

Fecha
03.11.2025Sección
EmpresasPágina
PP-18

ENCARECE 8% ANUAL EL PAN EN MÉXICO
CONSUMIDORES REDUCEN 5% COMPRA;
VAN POR VERSIONES MÁS PEQUEÑAS.

PREFIEREN OPCIONES MÁS SALUDABLES

Aumento del precio del pan impacta al consumo en México

El alza de hasta 8% en su precio orilla a los consumidores a reducir su compra y optar por tamaños más pequeños

La industria enfrenta retos por el encarecimiento de insumos básicos

JUAN CARLOS CRUZ
 jcruzv@elfinanciero.com.mx

El precio del pan en México aumentó hasta 8 por ciento anual, lo que ha llevado a los consumidores a reducir su volumen de compra en un 5 por ciento y optar por tamaños más pequeños. Factores como el encarecimiento de insumos básicos, como harina y mantequilla, y la preferencia por dietas más saludables, están transformando el mercado.

Mientras el consumo de pan tradicional se modera, la demanda de harinas alternativas crece, impulsando a la industria a adap-

tarse a las nuevas necesidades de los consumidores.

NielsenIQ reveló que los hogares mexicanos desembolsan 8 por ciento más que el año pasado por ocasión de compra de pan, lo que los orilló a reducir en 5 por ciento su volumen de compra, además de disminuir el número de visitas a la panadería.

“Como respuesta a la pérdida de demanda se observa una reingeniería de tamaños en la categoría en blancos e integrales generando un efecto de recuperación en unidades pero no en toneladas al cobrar relevancia tamaños más chicos”, explicó Raquel Jiménez, directora de Customer Success para NielsenIQ.

Según NielsenIQ, el consumo de pan de caja —que genera el 61 por ciento del volumen vendido por la industria— cayó 2.8 por ciento.

“El reto de recuperar la demanda en pan de caja que se considera un básico y en el que los atributos de valor no ponderan sobre el apego al presupuesto familiar, requerirá que los fabricantes aseguren una buena ejecución con los formatos correctos dependiendo del rol del canal”, advirtió Raquel Jiménez.

Entre octubre de 2024 y el mismo mes de este año, varios productos básicos registraron cambios en sus precios. La harina de trigo, la leche, el huevo, la mantequilla y la leche subieron 6.6, 4.9, 3.6 y 2.7 por ciento anual, mientras que el azúcar fue el único insumo que disminuyó de costo 6.4 por ciento, según datos del Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA), dirigido por Juan Carlos Anaya.

“La realidad es que los insumos de la panadería son *commodities*,



Página 1 de 3
 \$ 116103.00
 Tam: 687 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha 03.11.2025	Sección Empresas	Página PP-18
----------------------------	----------------------------	------------------------

ellos son los que guían nuestra industria, porque son naturales después hay distorsiones del mercado, entonces, si sube el precio del chocolate como actualmente está subiendo, claro que nos afectan este aumento de precio en las materias primas”, de acuerdo con el presidente de la Canainpa.

GCMA agregó que, en la semana del 20 al 26 de octubre, los precios del huevo registraron un alza adicional, impulsados por la reactivación de la demanda ante los preparativos del Día de Muertos, que se espera deje una derrama de alrededor de mil millones de pesos en el país, lo que implica un crecimiento del 3 por ciento, respecto al año pasado, señaló la Cámara Nacional de la Industria Panificadora (Canainpa).

De acuerdo con el Instituto Na-

cional de Estadística y Geografía (INEGI), en el país existen más de 60 mil panaderías, de las cuales el 97 por ciento son micro y pequeñas empresas familiares que durante octubre y noviembre registran hasta un 40 por ciento de incremento en las ventas de pan.

El consumo per cápita de pan en México es de 36 kilogramos anuales. Del total, el 81 por ciento corresponde al pan blanco —como bolillos, teleras y pan de caja—, mientras que el 19 por ciento pertenece al pan dulce y la repostería, donde el pan de muerto ocupa un lugar especial.”

PRIORIZAN LA SALUD

Mientras el consumo de pan tradicional tiene un desempeño más moderado, la demanda de harinas

alternativas crecerá 4.2 por ciento entre el 2025 y el 2026, según estimaciones de la Canainpa.

La preferencia de los consumidores por dietas sin gluten y al aumento de la conciencia sobre el impacto de los cultivos tradicionales en el medio ambiente, exige a la industria la utilización de nuevos ingredientes y procesos de panificación.

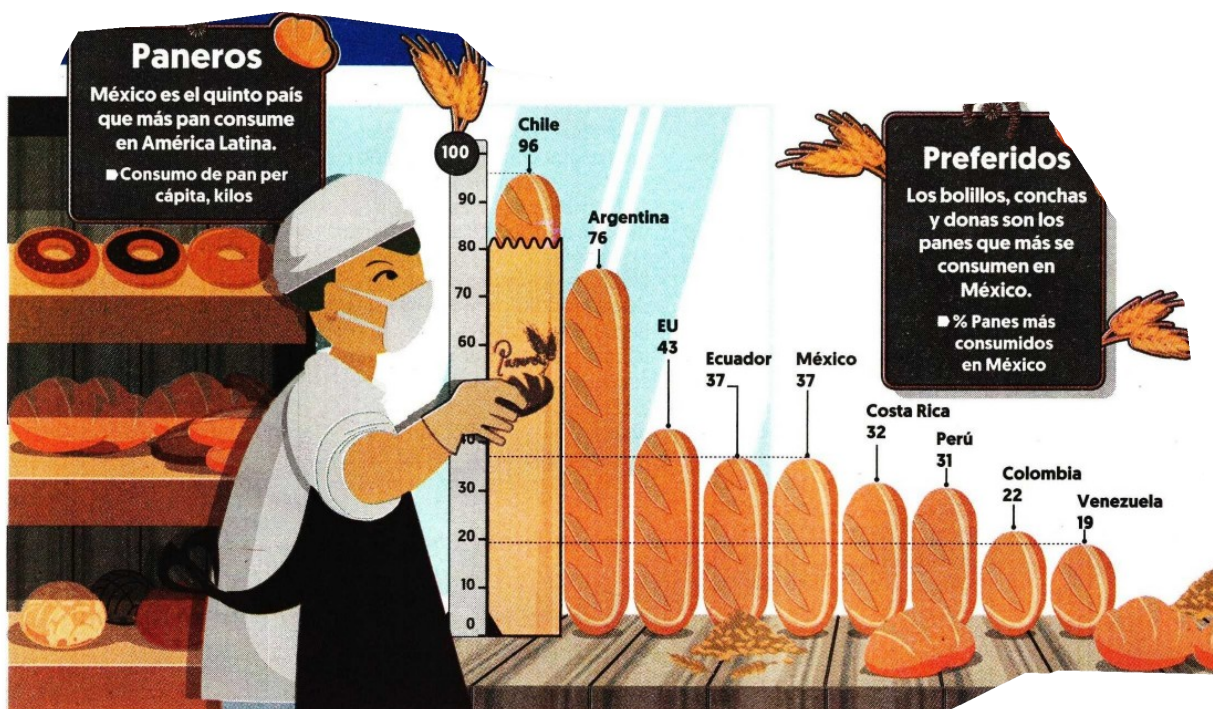
“El reto es adaptarnos a las necesidades de nuestros consumidores.

Entender qué quieren, qué necesitan y cómo pueden en la panadería tradicional de la esquina, en la panadería grande del barrio, en la panadería industrial más grande del mundo encontrar esa necesidad evolucionada que ahora tiene el consumidor”, señaló el presidente la Canainpa.

36

KILOS

Anuales del pan per cápita se consumen en México y el 81% es blanco.



Fecha 03.11.2025	Sección Empresas	Página PP-18
---------------------	---------------------	-----------------

