

Las ventas de polvorón, mazapán y otros dulces navideños caerán hasta un 4%

Noticias

Según las estimaciones de la Asociación Española de Fabricantes de Turrone y Mazapanes (TUMA), el consumo se situaría en torno a las 23.222,4 toneladas.

La crisis reducirá hasta un 4%, las ventas de polvorones, mazapanes y otras especialidades navideñas, respecto a la Navidad de 2008 y según estimaciones de la Asociación Española de Fabricantes de Turrone y Mazapanes (TUMA), con lo que el consumo se situaría en torno a las 23.222,4 toneladas.

La secretaria general de la organización, Diana Roig, ha explicado que todavía hay que analizar estas cifras "con cautela", porque la situación económica actual está provocando que sea "difícil" hacer previsiones.

Ha recordado que un estudio elaborado recientemente por TUMA explicaba que sólo dos de cada diez consumidores cambiarán sus hábitos de consumo de turrone y otras especialidades navideñas, y que esa modificación supondrá una reducción de las compras, tanto en volumen como en gasto.

Según datos de Mercasa, las ventas de "especialidades navideñas" -termino que engloba a polvorones, mantecados, "panettone", "pandoro", mazapanes, chocolates de Navidad, pasteles, grajeados y "marquesas"- ascendieron a 24.190 toneladas en 2008, lo que representa un 68,4 por ciento de las 35.360 toneladas de "productos navideños" que se comercializaron en total.

Por categorías, Mercasa precisa que los "productos navideños" más vendidos el año pasado fueron los turrone, con 11.170 toneladas (31,89 por ciento del total), seguidos de los mantecados y polvorones, con 7.030 toneladas, (19,8 por ciento del total), los mazapanes, con 2.230 toneladas (6,3 por ciento del total) y "otros productos navideños", con 14.930 toneladas (42,2 por ciento).

El gerente de la Asociación de Fabricantes de Mantecados y Polvorones de Estepa, Manuel Salas, se ha mostrado "seguro" de que la crisis afectará a las ventas de este subsector, aunque ha precisado que, al tratarse de productos con un precio "asequible", el descenso no será tan acusado como en otros mercados.

En relación con los precios, ha señalado que aumentarán "muy poco" para no agravar el posible efecto de la crisis sobre el consumo.

Por su parte, el presidente de la Asociación Provincial de Mazapanes de Toledo -donde se concentra el 75-80 por ciento de la producción nacional de estos dulces-, Cándido Peces, ha indicado que las ventas podrían caer entre un 10 y un 15 por ciento, con lo que se situarían en torno a las 1.800-2.000 toneladas.

Ha reconocido, además, que la caída del precio de la almendra durante el presente ejercicio ha posibilitado que el precio de este producto se mantenga o incluso experimente una "ligera bajada".

En relación al mercado de las peladillas, Merche Espinosa, de "Peladillas y Turrone Chimo", de la localidad valenciana de Casinos -que concentra la mayoría de la producción nacional, junto con Alcoy (Alicante)-, ha calculado que las ventas podrían caer hasta un 10 por ciento debido a la situación económica.

La socia de "Peladillas y Turrone Casinos", Eugenia Murgui, ha indicado que, desde comienzos de noviembre, las ventas han caído un 40 por ciento, cifra con la que prevé que finalice la campaña

navideña.

Asimismo, ha indicado que el ritmo de compra "se ha retrasado mucho" y que, mientras en años anteriores las ventas comenzaban a principios de noviembre, el consumo de esta campaña no se ha iniciado hasta el último fin de semana de ese mismo mes.

Redacción