



## **Facultade de Ciencias Económicas e Empresarias**

Traballo de  
fin de grao

Consumo de bolería,  
pastelería, galletas e  
cereais na USC.

Consumo entre as  
estudantes da USC.

Cintia Rodríguez Gómez

Xullo 2020

# Resumo

Este traballo presenta a evolución actual que sufriu o consumo de produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais en España e en Galicia, que servirá como base para a análise dunha investigación de mercado realizada a estudantes da Universidade de Santiago de Compostela. O obxectivo principal deste traballo é estudar o comportamento, actitude e coñecemento que teñen os estudantes dos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais e comparalo cos resultados da media española, vendo se coinciden os patróns de consumo.

En primeiro lugar, elabórase unha clasificación axeitada desta categoría de produtos, de tal forma que se teñan os datos para poder realizar a comparación.

A continuación, preséntase a evolución que sufriu o gasto e o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en España e en Galicia entre o 2007 e o 2018, analizando tamén as similitudes e diferenzas que presentan.

Logo, recóllense diversos factores que poden afectar ao consumo de forma positiva e negativa.

Para rematar, móstranse os resultados obtidos da investigación de mercado realizada e as principais conclusións ás que se chegaron. Tamén se recollen as implicacións para as empresas deste sector, así como as dificultades que se encontraron para a realización do traballo e as posibles ampliacións que se poderían facer deste traballo.

# Índice

<b>Resumo</b> .....	<b>2</b>
<b>Índice</b> .....	<b>3</b>
<b>Índice de gráficos e táboas</b> .....	<b>4</b>
<b>Introdución</b> .....	<b>6</b>
<b>Desenvolvemento do traballo</b> .....	<b>7</b>
1.1 Xustificación do tema .....	7
1.2 Clasificación e definicións dos alimentos.....	9
1.3 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais .....	11
1.3.1 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en España .....	11
1.3.2 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en Galicia .....	16
1.4 Factores que poden afectar ao consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais .....	20
1.5 Investigación de mercado .....	21
1.5.1 Metodoloxía.....	21
1.5.2 Análise e resultados .....	22
<b>Conclusión e ampliación</b> .....	<b>33</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>36</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>38</b>

# Índice de gráficos e táboas

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DO GASTO EN ALIMENTACIÓN (FOGARES), 2018 .....	8
GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DO CONSUMO PER CÁPITA EN PAN, BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS, 1987 - 2007 .....	11
GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DO CONSUMO (EN VALOR E VOLUME) EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS EN ESPAÑA (2007 - 2018).....	12
GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO CONSUMO EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN ESPAÑA (2007 - 2018) .....	13
GRÁFICO 5: EVOLUCIÓN DO CONSUMO E DO GASTO PER CÁPITA NA BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS EN ESPAÑA (2007- 2018).....	14
GRÁFICO 6: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO CONSUMO PER CÁPITA EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN ESPAÑA (2007 - 2018) .....	15
GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO GASTO PER CÁPITA EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN ESPAÑA (2007 - 2018) .....	15
GRÁFICO 8: EVOLUCIÓN DO CONSUMO (EN VOLUME E VALOR) EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS EN GALICIA (2007 - 2018).....	16
GRÁFICO 9: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO CONSUMO EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN GALICIA (2007 - 2018) .....	17
GRÁFICO 10: EVOLUCIÓN DO CONSUMO E GASTO PER CÁPITA EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS EN GALICIA (2007 - 2018).....	18
GRÁFICO 11: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO CONSUMO PER CÁPITA EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN GALICIA (2007 - 2018) .....	19
GRÁFICO 12: EVOLUCIÓN DA COMPOSICIÓN DO GASTO PER CÁPITA EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS POR TIPO DE PRODUTO EN GALICIA (2007 - 2018) .....	19
GRÁFICO 13: PORCENTAXE DE MULLERES QUE COMPRAN CON MÁIS FRECUENCIA DISTINTOS PRODUTOS .....	23
GRÁFICO 14: DISTRIBUCIÓN DO CONSUMO DOS DISTINTOS PRODUTOS DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS .....	23
GRÁFICO 15: CONSUMO MEDIO DOS DISTINTOS TIPOS DE PRODUTOS DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS .....	24
GRÁFICO 16: DISTRIBUCIÓN DO GASTO SEMANAL EN BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS.....	25

GRÁFICO 17: LUGAR DE COMPRA DA BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS.....	25
GRÁFICO 18: CONSUMO DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS DURANTE A SEMANA .....	26
GRÁFICO 19: CONSUMO DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS DURANTE O DÍA .....	26
GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN DO NÚMERO DE VECES POR SEMANA DE CONSUMO DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS .....	27
GRÁFICO 21: DISTRIBUCIÓN DO CONSUMO SEMANAL EN GALLETAS .....	28
GRÁFICO 22: DISTRIBUCIÓN DO CONSUMO SEMANAL EN BOLERÍA E PASTELERÍA .....	28
GRÁFICO 23: DISTRIBUCIÓN DO CONSUMO SEMANAL EN CEREAIS .....	29
GRÁFICO 24: COÑECEMENTO DOS DISTINTOS TIPOS DE INGREDIENTES QUE COMPOÑEN A BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS .....	30
GRÁFICO 25: IMPORTANCIA DE DISTINTOS FACTORES NA COMPRA DE BOLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS E CEREAIS .....	30
TÁBOA 1: RELACIÓN GRAO DE COÑECEMENTO DO CICLAMATO - GRAO DE ACORDO CON "O CICLAMATO NON É UN BO SUBSTITUTIVO DO AZUCRE E, ADEMAIS, É UN EDULCORANTE QUÍMICO" .....	32
TÁBOA 2: RELACIÓN GRAO DE COÑECEMENTO DA STEVIA - GRAO DE ACORDO COA AFIRMACIÓN "A STEVIA É UN BO SUBSTITUTIVO DO AZUCRE XA QUE É UN EDULCORANTE NATURAL .....	32

# Introdución

O tema deste traballo foi escollido porque parece interesante analizar a evolución e a situación actual do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais, xa que é un sector onde pode haber certa polémica, provocada principalmente polo tipo de ingredientes que se empregan na fabricación dos produtos. Segundo varios informes, o gasto e o volume consumido desta categoría de alimentos sufriu unha evolución crecente e constante durante os últimos anos.

A investigación de mercados realizada centrase nos estudantes da Universidade de Santiago de Compostela (en adiante USC), debido a que nos informes de datos analizados, Galicia aparece como unha das Comunidades Autónomas que maior consumo e gasto presenta nestes produtos, así como un crecemento maior que a media española. Preténdese averiguar, se este segmento da poboación cumpre coas características de consumo que presenta Galicia ou se son diferentes.

O obxectivo principal deste traballo é analizar o comportamento, actitude e coñecemento que teñen os estudantes da USC con respecto aos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais.

Os obxectivos específicos son os seguintes:

- a) Clasificación e definicións dos diferentes produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais que existen no mercado.
- b) Análise da evolución do gasto e do consumo deste tipo de produtos dende o 2007 ata a actualidade en España e Galicia.
- c) Identificación dos posibles factores que poden influir no consumo destes produtos, sexan positivos ou negativos.
- d) Estudo e análise do comportamento, actitude e coñecemento destes produtos por parte dos estudantes da USC e comparar os resultados con outros estudos para a poboación española.

# Desenvolvemento do traballo

## 1.1 Xustificación do tema

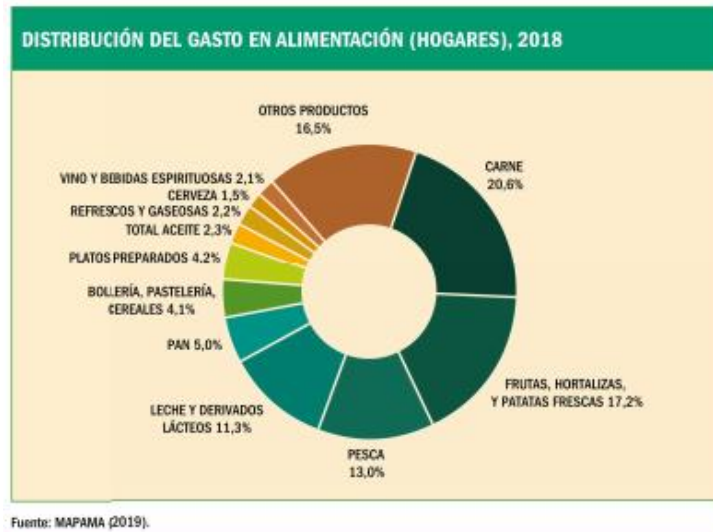
Durante os últimos anos, o consumo de produtos do sector da bolería, pastelería, galletas e cereais non sufriu cambios significativos. A tendencia dende o 2008 foi que o consumo tivo un crecemento moi leve e constante, mais do 2007 ao 2008 produciuse un notable aumento, aínda comezando a crise. O consumo deste tipo de produtos é bastante significativo e aparece frecuentemente na cesta da compra das familias (Cerdeño, 2008)

Parece lóxico pensar que o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais iría diminuindo co paso dos anos por mor do maior coñecemento do que dispoñemos as persoas con respecto aos ingredientes que os forman e tamén, pola maior preocupación por coidar a nosa saúde (Murcia, 2017).

Segundo datos publicados polo MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación), o volume consumido deste tipo de produtos en España durante o 2018 foi de 618,52 millóns de quilogramos, o que equivale a 2.822,89 millóns de euros. Cada español consumiu de media 13,55 quilogramos e gastou 61,86 euros no mesmo ano.

En Galicia, o volume consumido deste tipo de produtos no 2018 foi de 43 millóns de quilogramos, o que equivale a uns 195,16 euros. Cada galego consumiu de media 15,52 quilogramos e gastou 70,45 euros no mesmo ano.

Gráfico 1: Distribución do gasto en alimentación (hogares), 2018



Fonte 1: Mercasa a partir de datos do MAPA

No 2018, o gasto neste sector en España representou o 4,1%. É unha porcentaxe elevada tendo en conta que o consumo non debe ser moi frecuente. É importante a continua innovación para manter a estabilidade no crecemento (Resa, 2009).

Cada vez máis, as persoas buscan coidar a súa saúde e o medio ambiente; esixen tamén ás empresas fabricantes un etiquetado máis detallado para coñecer os ingredientes que compoñen os produtos (OCU, 2012). Por iso é necesario que as empresas intenten incorporar ingredientes mellores e reducir os que podan danar a saúde (Murcia, 2017).

Segundo datos elaborados polo MAPA, Galicia presenta un consumo e un gasto superior ao da media española. Sería interesante analizar como evoluciona o sector en Galicia. A análise centrarase en estudantes da USC, persoas de entre 18 e 25 anos, aproximadamente, xa que este segmento de idade pode dispoñer de maior información ou coñecemento dos ingredientes que compoñen estes produtos.

## 1.2 Clasificación e definicións dos alimentos

Os produtos que compoñen o sector da bolería, pastelería, galletas e cereais son múltiples e moi diversos, a oferta é moi heteroxénea (Cerdeño, 2008). Cada unha das seccións pode clasificarse de moitas maneiras diferentes.

Son produtos de conveniencia, xa que a maioría veñen envasados e listos para o consumo, co que moitas persoas optan por consumir estes produtos polo sinxelo que resulta a súa preparación e o seu transporte.

Nos informes anuais do MAPA podemos ver unha clasificación bastante detallada deste sector, dividindo, en primeiro lugar, se se tratan de produtos envasados ou a granel. Considera os produtos envasados aqueles que presentan código EAN e os produtos a granel, os que non presentan código EAN. Parece ser unha boa clasificación, e ademais, empregada por outros artigos. A clasificación simplificada sería a seguinte:

- Bolería e pastelería envasada.
- Bolería e pastelería a granel.
- Galletas envasadas.
- Galletas a granel.
- Cereais de almorzo.

Dentro deste sector, tamén inclúe os produtos do Nadal, mais debido a que o consumo destes produtos se realiza durante o inverno, considero que a análise non sería representativa ao tratarse de series anuais.

No MAPA non nos ofrece unha definición moi detallada do que se entende por bolería, pastelería, galletas e cereais. No BOE podemos atopar unhas definicións bastante axeitadas.

Segundo o Real Decreto 2419/1978, de 19 de maio, enténdese por “produtos de bolería aqueles preparados alimenticios elaborados basicamente con masa de fariñas comestibles fermentadas, cocidas ou fritidas, ás que se lle engaden ou non outros alimentos, complementos e/ou aditivos autorizados”. En canto á pastelería, son “aqueles elaborados, fermentados ou non, de diversa forma, tamaño e composición, integrados fundamentalmente por fariñas, féculas, azucres, graxas comestibles e outros produtos alimenticios e alimentarios como sustancias complementarias”. Inclúense produtos como madalenas, croissants, milfollas, biscoitos, tartas...

Segundo o Real Decreto 1124/1982, de 30 de abril, “enténdese por galletas os produtos alimenticios elaborados, fundamentalmente por unha mestura de fariña, graxas comestibles e auga, coa presenza ou non de azucres e outros produtos alimenticios ou alimentarios (aditivos, aromas, condimentos, especias...), dando lugar a un produto de presentación moi variada, caracterizado polo seu baixo contido de auga”. Inclúense todo tipo de galletas, por exemplo maría, dixestivas, con chocolate ou outros complementos, salgadas...

Por último, segundo o Real Decreto 1094/1987, de 26 de xuño, “enténdese por cereais en copos ou expandidos os produtos alimenticios elaborados a base de grans de cereais sans, limpos e de boa calidade, enteiros, ou as súas partes ou moídos, preparados mediante técnicas que se indican na presente regulamentación, artigo 7º, aptos para ser consumidos directamente ou previa cocción. Poderán conter ingredientes adicionais autorizados. Inclúense todos os tipos de cereais, como azucrados, fitness, integrais, copos de avena...

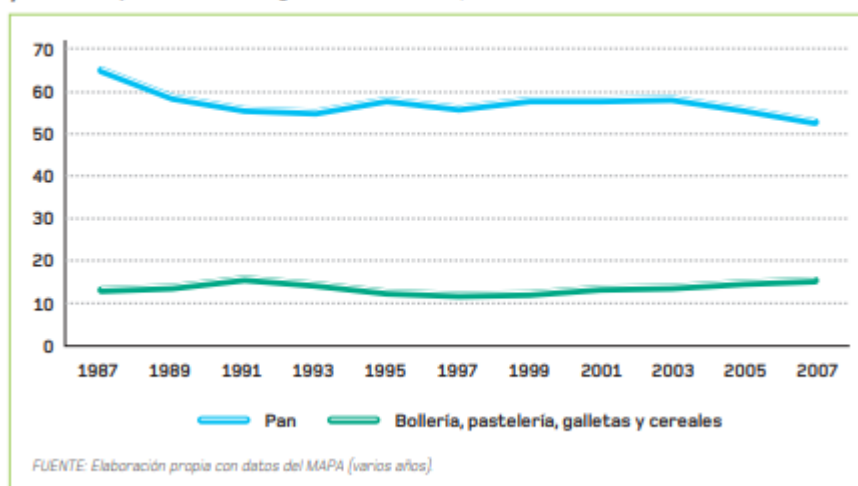
## 1.3 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais

### 1.3.1 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en España

Dende mediados dos anos 90, o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais foi sufrindo un continuo e lixeiro incremento. Actualmente este sector consolida o seu crecemento e mantense constante. Isto é posible grazas ás continuas innovacións realizadas nos produtos, adaptándoos ás necesidades cada vez máis esixentes dos consumidores.

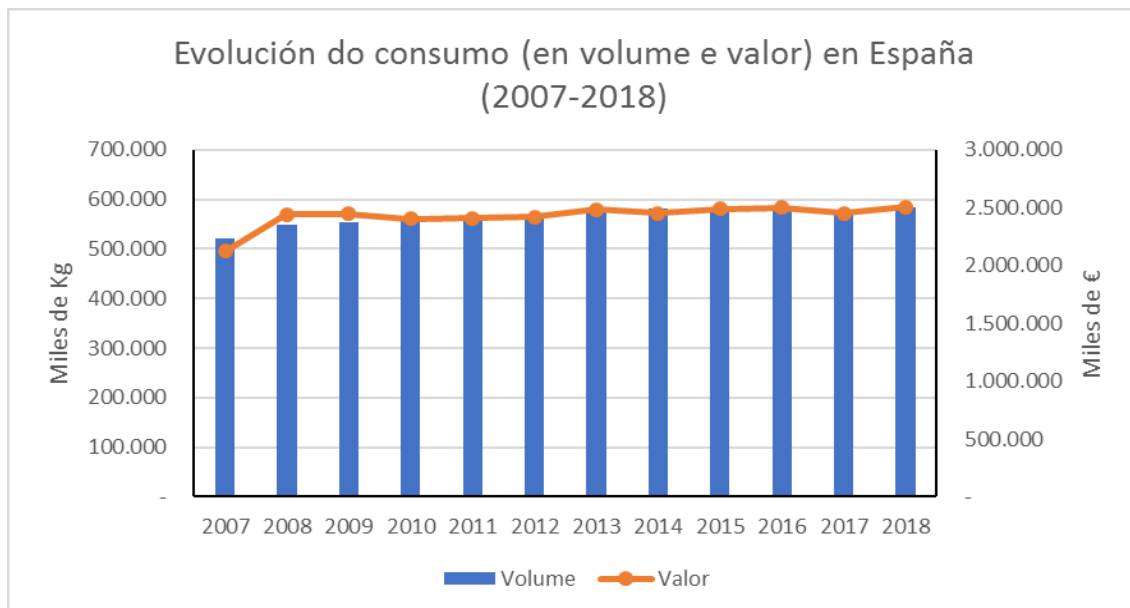
**Gráfico 2: Evolución do consumo per cápita en pan, bolería, pastelería, galletas e cereais, 1987 - 2007**

**Evolución del consumo per cápita en pan y bollería, pastelería, galletas y cereales, 1987-2007. Hogar+extradoméstico, kilos**



**Fonte 2: Mercasa con datos do MAPA (varios anos)**

No ano 2008, o consumo destes produtos viuse incrementado, aínda que comezaba a época de crise. No 2007, o consumo situábase en 520.966 toneladas e no 2008, 549.751 toneladas. Nos seguintes anos, producíronse lixeiras desviacións pero o consumo mantívose moi constante en todo o período. No ano 2018 o consumo foi de 583.266 toneladas. O gasto total nestes produtos segue unha evolución moi similar á do volume consumido, pero pode apreciarse que nos anos 2008 e 2009, a evolución do gasto foi algo superior á do volume e o incremento sufrido do 2007 ao 2008 é maior que o incremento no consumo.

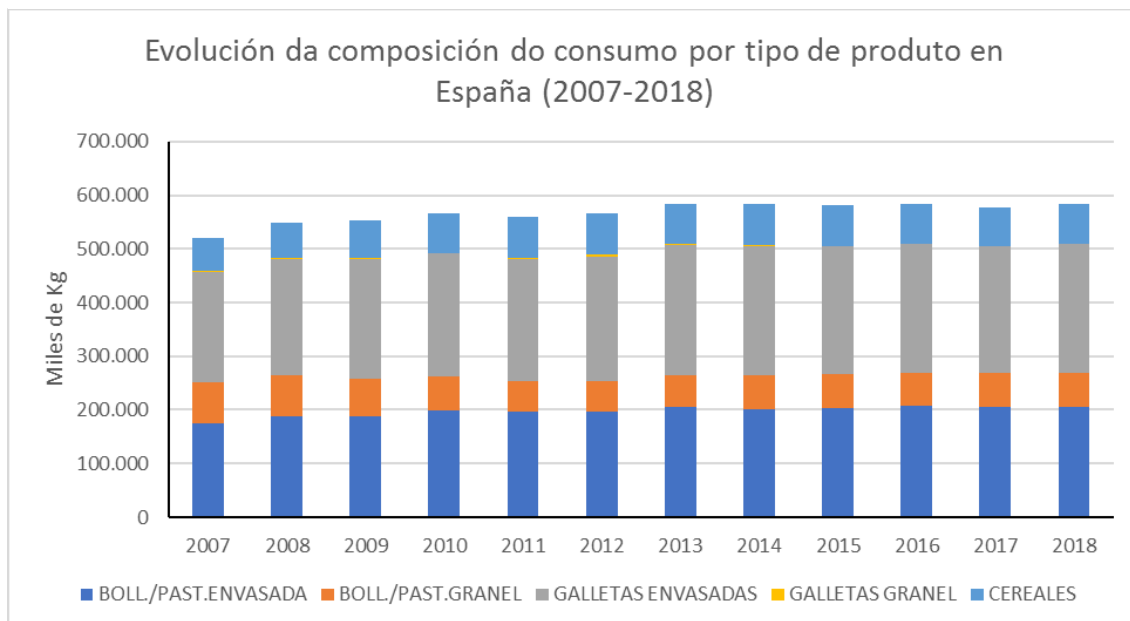
**Gráfico 3: Evolución do consumo (en valor e volume) en bolería, pastelería, galletas e cereais en España (2007 - 2018)**

**Fonte 3: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

A evolución do consumo non foi igual en todas as categorías. En primeiro lugar, analizando a composición do consumo no 2018, a bolería e pastelería envasadas e as galletas envasadas teñen un peso maior no consumo. A bolería e pastelería envasadas representaron un 35,11% do consumo total analizado e as galletas envasadas supuxeron un 40,99% do consumo total. Os cereais e a bolería e pastelería a granel representan un porcentaxe moito menor, sendo do 12,62% e 11,12% respectivamente. As galletas a granel a penas presentan consumo, supoñendo un 0,15% do total.

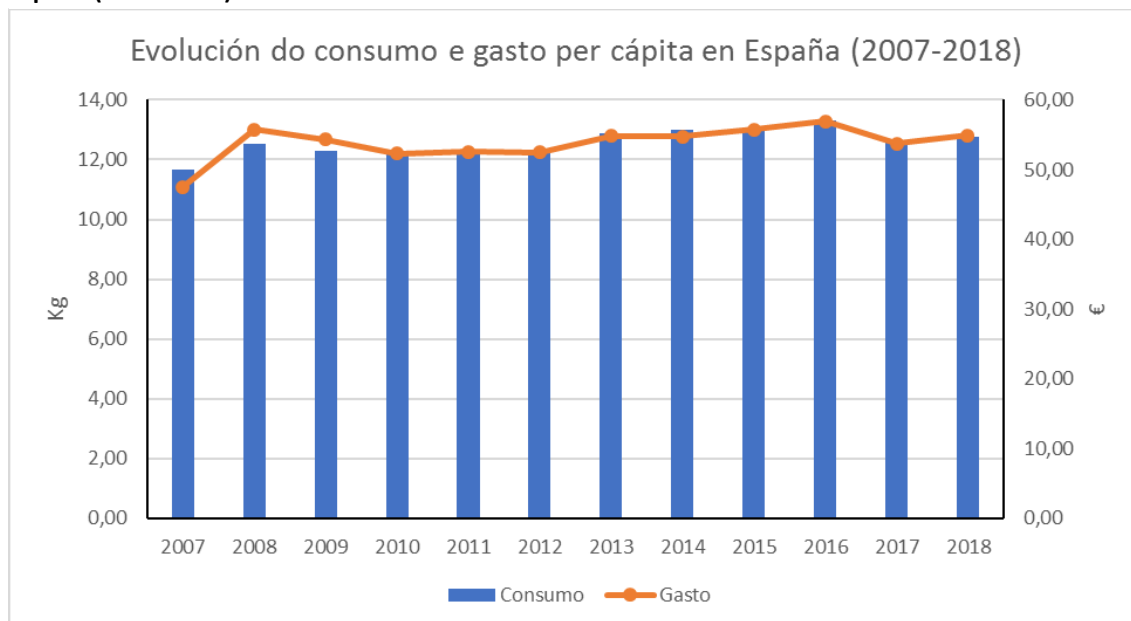
En segundo lugar, resulta interesante analizar como variou o consumo durante o período analizado (2007 – 2018). Tres das categorías analizadas presentan un crecemento no consumo significativo, a bolería e pastelería envasada crece un 17,70%, as galletas envasadas crecen un 16,51% e os cereais presentan un crecemento do 19,69%. No caso da bolería e pastelería a granel, o consumo diminuíu no 15,35%. Mais a categoría que presenta unha maior diminución no consumo son as galletas envasada, cun 75,13% de baixada. Hai que ter en conta tamén, que o consumo desta categoría era, no 2007, de 3.620 quilogramos e no 2018 de 900 quilogramos, unha cifra moi inferior aos 239.096 quilogramos consumidos no 2018 de galletas envasadas.

**Gráfico 4: Evolución da composición do consumo en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en España (2007 - 2018)**



**Fonte 4: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

O consumo e gasto en termos per cápita non sufriron variacións moi importantes, a evolución é bastante constante no tempo. Pero podemos observar algúns cambios máis significativos do 2007 ao 2008, cando o incremento do consumo e do gasto foi maior que no resto do período. O consumo pasou de 11,67 quilogramos a 12,54; e o gasto incrementouse de 47,55 a 55,75 euros. O incremento no gasto foi superior ao incremento no consumo, igual que acontecía na análise do consumo e do gasto totais. No 2018, o consumo situábase en 12,78 quilogramos e o gasto foi de 54,93 euros. Pódese comprobar que se mantivo bastante constante no tempo.

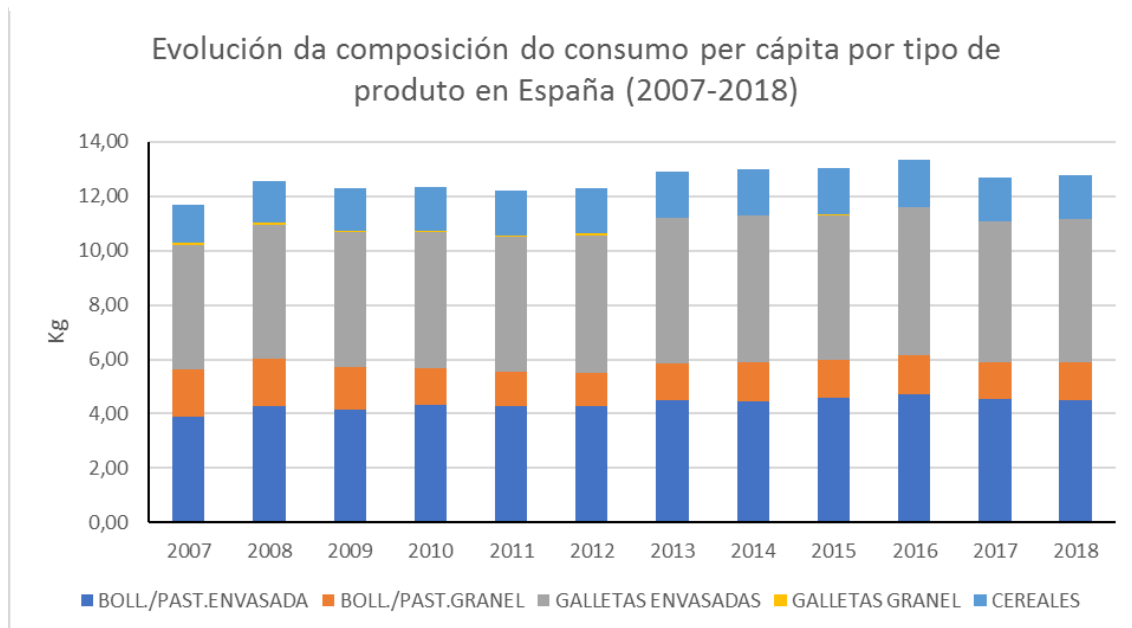
**Gráfico 5: Evolución do consumo e do gasto per cápita na bolería, pastelería, galletas e cereais en España (2007- 2018)**

**Fonte 5: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (2007 - 2018)**

En primeiro lugar, a evolución do consumo per cápita foi positiva, creceu un 9,50%. Pero como se puido ver no gráfico 4 do consumo total, a composición deste non está igualmente distribuída entre os diferentes produtos. Cada persoa consumiu uns 5,24 quilogramos de galletas envasadas no 2018, case a metade do consumo total por persoa (40,99%). Ademais, presenta unha evolución positiva durante o período, crecendo un 13,95%. A bolería e pastelería envasada representou un 35,11%, uns 4,49 quilogramos, cun crecemento positivo do 15,12%. Os produtos menos consumidos por cada persoa son as galletas envasadas, que representou un 0,15% do consumo, aproximadamente 1,67 quilogramos. Ademais, o consumo destes produtos diminuíu un 75,68% durante o período analizado.

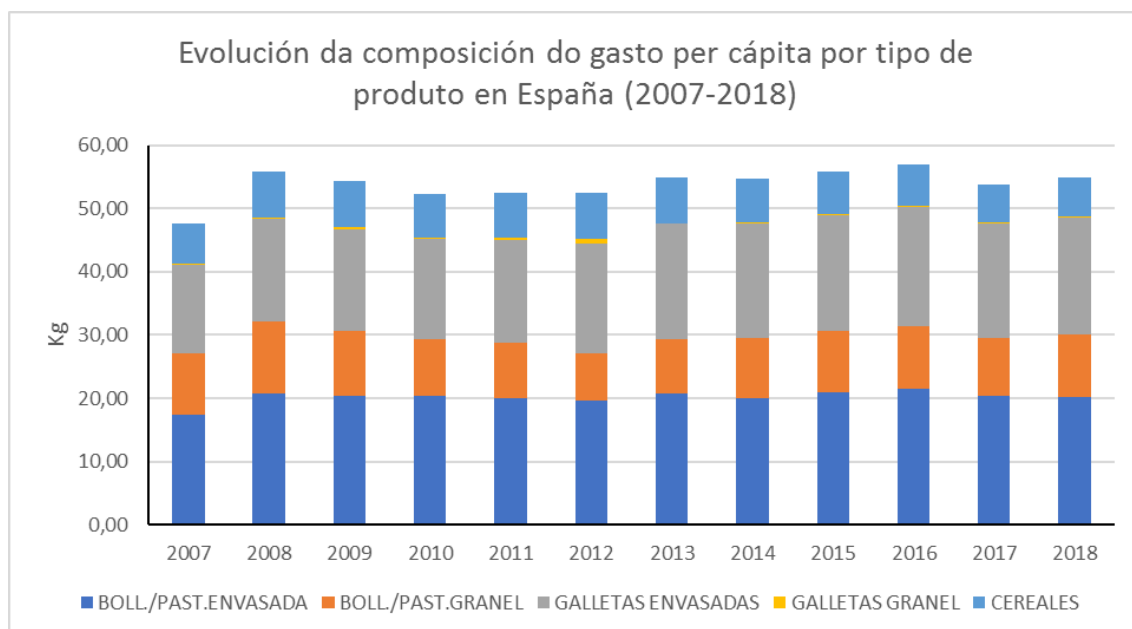
En canto ao gasto per cápita, a súa evolución é moi similar ao xa comentado. Durante o período 2007 a 2018, creceu nun 15,50%. O maior gasto per cápita, no 2018, produciuse en bolería e pastelería envasada, foi de 20,16€ e representou un 36,71%. Esta categoría de produtos sufriu un incremento no gasto do 16,13%. As galletas a granel tiveron un gasto per cápita moi reducido, sendo no 2018 de 6,26€ (0,28%). Dende o 2007, reduciuse un 52,63%.

**Gráfico 6: Evolución da composición do consumo per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en España (2007 - 2018)**



**Fonte 6: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

**Gráfico 7: Evolución da composición do gasto per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en España (2007 - 2018)**



**Fonte 7: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

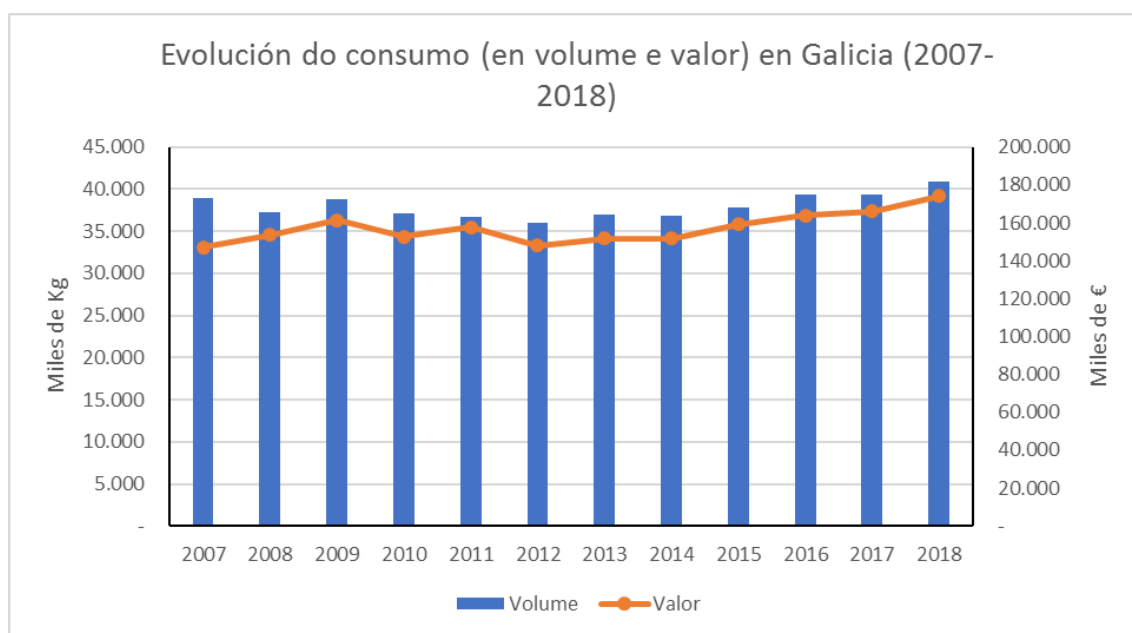
### 1.3.2 Evolución do consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en Galicia

Sorprendentemente, o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais en Galicia é bastante elevado. No 2018, o consumo per cápita en Galicia situábase en 15,52 quilogramos, mentres que a media de España se situaba en 13,55 quilogramos. A pesar disto, a evolución que presenta este sector é moi similar á do resto do territorio.

O consumo en Galicia mantense bastante constante ao longo do período. No 2007 o consumo foi de case 39.000 toneladas e no 2018 consumíronse 40.838 toneladas, mais a evolución non foi sempre crecente. Do 2007 ao 2012, a tendencia xeral foi a diminución do consumo, chegando no 2012 a 35.954 toneladas consumidas. A partir do 2012, o consumo presenta unha tendencia crecente.

O gasto total destinado a esta categoría de produtos segue unha tendencia moi similar ao consumo. Unha diferenza que se pode apreciar é que do 2007 ao 2009, o gasto aumenta todos os anos, mais o consumo diminúe do 2007 ao 2008. A variación do gasto é máis desigual que a variación do consumo.

**Gráfico 8: Evolución do consumo (en volume e valor) en bolería, pastelería, galletas e cereais en Galicia (2007 - 2018)**

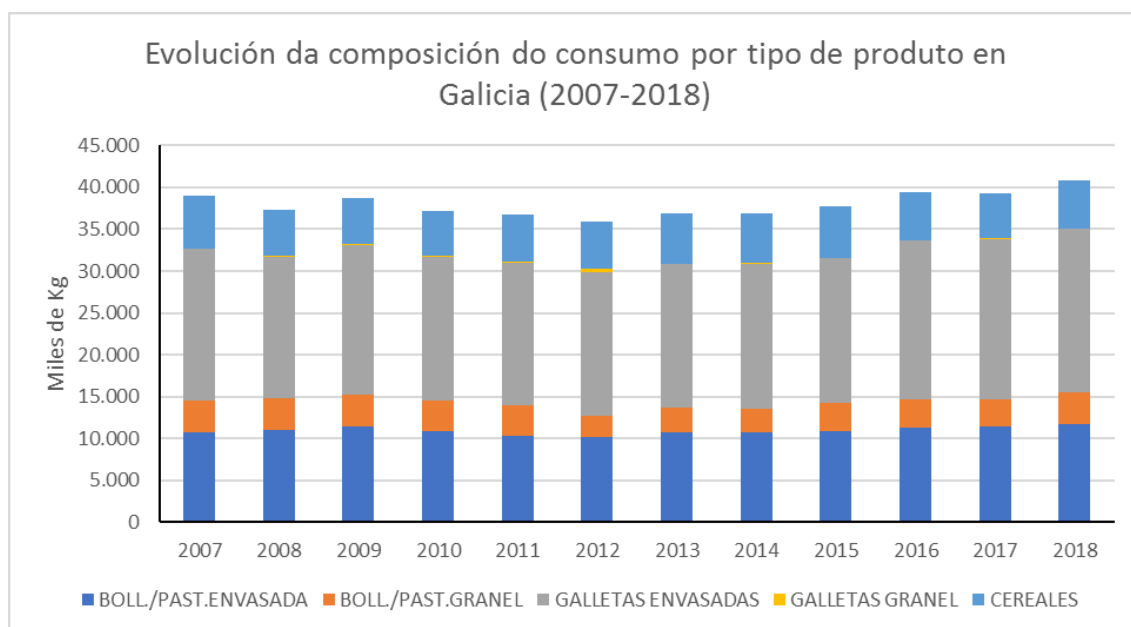


Fonte 8: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)

A distribución do consumo total é similar á española. O produto que máis se consume son as galletas envasadas, cun 47,88%, o que representa unhas 19.553 toneladas no 2018. A bolería e pastelería envasada supón un consumo de 11.738 toneladas, o 28,74%. As galletas a granel representan o 0,07% do consumo total, unhas 29 toneladas.

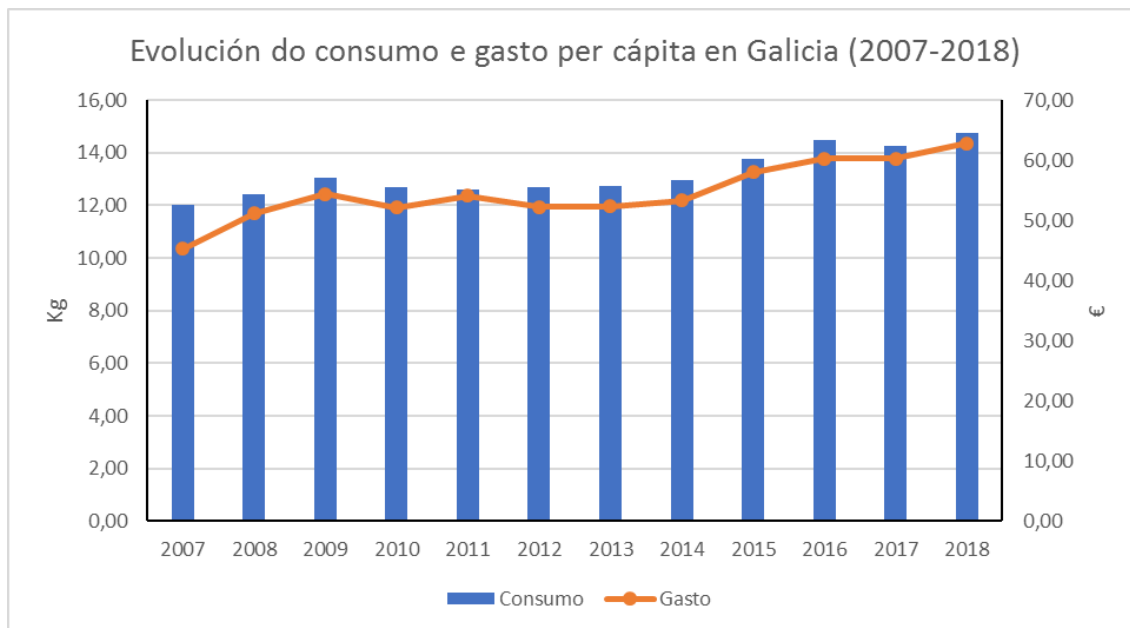
O consumo destes produtos medrou un 4,73% no período do 2007 ao 2018. A diferenza de España, o consumo galego presenta un crecemento menor. O consumo de galletas envasadas e bolería e pastelería envasadas presentan un crecemento positivo, mentres que o resto de produtos presentan unha diminución no consumo. No caso dos cereais, o consumo diminuíu, do 2007 ao 2018, nun 7,48%. En cambio, o consumo español de cereais creceu no mesmo período.

**Gráfico 9: Evolución da composición do consumo en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en Galicia (2007 - 2018)**



**Fonte 9: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

En canto ao consumo e gasto por persoa, no gráfico 10 pódese apreciar que o crecemento positivo se da case en todo o período, moito máis pronunciado que no caso español. No 2007, o consumo per cápita situouse en 12,02 quilogramos e o gasto foi de 45,31 euros. No 2018, cada persoa consumiu en media uns 14,74 quilogramos e gastou 62,87 euros.

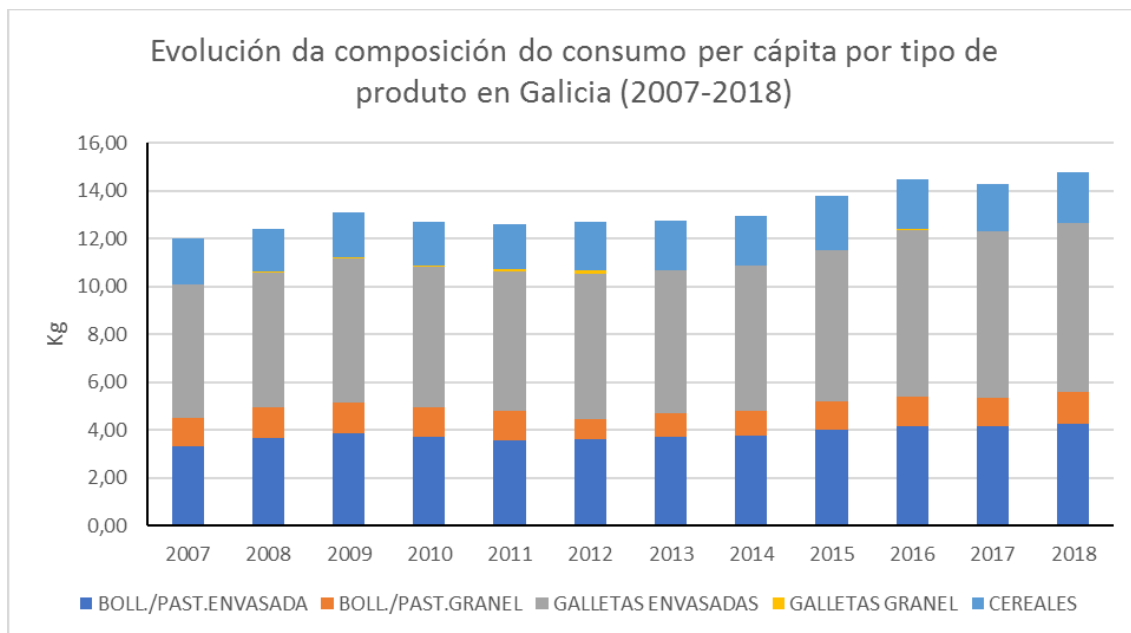
**Gráfico 10: Evolución do consumo e gasto per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais en Galicia (2007 - 2018)**

**Fonte 10: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)**

O consumo per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais incrementouse un 22,63%. Cada galego consumiu en media 7,06 quilogramos de galletas envasadas (47,88%) no 2018. A metade do consumo neste sector é de galletas envasadas. O menor consumo per cápita foi en galletas a granel, como no caso de España, e, ademais, reduciuse o consumo destes.

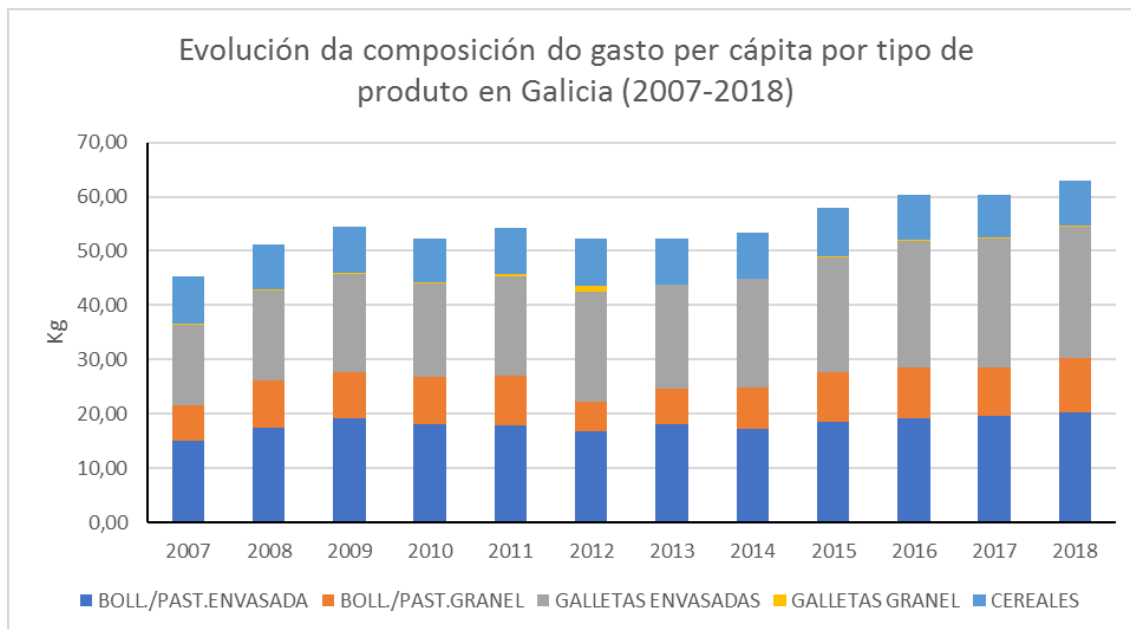
O gasto nestes produtos tamén se viu incrementado, aproximadamente medrou un 39% do 2007 ao 2018. A diferenza do consumo, que maioritariamente se produce en galletas envasadas, o gasto está un pouco máis repartido entre as categorías. O maior gasto per cápita no 2018 produciuse en galletas envasadas, cun gasto de 24,12 euros (38,37% do gasto per cápita total), e ademais, medrou durante o período un 61,54%. Este incremento é maior que o producido en España. O menor gasto produciuse nas galletas a granel, pero este incrementouse un 78,73%, a diferenza de España, onde o gasto se viu reducido. En 2007, o gasto per cápita en galletas a granel foi de 5 céntimos, mentres que no 2018 foi de 10 céntimos.

**Gráfico 11: Evolución da composición do consumo per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en Galicia (2007 - 2018)**



Fonte 11: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)

**Gráfico 12: Evolución da composición do gasto per cápita en bolería, pastelería, galletas e cereais por tipo de produto en Galicia (2007 - 2018)**



Fonte 12: Elaboración propia a partir de datos do MAPA (varios anos)

## 1.4 Factores que poden afectar ao consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais

Como se pode ver no apartado anterior, o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais, tanto en España como en Galicia, sufriu un leve incremento durante os anos. Pese ao pequeno incremento, o consumo no 2018 foi bastante elevado.

O consumo de bolería, pastelería, galletas e algúns cereais pode estar motivado polo sinxelo que resulta de transportar, ao estar contidos nun envoltorio, e tamén porque non requiren ningún tipo de preparación. Poden ser consumidos no almorzo, como as galletas e os cereais, e a bolería e pastelería como merenda a media mañá ou pola tarde.

Os factores positivos que fan que o consumo destes produtos se incrementen son reducidos. Pola contra, hai numerosos factores negativos, sobre todo no que se refire a bolería e pastelería, que farían que o consumo diminuíse, aínda que se comprobou que o consumo durante os últimos anos foi en aumento.

Para comezar, o prezo destes produtos non é precisamente baixo, e máis cando falamos de produtos que se venden como 0% azucre ou baixos en graxa.

O máis importante destes produtos son os ingredientes cos que están elaborados, motivo polo que poden ser moi prexudiciais para a saúde.

Estes produtos están caracterizados por presentar un alto contido de azucre, por iso é tan importante que o seu consumo sexa ocasional. Unha inxesta excesiva de azucre, pode provocar enfermidades como o sobre peso e a obesidade, entre outras. Na actualidade, moitos destes produtos como as galletas ou os cereais, véndense como 0% azucre ou baixos en azucre. Se ben é certo que a porcentaxe de azucre se ve reducida ou nalgúns casos se elimina, este é substituído por endulzantes e edulcorantes, que presentan unhas características similares ás do azucre pero carecen de calorías. Os edulcorantes son ingredientes moi pouco coñecidos polas persoas, polo que tampouco saben cal é a súa orixe. Esta pode ser natural, como no caso da stevia, ou derivada de procesos químicos, como o maltitol e o ciclamato. Aínda que o azucre se vise reducido, débese seguir prestando atención á cantidade recomendada, xa que algún destes edulcorantes pode ser moi prexudicial para a saúde. Ademais, non podemos perder de vista o “efecto suma” (OCU, 2020). Este efecto provoca que o consumo dos produtos 0% azucre e baixos en azucre se vexa incrementado xa que as persoas pensan que o reducido nivel de azucre, implica que poidan consumir unha maior cantidade destes produtos ou incluso outros con altos niveis de azucre.

Outro dos ingredientes que destaca nestes produtos son as graxas saturadas. Estas provocan o aumento nas persoas de colesterol malo. O aceite de palma, por exemplo, ten un alto contido en graxas saturadas. Aínda así, segundo un estudo realizado pola OCU, a substitución de graxas trans sometidas a procesos industriais polo aceite de palma supón una diminución significativa no risco de padecer unha enfermidade coronaria. Ben é certo, que durante os últimos anos o aceite de palma recibiu un elevado grao de atención por ser prexudicial para a saúde, por iso, a maior parte da xente hoxe en día coñece o aceite de palma.

## 1.5 Investigación de mercado

A continuación explicarase a composición da mostra collida para a realización da investigación e realizarase unha análise dos datos obtidos e os resultados.

### 1.5.1 Metodoloxía

En primeiro lugar, elabórase a ficha técnica para a investigación de mercado realizada:

<b>Tipo de enquisa realizada</b>	Auto-administrada con cuestionario estruturado e online.
<b>Universo</b>	Estudantes da USC
<b>Ámbito xeográfico</b>	Galicia
<b>Tamaño da mostra</b>	102 enquisas válidas
<b>Erro de mostraxe</b>	9,51%
<b>Nivel de confianza</b>	95%; $p = q = 0,5$
<b>Procedemento de mostraxe</b>	Mostraxe de conveniencia.
<b>Data do traballo de campo</b>	Do 15 ao 30 de Abril

A enquisa foi auto-administrada, enviada a través de WhatsApp mediante un link directo a enquisa. Debido ás circunstancias do Covid-19, foi o método empregado, mais debido a isto, se algunha persoa tivo algún tipo de dúbida non puido ser aclarada.

O procedemento de mostraxe empregado foi de conveniencia, xa que as enquisas foron enviadas exclusivamente a estudantes da USC. Outra vez, debido ao método empregado, non foi posible ter un control sobre a mostra. A idea principal planeada era que a mostra contase cun 50% de mulleres e un 50% de homes. En canto á idade dos enquisados, establécense tres grupos de idades: de 18 a 19 anos, de 20 a 21 anos e de 22 anos en adiante, tendo en conta que cada grupo representaría aproximadamente o 33%.

Finalmente, a mostra de poboación empregada está formada por un 100% de mulleres, xa que a mostra inicial só recollía un 20% de homes e non sería representativo da realidade. Do total de mulleres, un 31% teñen entre 18 e 19 anos, un 38% teñen entre 20 e 21 anos e o 31% restante ten entre 22 e 28 anos.

En canto ao lugar onde se sitúa a vivenda habitual, o 41% das mulleres enquisadas reside en zonas rurais, o 33% reside en pobos semi urbanos e o 25% reside en cidades. Se analizamos o número de persoas que residen nos fogares das mulleres enquisadas, a media sitúase en 3,75 persoas e o valor máis repetido son 4 persoas por fogar. Ademais, 9% das mulleres din vivir soas ou con outra persoa, o 70% residen con dúas ou tres persoas máis e o 22% viven entre 5 e 7 persoas na mesma casa.

Tamén cabe destacar a importancia de residir con menores. O 76% das enquisadas di que na súa vivenda familiar non residen nenos, mentres que o 22% convive con nenos de entre 6 e 15 anos. Só un 2% das mulleres di residir con nenos menores de 6 anos.

No referente á idade da persoa encargada de facer a compra, obtense unha media de 48,51 anos e unha moda de 50 anos (que representa un 19% do total). Un 12% di que a persoa encargada de facer a compra habitualmente ten entre 18 e 40 anos, un 49% que a persoa ten entre 41 e 50 anos e un 39% que a persoa ten entre 51 e 75 anos.

A metade das mulleres enquisadas practica deporte habitualmente, mentres que a outra metade non o fai.

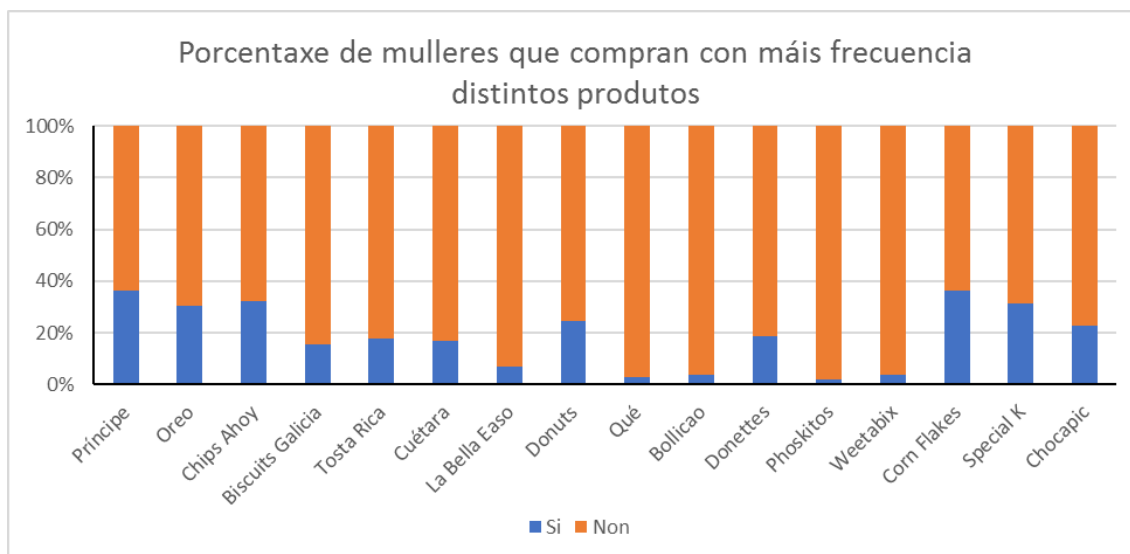
O 7% das enquisadas di ter un nivel de ingresos familiar baixo, o 55% medio-baixo, o 36% medio-alto e o 2% alto.

En resumo, a mostra está formada por mulleres de entre 18 e 28 anos. Principalmente, as súas vivendas atópanse en zonas rurais onde conviven con dúas ou tres persoas máis e sen nenos e a persoa encargada de facer a compra terá entre 41 e 50 anos. Por último, predomina un nivel de ingresos medio-baixo.

## 1.5.2 Análise e resultados

Comezamos analizando que produtos son comprados con máis frecuencia polas mulleres enquisadas. Os resultados obtidos mostran que, da lista de produtos dada, os máis mercados son as galletas Príncipe, Chips Ahoy e Oreo, e os cereais Corn Flakes e Special K, todos eles comprados polo 30% ou máis das mulleres enquisadas. Pola contra, entre os produtos menos mercados destacan a bolería La Bella Easo, Qué, Bollicao e Phoskitos, e os cereais Weetabix, que presentan un porcentaxe de compra inferior ao 10%.

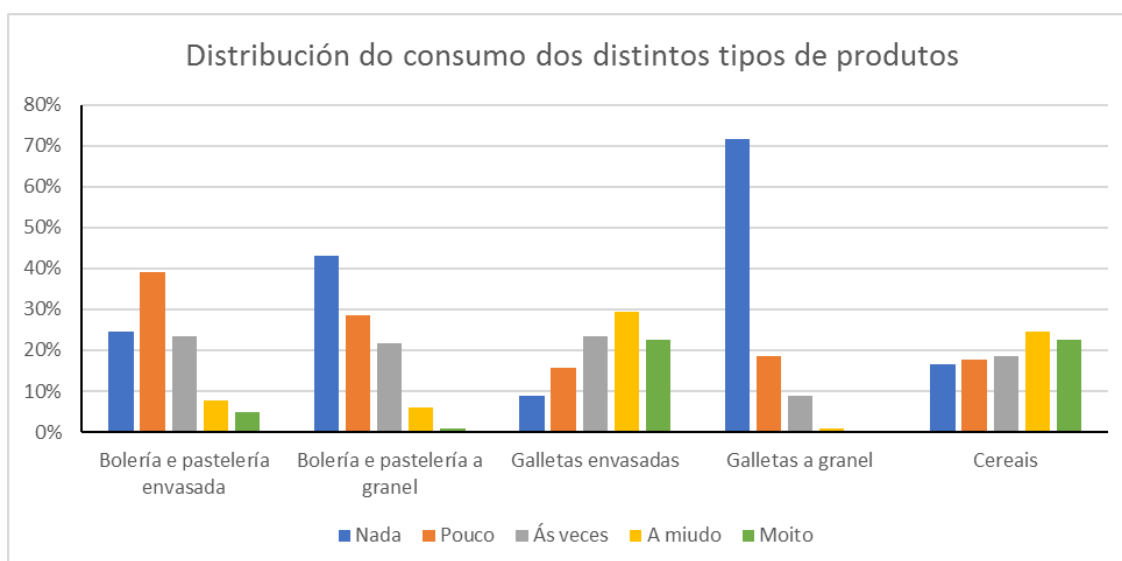
**Gráfico 13: Porcentaxe de mulleres que compran con máis frecuencia distintos produtos**



**Fonte 13: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

A continuación, analízase que produtos son máis mercados segundo a clasificación de bolería, pastelería, galletas e cereais feita no apartado “Clasificación e definicións dos alimentos”, onde se pode distinguir bolería e pastelería envasada, bolería e pastelería a granel, galletas envasadas, galletas a granel e cereais. Preséntase una escala de 1 a 5, onde o 1 é nada consumido e o 5 moi consumido. Obsérvase que os produtos máis mercados son as galletas envasadas e os cereais, que presentan unha media de 3,41 e 3,19 respectivamente. A bolería e pastelería envasada ten unha media de 2,29. Pero os produtos menos mercados son a bolería e pastelería a granel, cun 1,93 de media, e as galletas a granel, cun 1,39.

**Gráfico 14: Distribución do consumo dos distintos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 14: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

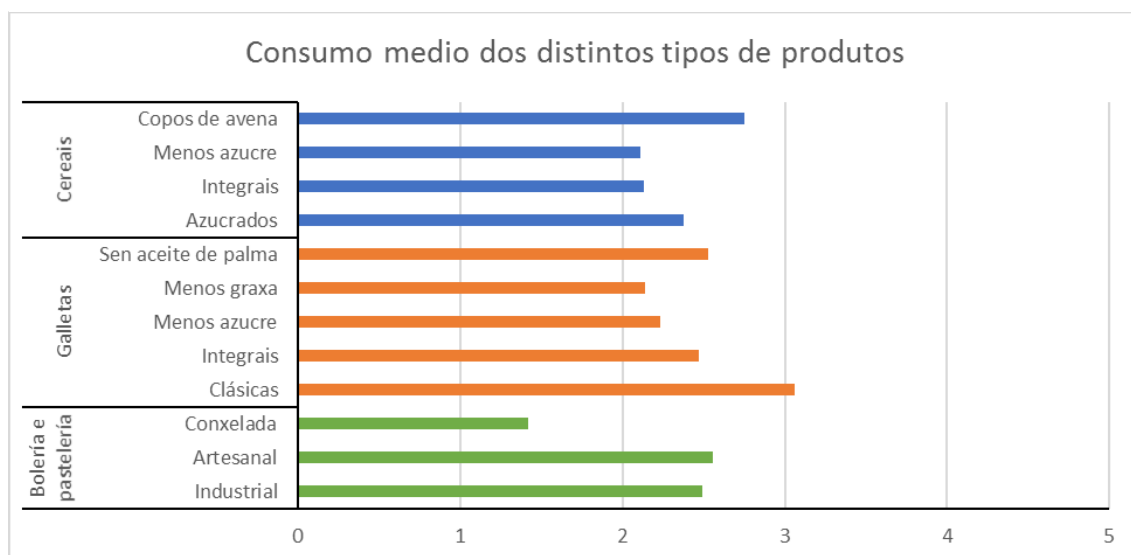
Dentro de cada un dos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais, podemos atopar varios tipos de produtos predominantes en cada unha das categorías.

No que se refire a bolería e pastelería, elaborouse unha clasificación que distingue tres tipos de produtos: a bolería e pastelería industrial, a artesanal e a conxelada ou preelaborada. A bolería e pastelería industrial e artesanal é consumida polas mulleres enquisadas de forma moderada, presentan unha media de 2,49 e 2,56 (nunha escala de 1 a 5, sendo 1 nada de consumo e 5, moito consumo). A bolería conxelada ou preelaborada é consumida en menor cantidade, cun consumo moi ocasional, e presenta unha media de 1,42.

En canto ao consumo de galletas, en xeral, todos os tipos presentan un consumo significativo. As galletas que presentan un maior consumo son as galletas clásicas (galletas maría), cunha media de 3,06. Son, tamén, a subcategoría que presenta maior consumo en media. As galletas sen aceite de palma e as integrais presentan un consumo similar, preto de 2,50 en media nunha escala de 1 a 5, en ambos os tipos. As galletas baixas en azucre e en graxa presentan un consumo menor, pero moderado. A media neste tipo de galletas e de 2,23 e 2,14 respectivamente.

Por último, na categoría de cereais diferéncianse os cereais cun alto contido de azucre, os integrais, os baixos en azucre e os copos de avena. O maior consumo sitúase nos copos de avena, cunha media de 2,75 nunha escala de 1 a 5. Os cereais cun alto contido en azucre son consumidos moderadamente e presentan unha media de 2,38. Os cereais integrais e os baixos en azucre tamén presentan un consumo moderado, aínda que un pouco inferior aos anteriores. A media sitúase en 2,13 e 2,11 respectivamente.

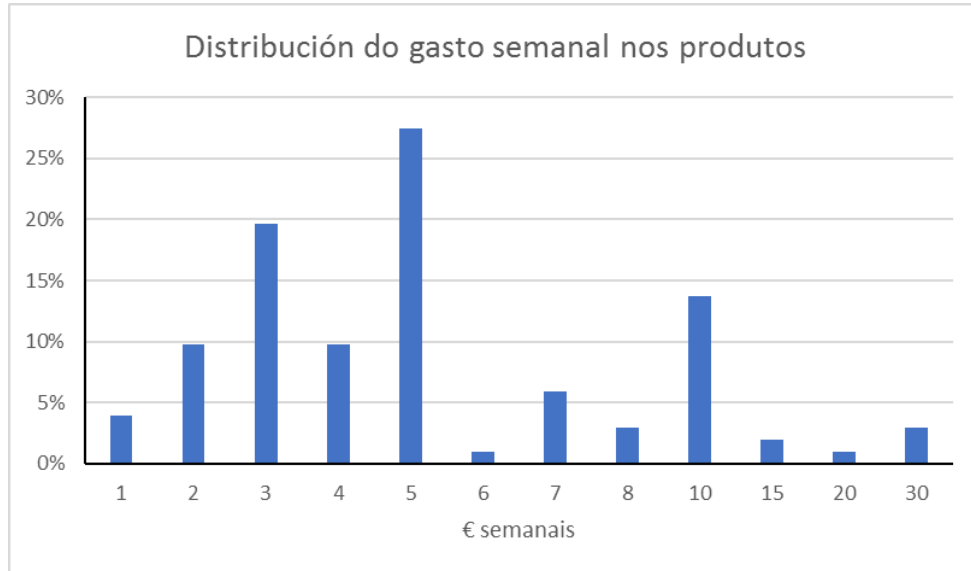
**Gráfico 15: Consumo medio dos distintos tipos de produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 15: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

En relación ao gasto semanal que realizan as mulleres enquisadas en bolería, pastelería, galletas e cereais, atopámonos cun intervalo de entre 1 e 30 euros. En media, cada muller gasta á semana 6,04 euros e o gasto máis frecuente son 3 e 5 euros.

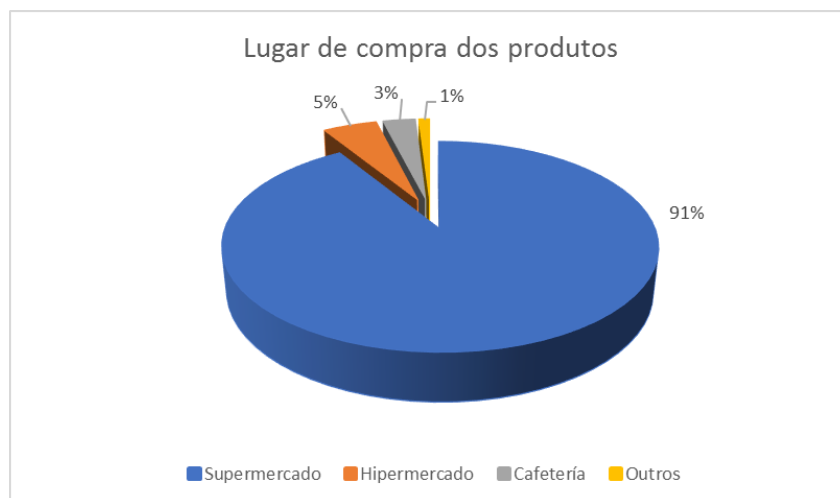
**Gráfico 16: Distribución do gasto semanal en bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 16: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

O gasto realizado polas mulleres enquisadas en bolería, pastelería, galletas e cereais realízase principalmente en supermercados. Esta elección representa o 91% da mostra. O restante 95 repártese entre hipermercados (un 5% das mulleres), cafeterías (un 3%) e, un 1%, compraría estes produtos noutro tipo de establecemento.

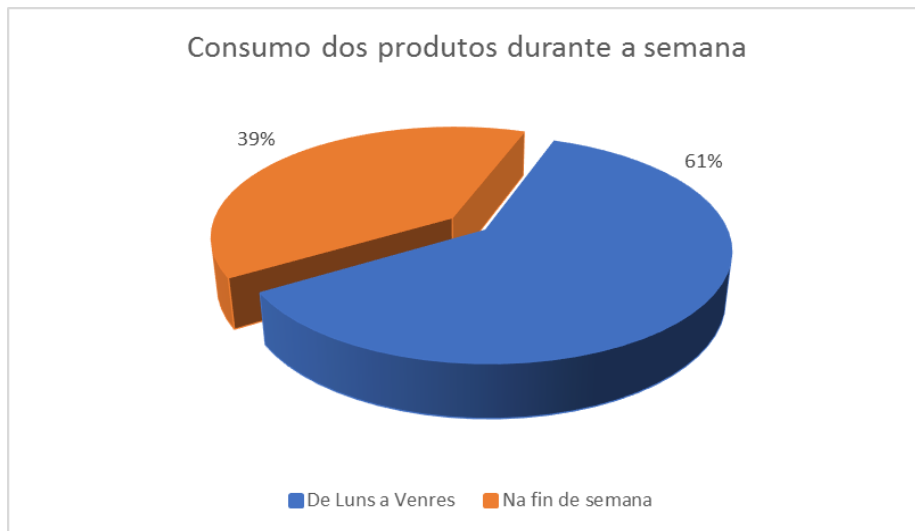
**Gráfico 17: Lugar de compra da bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 17: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

Tamén se analizou en que momento da semana consumen máis estes produtos. A partir dos datos, vemos que o maior consumo por parte das mulleres enquisadas de produce de Luns a Venres. Un 61% das mulleres consume maioritariamente estes produtos de Luns a Venres, mentres que o 39% consume principalmente estes produtos durante a fin de semana.

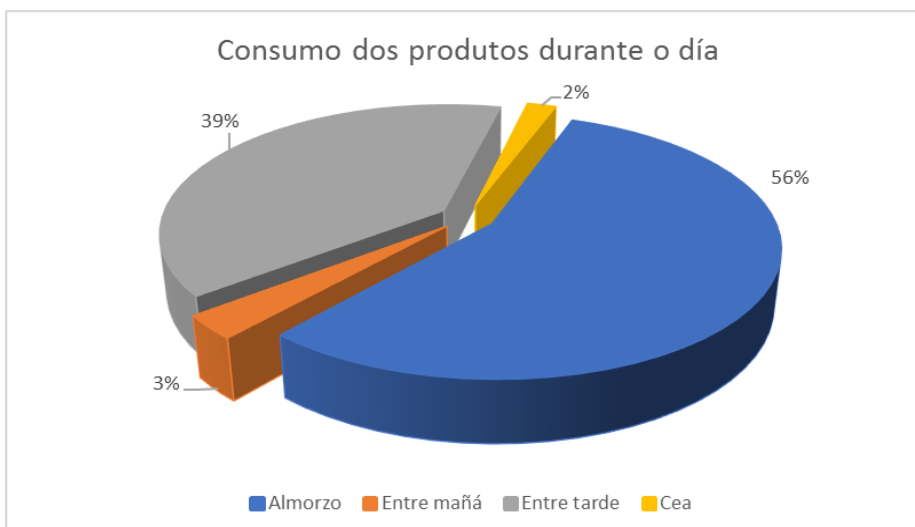
**Gráfico 18: Consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais durante a semana**



**Fonte 18: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

Ademais, o 56% das mulleres enquisadas consume máis frecuentemente esta categoría de produtos no almorzo e o 39%, durante a tarde. Só o 3% das mulleres acostuma consumilos ao longo da mañá e o 2% na cea.

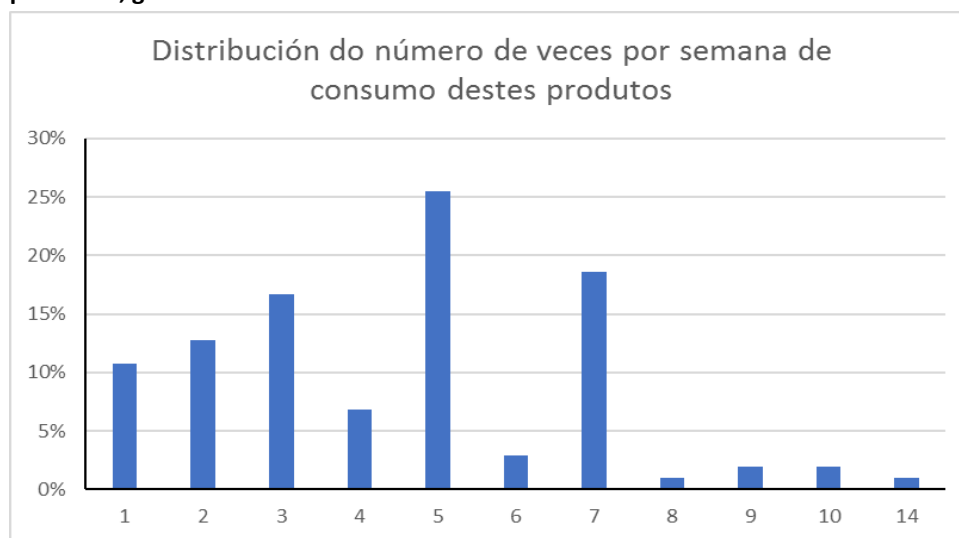
**Gráfico 19: Consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais durante o día**



**Fonte 19: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

A categoría de produtos pertencentes a bolería, pastelería, galletas e cereais é consumida polas mulleres enquisadas entre 4 e 5 veces á semana en media. O consumo entre as mulleres varia moito, xa que se inclúen produtos diferentes. Observando os datos recollidos, o rango estendese desde unha vez á semana ata 14 veces á semana. O 25% das mulleres consume este tipo de produtos 5 veces por semana e o 19%, 7 veces á semana. Só un 1% di consumir estes produtos 14 veces á semana.

**Gráfico 20: Distribución do número de veces por semana de consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 20: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

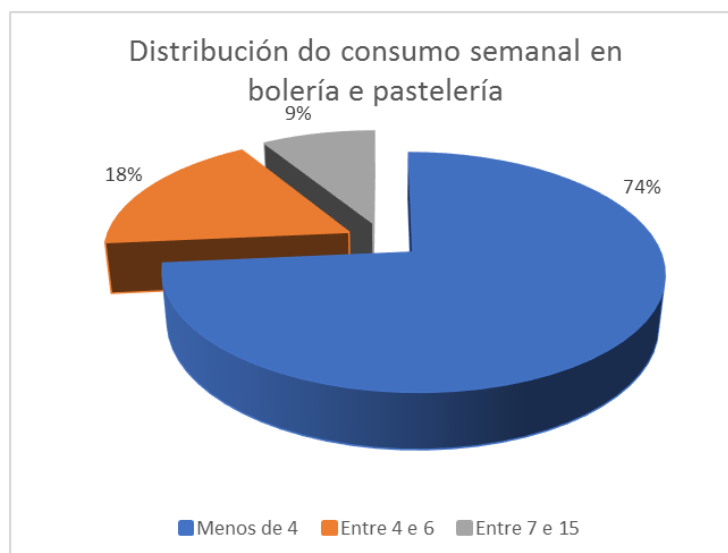
A continuación, analízase a cantidade das distintas categorías de produtos que consumen as mulleres enquisadas durante unha semana.

A bolería e pastelería presenta un consumo medio de 2,88 unidades de produto á semana. O 74% das mulleres consume menos de 4 unidades de bolería e pastelería á semana, o 18% consumen entre 4 e 6 unidades e o 9% consume entre 7 e 15 unidades. Como se pode comprobar, a maior parte das mulleres non realizan un consumo excesivo da bolería e pastelería.

As galletas presentan un consumo medio de 10,28 unidades. Se se compara coa bolería e pastelería parece que se realiza un consumo moito maior, pero hai que ter en conta que as unidades de galletas teñen un peso menor. O 52% das mulleres enquisadas consume menos de 7 galletas á semana, o 25% realiza un consumo de entre 7 e 16 unidades e o 23% restante consume entre 17 e 70 galletas. Como se pode ver, as mulleres enquisadas, en xeral, consumen unha cantidade moderada de galletas e, tamén, o intervalo de consumo co que nos atopamos é moi grande, chegando ata un consumo de 70 galletas á semana.

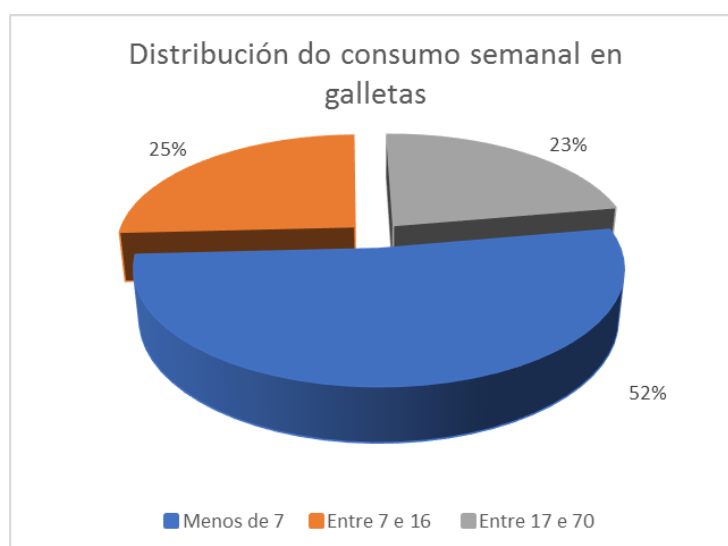
En canto aos cereais, a media de consumo é de 6,36 puñados. Aproximadamente, cada puñado pode pesar uns 30 gramos. O 56% das mulleres consumen menos de 6 puñados de cereais á semana, o 30% realiza un consumo de entre 6 e 12 puñados e o 14% consumo entre 13 e 30 puñados. Considerando que é un consumo semanal, este non é moi elevado.

**Gráfico 22: Distribución do consumo semanal en bolería e pastelería**



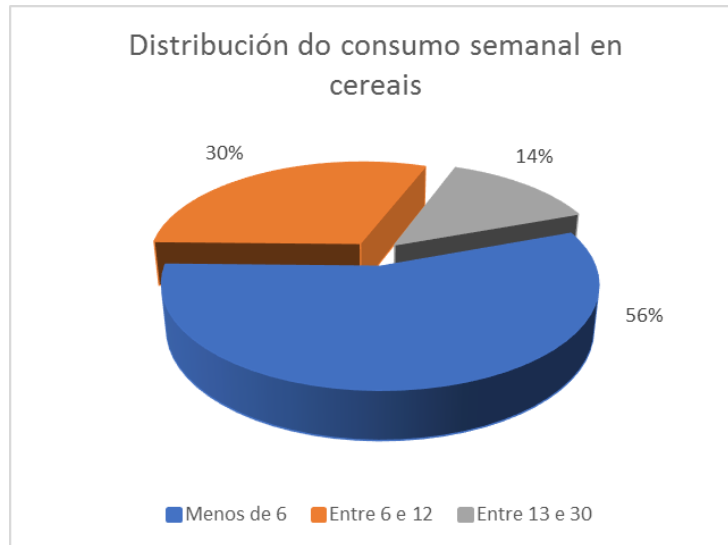
**Fonte 21: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

**Gráfico 21: Distribución do consumo semanal en galletas**



**Fonte 22: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

**Gráfico 23: Distribución do consumo semanal en cereais**



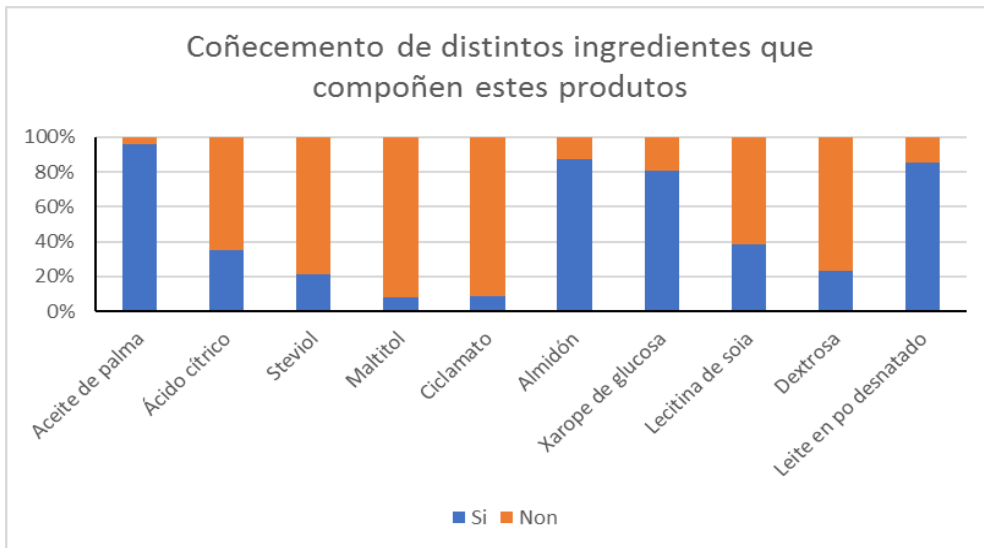
**Fonte 23: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

Segundo os datos obtidos nas enquisas, só o 27% das mulleres enquisadas le as indicacións que os fabricantes poñen no etiquetados destes produtos. Se se seguisen as indicacións de consumo, posiblemente a distribución do consumo semanal analizada anteriormente diminuíse en todas as categorías.

Continuando co etiquetado dos produtos, máis da metade das mulleres enquisadas, concretamente o 54%, len con frecuencia o listado de ingredientes dos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais. O 46% restante di non ler o listados de ingredientes destes produtos. Un 49% das mulleres revisa o valor enerxético destes produtos, mentres que o 51% non o fai.

Algúns dos ingredientes que son moi frecuentes nestes produtos son coñecidos por case todas as mulleres enquisadas. Por exemplo, o 96% das mulleres coñece o aceite de palma. Tamén son coñecidos por un gran número de mulleres, que representan sobre o 85% do total, o xarope de glicosa, a lecitina de soia e o leite en po desnatado. Entre os ingredientes menos coñecidos polas mulleres destacan o maltitol (só o 8% coñece este ingrediente) e o ciclamato (un 9% das mulleres coñece este ingrediente).

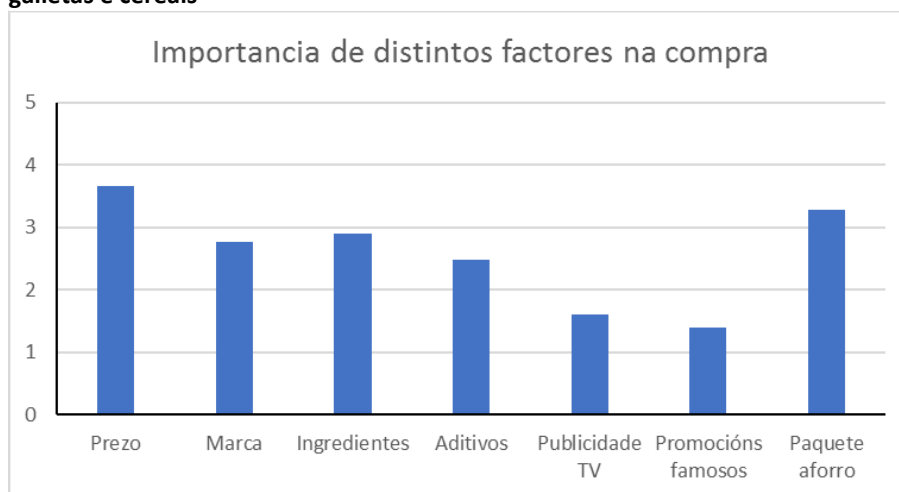
**Gráfico 24: Coñecemento dos distintos tipos de ingredientes que compoñen a bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 24: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

Ademais dos ingredientes que compoñen este tipo de produtos e poden influír na compra, hai outros factores que as mulleres enquisadas teñen en conta á hora de adquirir bolería, pastelería, galletas e cereais. Un dos factores máis importantes é o prezo dos produtos. A importancia que unha muller enquisada cree que ten o prezo á hora de escoller un produto é de 3,67, nunha escala de 1 a 5 (sendo 1 nada importante e 5 moi importante). Outro factor importante, cunha media de 3,29, é que o produto se presente nun paquete aforro. Tamén se pode ver a partir dos datos obtidos que as promocións que fan famosos sobre os produtos non é un factor moi importante á hora de adquirir un produto, así como tampouco o é a publicidade que se mostra na televisión. Presentan unha media de 1,39 e 1,6 en importancia.

**Gráfico 25: Importancia de distintos factores na compra de bolería, pastelería, galletas e cereais**



**Fonte 25: Elaboración propia a partir dos datos recollidos**

A maioría das mulleres enquisadas teñen claro que o consumo excesivo de bolería pode derivar en sobre peso. Concretamente, o 86% das enquisadas está totalmente de acordo con esta afirmación. Tamén teñen presente que a bolería pode conter aceites vexetais como o aceite de palma e que o consumo destes produtos debe ser ocasional. Todas elas teñen claro que a bolería non é un produto do que se poda abusar e pode danar a saúde das persoas.

Tamén é importante saber a opinión que teñen respecto aos cereais, xa que non todos os cereais son igual de bos. Primeiro, non saben se os cereais Corn Flakes son unha opción de almorzo saudable, o 36% das mulleres enquisadas está indecisa con esta afirmación. O grao de acordo medio sitúase nun 2,97, nunha escala de 1 a 5 (sendo 1 totalmente en desacordo e 5 totalmente de acordo). En cambio, presentan un maior grao de acordo cando se fala de que os cereais Fitness non son tan saudables como parecen. Presenta unha media de 3,78 e o 32% das mulleres está totalmente de acordo. En canto a que os cereais infantís non son a mellor opción para un almorzo, presenta un grao medio de acordo de 3,44 e un 34% das mulleres están totalmente de acordo. Vese que, no referente aos cereais, as mulleres enquisadas teñen máis dúbidas sobre o saudables que poden ser.

Ao igual que sucede cos cereais, as mulleres teñen dúbidas sobre que as galletas dixestivas teñan un alto contido en azucres. Presenta unha media de 3,57 e o 36% das mulleres non sabe se é certo ou non.

Que a lista de ingredientes este ordenada segundo o peso que estes teñan no produto presenta un alto grao de descoñecemento por parte das mulleres enquisadas. O 42% respondeu non saber se esta afirmación era certa ou non. Como se puido comprobar, as mulleres coñecen moi pouco os edulcorantes, tales como a stevia e o ciclamato. A maioría das mulleres, concretamente o 55% delas, non saben ou teñen dúbidas de se o ciclamato é ou non un bo substitutivo do azucre e que, ademais, é un edulcorante químico. E, aínda que a stevia é un edulcorante máis coñecido, un 41% das mulleres respondeu non saber se a stevia é un bo substitutivo do azucre por ser un edulcorante natural. Polo tanto, vemos que os edulcorantes son pouco coñecidos entre as mulleres enquisadas.

Por último, comprobamos a relación existente entre o coñecemento dos edulcorantes e a opinión que teñen sobre eles. A continuación preséntanse dúas táboas, onde podemos ver que existe unha relación entre o grao de coñecemento do ciclamato e o grao de acordo que teñen coa afirmación “o ciclamato non é un bo substitutivo do azucre e, ademais, é un edulcorante químico”. O grao medio de acordo coa afirmación é maior cando as mulleres coñecen o ciclamato (4,44 de media, nunha escala de 1 a 5) que cando non o coñecen (presenta unha media de 3,41).

**Táboa 1: Relación grao de coñecemento do ciclamato - grao de acordo con "o ciclamato non é un bo substitutivo do azucre e, ademais, é un edulcorante químico"**

Descriptivos								
Indique o seu grao de acordo coas seguintes afirmacións.								
	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error	95% de intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Non	93	3,41	,935	,097	3,22	3,60	1	5
Si	9	4,44	,882	,294	3,77	5,12	3	5
Total	102	3,50	,972	,096	3,31	3,69	1	5

ANOVA					
Indique o seu grao de acordo coas seguintes afirmacións.					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	8,805	1	8,805	10,156	,002
Dentro de grupos	86,695	100	,867		
Total	95,500	101			

Fonte 26: Elaboración propia a partir dos datos recollidos

Tamén existe relación entre o grao de coñecemento da stevia e o grao de acordo coa afirmación "a stevia é un bo substitutivo do azucre xa que é un edulcorante natural". O grao medio de acordo coa afirmación é superior no caso de que as mulleres coñezan a stevia (cunha media de 3,86) que cando non coñecen este edulcorante (presenta unha media inferior de 3,39). Podemos ver neste caso, que a diferenza é menor que no caso do ciclamato.

**Táboa 2: Relación grao de coñecemento da stevia - grao de acordo coa afirmación "a stevia é un bo substitutivo do azucre xa que é un edulcorante natural"**

Descriptivos								
Indique o seu grao de acordo coas seguintes afirmacións.								
	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error	95% de intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Non	80	3,39	,948	,106	3,18	3,60	1	5
Si	22	3,86	,990	,211	3,42	4,30	2	5
Total	102	3,49	,972	,096	3,30	3,68	1	5

ANOVA					
Indique o seu grao de acordo coas seguintes afirmacións.					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	3,912	1	3,912	4,272	,041
Dentro de grupos	91,578	100	,916		
Total	95,490	101			

Fonte 27: Elaboración propia a partir dos datos recollidos

## Conclusión e ampliación

A partir dos datos recollidos neste traballo, tanto os obtidos da investigación de documentos como os recompilados a través da investigación de mercados, podemos extraer varias conclusións.

A partir do ano 2000, aproximadamente, o consumo no sector da bolería, pastelería, galletas e cereais presentou unha evolución positiva ao longo do tempo ata chegar a actualidade. Aínda estando presente a crise de 2007, o consumo desta categoría de produtos foi bastante elevado, tendo en conta que este tipo de produtos se deberían reducir ao máximo na dieta das persoas polos problemas de saúde que pode ocasionar o consumo excesivo. Tamén é certo, que se trata dunha categoría moi grande, na que podemos atopar produtos moi diferentes e algúns moi positivos para as persoas, coma no caso dos cereais de avena.

Os factores positivos que incentivan o consumo destes produtos non son moi numerosos. A partir da análise feita ás mulleres estudantes da USC, vemos que o consumo se realiza maioritariamente polas mañás. Isto pode ser así polo feito de que son produtos xa elaborados e aforran tempo de preparación. Tamén, factores como o prezo ou os paquetes aforro fan que as mulleres se decanten por uns produtos ou por outros.

Pola contra, os factores negativos que nos atopamos son moitos. Para comezar, moitos dos produtos, principalmente de bolería e pastelería, non son recomendables para a saúde por conter altos niveis de azucre e graxas saturadas. A OCU (Organización de Consumidores e Usuarios) leva anos loitando para que as empresas modifiquen estes produtos ou para que o goberno obrigue ás empresas a facelo. Destaca a súa labor no correspondente ao etiquetado de produtos. O ano pasado, mobilizouse para intentar que o etiquetado dos produtos sexa máis claro e non leve a enganar (OCU, 2012). Tamén as empresas de bolería, pastelería, galletas e cereais (sobre todo no que se refire a galletas e cereais) están modificando os seus produtos e incluíndo outros novos, como adaptación ao cambio que se está producindo na sociedade en canto á

mellora nos hábitos de consumo e alimentación. Isto queda reflexado na cantidade de produtos 0% azucre, baixos en azucre, baixos en graxa, "light"... que están a aparecer actualmente no mercado.

Como xa se mencionou, o crecemento do consumo nos últimos anos foi baixo pero continuo, aínda que se produciron altibaixos nalgúns anos. En España, o consumo per cápita neste sector aumentou un 9,50% dende o 2007, e o gasto per cápita viuse incrementado nun 15,50%. Este continuo crecemento fai que no 2018 se consumisen 583.000 toneladas, o consumo per cápita situouse en 12,78 quilogramos e o gasto per cápita en 54,93 euros. Pero non todos os produtos teñen a mesma importancia, o principal causante do consumo foron as galletas envasadas e a categoría na que máis se gastou foi a bolería envasada.

No que se refire a Galicia, é unha das Comunidades Autónomas onde maior consumo se fai destes produtos. A evolución é moi similar á de España, o consumo presenta unha evolución positiva ao longo dos anos aínda que é baixa, e tamén se producen pequenas baixadas no consumo nalgúns anos. Aínda que durante os últimos catro anos, o consumo experimentou un crecemento superior ao sufrido en España. O consumo per cápita medrou un 22,66%, mentres que o gasto per cápita se viu incrementado un 38,78%. No referente a 2018, o consumo per cápita foi de 14,74 quilogramos e o gasto per cápita, de 62,87 euros. Como se pode ver nas cifras, tanto o consumo como o gasto en Galicia, e tamén o crecemento sufrido a partir do 2007, foron bastante superiores aos de España.

Despois de analizar os datos recollidos na investigación de mercado, podemos ver que o produto que máis se consume son as galletas envasadas, cunha media de 3,41 sobre 5, e o produto que presenta un menor consumo son as galletas a granel, cunha media de 1,39. Entre os diferentes tipos de galletas, destaca o das galletas clásicas tipo maría.

As mulleres enquisadas gastan unha media de 6 euros á semana en bolería, pastelería, galletas e cereais. A compra destes produtos realízase principalmente en supermercados, ao igual que sucede en España.

A preferencia de consumo destes produtos é de Luns a Venres e no almorzo. En media, consúmenos 4 ou 5 veces á semana, aínda que as frecuencias máis altas atópanse en 5 veces á semana e 7 veces á semana, cunha porcentaxe de mulleres do 25% e do 19% respectivamente. A cantidade consumida é a seguinte: de bolería e pastelería, maioritariamente consumen menos de 4 unidades de produto á semana; de galletas, a metade das mulleres consume menos de 7 unidades á semana, tendo unha media de 10,28 unidades; e de cereais, consumen unha media de 6,36 puñados á semana (aproximadamente cada puñado equivale a 30 gramos).

En canto ás empresas, deben seguir mellorando os produtos e, sobre todo, seguir buscando ingredientes que non sexan prexudiciais para a saúde. Ademais, sería bo para a imaxe das empresas e a súa reputación que o etiquetado dos produtos fose o máis sincero posible, xa que unha persoa que vai a consumir un produto de bolería é coñecedor de que vai a presentar altos niveis de azucre e outros ingredientes dos que non se pode abusar.

Debido ás complicación sufridas durante a recollida de datos, sería interesante, en primeiro lugar, facer unha comparativa do consumo entre mulleres e homes estudantes da USC co mesmo rango de idade do análise feito. Poderíamos ver se o consumo que as mulleres fan deste tipo de produtos se asemella ao dos homes. Tamén sería interesante analizar o consumo destes produtos por mulleres dun rango de idades superior, por exemplo de 30 a 50 anos. O consumo que as mulleres enquisadas fan de produtos de bolería e pastelería é bastante reducido e iso pode ser debido a que, neste rango de idade, as mulleres se preocupan máis pola súa saúde ou polo seu físico (a metade de mulleres enquisadas realiza deporte habitualmente).

Polas circunstancias nas que estamos inmersos neste ano, podería ser interesante analizar como o Covid-19 afectou no consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais, xa que, como se comprobou, durante as primeiras semanas de confinamento, o consumo xeral de produtos, sobre todo en algunhas categorías, sufriu un crecemento moi forte, ata o punto de esgotar as existencias nos puntos de venta.

Entre as complicacións que apareceron ao realizar este traballo, pódese mencionar a falta de datos e información actualizada sobre o consumo dos produtos de bolería, pastelería, galletas e cereais. Tamén, en relación á recollida de datos na investigación de mercado, ao ter que realizarse a través da web, o control sobre a mostra foi moi reducido.

## Bibliografía

- Ávila, Á. M. (2018). Bollería y pastelería. La alquimia de la gastronomía. *Distribución y Consumo*, 76-79.
- Cerdeño, V. J. (2008). Consumo de pan, bollería, pastelería, galletas y cereales. *Distribución y Consumo*, 60-72.
- Cerdeño, V. J. (2015). Consumo de dulces en España. Análisis de la demanda de bollería, pastelería, galletas y cereales. *Distribución y Consumo*, 38-44.
- BOE (1978). *Real Decreto 2419/1978, de 19 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de productos de confitería-pastelería, bollería y repostería*. Madrid: Boletín Oficial del Estado. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1978-25633>
- BOE (1982). *Real Decreto 1124/1982, de 30 de abril, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la Elaboración Fabricación, Circulación y Comercio de Galletas*. Madrid: Boletín Oficial del Estado. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1982-13243>
- BOE (1987). *Real Decreto 1094/1987, de 26 de junio, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, fabricación, circulación y comercio de Cereales en Copos o Expandidos*. Madrid: Boletín Oficial del Estado. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1987-21012>
- Murcia, J. L. (2017). Tendencias internacionales en panadería y bollería. *Distribución y Consumo*, 48-53.
- MAPA (2019). Informe del Consumo Alimentario en España 2018. Madrid.
- MAPA (varios años). *Informe de consumo alimentario anual en los hogares españoles*. Obtenido de: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/series-anuales/>

Resa, S. (2009). El sector de pan y bollería aprovecha el tirón del hogar y las comidas rápidas. *Distribución y consumo*, 82-86.

Organización de Compradores y Usuarios ( 4 de Febreiro de 2019). *¿10% menos de azúcar, grasas saturadas y sal en alimentos procesados?*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/noticias/alimentos-procesados-reducir-grasa-azucar-plan>

Organización de Compradores y Usuarios (28 de Setembro de 2012). *El etiquetado de los alimentos*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/informe/el-etiquetado-nutricional-de-los-alimentos391924>

Organización de Compradores y Usuarios (30 de Xuño de 2020). *Endulzantes y edulcorantes*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion/comer-bien/noticias/endulzantes>

Organización de Compradores y Usuarios (27 de Maio de 2020). *Mitos sobre el azúcar: las cosas claras*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion/comer-bien/consejos/mitos-azucar>

Organización de Compradores y Usuarios (1 de Febreiro 2016). *Demasiadas grasas saturadas*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/noticias/exceso-grasas-saturadas>

Organización de Compradores y Usuarios (6 de Abril de 2016). *OCU pone en cuestión la moda de los edulcorantes*. Obtenido de OCU: <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2016/azucar>

Web de OCU: <https://www.ocu.org/alimentacion>

# ANEXO

Enquisa:

Bos días, o meu nome é Cintia Rodríguez e son alumna da Universidade de Santiago de Compostela. Vou a realizar un estudo sobre o consumo de bolería, pastelería, galletas e cereais entre os estudantes da USC. Solicito a súa colaboración cubrindo esta enquisa que non lle levará máis de 5 minutos . Por favor, responda con total sinceridade xa que os datos se empregarán na elaboración do traballo de fin de grao. A información que aporte será totalmente anónima e confidencial. Agradezo a súa participación!

1. É vostede consumidor de bolería, pastelería, galletas e cereais?
  - Si
  - Non (abandone a enquisa. Grazas)
2. Estuda na USC?
  - Si
  - Non (abandone a enquisa. Grazas)
3. Que tipo de produtos acostuma mercar? (1=nada; 5=moito)

	1	2	3	4	5
Bolería e pastelería envasada					
Bolería e pastelería a granel					
Galletas envasadas					
Galletas a granel					
Cereais de almorzo					

4. En que medida consume a seguinte bolería e pastelería? (1=nada; 5=moito)

	1	2	3	4	5
Bolería e pastelería industrial					
Bolería e pastelería artesanal					
Bolería e pastelería conxelada ou preelaborada					

5. En que medida consume as seguintes galletas? (1=nada; 5=moito)

	1	2	3	4	5
Galletas clásicas					
Galletas integrais					
Galletas con menos azucre					
Galletas con menos graxa					
Galletas sen aceite de palma					

6. En que medida consume os seguintes cereais? (1=nada; 5=moito)

	1	2	3	4	5
Cereais azucrados (de chocolate...)					
Cereais integrais					
Cereais reducidos en azucre (tipo fitness)					
Cereais de copos de avena ou Corn Flakes					

7. Que produtos soe mercar con máis frecuencia? (múltiple opción)

- Príncipe
- Oreó
- Chips Ahoy
- Biscuits Galicia
- Galletas Tosta Rica
- Galletas Cuétara
- Bolería La Bella Easo
- Donuts
- Qué
- Bollicao
- Donettes
- Phoskitos
- Weetabix
- Corn Flakes
- Special K
- Chocapic

8. Onde acostuma comprar este tipo de produtos?

- Supermercado
- Hipermercado
- Establecemento especializado
- Cafetería
- Outros: \_\_\_\_\_

9. Canto gasta á semana nestes produtos aproximadamente? \_\_\_\_\_

10. Cando consume máis estes produtos?

- De Luns a Venres
- Na fin de semana

11. En que momento do día acostuma consumir máis estes produtos?
- Almorzo
  - Entre mañá
  - Comida
  - Entre tarde
  - Cea
12. Cal é a frecuencia coa que consume estes produtos durante a semana (número de almorzos, ceas...)? \_\_\_\_\_
13. Segue as indicacións que os fabricantes poñen nos envases destes produtos?
- Si
  - Non
14. Que cantidade de bolería ou pastelería soe consumir á semana (por unidade de produto)? \_\_\_\_\_
15. Que cantidade de galletas soe consumir á semana (por unidade de produto)? \_\_\_\_\_
16. Que cantidade de cereais soe consumir á semana (por puñados aproximadamente)? \_\_\_\_\_
17. Le o listados de ingredientes deste tipo de produtos?
- Si
  - Non
18. Coñece algún destes ingredientes? (múltiple opción)
- Aceite de palma
  - Ácido cítrico
  - Steviol
  - Maltitol
  - Ciclamato
  - Amidón
  - Xarope de glucosa
  - Lecitina de soia
  - Dextrosa
  - Leite en po desnatada

19. Comproba o valor enerxético deste tipo de produtos?

- Si
- Non

20. Indique o seu grao de acordo coas seguintes afirmacións: (1= Totalmente en desacordo; 5= Totalmente de acordo)

	1	2	3	4	5
O consumo excesivo de bolería pode derivar en sobre peso.					
A bolería pode conter aceites vexetais como o aceite de palma.					
A bolería debe ser de consumo ocasional.					
Os Corn Flakes son unha opción de almorzo saudable.					
Os cereais Fitness non son tan saudables como parece.					
Os cereais infantís non son a mellor opción.					
As galletas dixestivas por, norma xeral, teñen un alto contido en azucres.					
A lista de ingredientes está ordenada polo peso dos ingredientes.					
O Ciclamato non é un bo substitutivo do azucre e, ademais, é un edulcorante químico.					
A Stevia é un bo substitutivo do azucre xa que é un edulcorante natural.					

21. Que ten en conta cando merca estes produtos? (1=nada; 5=moito)

	1	2	3	4	5
Prezo					
Marca					
Ingredientes					
Ausencia de aditivos					
Publicidade na televisión					
Promocións de famosos					
Paquete aforro					

Preguntas de perfil. As últimas preguntas da enquisa son para elaborar o perfil dos consumidores.

22. Sexo:

- Muller
- Home

23. Idade: \_\_\_\_\_

24. Onde se atopa a súa vivenda habitual?

- Aldea
- Pobo semi urbano
- Cidade

25. Cantas persoas viven na súa casa, contando contigo? \_\_\_\_\_

26. Na súa vivenda familiar...

- Residen nenos menores de 6 anos
- Residen nenos de entre 6 e 15 anos
- Non residen nenos

27. Que idade ten a persoa que se encarga de facer a compra habitualmente?

\_\_\_\_\_

28. Practica deporte habitualmente?

- Si
- Non

29. Cal é o seu nivel de ingresos familiar?

- Baixo
- Medio-baixo
- Medio-alto
- Alto