanto en el colectivo de inmigrantes, que ha experimentado un sostenido crecimiento demográfico, como en consumidores europeos dispuestos a conocer nuevos sabores.

A su frente, se ha incorporado como responsable Carlos Vázquez, quien coordina tanto la selección de productos de importación y de fabricación local como la gestión comercial en el mercado de la distribución y la restauración. Los productos importados abarcan una amplia gama, incluyendo cárnicos, embutidos, pulpa de frutas tropicales, productos elaborados, condimentos, etc. Aquellos que se producirán en España serán elaborados en instalaciones de última tecnología, con ingredientes de origen, a partir de recetas originales y procesos rigurosamente controlados.