



En el marco del Día Mundial de la Sopa, 5 de abril

El consumo de caldo en España crece y representa un 36% de los platos preparados

- Un 44 % de los consumidores desconoce las diferencias en el porcentaje de pollo en los caldos. En el mercado existen opciones que oscilan entre el 2 y el 33% de pollo.
- Siete de cada diez españoles no leen las etiquetas de manera habitual, según el I Estudio sobre el Uso y la Interpretación del Etiquetado de Alimentos, elaborado por la Fundación Española de la Nutrición a propuesta de Grupo Gallo.
- En 2023, la producción de caldos, sopas y cremas alcanzó los 174,6 millones de litros, un 4,5% más que el año anterior.



Barcelona, 3 de abril de 2025. El mercado de caldos en España sigue creciendo, impulsado por la preferencia de los consumidores por opciones prácticas y de calidad. De hecho, los caldos son la categoría más elegida dentro de los platos preparados, representando el 36% del total, según el Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Sin embargo, no todas las opciones son iguales. Un 44% de los españoles desconoce las diferencias en el porcentaje de pollo entre las distintas marcas, y más de la mitad de los caldos del mercado contienen menos de un 2% de pollo, utilizando, muchos de



ellos, ingredientes deshidratados y aromas para mejorar su sabor. En cambio, el caldo de pollo de Gallo es el único en el mercado con un 33% de pollo, sin aromas añadidos y elaborado con verduras frescas, ofreciendo así un sabor auténtico, como el hecho en casa.

Siete de cada diez españoles no leen las etiquetas de manera habitual

La falta conocimiento sobre la composición de los alimentos está vinculada al bajo hábito de lectura del etiquetado. En España, un 67% de los consumidores no lee las etiquetas de manera habitual, según el I Estudio sobre el Uso y la Interpretación del Etiquetado de Alimentos, elaborado por la Fundación Española de la Nutrición a propuesta de Grupo Gallo. Aún y así, nueve de cada diez españoles afirman estar preocupados por sus hábitos alimentarios. Entre los principales motivos que llevan a los consumidores a no revisar las etiquetas están la percepción de irrelevancia de la información, el tamaño reducido de la letra, la dificultad para interpretarla y la desconfianza en el etiquetado.

Un mercado en crecimiento

En 2023, la producción de caldos, sopas y cremas alcanzó los 174,6 millones de litros, un 4,5% más que en 2022, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. La falta de tiempo en los hogares ha impulsado este crecimiento, reduciendo la elaboración de caldos caseros y aumentando la demanda de soluciones listas para consumir. El 62% de los hogares españoles consumieron sopas o caldos en 2023, con una frecuencia media de 2,3 veces por semana y un consumo per cápita de 6,05 litros anuales. No obstante, la Fundación Dieta Mediterránea recomienda elevar esta frecuencia a cuatro o más veces por semana para aprovechar al máximo sus beneficios nutricionales.

Gallo, líder de pasta en España

Grupo Gallo se ha consolidado como el líder del mercado español en pasta seca, salsas y harinas, siendo el único fabricante nacional en estos sectores. La compañía ofrece una amplia gama de productos, con recetas adaptadas a los gustos de los consumidores españoles. También, destaca en la producción de pan rallado, opciones sin gluten y desde hace dos años, en la fabricación de caldos, además de comida asiática bajo la marca Ta-tung. Con casi 80 años de historia, Gallo ha sido un referente para las familias españolas, siempre comprometido con la innovación, la sostenibilidad y la calidad, valores que han sido fundamentales para su crecimiento y éxito en el mercado.



ATREVIA

Paola Díaz- 644 881 201 pdmatis@atrevia.com

Alicia Sánchez- 667 63 27 55 asanchez@atrevia.com

Joan Cascante- 673 33 98 15 jcascante@atrevia.com