

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2019

PRODUCCIÓN | INDUSTRIA | DISTRIBUCIÓN | CONSUMO

MERCASA

COMERCIO MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA

CMR

Compartiendo objetivos

VISITE NUESTRO SITIO WEB

VEA NUESTRO VÍDEO CORPORATIVO

CMR group

Sumando esfuerzos...



CMR GROUP ofrece la plataforma idónea para expansionar la marca y productos de nuestros partners productores en el mercado global:

- **Productores individuales**
- **Grupos de productores**
- **Traders hortofrutícolas**

CMR GROUP ofrece la gama más amplia de productos de calidad contrastada, procedentes de las mejores zonas de producción mundial, con especial atención a los de proximidad, con volúmenes y continuidad asegurados durante todo el año, generando así valor añadido para nuestros clientes:

- **Exportadores**
- **Mercados mayoristas**
- **Distribución moderna**
- **Detallistas**

...para conseguir metas comunes

CMR

CMR group
WORLD FRUIT MANAGEMENT
GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA

CMR 1879 140 years 2019

FRUITS CMR S.A.U.
Polígon Estruch - c/ Sis, nº. 1
08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Tel.: (+34) 93 262 66 00*
E-mail: cmr@cmrfruits.com

Mercabarna
08040 BARCELONA
Pabellón A: 1025-1028
Tel.: 93 262 66 20
Pabellón D: 4001/7 y 4032/7
Tel.: 93 262 66 30

CMR INFINITA S.A.
Mercamadrid
Calle 45 H5
28053 Madrid
Tel.: 91 524 50 00*
Fax: 91 524 50 01
E-mail: infinita@cmrinfinita.com

CMR HOLLAND
RIDDERKERK - HOLLAND
E-mail: cmr@cmrholland.com

CMR FRANCE
PERPIGNAN - FRANCE
E-mail: cmr@cmrfrance.com

CMR MAROC
CASABLANCA - MOROCCO
E-mail: cmr@cmrmaroc.com

CMR BRASIL
NATAL - BRASIL
E-mail: cmr@cmrbras.com.br

Marcas propias comercializadas:

AURUM Costa Rica

Cosa Rica

Infinita

Banarica



Un gran grupo internacional de gestión hortofrutícola te espera

Desde hace más de un siglo, alcanzando nuevos objetivos y horizontes comerciales, traspasando fronteras y continentes y abriendo mercados, junto a nuestros *partners*: productores, remitentes, mayoristas y detallistas.



www.cmrgroup.es

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS • TROPICALES Y EXÓTICOS • BERRIES • CÍTRICOS • BANANAS
PRODUCTOS DE IV Y V GAMA • HIERBAS AROMÁTICAS • PRODUCCIÓN INTEGRADA • MINI-HORTALIZAS



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2019

PRODUCCIÓN | INDUSTRIA | DISTRIBUCIÓN | CONSUMO

MERCASA



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO
22ª EDICIÓN. 2019/2020

EDITA:
MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA
PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE
DIRECTOR: ÁNGEL JUSTE
REDACCIÓN: HÉCTOR SAINZ, ATAÚLFO SANZ, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ
EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC
SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA
FOTOGRAFÍA: JOAQUIN TERÁN CARRASCO
GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS Y MARÍA LUISA GARCÍA
REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO

ILUSTRACIÓN DE PORTADA: PABLO MONCLOA

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD: MERCASA
PASEO DE LA HABANA, 180. 28036 MADRID
TELÉFONOS: 913 506 489 / 913 500 609
mercasa@mercasa.es
www.mercasa.es

MERCASA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

SEPI

AGENDA 2030 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

D.L. M-35704-2012 ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro.
La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por
hipermercados, supermercados, mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, bares y restaurantes de toda España.

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES 4

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 5

EL DESAFÍO ESTRATÉGICO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ES UNA OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO

LUIS PLANAS PUCHADES. MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN 6

EL RETO DE LA SOSTENIBILIDAD

JOSÉ RAMÓN SEMPERE. PRESIDENTE DE MERCASA 8

DATOS BÁSICOS 11

PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA EN 2018 12

COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO 22

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA 28

ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA 31

OFERTA DE SERVICIOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 33

CONSUMO ALIMENTARIO 35

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR 42

INFORMACIÓN POR SECTORES 89

CEREALES 90

HARINAS 98

GALLETAS 105

PASTELERÍA INDUSTRIAL 106

CEREALES PARA DESAYUNO 113

PASTAS ALIMENTICIAS 114

ARROZ 119

LEGUMBRES 124

FRUTAS Y HORTALIZAS 138

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 210

CARNES 242

HUEVOS 282

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 292

OLIVAR 309

OLEAGINOSAS 338

AZÚCAR 348

DULCES Y CARAMELOS 356

TURRONES Y MAZAPANES 359

MIEL 365

CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO 375

PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS 380

CALDOS Y SOPAS 386

PRODUCTOS DIETÉTICOS 389

PRODUCTOS FUNCIONALES 390

ALIMENTACIÓN INFANTIL 391

ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS 393

VINAGRE 403

CAFÉ 406

INFUSIONES 407

CERVEZA 412

AGUAS ENVASADAS 416

VINO Y MOSTO 421

BEBIDAS ESPIRITUOSAS 457

BEBIDAS REFRESCANTES 472

PRODUCCIÓN INTEGRADA 477

AGRICULTURA ECOLÓGICA 478

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 487

ANDALUCÍA 488

ARAGÓN 494

ASTURIAS 500

CANARIAS 506

CANTABRIA 512

CASTILLA-LA MANCHA 518

CASTILLA Y LEÓN 524

CATALUÑA 530

COMUNIDAD DE MADRID 536

COMUNIDAD VALENCIANA 542

EXTREMADURA 548

GALICIA 554

ISLAS BALEARES 560

LA RIOJA 566

NAVARRA 572

PAÍS VASCO 578

REGIÓN DE MURCIA 586

INFORMACIÓN POR SECTORES 89

- CEREALES 90
- CEBADA 93
- TRIGO 94
- MAÍZ 95
- ARROZ 96
- CEREALES SECUNDARIOS 97
- HARINAS 98
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES 101
- GALLETAS 105
- PASTELERÍA INDUSTRIAL 106
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES 111
- CEREALES PARA DESAYUNO 113
- PASTAS ALIMENTICIAS 114
- PASTA FRESCA 115
- ARROZ 119
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ 119
- LEGUMBRES 124
- LEGUMBRES 128
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES 132
- FRUTAS Y HORTALIZAS 138
- FRUTAS 142
- CÍTRICOS 153
- FRUTOS SECOS 157
- ¿FALTAN DATOS? 159
- HORTALIZAS 160
- FRUTAS Y HORTALIZAS 168
- PRODUCTOS VEGETALES CONGELADOS 181
- CONSERVAS VEGETALES 182
- ZUMOS 187
- PATATAS FRITAS, FRUTOS SECOS Y SNACKS 191
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS 195
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS 202
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS 209
- LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 210
- LECHE LÍQUIDA 217
- PRODUCTOS LÁCTEOS 222
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 224
- HELADOS 226
- QUESOS 227
- DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS 233
- CARNES 242
- PORCINO 243
- VACUNO 245
- OVINO Y CAPRINO 247
- CARNE DE AVES 250
- CARNE DE CONEJO 252
- CARNE DE EQUINO 254
- CARACOLES 254
- ELABORADOS CÁRNICOS 263
- JAMÓN CURADO 264
- PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE 266
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES 267
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES 274
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEEMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS 278
- HUEVOS 282
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS 287
- PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 292
- PESCADO Y MARISCO FRESCO 300
- ACUICULTURA 302
- PRODUCTOS CONGELADOS 303
- CONSERVAS DE PESCADO 304
- AHUMADOS 306
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 307
- OLIVAR 309
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA 317
- ACEITUNA DE MESA 326
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA 337
- OLEAGINOSAS 338
- ACEITES DE SEMILLAS 341
- MARGARINA 345
- AZÚCAR 348
- DULCES Y CARAMELOS 356
- TURRONES Y MAZAPANES 359
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES 363
- MIEL 365
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL 372
- CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO 375
- PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS 380
- PRODUCTOS DESHIDRATADOS 385
- COMIDA ÉTNICA 385
- CALDOS Y SOPAS 386
- PRODUCTOS DIETÉTICOS 389
- PRODUCTOS FUNCIONALES 390
- ALIMENTACIÓN INFANTIL 391
- ALIMENTOS PARA NIÑOS 392
- ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS 393
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS 398
- SAL 400
- VINAGRE 403
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE 405
- CAFÉ 406
- INFUSIONES 407
- CERVEZA 412
- AGUAS ENVASADAS 416
- VINO Y MOSTO 421
- VINOS DE MESA Y DE LA TIERRA 430
- MOSTO 431
- VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN 432
- CAVA 434
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO 436
- BEBIDAS ESPIRITUOSAS 457
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS 462
- SIDRA 467
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS 471
- VERMUT 471
- BEBIDAS REFRESCANTES 472
- PRODUCCIÓN INTEGRADA 477
- AGRICULTURA ECOLÓGICA 478

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES 487

ANDALUCÍA 488
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 488
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 490
CONSUMO ALIMENTARIO 490
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 492
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA 493

ARAGÓN 494
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 494
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 496
CONSUMO ALIMENTARIO 496
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 498
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN 499

ASTURIAS 500
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 500
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 502
CONSUMO ALIMENTARIO 502
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 504
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS 505

CANARIAS 506
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 506
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 508
CONSUMO ALIMENTARIO 508
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 510
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS 511

CANTABRIA 512
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 512
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 514
CONSUMO ALIMENTARIO 514
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 516
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA 517

CASTILLA-LA MANCHA 518
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 518
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 520
CONSUMO ALIMENTARIO 520
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 522
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA 523

CASTILLA Y LEÓN 524
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 524
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 526
CONSUMO ALIMENTARIO 526
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 528
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN 529

CATALUÑA 530
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 530
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 532
CONSUMO ALIMENTARIO 532
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 534
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA 535

COMUNIDAD DE MADRID 536
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 536
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 538
CONSUMO ALIMENTARIO 538
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 540
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD DE MADRID 541

COMUNIDAD VALENCIANA 542
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 542
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 544
CONSUMO ALIMENTARIO 544
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 546
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA 547

EXTREMADURA 548
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 548
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 550
CONSUMO ALIMENTARIO 550
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 552
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA 553

GALICIA 554
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 554
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 556
CONSUMO ALIMENTARIO 556
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 558
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA 559

ISLAS BALEARES 560
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 560
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 562
CONSUMO ALIMENTARIO 562
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 564
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES 565

LA RIOJA 566
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 566
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 568
CONSUMO ALIMENTARIO 568
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 570
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA 571

NAVARRA 572
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 572
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 574
CONSUMO ALIMENTARIO 574
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 576
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA 577

PAÍS VASCO 578
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 578
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 582
CONSUMO ALIMENTARIO 582
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 584
DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE PAÍS VASCO 585

REGIÓN DE MURCIA 586
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 586
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 588
CONSUMO ALIMENTARIO 588
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 590
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA REGIÓN DE MURCIA 591

EL DESAFÍO ESTRATÉGICO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ES UNA OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO

LUIS PLANAS PUCHADES. MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



España cuenta con un potente sector agroalimentario, estratégico para nuestra economía, que puede convertir este desafío en una oportunidad de crecimiento. De hecho, nuestro país ya es líder en la elaboración y exportación de productos como aceite de oliva, frutas y hortalizas, carne de porcino o vino, alimentos que forman parte de la dieta mediterránea, una de las señas de identidad de España, en el contexto de una Unión Europea que ofrece los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

En esta labor, Mercasa constituye un eslabón fundamental para acercar a los ciudadanos toda una rica y variada producción agraria y pesquera, a través de su red de Mercas, en la que operan más de 3.000 empresas mayoristas y de servicios complementarios. Su permanente esfuerzo garantiza que cada día podamos adquirir una amplia variedad de alimentos frescos en los supermercados, mercados minoristas o tiendas tradicionales de nuestras ciudades y pueblos.

Entre sus ámbitos de actividad, quisiera destacar la activa participación de Mercasa a Unión Mundial de Mercados Mayoristas, una asociación sin ánimo de lucro que tiene entre sus objetivos fomentar en la comunidad internacional el papel de los mercados para el abastecimiento de productos alimentarios de calidad.

Con su esfuerzo, la red de Mercas contribuye a consolidar la fortaleza del sector agroalimentario español, que se ha convertido en estratégico para

nuestra economía, ya que aporta casi el 11 % del PIB, da empleo a más de 2,7 millones de personas y sitúa a España como octava potencia agroalimentaria del mundo y la cuarta de la Unión Europea, con una facturación de 100.000 millones de euros anuales, de los que más de la mitad corresponden a exportaciones.

Además del crecimiento económico, quisiera destacar el esfuerzo constante del conjunto del sector para mantener la calidad de los productos que ofrecen a los consumidores, junto con un aumento del consumo alimentario. Según el Informe del Consumo Alimentario en España correspondiente al año 2018, que presentamos en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación el pasado mes de junio de 2019, el gasto de los españoles en alimentación ascendió a 103.077,41 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 0,5% respecto a 2017, manteniéndose de esta forma la tendencia creciente de los últimos años.

Con este objetivo de fomentar el consumo, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación impulsa la Estrategia "Alimentos de España" para poner en valor la calidad y variedad de los alimentos españoles, que son fruto del gran hacer de nuestros agricultores, ganaderos, silvicultores y pescadores. Con esta estrategia se persigue conectar los alimentos españoles con las nuevas exigencias de los consumidores, cada vez más preocupados en consumir alimentos saludables y de calidad.

Quisiera aprovechar esta oportunidad que me brinda Mercasa para animar a todos los ciudadanos a explorar, saborear, compartir y disfrutar de los Alimentos de España, asociados a un concepto de estilo de vida saludable del que todos debemos sentirnos muy orgullosos.

Quiero resaltar por último la disposición de este Ministerio a colaborar con todos aquellos actores que, como Mercasa, hacen posible la impagable tarea de acercar a los ciudadanos la más completa gama de alimentos saludables y de primera calidad.

El Informe anual sobre "Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentos en España" constituye una magnífica muestra de la realidad alimentaria española, ejemplo del trabajo bien hecho en todos los eslabones de la cadena alimentaria, que debemos ofrecer al resto del mundo para beneficio de sus ciudadanos.

EL RETO DE LA SOSTENIBILIDAD

JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA. PRESIDENTE DE MERCASA



A medida que parece más cercano el horizonte de 2030, marcado en 2015 por consenso mundial en Naciones Unidas para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), gana fuerza el debate político y social a todos los niveles sobre qué debemos hacer en cada ámbito de responsabilidad para asumir ese gran reto universal del que depende, sin duda, el futuro de la humanidad.

Una responsabilidad que va de lo personal a lo colectivo, de lo institucional a lo empresarial, abarcando desde los pequeños gestos individuales de nuestros hábitos cotidianos a las grandes estrategias políticas locales, nacionales y transnacionales que condicionan la gestión pública de la sociedad en que vivimos.

Todos debemos responder, por tanto, en una u otra medida al gran reto de la sostenibilidad, y valorar en qué forma estamos involucrados por nuestra actividad a todos o parte de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados en Naciones Unidas, para asumir a continuación cómo podemos ayudar a su cumplimento.

Hablamos, por destacar algunos de estos objetivos, del fin de la pobreza, el hambre cero, la salud y el bienestar, la igualdad de género, la producción y el consumo responsable, de adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático, de garantizar la vida de los ecosistemas terrestres, de lograr que las ciudades sean sostenibles, de construir infraestructuras resilientes y fomentar la innovación, o de promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y el trabajo decente para todos.

Es evidente que gran parte de los ODS, por no decir todos, terminan estando vinculados, de una u otra forma, a los procesos que afectan a la cadena alimentaria, destacando en primer lugar Objetivo número 2, Hambre cero, que persigue

poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Por ello, las empresas e instituciones que formamos parte de la cadena alimentaria tenemos un plus de responsabilidad en este reto. Y en el caso concreto de España partimos de una posición de relativa ventaja, porque la realidad de nuestro sistema agropesquero-alimentario, evolucionado hacia la modernidad en las últimas décadas, mantiene unas características que facilitan su adecuación al reto de la sostenibilidad.

Hay ejemplos concretos que, en la práctica, ya cumplen por su propia condición. Es el caso de la ganadería extensiva, la pesca de bajura y la acuicultura, la agricultura de secano que evita el abandono de las tierras de cultivo menos productivas, o la agricultura de regadío con una gestión cada vez más racional del agua para conseguir ser más eficientes con menos impacto.

Igualmente, contamos en España con un sistema de gestión comercial de los alimentos, en las diferentes fases de la cadena, que destaca por su sostenibilidad, especialmente en los alimentos frescos, que son los más sensibles en materia de seguridad alimentaria.

Un sistema que descansa en el modelo desarrollado por Mercasa y la Red de Mercas, con una gestión capilar que incluye a 23 grandes Mercas, con más de 3.000 empresas mayoristas que comercializan, con más de 100.000 transacciones diarias, alimentos frescos para más de 30 millones de personas, a través de una red de distribución minorista que incluye a miles de tiendas especializadas en toda España, además de supermercados, hipermercados y otros formatos; sin olvidar el consumo extradoméstico.

Este modelo garantiza la comercialización desde la producción al comercio mayorista, facilita con impacto limitado la distribución urbana de mercancías -que tanto preocupa a la Unión Europea-, reduce la huella de carbono en los procesos de último tramo, y facilita, en definitiva, el acceso de la población a alimentos frescos y seguros a precios asequibles.

Todo ello, en un modelo de ciclo corto en su dimensión nacional, que también gestiona con eficiencia los procesos de intercambio con otros países, en un mundo que no por globalizado puede renunciar a ser sostenible.

Y este es, con seguridad, el gran desafío a que nos enfrentamos todos. Convivir en un mundo necesariamente abierto, que asuma de manera global que los Objetivos de Desarrollo Sostenible no son una excusa ni una elección alternativa. Son una obligación imperiosa e irrenunciable para caminar a toda prisa hacia sociedades, además de sostenibles, más justas.

Es en este tipo de alimentos donde las exigencias de eficiencia son mayores, porque son más vulnerables y tienen una dependencia mayor en la cadena de frío; además de incorporar matices importantes en frescura, presentación y sabor respecto a los alimentos transformados, exigiendo por



Somos variedad. Somos calidad. Somos competitividad. Somos seguridad alimentaria.
Somos capacidad de importación y exportación. Y estamos en Barcelona.
Somos Mercabarna, el hub alimentario más potente del Mediterráneo.

mercabarna

www.mercabarna.es | 93 556 30 00 | mb@mercabarna.cat



DATOS BÁSICOS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2019

PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA EN 2018

PRODUCCIONES

El valor de la Producción de la Rama Agraria (PRA) española en 2018 ascendió a 53.391,7 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 5,5% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Si de la Producción de la Rama Agraria se deduce el valor de los "inputs" o consumos intermedios, que en 2018 supusieron 23.204,7 millones de euros (un 6,3% más que en 2017), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos (VAB), que resultó ser de 30.187 millones de euros, un 4,9% más que en 2017.

Los consumos intermedios corresponden a las compras que realizan agricultores de medios de producción fungibles. Entre ellos destacan: semillas y plantones, energía eléctrica, combustibles, carburantes, lubricantes, fertilizantes, fitosanitarios, zoosanitarios, piensos, gastos de mantenimiento de la maquinaria y los aperos, así como la conservación de los edificios utilizados en las explotaciones agrarias.

También se incluyen los servicios agrarios y de otra índole necesarios para el funcionamiento y gestión de las explotaciones.

Por su lado, se considera el Valor Añadido como "bruto" porque la maquinaria agrícola y las instalaciones agrarias se deterioran con el uso y hay que reponerlas dentro de un plazo variable, debiéndose por ello prever -en este Valor Añadido- una partida para amortizaciones, tras deducir la cual se obtiene el Valor Añadido Neto a precios básicos (VANpb). Durante 2016, dichas amortizaciones se estimaron en 5.323 millones de euros, una cifra superior a la de un año antes.

Las explotaciones agrarias también perciben otras subvenciones, no ligadas a unos productos concretos, tales como las relativas al Desarrollo Rural (jóvenes agricultores, formación, jubilación anticipada, zonas desfavorecidas, medidas agroambientales, desarrollo de zonas rurales, etc.).

Si al VANpb se le añaden estas subvenciones (5.769,7 millones de euros en 2018) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 416,8 millones de euros en el año 2018) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), cuyo



valor en el año 2018 fue 30.217 millones de euros (a precios corrientes), lo que supuso un aumento del 4,3% respecto a la Renta Agraria de 2017

Por su lado, en 2018 se produjo un descenso del 0,8% en el volumen de trabajo de la agricultura expresado en UTAs (Unidades de Trabajo Año), de acuerdo con los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), por lo que la Renta Agraria en términos corrientes por UTA aumentó el 5,2%.

EMPLEO

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), al acabar 2018 estaban activos dentro del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) un total de 998.700 personas, un 2% menos de los que había al acabar el último trimestre del año anterior.

Por su lado, al acabar el año el número de ocupados en el sector agrario era de 825.500 personas, casi 5.000 más que un año antes. Asimismo, en diciembre de 2018 había registradas un total de 173.200 personas como parados dentro del sector agrario, pesquero y silvícola.



El transporte de alimentación en las mejores condiciones

FRIO PAQ

i2GOURMET

Servicios especializados en alimentación

RED PROPIA DE DISTRIBUCIÓN
En España, Portugal y Andorra

TRANSPORTE A EUROPA DE PALETS
A temperatura controlada

E-COMMERCE
Los alimentos de la web a su destino:
la entrega domiciliaria en frío

ALMACENES CON REGISTRO SANITARIO
Trazabilidad - Control de la temperatura

DISTRIBUCIÓN CAPILAR ECO
Sostenible medioambientalmente

DESCARGA LA APP

Smart RECEPTION

DISPONIBLE EN

Sostenible

integra2

Logista

integra2@integra2.es • www.integra2.es

¡SÍGUENOS EN INSTAGRAM!
@rutaintegra2

ISO 9001 GDP BUREAU VERITAS Certification

ISO 14001 BUREAU VERITAS Certification

Huella de Carbono BUREAU VERITAS Certification

OHSAS 18001

AEO

IFS Logistics

Por su lado, en la industria de la alimentación y bebidas el número de activos al acabar 2018 (datos de la EPA del cuarto trimestre) ascendía a 483.400 personas, un 16% menos que en el mismo período el año anterior.

SECTORES

CEREALES

La producción de cereal aumentó en 2018 un 43%, mientras que los precios subieron en general un 1,3%, según los datos del Ministerio de Agricultura. Por todo ello, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria nacional aumentó un 44%, hasta situarse en 4.271,2 millones de euros en términos corrientes.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó por encima de los 24,24 millones de toneladas, un 46% más que en el año precedente. Este incremento importante de la producción de cereal estuvo motivado principalmente por la muy positiva evolución que tuvieron las cosechas de cebada y trigo, así como también la de centeno.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2018 se situó en 290 millones de toneladas, un 6% menos que en la campaña anterior.

En la Unión Europea, la mayor cosecha fue la de trigo blando con 128,7 millones de toneladas (13 millones menos que en 2017), seguida de la de maíz con 69 millones de toneladas (superior a la del año precedente) y la de cebada con 56,1 millones de toneladas, algo menos que en la campaña anterior.

LEGUMINOSAS

En la campaña de comercialización 2018, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 401.400 hectáreas, un 9% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

Estos datos del Ministerio de Agricultura incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Sin embargo, pese a esta reducción de las siembras la producción de todos estos cultivos fue superior a la del año pasado, pues se produjeron 577.200 toneladas en total, un 41% más (en 2017 la cosecha total fue un 27% inferior).

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2018

PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	8.041
CEBADA	8.994
MAÍZ GRANO	3.799
ARROZ (CÁSCARA)	844
GARBANZOS	75,9
GUISANTES SECOS	263
GIRASOL	924,2
REMOLACHA AZUCARERA	2.870,5
SANDÍAS	1.077
MELONES	683,4
FRESAS/FRESONES	345,3
MANZANAS DE MESA	515,6
PERAS	336,5
ALBARICOQUES	183,9
MELOCOTONES	941
PLÁTANOS	387,5
UVAS DE MESA	272,8
NARANJAS	3.812 (campaña 18/19)
MANDARINAS	2.385 (campaña 18/19)
LIMONES	1.127 (campaña 18/19)
ALMENDRAS CÁSCARA	367,5
PATATAS	2.003
TOMATES FRESCO	4.720
JUDÍAS VERDES	147,5
PIMIENTOS	1.292,8
ALCACHOFAS	214
BRÓCOLI	571
COLIFLORES	185,4
AJOS SECOS	263,5
CEBOLLAS	1.315
CALABACÍN	585,2
PEPINOS	690,6
LECHUGAS	944,6
ZANAHORIAS	374,1
ACEITE DE OLIVA	1.786 (campaña 18/19)
ACEITUNAS ADEREZO	587,4(campaña 18/19)
VINO Y MOSTO	49,2 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	666,6
CARNE DE OVINO	118,6
CARNE DE CAPRINO	10,9
CARNE DE PORCINO	4.521,6
CARNE DE AVES	1.624,5
CARNE DE CONEJO	53
LECHE DE VACA	7.118
LECHE DE OVEJA	514
LECHE DE CABRA	481
HUEVOS DE GALLINA	847

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Por volumen, la producción principal fueron los guisantes secos y la región con mayor producción en general fue un año más Castilla-La Mancha, seguida de Castilla y León.

FRUTAS Y HORTALIZAS

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en la venta al exterior de estas producciones.

El valor de la producción española de frutas, hortalizas y patata ascendió en 2018 a 17.723 millones de euros (no incluye la uva y la aceituna). La cifra supuso un incremento del 1% respecto a la campaña anterior, en la que se registró un notable aumento del valor generado por estas producciones.

Estas producciones agrícolas en conjunto (frutas y hortalizas) representaban en 2018 el 33% de la Producción Final Agraria en España y el 55% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al de 2017.

De todos los subsectores que componen este gran subgrupo, el que más aportó al conjunto en 2018 fue el de las hortalizas, con 9.831,4 millones de euros (en 2017 su aportación se elevó a 9.838 millones de euros).

El segundo fue el de las frutas con 7.232 millones de euros, casi 1.500 millones de euros más que en el año precedente (no están incluidos ni las aceitunas ni las uvas) y el tercero el de las patatas, con 659,7 millones de euros, frente a los 452 millones de euros del año 2017.

PATATAS

La producción de patata en 2018 aportó cerca del 1,2% de la Producción Final Agraria nacional y el 2% de la Producción Vegetal Final, según datos del Ministerio de Agricultura. Al igual que en el año anterior, este cultivo registró en 2018 un descenso importante en el volumen de producción. Según los datos oficiales a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata en 2018 descendió en volumen un 10,2%, al tiempo que los precios bajaron de media un 62,5%, la mayor bajada de precios de todas las producciones agrarias y con mucha diferencia, que se vino a sumar al descenso del año precedente.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 659,7 millones de euros a precios corrientes, frente a los 452 millones de 2017.

A nivel de cultivo, la superficie se redujo, al contrario que en 2017. Se sembraron 67.200 hectáreas en todo el territorio nacional, 3.200 hectáreas menos que un año antes.

En cuanto a la producción, ésta se situó en 2 millones de toneladas, un volumen superior en 11% al del año precedente.

REMOLACHA AZUCARERA

En la campaña 2017/18, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 3,29 millones de toneladas, un volumen superior en un 9% al producido en campaña anterior, en la que por el contrario se redujo la producción.

Por su parte, en la campaña 2018/19, la producción de remolacha fue por el contrario inferior a la precedente: 2,87 millones de toneladas.

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte de España y se recoge en los meses de otoño e invierno. Sin embrago, también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en el sur del país.

Por regiones, de la producción total de remolacha en la campaña 2018/19 correspondieron a Castilla y León el 66%, a Andalucía el 24%, a La Rioja 4% y a País Vasco el 4%.

En la Unión Europea, la producción de azúcar en la campaña 2017/19 subió hasta 21,3 millones de toneladas, pero en la campaña siguiente bajó a 17,6 millones de toneladas.



OLEAGINOSAS

Al igual que en el año precedente, la producción española de semillas oleaginosas continuó creciendo en el año 2018. Así, entre girasol, colza y soja se superaron los 1,12 millones de toneladas, un volumen superior en un 9% al cosechado un año antes.

Este incremento fue posible gracias principalmente a la evolución de la cosecha de girasol, que es con mucha diferencia el cultivo oleaginoso más importante en España. Así, en 2018 la cosecha de girasol llegó hasta 924.000 toneladas, un 4% más que en 2017. Por su lado, la colza registró un incremento del 38% después de que el cultivo retrocediera en similar porcentaje un año antes. Al final, se recogieron 196.000 toneladas. La producción nacional de soja, que es muy minoritaria, fue en 2018 la única que retrocedió.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros, la producción de cultivos oleaginosos durante el año 2018 alcanzó un valor de 32,8 millones de toneladas un 7% menos que en 2017. ○

VINO Y MOSTO

En el año 2018 el sector del vino y del mosto representó el 6,13% del valor de la Producción Vegetal final y el 3,72% de la producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy superiores a los del año precedente.

Al contrario que en 2017, el volumen de vino y mosto producido en España aumentó espectacularmente en el año 2018. Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a efectos de calcular la renta agraria nacional la producción de vino se incrementó en volumen un 138,4% respecto a la cifra del año 2017. Asimismo, en ese año los precios bajaron un 28%, rompiendo la tendencia a la subida que se mantenía desde hacía varias campañas.

El resultado final de estos datos es que el sector generó en 2018 un valor de 1.987,9 millones de euros a precios básicos, un 27,3% más que en el año anterior.

En la vendimia de 2018 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 6,4 millones de toneladas de uva (2 millones más que un año antes), de las cuales 3,6 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas.

La región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (3,7 millones de toneladas en 2018), seguida muy de lejos por Extremadura (497.100 toneladas) y Cataluña (435.298 toneladas).



Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2018 se situó en 49,2 millones de hectolitros, un volumen superior en un 141% al de la campaña precedente. ○

ACEITE DE OLIVA

La superficie dedicada al olivar en España al acabar el año 2018 ascendía a 2.697.445 hectáreas, cifra ligeramente superior a la del año anterior. En España, el valor del aceite obtenido del olivar representó en 2018 el 4,18% de la Producción Agraria final y el 6,89% de la Producción Vegetal, porcentajes inferiores a los del año precedente.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la producción de aceite de oliva 2018, estimada a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy negativa al contrario de lo que sucedió los dos años anteriores (estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la campaña 2018/2019, sino con la anterior 2017/2018).

Así, en cantidad la producción de aceite de oliva a efectos de calcular la renta agraria se redujo un 7,4%, mientras que los precios bajaron de media un 23,7% (en los dos años anteriores habían subido).

Según el Ministerio de Agricultura, el valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente y se situó en 2.234,3 millones de euros, muy por debajo del valor del año 2017 (3.163 millones de euros en valores corrientes a precios básicos).

La producción nacional de aceite en la campaña 2017/2018 alcanzó un volumen cercano a 1,24 millones de toneladas, un 3% menos que en la campaña 2016/2017, cuando se superaron los 1,28 millones de toneladas de aceite. La



LA ACREDITACIÓN DE ENAC, CLAVE PARA **EVITAR RIESGOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO** EN EL SECTOR ALIMENTARIO

La industria alimentaria se enfrenta en la actualidad a desafíos como la creciente globalización, numerosas y diferentes regulaciones de los distintos países y una gran competencia, por lo que la gestión de la cadena de suministro se ha convertido en una parte integral de la mayoría de las empresas, esencial tanto para su éxito en el mercado como para la seguridad y la satisfacción de sus clientes. Esta gestión supone un impacto económico importante para la industria que, según The Chartered Institute of Procurement and Supply, puede alcanzar el 70% del gasto de las empresas.

Por ello, para cualquier empresa es vital contar con **suministradores fiables** así como tener la seguridad de que **los suministros** que recibe **cumplen** las especificaciones y requisitos que la propia empresa o la reglamentación haya establecido. Todo ello cobra una relevancia especial ya que puede permitir a las empresas reforzar su credibilidad en el mercado, reducir costes o evitar daños a terceros.

Pero, para ello, la empresa deberá evaluar y controlar de una u otra forma al proveedor o al suministro, ya sea con sus propios medios o mediante el uso de empresas externas de evaluación y control, y que principalmente son laboratorios, entidades de certificación y entidades de inspección.

Ahora bien, al contratar estos servicios, las empresas deben ser conscientes de que, pese a que una organización se presente al mercado como "evaluador", "laboratorio", "entidad de inspección" o "entidad de certificación", esto no implica que en su estructura y actuación siga pautas internacionalmente admitidas ni que disponga de la independencia, los medios y el personal con la competencia necesaria para ofrecer el servicio de evaluación riguroso que el mercado requiere.

Fiabilidad en la toma de decisiones, seguridad en productos y servicios, eficiencia operativa o control continuo de proveedores son algunas de las garantías que ofrecen las más de 500 entidades acreditadas por ENAC en el sector alimentario.

La acreditación, una garantía

Cada vez más compañías contratan estos servicios a entidades acreditadas por ENAC o bien acreditan sus propios servicios de evaluación, dado que contar con servicios acreditados supone una garantía en cada paso de la cadena de suministro por diferentes razones. En primer lugar, aportará a la empresa más fiabilidad en la toma de decisiones de compra, ya que la evaluación acreditada ofrece una **mayor seguridad** respecto a los resultados de las inspecciones, auditorías o evaluaciones que se hacen sobre las características críticas de materias primas, productos y servicios que conforman la cadena de suministro. Por tanto, al tomar decisiones sobre la base de pruebas realizadas por evaluadores acreditados, la empresa **reduce los niveles de riesgo** de producir o proveer un producto defectuoso. Además, aumenta la **seguridad jurídica** de la empresa en caso de acción legal, ya que le permitirá demostrar la diligencia debida al ser la acreditación la herramienta establecida internacionalmente para demostrar la competencia en este tipo de servicios.

Además, al optar por servicios acreditados por ENAC las empresas estarán haciendo uso de evaluadores que cuentan con el **reconocimiento** en los organismos de acreditación de **más de 100 países**, lo que facilita la aceptación de los productos y servicios españoles a través de las fronteras.

Esquemas internacionales que son utilizados por grandes empresas de distribución (Carrefour, Mercadona, Aldi, Lidl, Dia, Tesco...) de diferentes países exigen que ciertos productos estén certificados por empresas de certificación acreditadas.

Estas garantías son exigidas, por ejemplo, por esquemas internacionales como BRC Global Standars, IFS, GLOBALG.A.P., que son utilizados por grandes empresas de distribución de diferentes países (supermercados como Carrefour, Mercadona, Aldi, Lidl, Dia, Tesco...), que incluyen el requisito de que ciertos productos estén certificados por entidades acreditadas.

Por todo ello, el uso de evaluadores acreditados aportará a las empresas la seguridad necesaria en los procesos de compra y contratación, tal y como recoge ENAC en su documento "Los servicios acreditados, garantía en la cadena de suministro" publicado en 2019 y que puede consultarse para ampliar información en su web: **www.enac.es**

ENAC
Entidad Nacional de Acreditación

causa de esta caída de la producción fue la sequía que afectó seriamente al cultivo del olivar.
Sin embargo, la producción nacional de aceite en la campaña 2018/2019 se recuperó y alcanzó un volumen de 1,786 millones de toneladas. La producción de esta campaña es superior en un 41% a la de la pasada y en un 49% a la media de las cuatro últimas campañas.
La producción de aceite en la Unión Europea en la campaña 2017/2018 ascendió a algo más de 2,18 millones de toneladas, un 24% más que en la campaña anterior, cuando se produjo un notable retroceso de la producción, según los datos de la Comisión Europea. En la campaña 2018/2019, la UE produjo 2,26 millones de toneladas de aceite de oliva, un 4,5% más que en la campaña precedente. ○

La producción nacional de aceite en la campaña 2018/2019 se recuperó y alcanzó un volumen de 1,786 millones de toneladas. La producción de esta campaña es superior en un 41% a la de la pasada y en un 49% a la media de las cuatro últimas campañas

ACEITUNA DE MESA

En la campaña 2017/2018 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 562.200 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 5,7% inferior al de la anterior campaña.
Las producciones situadas en Andalucía alcanzaron un total de 443.300 toneladas, lo que supone el 79% de la producción nacional. Extremadura por su lado produjo casi el 20% de la cosecha.
Por su parte, la campaña 2018/2019 de aceituna de mesa comenzó el 1 de septiembre de 2018 con unas existencias de 392.250 toneladas, un volumen superior en un 7% al de la campaña anterior, en la que también aumentaron las existencias en el mismo porcentaje.
La producción de aceituna de mesa de la campaña 2018/2019 (datos a junio de 2019) fue de 587.700 toneladas lo que supuso un incremento del 4% respecto a la campaña 2017/2018. ○

PORCINO

La producción de carne de porcino supuso en 2018 el 38,6% de la Producción Final Ganadera y el 13,9% de la Producción Final Agraria, según datos del Ministerio de Agricultura. Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino ascendió a 7.417,2 millones de euros, 65 millones de euros menos que en 2017.
A efectos de calcular la renta agraria, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 6% y que los precios bajaron un 6,5%, dos hechos que propiciaron una reducción del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 0,9%.
En la Unión Europea, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria disminuyó considerablemente en 2018. Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo alcanzó un valor de 33.550 millones de euros, un 8% menos que en el año anterior, cuando el valor de estas producciones creció en el mismo porcentaje). ○

VACUNO DE CARNE

En 2018 la producción de carne de vacuno en España aumentó por cuarto año consecutivo. Así, la producción ascendió a 666.632 toneladas, 25.000 toneladas más que en el año anterior.
El sector de vacuno de carne español representaba en 2018 el 17,6% de la Producción Final Ganadera y el 6,3% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos similares a los del año pasado.
A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó un 3%, confirmando la tendencia al crecimiento que se inició en 2015. Asimismo, los precios se mantuvieron estables, con lo que el valor genera-

do por este subsector creció también hasta llegar a 3.363,2 millones de euros, expresados en valores corrientes (en 2017 la cifra fue 3.263,9 millones de euros).

La balanza comercial en el sector del vacuno es tradicionalmente negativa. En 2018, el valor de las importaciones (carne fresca, congelada y el resto de los productos derivados) se elevó a 233.185 toneladas, un 1,9% más que en el año anterior, por un valor superior al millón de euros (un 2% más). El grueso de las importaciones procedió de los países de la UE. Por su lado, las exportaciones ascendieron a 319.376 toneladas, un 6,6% más, por un importe de 1,05 millones de euros, un 10% más.

OVINO Y CAPRINO DE CARNE

A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino creció en volumen un 3,5%, mientras que sus precios bajaron un 0,6%. Con todo ello, el valor generado por este subsector creció un 2,9% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2018 el 2,36% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,55% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos similares a los que representó en el año 2017 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.258 millones de euros, 35 millones de euros más que en el año 2017, en el que también aumentó el valor generado por este subsector.

La cabaña total de ovino volvió a descender en 2018 (un 0,6%) hasta las 16,7 millones de cabezas, de las que el 57% eran animales destinados a la producción de carne. Respecto al subsector caprino, el censo continuó bajando en 2018 hasta superar los 2,92 millones de cabezas en total, de las cuales 1,8 millones estaban destinados a la producción de carne y el resto a la de leche.

Por su lado, la producción de carne de cordero rondó las 118.600 toneladas, un volumen muy superior al del año



Inteligencia de serie

Carretillas siempre conectadas

Carretillas inteligentes
con Telemática Integrada de Toyota

Todas las carretillas de Toyota poseen de serie hardware telemático. Gracias a esto, los datos de sus carretillas estarán siempre disponibles en I_Site, nuestra aplicación para el análisis y monitorización eficiente de la actividad en su almacén. Con ella tendrá un control total sobre su flota de carretillas y mejorará en sus operaciones. Por ejemplo, en seguridad o productividad, eliminando así todo el trabajo y gasto innecesario en sus procesos.

Conozca más acerca de nuestras carretillas inteligentes en
www.toyota-forklifts.es

TOYOTA
MATERIAL HANDLING

2017. En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente se registró un aumento y quedó en 10.900 toneladas.
En la UE, el valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea durante 2018, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a cera de 5.491 millones de euros, un 1,2% más que en el año anterior.
Este subsector representó el 3,4% de la Producción Ganadera final y también el 1,5% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos ligeramente superiores a los del año 2017 y que rompen la tendencia a la pérdida de peso del subsector en la economía ganadera comunitaria. ○

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2018 el 4,4% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,2% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, porcentajes muy por debajo de los del año 2017.
Al igual que sucedió un año antes, la cantidad de carne producida en 2018 aumentó (5,5%), al tiempo que los precios subieron (un 1,7%). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2018 se incrementó un 2,9% y se situó en 2.348 millones de euros, según el MAPA.
La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,62 millones de toneladas, un 6,2% más que en 2017. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,25 millones de toneladas, por debajo del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo.
Con respecto al comercio exterior, en 2018 se importaron 233.972 toneladas en total (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un retroceso del 6% respecto al año precedente. Por su parte, se exportaron 267.819 toneladas, un 13% más.
La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea.
En la UE, el valor generado por la producción de carne de aves se elevó de manera considerable respecto al año precedente, hasta alcanzar 20.705 millones de euros. El sector aportó en 2018 el 13% de la Producción Ganadera final, así como también el 5,6% de la Producción Agraria final.
En la Unión Europea, la producción de aves (pollo, pavo, perdiz, etc.) en 2018 se elevó a 15,6 millones de toneladas. ○

CARNE DE CONEJO

La producción de carne de conejo en el año 2018 se redujo en cantidad un 7%, mientras los precios de esas carnes subieron un 5,6%, de acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura.
Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó el 0,3% y con relación a la Producción Animal, el 1% (en ambos casos muy por debajo de las cifras del año 2017).
El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 182,4 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), muy por debajo de los 185,7 millones del año 2017.
La producción de carne producida en España fue 53.022 toneladas (un 6,6% por debajo de los datos del año precedente). La región con mayor producción resultó ser Cataluña (25% total), seguida muy de cerca por Galicia (22%) y Castilla y León (22%).
El balance comercial del sector de la carne siguió teniendo un saldo positivo en 2018 pues las exportaciones superaron a las importaciones. Así, en 2018 se importaron 1.512 toneladas de carne (1.646 un año antes), mientras que también se exportaron 5.373 toneladas de carne, un 20% más. ○

CARNE DE EQUINO

La producción española de carne de equino en 2018 se redujo en cantidad un 9,4%, mientras que los precios bajaron un 3%. Igualmente, el valor generado por este subsector se redujo con respecto a un año antes un 12,2%, hasta los 71,2 millones de euros (valores a precios básicos), según datos del Ministerio de Agricultura.
Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2018 el 0,13% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,37%.
Cada año, la aportación de este subsector a la Producción Final Agraria es menor, al contrario que en la Unión Europea.
La producción de carne se situó en cerca de 10.073 toneladas, 1.000 toneladas menos que la producción del año precedente.
En cuanto al comercio exterior, en 2018 se importaron 392 toneladas de carne y despojos de animales de la especia caballar (un 31% menos que en el año anterior) y se exportaron 7.812 toneladas (800 más), según los datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. ○

HUEVOS

La producción de huevos en España representó en 2018 el 6,5% de la Producción Final Ganadera y el 2,3% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

En el año 2018, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.253,4 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra superior en un 8% a la del año anterior (en 2017 se produjo un notable incremento).

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos aumentó en cantidad un 7% en 2018, mientras que los precios crecieron un 1,8%. En el año anterior también subió la producción y los precios, aunque en porcentajes mucho mayores.

En los últimos años se ha ido incrementando el número de granjas dedicadas a la producción de huevos en España.

Las importaciones totales (a países de la UE y extracomunitarias) sumaron 92.619 toneladas (equivalente a huevo cáscara), lo que supuso un aumento general del 86%. De esta cifra total, 92.153 toneladas correspondieron a las compras desde países de la UE, que casi duplicaron la cifra del año precedente.



LECHE

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2018 supuso el 15,9% de la Producción Final Ganadera y el 5,73% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.059 millones de euros a precios básicos, 88 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector también creció.

En conjunto, a efectos de calcular la renta agraria anual la producción de leche aumentó en volumen un 1,2% respecto al año 2017, encadenando así cuatro años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios de la misma subieron un 1,8% (también subieron en 2017), con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 2,9% al generado un año antes.

Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el 13% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra.

Por su parte, la producción láctea en la UE supuso en 2018 el 14,6% de la Producción Final Agraria y del 33,2% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ligeramente menores que en el año precedente.

Es el subsector ganadero que más aporta a la Producción Agraria Final, con un valor estimado en 2018 de 53.090 millones de euros, según datos de la Comisión Europea calculados a efectos de sumar la renta agraria anual.

En España, la balanza comercial del sector lácteo es claramente deficitaria, pero en los últimos años exportaciones e importaciones se van acercando.

De acuerdo con los datos del Departamento de Aduanas, el valor de las exportaciones de leche y productos lácteos (quesos y yogures incluidos) en el 2018 se elevó a 1.117,2 millones de euros, un 3% menos que en 2017. Por su lado, el valor de las importaciones fue de 1.703,4 millones de euros, un 1% más que en el año anterior.

COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO

Las ventas exteriores de productos agroalimentarios representan casi el 17% de todas las exportaciones españolas. Frente al fuerte crecimiento experimentado en la última década, en 2018 las exportaciones totales de productos agrarios y de los producidos por la industria alimentaria sólo crecieron por debajo del 1%.

En los primeros años de la década de 2010, el crecimiento anual estaba por encima del 10%, pero a medida que fueron pasando los años ese crecimiento fue bajando hasta llegar al 6,8% en 2017.

En 2018, el valor de las exportaciones agroalimentarias españolas registró solo un crecimiento del 0,6%, al alcanzar los 50.349 millones de euros. De esta cifra, 41.708 millones de euros fue el valor de las exportaciones de productos agrarios, 4.410 millones de euros de las ventas de productos no alimentarios y 4.231 de productos pesqueros.

Con relación al año precedente, en el capítulo de productos agrarios se produjo un incremento mínimo (0,1%), mientras que en el grupo de productos no alimentarios el aumento fue del 3,7% y en el de los pesqueros, del 3,8%.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2018 también aumentó ligeramente (1%) hasta situarse en 38.364 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura.

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 11.984 millones de euros, un 0,6% menos que en el año 2017.

España se situó de nuevo entre cuatro países que lideran las exportaciones agroalimentarias en la Unión Europea, con una cuota de mercado que ronda el 10%.

Asimismo, en el marco del comercio exterior de España, el sector agroalimentario representó en 2018 el 17,7% del total, un porcentaje ligeramente inferior al del año 2017.

Cono son los grandes subgrupos dentro de la exportación agroalimentaria nacional: las carnes, las hortalizas, las frutas, el aceite y el vino.

Como todos los años, el subgrupo que alcanzó un mayor valor dentro de las exportaciones españolas fue el de las frutas, con 8.448 millones de euros y un crecimiento del 0,7% con respecto al año precedente (el crecimiento en 2017 fue similar). La moderada subida del valor de estas exportaciones se debió a que los precios medios bajaron en general.



El segundo grupo por su importancia económica dentro de las exportaciones fue el de las hortalizas, aunque hay años que se pasa a ser el primero. En 2018, las ventas al exterior de estas producciones totalizaron un valor de 6.070 millones de euros, con un crecimiento del 0,1%.

Las carnes y sus derivados, con un valor de exportación de 5.589 millones de euros, fueron el tercer grupo en importancia y registraron en 2018 una caída del 0,3% con relación al año precedente.

Ya a mucha distancia con respecto a estos tres grandes grupos se encontró el de los aceites y grasas, entres los que sobresale el aceite de oliva. El valor alcanzado por las exportaciones nacionales de aceite también sufrió en 2018 un importante retroceso (12,4%), que contrastó con el importante incremento de las ventas (el mayor de todos los subgrupos) registrado un año antes. Con esta caída del valor de las exportaciones, el grupo de los aceites sumó un monto de 4.338 millones de euros.

Finalmente, el último gran sector exportador dentro de los productos agroalimentarios fue el de las bebidas, con el vino a la cabeza. En 2018, el valor generado por las exportaciones de este subgrupo fue de 4.430 millones de euros, un 6,3% más que en el año precedente.

Los productos que alcanzan un mayor valor dentro de las exportaciones agroalimentarias son, por orden, la carne de cerdo, los cítricos, el aceite de oliva, el vino y los tomates.









EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	2017	2018	2017	2018
ACEITE DE OLIVA	3674	3027,4	943	897
AGUA	275,1	332	477	587,3
AGUACATES	304	292,9	107	107,6
AJOS	315	234,8	165,8	151,7
ALBARICOQUE	108,8	143	88,9	108,9
ALMENDRA (cáscara y grano)	526,3	567,3	81,5	96,2
ANIMALES VIVOS BOVINO	265	339,5	102,6	129,4
ANIMALES VIVOS PORCINO	188,1	143,8	140,8	123
ARROZ	157,9	166,2	277,6	284,4
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	483,9	485	180,4	186,1
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	80,5	64,7	132,9	126,7
CALABACINES	313,3	311,2	319,8	361,9
CARNE DE OVINO-CAPRINO	156,1	180,1	37,5	41,9
CARNE DE PORCINO TOTAL	3512	3414	1516,3	1641,7
CARNE DE VACUNO TOTAL	643,4	661,6	172,2	161,4
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	312,2	349,8	212,3	240,8
CEBOLLAS	115,6	147,5	336,8	353
CERVEZA DE MALTA	182,5	208,3	265,5	296,7
CIRUELAS	99,4	86,5	98,6	71,5
CITRICOS	869,30	881,80	668,10	646,20
COLES Y BRÓCOLIS	479,6	470.8	446,9	485,7
CONSERVAS DE ACEITUNAS	969	937	696,8	683,4
CONSERVAS DE PESCADO	747	739,5	146,3	174
FRESAS Y FRESONES	587,4	587	304	278
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	185,8	194	132,6	159
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	147,4	120,8	68,7	54,7
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	232	228	190	208
LECHUGAS Y ACHICORIAS	662,8	690,4	761,9	795,2
LIMONES	738	704,7	688,8	599,6
MANDARINAS	1.251,10	1.238,40	1.356	1.368,70
MANZANAS	84,8	88	123,1	112
MELOCOTONES	376,1	381,8	453,5	382,3
MELONES	287,1	305,6	441,3	405,3
MOLUSCOS	838,50	914,30	215,60	220,00
NARANJAS	1.129,30	1.097,10	1.603,70	1.527,70
NECTARINA	418,5	408,1	468,4	353,4
PATATA	93,6	129	294,7	280,8
PEPINOS Y PEPINILLOS	566,2	595	626,7	648,5
PERAS	93,8	74,2	119,6	93,7
PESCADO CONGELADO	804,6	791,4	451	453
PIMIENTA	157,9	159,4	60	64,5
PIMIENTOS	953,9	977,2	686,6	745,9
PLÁTANOS Y BANANAS	66,2	66,2	98,9	104,3
PRODUCTOS DE PANADERÍA	906,1	954,1	454	471

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	2017	2018	2017	2018
QUESOS Y REQUESÓN	459,5	468,1	99,2	100
SANDÍAS	323,3	428,6	738,6	861,9
TOMATES FRESCOS	1.003,10	927,2	809,6	812,5
TRIGO	67,4	82,3	262	332,4
UVAS FRESCAS	284,8	337	143,6	170,6
VERMUT Y SIMILARES	75,4	81,7	73,7	64,4
VINO	2898	2957,9	2381	2057,5
YOGURES	98,2	99,2	83,7	83

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo



En 2018, las exportaciones de carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) vendida al exterior ascendió a 2,65 millones de toneladas, un 3% más que en el año anterior.

Los cítricos superaron en valor los 3 millones de euros, pero la cifra resultó inferior finalmente a la del año precedente. En volumen, las exportaciones de estas frutas alcanzaron los 3,4 millones de toneladas, un 0,17% menos.

En cuanto al aceite, las exportaciones del año natural (no de la campaña de comercialización) superaron las 897.000 toneladas (un 5% menos), por un valor de 3.027 millones de euros, un 18% menos.

Asimismo, la exportación de vino aumentó hasta alcanzar un valor de casi 2.960 millones de euros, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

Finalmente, dentro de las hortalizas el tomate lidera las exportaciones nacionales y en 2018 alcanzó un valor de 927 millones de euros, un 7,5% menos que en el año precedente.

Tradicionalmente, el subsector que más contribuye al crecimiento de las exportaciones es el de los productos transformados, que suponen casi el 60% del total exportado.

La primera comunidad autónoma exportadora de productos agroalimentarios es Andalucía, que en 2018 superó en valor los 10,8 millones de euros, el 22,7% del total. Por detrás de esta región se situaron Cataluña (con el 20,8% del total), Comunidad Valenciana (12,6%), Región de Murcia (10,5%), Galicia (6,5%), Castilla-La Mancha (5,4%), Castilla y León (4,5%), Aragón (3,6%), Madrid (3,4%) Navarra (2,6%), País Vasco (2,1%), La Rioja (1,3%), Cantabria (0,7%), Canarias (0,5%), Asturias (0,5%) e Islas Baleares (0,2%).

Dentro de las hortalizas el tomate lidera las exportaciones nacionales y en 2018 alcanzó un valor de 927 millones de euros, un 7,5% menos que en el año precedente



DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España en 2018 volvió a ser la UE, si bien en los últimos años se ha observado un aumento paulatino de las exportaciones a países terceros.

Las ventas de productos agroalimentarios a la UE representaron en 2018 el 73% del total vendido, el mismo porcentaje que en el año precedente. El valor de las ventas agroalimentarias a la UE se elevó a 36.901 millones de euro, con un crecimiento del 0,2% con relación al valor de las exportaciones del año 2017.

Por países, los seis principales destinos de las exportaciones agroalimentarias españolas fuero en 2018 Francia (con un valor de 8.246 millones de euros, un 2,8% más que en 2017), Alemania (con 5.772 millones de euros, un 2,6% más) e Italia (con 5.143 millones de euros, un 8,9% menos). También ocuparon los primeros puestos en el ranking mundial de exportaciones agroalimentarias Portugal, Reino Unido y Países Bajos, que en 2018 registraron un nuevo incremento en el valor de sus compras a España.

En cuanto a los países terceros, los principales socios comerciales resultaron ser Estados Unidos, China y Japón. El primero importó alimentos por un valor superior a los 2.032 millones de euros (un 1,6% más); el segundo por 1.303 millones de euros (un 13% menos) y el tercero por 935 millones de euros (un 3,7% más). Otros países que también compraron alimentos a España de forma relevante fueron Suiza y Marruecos.

En los últimos años se han diversificado mucho las exportaciones agroalimentarias, especialmente en Asia. A este respecto, las exportaciones a tres países asiáticos (China, Japón y Corea del Sur), representan más del 20% de todas las ventas exteriores a países terceros.

Con respecto a las importaciones, en torno al 55% de las compras de agroalimentarias de España se realizan en la UE, aunque en los últimos años se ha producido un incremento de las importaciones desde países terceros.

COMERCIO AGROALIMENTARIO COMUNITARIO

La Unión Europea exportó en 2018 productos agroalimentarios por un valor de 137.549 millones de euros, un 0,4% menos que en el mismo período el año anterior (de diciembre 2017 a noviembre 2018) según datos de la Comisión Europea.



Por su lado, importó productos agroalimentarios por un valor de 118.228 millones de euros, un 2,3% menos también que en el año 2017.

Conforme a estos datos, la balanza comercial comunitaria en este sector tuvo un superávit de 19.5321 millones de euros.

Estados Unidos volvió a ser el primer destino de las exportaciones agroalimentarias españolas, alcanzando en este período (noviembre 2017 a diciembre 2018) un monto superior a los 22.110 millones de euros , un 1% menos que en el mismo período del año anterior.

Los siguientes destinos, por el valor económico que representan la ventas, fueron Suiza, Rusia, Arabia Saudí y Hong Kong.

En cuanto a los productos, en general el vino fue en valor el primer producto exportado. En 2018, las exportaciones comunitarias de vino se incrementaron un 3,4% (un año antes lo habían hecho un 12%) hasta superar los 12.255 millones de euros.

Por detrás del vino se situaron los licores y bebidas espirituosas, con un monto de 11.238 millones de euros, un 4,1% más que en el año precedente.

En 2018 , al igual que en el año anterior se produjo una importante de las exportaciones de cereal, trigo especialmente, y de oleaginosas (las ventas al exterior de soja cayeron casi un 70% en un año).

Con relación a las importaciones, en 2017 se produjo también un descenso, superior pal de las exportaciones. Los países a los que más alimentos compró la UE en 2018 fueron un año más Brasil (11.929 millones de euros, un 0,8% más), Estados Unidos (11.797 millones de euros, un 5,7% más) y China (5.628 millones de euros, un 4% más).

También fueron importantes por su valor las compras a Ucrania, Argentina, Suiza, Turquía e Indonesia.

En cuanto a los productos comprados, en 2018 el mayor valor fue el de las frutas tropicales (13.585 millones de euros, un 1,6% menos), seguido del café (incluidas las infusiones y el té) y de las tortas de aceite.









IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	2017	2018	2017	2018
ACEITE DE GIRASOL	573,74	368,62	781,7	520,5
ACEITE DE OLIVA	341,8	506,6	104,2	166,4
ALMENDRA (cáscara y grano)	518,6	501,3	109,4	108,3
ANIMALES VIVOS VACUNO	274,6	293,7	92,2	94,2
ARROZ	83,8	110,6	147,2	210
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA (sin cacao)	131,9	141,8	39,3	43
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	581	462	1184	1130
CACAO EN GRANO	266	192,7	123,6	99,8
CAFÉ	957,7	874	305,8	321,5
CALAMARES Y JIBIAS	1050	1091	273,8	282,8
CARNE DE AVES	358	323,5	181,8	168,9
CARNE DE PORCINO	232,3	181,6	121,8	112,5
CARNE DE VACUNO	685,5	671	124,2	124,3
CEBADA	208,7	77	1.341,0	427
CERVEZA DE MALTA	275	284,6	506,5	490,7
CHOCOLATE	559	563	148,7	156,7
CRUSTACEOS	1344	1266	194	187
GARBANZOS	55,7	51,4	41,7	52,6
HABAS DE SOJA	1210	1137	3.395,7	3.394,70
JUDÍAS VERDES	154,9	174,8	112,13	143,8
KIWIS	219,5	192,3	217,4	182,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	109,3	95,4	88,1	89,8
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	172,1	155,3	180,8	144,5
LENGUADO	40	39	4,3	4,8
LENTEJAS	64,9	33,8	74,7	46,8
MAÍZ	1312,5	1664,3	7.466,00	9497
MANZANAS	149,5	146,9	191,8	167
MERLUZA	177,7	168,9	47,9	45
MOLUSCOS	1806,8	1976,2	407	408
PATATA FRESCA	221,5	209,4	780,9	817,6
PIÑA	123,6	122,3	168,7	176,8
PLÁTANOS Y BANANAS	106,6	190,2	306,9	365,3
PULPOS CONGELADOS	509,1	647	55,6	55,9
QUESOS Y REQUESÓN	1031	1046,9	291,2	297,2
RON	151,9	139,4	40,8	38,5
SALMONES DEL ATLÁNTICO	233	241	36,6	36,8
SEMILLAS DE GIRASOL	208,9	205	461,9	369,3
TOMATES FRESCOS	118,9	123,5	189,9	157,2
TRIGO	1066	1127,8	6.185	5990
VINO	188,8	217	61,3	100,5
WHISKY	352,8	301,7	4,3	6,5
YOGURES	170,7	188,77	146,3	160,5

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Si eres un profesional de la alimentación

tu sitio es mercamadrid

+2.700.000 de Tm.

productos comercializados

Área de influencia:

500 km.

12 mill. consumidores

Diariamente acceden:

20.000 personas

15.000 vehículos

Superficie:

2.215.060 m²







mercamadrid

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Durante 2018, la industria de alimentación y bebidas se mantiene como primer sector industrial de España como ha venido sucediendo en los últimos años. De hecho, el sector ha ampliado su valor añadido bruto un 3,4% con respecto al ejercicio anterior hasta alcanzar los 30.847 millones de euros, conforme a la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) para el año 2018.

En 2018, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 116.890 millones de euros. Por quinto año consecutivo, el sector registra un crecimiento positivo en su producción real, acercándose a la barrera de los 120.000 millones de euros. La actividad de esta rama industrial supone el 3% PIB nacional y representa el 16% del conjunto de la industria española. El subsector más importante en la industria de alimentación y bebidas es la industria cárnica, que representa el 22,6%, seguido por la fabricación de bebidas (14,7%), aceites y grasas (8,8%), comidas para animales (10,9%) y productos lácteos (8,0%). Estos cinco sectores suponen casi dos terceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende a 78.574 millones de euros).

Respecto al año anterior, han aumentado su actividad ocho de los diez sectores integrantes de esta rama industrial. El incremento más notable se produce en molinería (4,1%) y otros productos (3,9%) mientras que se sólo se producen descensos en frutas y hortalizas (-2,4%) y aceites y grasas (-15,4%).



Por otra parte, en el ejercicio de 2018, se ha presentado una desaceleración de los niveles de precios de venta que responden a una demanda que paulatinamente se iba ralentizando –la excepción aparece en los precios de bebidas alcohólicas (3,5%) y los precios de alimentos sin elaboración (3,2%)-. Así pues, la bajada de precios que ha experimentado la industria de la alimentación durante el año 2018 (-1,4%) contrasta con la evolución del conjunto del sector industrial (1,6%). En el caso de la fabricación de bebidas, se ha producido una elevación en el índice de precios del 2,8%. Por su parte, el IPC de alimentos y bebidas no alcohólicas se

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA

	CÁRNICA	PESCADO	FRUTAS Y HORTALIZAS	ACEITES	LÁCTEOS	MOLINERÍA	PANADERÍA Y PASTAS	OTROS PRODUCTOS	ALIMENTACIÓN ANIMAL	BEBIDAS
NÚMERO DE EMPRESAS	3.882	659	1.500	1.727	1.769	439	11.788	3.180	804	5.594
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	26.822	6.020	9.856	10.473	9.511	3.475	8.678	13.408	12.866	17.365
INDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2015=100)	105,4	98,9	98,0	99,9	98,7	105,7	103,7	103,8	109,3	98,1
OCUPADOS	97.076	20.063	37.067	13.727	27.162	7.001	86.194	53.702	12.826	52.144
HORAS MEDIAS TRABAJADAS POR OCUPADO	1.661	1.729	1.709	1.621	1.621	1.661	1.389	1.623	1.671	1.595
GASTOS DE PERSONAL	2.608	510	917	428	910	244	1.836	1.687	469	1.985
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	27.585	26.078	25.042	32.019	34.411	35.851	21.869	31.409	37.518	38.065

FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2019).

ha incrementado un 1,3%, una subida prácticamente similar a la del conjunto de la economía (1,2%).

En 2018, la industria de alimentación y bebidas mejoró su dimensión constatando un significativo aumento del 8% en el número de empresas, el mejor registro obtenido en los últimos diez años. Así, la suma de 2.324 nuevas incorporaciones ha permitido consolidar un tejido empresarial que cuenta con un total de 31.324 empresas. Este importante avance en el número de operadores también se ha reflejado en el progreso de la dinamización del sector, que ha mejorado su estructura empresarial con respecto a 2017 al verse incrementado hasta en un 14% las grandes empresas (más de 500 asalariados). Desde la perspectiva sectorial, todas las empresas experimentan un comportamiento positivo destacando los subsectores de panadería y pastas (11,9%), leche y productos lácteos (7,8%) y otros productos (12,6%).

En 2018, la industria de alimentación y bebidas mejoró su capacidad empleadora al registrar un aumento del 3% en el número de afiliados a la Seguridad Social. Por quinto año consecutivo, el sector contribuye positivamente a la creación de empleo confirmando su carácter estratégico económico y social. Con carácter general, este sector supone el 21% del empleo de la industria manufacturera. De esta manera, alimentación y bebidas cuenta en 2018 con 426.300 afiliados, continuando la tendencia ascendente consolidada en los últimos años.

El crecimiento de afiliados con respecto al año anterior, sitúa al sector por encima de la media de la industria manufacturera (2,7%) y de la totalidad de la industria (2,6%). Cabe destacar el importante ascenso del empleo femenino, donde el porcentaje de empleadas en la industria de alimentos y bebidas asciende al 37,2% y 28,5%, respectivamente. Además, este colectivo amplía su visibilidad sobre todo en el área de innovación, donde cerca del 46% del empleo generado en I+D es ocupado por mujeres.

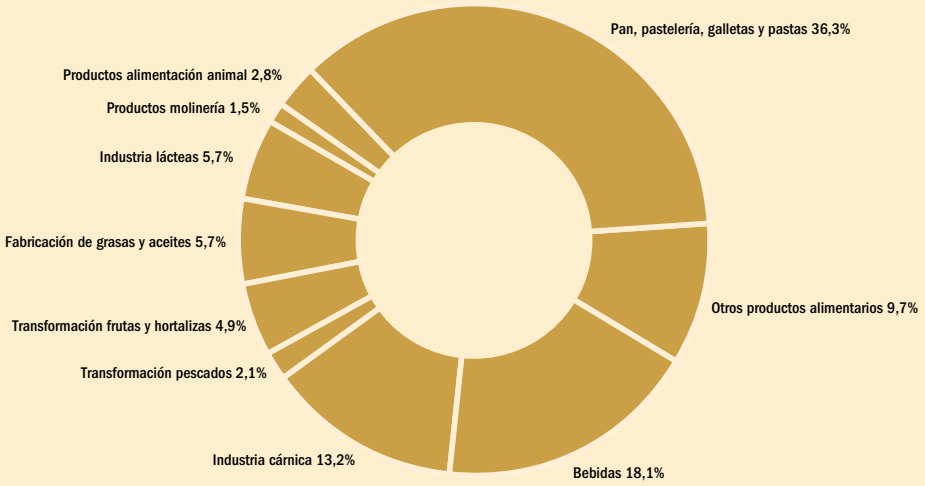
Durante los últimos años, los esfuerzos realizados por la industria para mejorar sus ratios de productividad también se han hecho visibles. El avance registrado durante 2018 ha contribuido de forma importante a reducir la brecha tanto con el conjunto de la economía como de la industria (concretamente, un aumento del 1,4% frente al 0,2% y el 1,0%, respectivamente) y, por tanto, se ha logrado superar los referentes del año 2009, generándose un valor por cada puesto de trabajo superior a 58.319 euros.

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea a 97.076 personas, lo que supone un 23,8% del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas alimenticias (86.194), representan el 44,9%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 52.144 empleos (12,8%). A continuación, la preparación y conservación de frutas y hortalizas con 37.607 empleos (9,2% de participación); además, los productos lácteos también superan el 6,5% del empleo en el sector de la alimentación.

La calidad, la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación, tanto a procesos como a productos, son las claves del éxito en el comercio exterior para la industria agroalimentaria. En este sentido, en 2018, las ventas internacionales superan los 30.000 millones de euros en exportaciones (30.470 millones). A pesar de la evolución positiva, las ventas al exterior se han visto afectadas por la inestabilidad de los mercados internacionales; la ralentización de los mercados europeos y las medidas proteccionistas derivadas de la guerra comercial entre Estados Unidos y China se acusa en el comportamiento de las exportaciones extracomunitarias de alimentos y bebidas españolas. Los cinco primeros destinos coinciden con países cuyas economías se han ralentizado (por ejemplo, Italia o Alemania), sin olvidar el efecto que tiene el Brexit sobre esta actividad. No obstante, la actividad de la industria en el mercado internacional sigue manteniéndo-

La calidad, la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación, tanto a procesos como a productos, son las claves del éxito en el comercio exterior para la industria agroalimentaria

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS POR SUBSECTORES (%)



FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2018).

se como pilar de desarrollo para el sector y la economía española y ofrece un saldo comercial positivo por valor de 8.025 millones de euros (acumula once años de superávit en la balanza comercial).

Dos tercios del total de las exportaciones se destinan a la Unión Europea que se mantiene como primer socio comercial, encabezado por Francia (4.783 millones de euros) y seguido de Italia (3.642 millones de euros), Portugal (3.413 millones de euros), Reino Unido (2.037 millones de euros) y Alemania (1.857 millones de euros). Fuera de la UE, Estados Unidos se destaca como primer destino extracomunitario, alcanzando un valor de 1.728 millones de euros, seguido de China (1.067 millones de euros) y Japón (848 millones de euros).

Los esfuerzos en I+D+i de la industria alimentaria siguen siendo significativos durante los últimos años. En este sector, el porcentaje de gastos en actividades innovadoras sobre su cifra de negocios, ronda el 1,0%. Con independencia del tamaño empresarial, el número de empresas alimentarias que realizan actividades de I+D ha seguido aumentando, pasando de representar un 50% del total a cerca del 63%, en tan solo 9 años. La evolución reciente del número de empresas que realizan actividades de innovación mantiene las actuaciones internas como prioritarias. En cuanto al I+D externo, la adquisición de maquinaria, equipos, hardware y software consume la mayor parte del esfuerzo innovador.



ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos, especialmente los alimentarios, a los consumidores. Así, se advierte la significativa participación de las actividades minoristas de alimentación en el conjunto de la estructura distributiva. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 21,3% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 110.078 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,4 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (3,0 locales/1.000 habitantes), La Rioja (2,8 locales/1.000 habitantes) y Cataluña, Navarra y Castilla y León (todas ellas con 2,7 locales/1.000 habitantes).

Los establecimientos de libreservicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la superficie de venta. En 2018, se contabilizaron 22.864 establecimientos de libreservicio (487 hipermercados y 22.377 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 13.581.500 m^2.

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libreservicio en

PRINCIPALES MAGNITUDES DEL COMERCIO AL POR MENOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

Nº EMPRESAS	96.258
Nº LOCALES	110.078
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	22.115.052
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	5.817.992
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	246.430
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	235.837
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	144.038

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2019).



ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

		Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
	Número	m^2	%	m^2	%
HIPERMERCADOS	487	1.811.975	13,3	905.988	8,8
Hipermercado pequeño	309	357.113	2,6	178.557	1,7
Hipermercado grande	148	1.454.862	10,7	727.431	7,0
SUPERMERCADOS	22.377	11.769.525	86,7	9.415.620	91,2
Hasta 399 m^2	12.289	2.283.775	16,8	1.827.020	17,7
De 400 m^2 a 999 m^2	5.978	3.799.384	28,0	3.039.507	29,4
Mas de 1.000 m^2	4.110	5.686.366	41,9	4.549.093	44,1
TOTAL	22.864	13.581.500	100,0	10.321.608	100,0

(*) Se ha considerado la superficie que, según el tipo de establecimiento, se dedica a productos de alimentación y bebida (hipermercados: 50% y supermercados: 80%).

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019).

Andalucía (18,1%), Cataluña (16,1%), Comunidad Valenciana (12,1%) y Comunidad de Madrid (11,0%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (373,5 m²/1.000 habitantes), Galicia (348,1 m²/1.000 habitantes), Cantabria (345,6 m²/1.000 habitantes) y Comunidad Valenciana (330,9 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (227,0 m²/1.000 habitantes), País Vasco (271,9 m²/1.000 habitantes), Murcia (278,7 m²/1.000 habitantes), y Castilla-La Mancha (285,8 m²/1.000 habitantes).



EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS

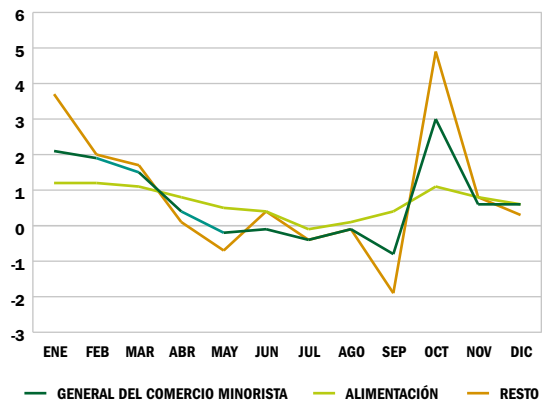
El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2018 un ascenso interanual en sus ventas del 0,6%. De forma más precisa, los productos de alimentación aumentaron un 0,6% y los no alimentarios se incrementan un 0,3% (concretamente, un 3,4% en equipo del hogar que contrasta con los descensos del -0,2% en equipo personal y del -1,1% en otros bienes).

La desagregación del *Índice General del Sector Minorista*, según los distintos modos de distribución y considerando también las series corregidas, muestra un incremento de las ventas en algunas fórmulas comerciales respecto al año anterior (las grandes superficies, con una tasa del 0,9%, presentan el mayor ascenso en su volumen de ventas). Por el contrario, las pequeñas cadenas experimentan un descenso del -0,5% y las empresas unilocalizadas del -0,1%.

Por otra parte, en el conjunto del año 2018 y teniendo en cuenta la información de las series originales, nueve comunidades autónomas aumentan sus ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores ascensos son La Rioja (1,2%), Castilla-La Mancha (0,8%) y Navarra (0,6%). En cuanto a la minoración en ventas, destacan Aragón (-2,2%), Galicia (-1,9%) y Asturias (-1,4%).

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2018 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia pareja entre el *Índice General* y el *Índice de Alimentación*. El *Índice General* ha oscilado durante el año 2018, contando con tasas positivas durante todo el año excepto en mayo, junio, julio y septiembre. En cuanto al *Índice de Alimentación* también se observa una evolución favorable con sólo una tasa negativa (mes de julio). La evolución más favorable del *Índice General* se asocia a los meses de enero, febrero y octubre mientras que en el caso del *Índice de Alimentación* los meses con elevaciones más notables han sido enero, febrero, marzo y octubre.

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA (Tasas de variación con respecto al mismo mes del año anterior)



Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2019).

EVOLUCIÓN ÍNDICES DEL COMERCIO AL POR MENOR POR TIPO DE DISTRIBUCIÓN (%)

	Variación índice de ventas 18/17	Variación índice ocupación 18/17
Empresas unilocalizadas	-0,1	0,4
Pequeñas cadenas	-0,5	1,2
Grandes cadenas	0,7	2,4
Grandes superficies	0,9	0,2
Índice General	0,6	1,0

Fuente: INE (2019).

OFERTA DE SERVICIOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

La demanda de alimentos y bebidas se vertebra en una doble dirección. Por una parte, los consumidores adquieren los alimentos y bebidas en los distintos establecimientos comerciales para, posteriormente, consumirlos en sus hogares. Por otra parte, los consumidores también acuden a establecimientos de restauración para cubrir sus necesidades de alimentación y, por tanto, el fenómeno de la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas está integrado en los gastos de los hogares: *restauración comercial* (cafeterías, bares, restaurantes independientes, restauración organizada, hoteles y consumo nocturno) y *restauración colectiva y social* (comedores de empresa, colegios, hospitales, cuarteles, residencias,…).

Durante los últimos años, el mercado de la alimentación se ha venido recuperando asistiendo a un incremento de la demanda extradoméstica. Esto es, el sector de la restauración, tanto en su vertiente comercial como colectiva y social, ha ganado peso como una opción habitual para cubrir una parte del consumo de alimentos y bebidas debido, fundamentalmente, a la mejora de las perspectivas económicas.

Las actividades de restauración han consolidado fórmulas y técnicas para prestar el servicio de comida y bebida de acuerdo a las necesidades demandadas por los consumidores y, en consecuencia, han precisado la combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y modernas estrategias de gestión empresarial. En este contexto, la franquicia se ha desarrollado en la restauración de servicio rápido mediante la transmisión de conocimientos comunes y específicos a un conjunto de establecimientos con el objetivo de prestar el servicio de alimentación y bebida conforme a un saber-hacer predeterminado. Los datos para el año 2018 del *Informe Franquicia en España* (Asociación Española de Franquiciadores) indican que en la restauración operan 203 enseñas con 9.104 establecimientos que consiguen una facturación de 5.923,5 millones de euros y ofrecen empleo a casi 68.172 trabajadores.

Los establecimientos de comida rápida suelen estar gestionados desde cadenas de restauración (muchas veces franquiciadas). En los últimos años se ha registrado una concentración mediante la formación de grupos empresariales que gestionan un elevado número de locales especializados, por orden de importancia, en bocadillos y sándwiches, pizzas, hamburguesas, kebab y pollo. Esta circunstancia se refuerza

DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2018

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	70.726	27,8	78.950	28,3
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	13.785	5,4	17.140	6,1
Establecimientos de bebidas	169.985	66,8	183.306	65,6
Total servicios de comidas y bebidas	254.496	100,0	279.396	100,0

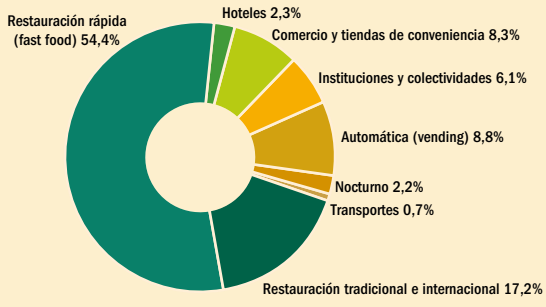
Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2019).

LA FRANQUICIA EN RESTAURACIÓN, 2018

	ENSEÑAS	ESTABLECIMIENTOS	FACTURACIÓN (Millones euros)	EMPLEO
CAFETERÍAS Y CHOCOLATERÍAS	29	659	159,9	2.824
CERVECERÍAS Y SIDRERÍAS	11	433	102,3	1.862
COMIDA RÁPIDA	48	3.469	2.790,9	34.872
HELADERÍAS Y YOGURTERÍAS	25	635	123,1	1.581
RESTAURANTES	60	3.002	2.485,2	22.834
ESTABLECIMIENTOS TAPAS	23	916	262,2	4.199

Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Española de Franquiciadores (2019).

PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (% SOBRE VISITAS), 2018



Fuente: Elaboración propia con la información de NPD (2019).

con la consolidación en el mercado español de las principales cadenas de comida rápida a nivel internacional.

La facturación del sector de comida rápida en España se situó en 3.820 millones de euros (crecimiento del 7% respecto al año anterior debido a la recuperación del consumo privado y sobre todo al mayor gasto en turismo y ocio) según los datos del Observatorio Sectorial DBK. Las hamburgueserías se mantienen con la mayor parte del mercado (ventas aproximadas de 2.115 millones de euros) junto pizzerías (690 millones de euros) y a las bocadillerías (575 millones de euros). El sector presenta un alto grado de concentración (las cinco primeras cadenas reúnen el 73% del mercado total). La oferta de establecimientos de comida rápida se situó en 5.235 locales en 2018, lo que supuso un 5,2% más que un año anterior, correspondiendo el 71% a franquicias. Las hamburgueserías contabilizaron 1.520 locales, las pizzerías 1.375 locales y las bocadillerías 1.280 locales, mientras que el grupo de otros establecimientos alcanzó los 1.060 puntos de venta.

Por otra parte, en 2018, el sector de la restauración organizada se ha incrementado en 418 locales según el *Censo de Hostelmarket* (abrieron 911 locales y se registraron 493 cierres). Entre las aperturas, más del 63% se ha realizado a pie de calle, por encima del 30% en establecimientos de centros comerciales y en torno al 7% en otros emplazamientos como aeropuertos, estaciones o locales en concesión. Además, las aperturas bajo el patrón de la franquicia han disminuido casi 7 puntos hasta el 52,1%, en favor de la explotación directa (representa el 47,5%).

El sector de la restauración está muy vinculado con la confianza y las expectativas de los consumidores. Esto es, cuando las cosas van bien, las actividades de horeca crecen puesto que los individuos aumentan su demanda de alimentación fuera del hogar; por el contrario, cuando la coyuntura económica es negativa, se produce un retroceso inmediato de restaurantes, bares y cafeterías. Por tanto, la evolución futura de la restauración estará muy unida a la situación económica y a las expectativas de los consumidores.

En este entorno, el sector horeca está orientando muchas de sus actuaciones hacia los clientes puesto que su sensibilidad hacia las variables de oferta se han incrementado (precios, menús, características del local o atención del personal son realmente determinantes para la demanda). La restauración se acerca al cliente (reservas on line y localizaciones estratégicas), flexibiliza su oferta (menús variados para niños, consumidores con problemas de salud), ofrece la opción de *llevar* a casa a un precio atractivo *(take away)* y facilita un servicio rápido y profesional (de manera cada vez más frecuente con trabajadores españoles).

APERTURAS Y CIERRES POR SEGMENTO DE RESTAURACIÓN, 2018

	APERTURAS	CIERRES
COMIDA RÁPIDA	**383**	**112**
Hamburgueserías	89	11
Pizzerías	152	40
Bocadillería	34	13
Otras especialidades	108	48
CAFETERÍA	**248**	**143**
Bakery Coffee	73	28
Cafetería rápida	76	45
Otras cafeterías	99	70
CERVECERÍA / TABERNA	**76**	**79**
TEMÁTICOS INTERNACIONALES	**153**	**64**
Italianos	51	19
Norteamericanos	72	29
Asiáticos	26	10
Otros internacionales	4	6
HELADERÍA	**67**	**28**
Heladería	56	14
Yogurtería	7	10
OTROS RESTAURACIÓN	**63**	**45**
Establecimiento singular	21	9
Buffet	9	13
Temático español	14	10
Mixto Casual Dinning	13	13
Restauración Healthy/Bio	6	0

Fuente: Elaboración propia con información del Censo de Restauración Organizada de Hostelmarket (2019).

CONSUMO ALIMENTARIO

La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 103.077,4 millones de euros en 2018. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 68.538,1 millones de euros –un 66,5%- mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 34.539,3 millones de euros –un 33,5%-.

Durante el año 2018 se produjo un ligero ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior, que ha sido igualmente significativo en el consumo extradoméstico y en la alimentación del hogar.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 20,6% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,2%; los pescados un 13,0%; y, el gasto en pan alcanza el 5,0%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,3% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (2,0%) o los platos preparados (4,2%).

Gasto y consumo per cápita en hogares

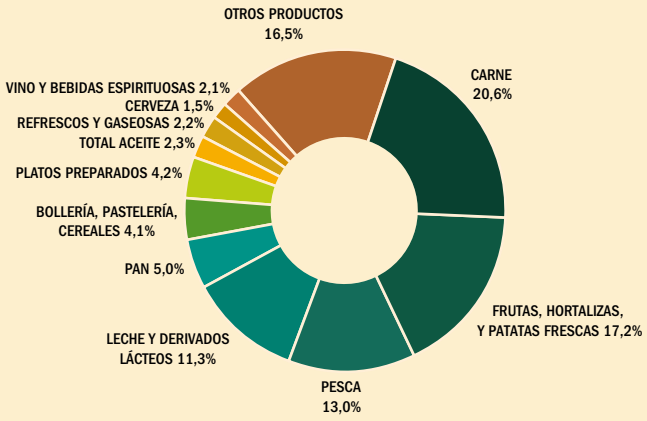
Durante el año 2018, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en casi 1.500 euros (1.497,1 euros, concretamente). En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se sitúo en 124,8 euros.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 309,0 euros en los 46,2 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 194,2 euros y supone un consumo de 23,1 kilos por persona.



Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2018, en términos medios, cada individuo consumió 90,5 kilos de frutas frescas, 85,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 12,9 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 139,4 euros, 126,4 euros y 28,0 euros, respectivamente.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2018



Fuente: MAPAMA (2019).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TOTAL EN ALIMENTACIÓN, 2018

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 103.077,4 millones de euros	**GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR** 68.538,1 millones de euros Δ 2018-17: 1,6%	**COMERCIO ESPECIALIZADO** 11.824,5 millones de euros (17,3%) Δ 2018-17: -6,9%
		SUPERMERCADOS 41.203,5 millones de euros (60,1%) Δ 2018-17: 3,5%
		HIPERMERCADOS 9.094,3 millones de euros (13,3%) Δ 2018-17: 0,3%
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 192,9 millones de euros (0,3%) Δ 2018-17: 3,2%
		MERCADILLOS 615,7 millones de euros (0,9%) Δ 2018-17: 0,4%
		VENTA A DOMICILIO 405,3 millones de euros (0,6%) Δ 2018-17: 0,0%
		AUTOCONSUMO 1.470,2 millones de euros (2,1%) Δ 2018-17: 2,4%
		VENTA INTERNET 855,6 millones de euros (1,2%)
		OTROS CANALES DE VENTA 2.671,7 millones de euros (3,9%)
	GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 36.025 millones de euros Δ 2017-16: 2,5%	**HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, GRANDES ALMACENES** 4.597,6 millones de euros (13,3%)
		RESTAURANTES 6.436,6 millones de euros (18,6%)
		BARES Y CAFETERÍAS 14.310,0 millones de euros (41,4%)
		PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 689,6 millones de euros (2,0%)
		TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.379,2 millones de euros (4,0%)
		HOTELES 373,6 millones de euros (1,1%)
		MÁQUINAS DISPENSADORAS 660,9 millones de euros (1,9%)
		SERVICIOS EN LA EMPRESA 459,8 millones de euros (1,3%)
		OTROS CANALES DE VENTA 5.632,0 millones de euros (16,3%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2019).

El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 69,8 litros de leche y un gasto de 48,2 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 124,5 euros y un consumo de 35,5 kilos.

En términos medios, durante 2018 cada español consumió 31,8 kilos de pan, 13,5 kilos de bollería y pastelería y 14,7 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 76,1 euros, 61,7 euros y 62,7 euros, respectivamente.

El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. En 2018 cada español consumió 7,8 litros de aceite de oliva y gastó 29,5 euros en este producto; el consumo per cápita de vino y derivados ascendió a 8,3 litros y supuso un gasto de 24,3 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 19,4 euros y se corresponde con los 134 huevos consumidos de media por persona.

El consumo alimentario aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2018-2017

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2018-2017	Leche enriquecida con calcio *(373,7%)* Frutas IV Gama *(134,6%)* Zumo enriquecido con calcio *(105,8%)* Frutas congeladas *(70,2%)* Carne de avestruz *(70,1%)* Vinos con IGP *(59,5%)* Verduras de IV Gama *(56,1%)* Paleta ibérico entera *(28,0%)* Aguacate *(27,0%)* Otros platos preparados *(24,1%)*	Leche enriquecida con calcio *(315,9%)* Zumo enriquecido con calcio *(137,6%)* Frutas IV Gama *(116,7%)* Carne de avestruz *(94,0%)* Frutas congeladas *(62,8%)* Vinos con IGP *(57,9)* Verduras de IV Gama *(38,6%)* Sidras *(37,6%)* Tortillas refrigeradas *(30,7%)* Otros platos preparados *(30,0%)*
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2018-2017	Aceite de soja *(-100,0%)* Batidos con cereal *(-65,8%)* Queso fresco con calcio *(-44,2%)* Salchichas congeladas *(-41,2%)* Aceite de orujo *(-27,6%)* Fruta escarchada *(-22,7%)* Cola sin cafeína *(-22,6%)* Crema de chocolate *(-22,4%)* Pan fresco integral *(-21,6%)* Vinos de aguja *(-21,5%)*	Aceite de soja *(-100,0%)* Batidos con cereal *(-59,7%)* Salchichas congeladas *(-41,0%)* Queso fresco con calcio *(-32,3%)* Coliflor *(-27,2%)* Yogurt con aditivos *(-26,9%)* Aceite de orujo *(-24,6%)* Pan fresco integral *(-22,0%)* Crema de chocolate *(-19,2%)* Cola sin cafeína *(-18,3%)*





Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2018

	CONSUMO			GASTO		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros *per cápita*	% sobre total	Millones euros	Euros *per cápita*	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	385,5	8,4	1,3	888,3	19,4	1,3
CARNE	2.114,8	46,2	7,3	14.145,1	309,0	20,6
CARNE FRESCA	1.532,8	33,5	5,3	9.306,0	203,3	13,6
CARNE CONGELADA	50,4	1,1	0,2	225,8	4,9	0,3
CARNE TRANSFORMADA	531,5	11,6	1,8	4.613,3	100,8	6,7
PESCA	1.056,3	23,1	3,7	8.889,9	194,2	13,0
PESCADOS	573,6	12,5	2,0	4.408,4	96,3	6,4
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	278,1	6,1	1,0	2.433,9	53,2	3,6
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	204,7	4,5	0,7	2.047,6	44,7	3,0
LECHE LÍQUIDA	3.196,8	69,8	11,1	2.206,6	48,2	3,2
OTRAS LECHES	29,3	0,6	0,1	213,0	4,7	0,3
DERIVADOS LÁCTEOS	1.623,9	35,5	5,6	5.701,5	124,5	8,3
PAN	1.454,5	31,8	5,0	3.485,3	76,1	5,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	618,5	13,5	2,1	2.822,9	61,7	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	164,9	3,6	0,6	1.168,4	25,5	1,7
ARROZ	176,9	3,9	0,6	289,5	6,3	0,4
PASTAS	189,1	4,1	0,7	359,4	7,9	0,5
AZÚCAR	151,3	3,3	0,5	137,2	3,0	0,2
LEGUMBRES	146,6	3,2	0,5	284,3	6,2	0,4
ACEITE	547,1	12,0	1,9	1.579,6	34,5	2,3
ACEITE DE OLIVA	355,2	7,8	1,2	1.352,0	29,5	2,0
ACEITE DE GIRASOL	172,9	3,8	0,6	184,3	4,0	0,3
MARGARINA	29,4	0,6	0,1	93,5	2,0	0,1
ACEITUNAS	115,5	2,5	0,4	351,2	7,7	0,5
VINOS Y DERIVADOS	381,1	8,3	1,3	1.114,2	24,3	1,6
ESPUMOSOS	23,8	0,5	0,1	125,6	2,7	0,2
CERVEZAS	830,4	18,1	2,9	1.048,8	22,9	1,5
SIDRA	16,0	0,3	0,1	36,4	0,8	0,1
WHISKY	6,4	0,1	0,0	85,7	1,9	0,1
GINEBRA	4,7	0,1	0,0	66,0	1,4	0,1
RON	3,4	0,1	0,0	40,7	0,9	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	393,7	8,6	1,4	420,7	9,2	0,6
PATATAS	1.290,2	28,2	4,5	1.107,8	24,2	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	2.604,0	56,9	9,0	4.679,3	102,2	6,8
FRUTAS FRESCAS	4.142,6	90,5	14,4	6.383,4	139,4	9,3
FRUTOS SECOS	143,3	3,1	0,5	1.067,2	23,3	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	589,7	12,9	2,0	1.283,0	28,0	1,9
PLATOS PREPARADOS	671,4	14,7	2,3	2.870,0	62,7	4,2
CAFÉS E INFUSIONES	78,7	1,7	0,3	1.200,0	26,2	1,8
SALSAS	120,1	2,6	0,4	446,3	9,7	0,7
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.873,2	62,8	10,0	600,2	13,1	0,9
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.818,4	39,7	6,3	1.514,1	33,1	2,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	**28.827,0**	**629,7**	**100,0**	**68.538,1**	**1.497,1**	**100,0**

Fuente: MAPA (2019).

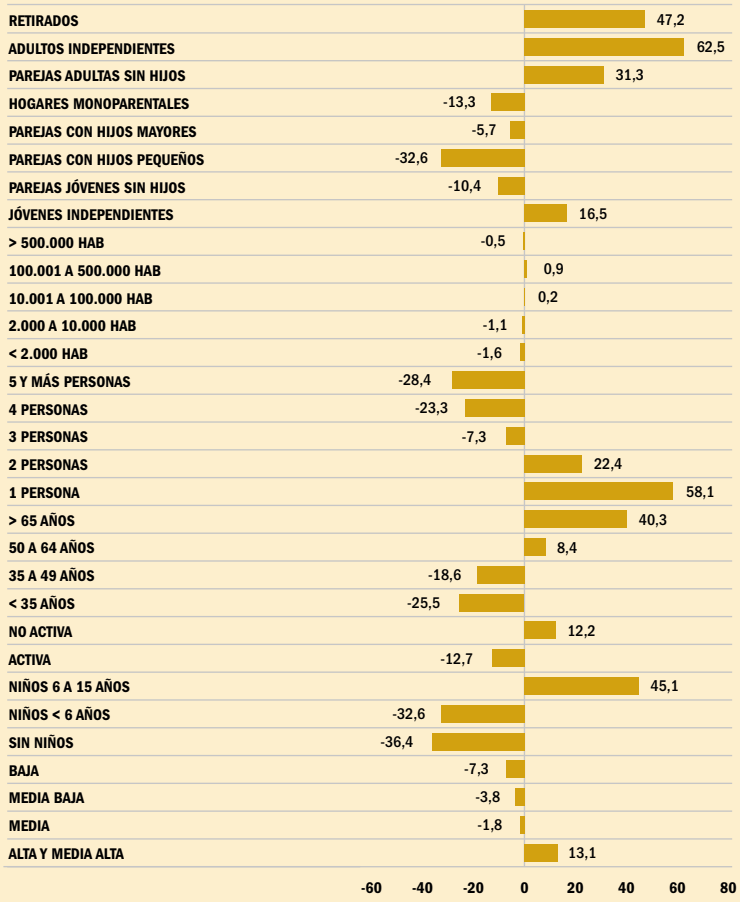
El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2018. Así pues, la media de 1.497,1 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.752,3), Cataluña (1.717,5), Galicia (1.625,1), Asturias (1.606,7) y Cantabria (1.576,1) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.220,9), Andalucía (1.332,4), Castilla-La Mancha (1.343,8) y Canarias (1.368,6).

Al mismo tiempo, el consumo per cápita de los principales grupos de alimentación también ofrece diferencias notables entre las distintas comunidades autónomas:

– En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (52,9 kilos) y el menor en Extremadura (38,1 kilos).

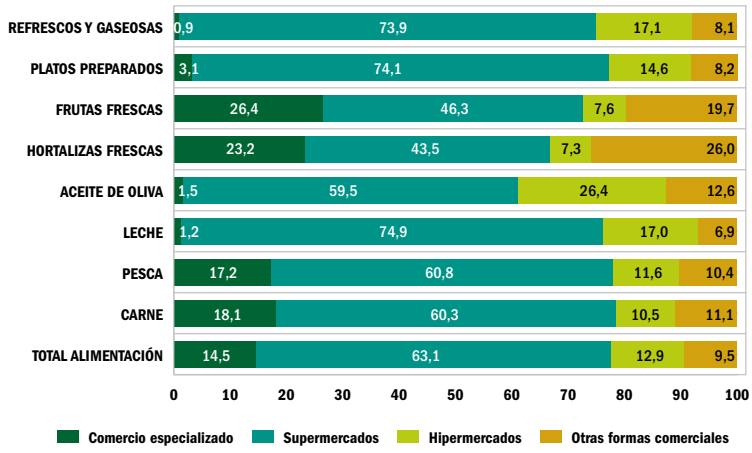
El tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas

CONSUMO *PER CÁPITA* DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2018



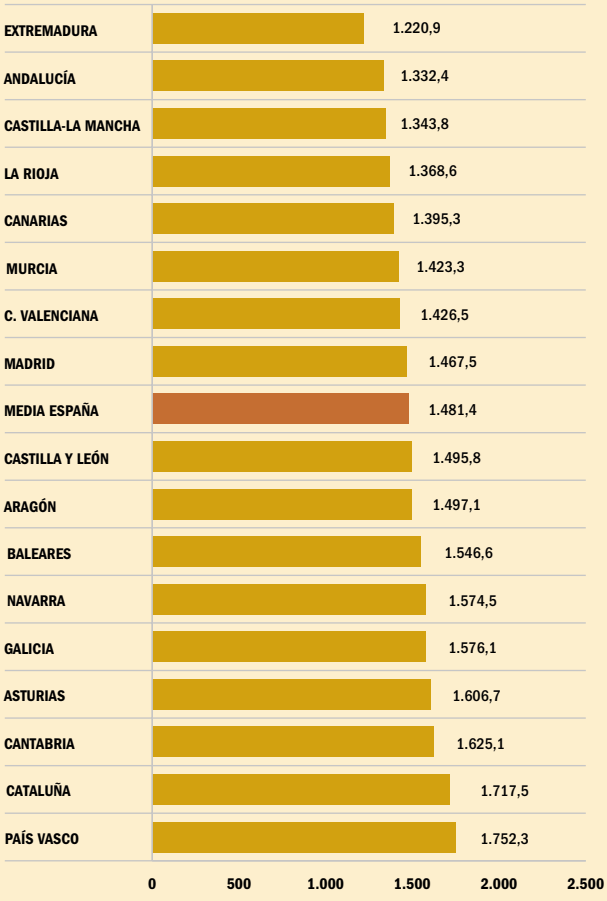
Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2018



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

GASTO *PER CÁPITA* EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2018



Fuente: MAPA (2019).



– Para el pescado, en Galicia se consumen 29,6 kilos mientras que en Canarias se llega a 16,1 kilos.
– Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (11,8 litros) y Extremadura y Comunidad Valenciana (5,3 litros).
– Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (74,3 kilos) mientras que Asturias tiene los registros más reducidos (44,9 kilos).
– En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a País Vasco (109,5 kilos) mientras que el menor está en Andalucía (77,4 kilos).
– Navarra es la comunidad que menos vino y derivados consume (5,2 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (12,8 litros).

Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (48,1% de cuota de mercado en 2018 considerando, además, un 15,9% adicional de los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (13,7% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 12,7% y se estima que el comercio electrónico representa un 1,3% en el total de la alimentación.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 18,1% en la comercialización de carne, del 17,2% en pescado o del 26,4% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 74,9% de las ventas de leche o el 59,5% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 30,8% de la alimentación fresca y el 2,5% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 36,7% de la alimentación fresca y el 55,5% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 11,1% y 19,1%, respectivamente).

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El ***Panel de usos de los alimentos*** tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día, así como el destinatario final y el momento de consumo de los productos adquiridos para el consumo doméstico. A través de esta información y como perspectiva complementaria a la compra de alimentación y bebidas que realizan los hogares españoles, se analizan los principales hechos que explican la forma en la que utilizan dichos alimentos para consumo doméstico, así como su evolución respecto a años anteriores.

A cierre de 2018, la población se mantiene estable mientras que las ocasiones de consumo realizadas en el hogar también permanecen parejas a los datos del año anterior (+0,1%).

Atendiendo a los siete momentos de consumo (desayuno, media mañana, comida, merienda, cena, antes de ir a la cama, cogido de casa para comer fuera) se advierte bastante estabilidad en las comidas principales. Los momentos entre horas se recuperan y consiguen crecer mientras que el único momento que decrece es el "cogido de casa para comer fuera", es decir todos aquellos productos que se llevan desde casa con la intención de consumirlos fuera (desde una pieza de fruta, a una bebida o un bocadillo o plato); en este caso, se advierte un descenso de ocasiones del 2,0% (puede relacionarse este dato con un contexto de crecimiento del consumo fuera del hogar para el total alimentación y bebidas).

Atendiendo a la composición del plato, se observa que en los principales momentos de consumo (comidas y cenas), que el 61,2% de las ocasiones de consumo son plato único (un solo plato principal y, si existe un segundo, es postre). En solo dos años, el plato único ha crecido 3,7 puntos de cuota en detrimento del menú tradicional de primero, segundo y postre.

La composición y el rol que juegan los platos en la composición de los menús también ha variado en los últimos años. Así pues, el entrante o primer plato acusa una caída de consumo más abrupta (-10,6%); también decrece el plato único o plato principal, si bien sigue siendo la opción mayoritaria. Por su parte, crecen en ocasiones de consumo los platos para compartir y acompañar (+6,5%).

Las ocasiones de consumo para platos en comidas y cenas decrece un 0,7% a cierre de año 2018. Por tipo de alimentos, se aprecia un descenso de platos de carne, pescados, mariscos o cefalópodos, así como de platos de verduras. Además, de forma significativa, decrecen las ocasiones en las que hay platos de patatas en comidas y cenas. Por el contrario, crecen aquellos como ensaladas/ensaladillas o platos de pasta. Por último, el consumo se muestra estable para platos de sopas, cremas, purés y legumbres.

La dieta de los españoles sigue siendo sana y equilibrada, la ensalada verde es el plato más consumido, si bien pierde consumiciones en este último ejercicio. A continuación, aparecen las pizzas, así como la ensalada de tomate, ganando esta última de forma significativa tanto cuota como ocasiones de consumo.

Del sector cárnico, destaca la pechuga de pollo y el lomo mientras que entre los pescados destaca la merluza. Otras categorías como legumbres y pastas también tienen una importante cuota dentro de la dieta de los españoles.

En cuanto a la forma de cocinar, siguen creciendo los modos de preparación más fáciles y saludables (plancha, hervido y guisado) y la opción sin cocinar / frío. Por otra parte, fritos y rebozados son preparaciones que decrecen aunque los métodos de preparación como horno o microondas son los que acusan un mayor descenso.

A la hora de elegir el plato a consumir, lo que impera es la conveniencia (29,4% de las ocasiones), es decir, la búsqueda de alternativas que faciliten la elección del consumo dentro de hogar. En el 22,7% de las ocasiones se elige por el placer y en 1 de cada 5 veces se decide un plato por sabor.

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPA (2019).

CONSUMO *PER CÁPITA* DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2018

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO (litros)
CATALUÑA	48,5	23,7	8,7	67,7	97,1	12,0
ARAGÓN	51,8	23,6	7,6	74,3	94,1	6,1
BALEARES	45,1	18,4	8,8	59,9	89,0	12,8
C. VALENCIANA	47,8	21,9	5,3	60,4	84,2	7,0
REGIÓN DE MURCIA	42,4	21,1	5,4	57,4	86,1	6,7
ANDALUCÍA	42,8	21,1	7,2	51,1	77,4	7,1
COMUNIDAD DE MADRID	45,7	23,6	7,8	54,3	92,7	7,5
CASTILLA-LA MANCHA	50,0	22,6	5,6	48,6	84,5	6,1
EXTREMADURA	38,1	19,9	5,3	54,7	84,9	5,7
CASTILLA Y LEÓN	52,9	26,1	9,0	51,2	99,0	7,3
GALICIA	49,9	29,6	10,5	55,2	108,5	10,2
ASTURIAS	43,9	27,7	8,9	44,9	99,9	11,5
CANTABRIA	46,8	26,4	11,8	49,5	94,2	8,8
PAÍS VASCO	48,0	28,5	9,9	61,4	109,5	9,2
LA RIOJA	44,7	23,1	8,1	53,4	85,4	6,4
NAVARRA	42,3	19,8	6,9	56,2	93,0	5,2
CANARIAS	38,3	16,1	8,3	54,2	83,0	7,5
MEDIA ESPAÑA	**46,2**	**23,1**	**7,8**	**56,9**	**90,5**	**8,3**

Fuente: MAPAMA (2019).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR

En esta última edición de Alimentación en España se incluye un análisis detallado del consumo extradoméstico de alimentos y bebidas conforme a la información que recopila el *Panel de consumo alimentario fuera del hogar,* elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Utilizando distintas fichas para las principales familias de alimentos y bebidas se pretende cuantificar la demanda en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor, identificando los principales factores que caracterizan sus hábitos alimentarios fuera del hogar (sexo, condición económica, edad o lugar de residencia, por ejemplo).

Los datos proceden de 8.500 individuos, con edades entre 15 y 75 años, que trimestralmente han recogido información sobre sus consumiciones mediante una aplicación de su móvil y una declaración manual guiada por categorías. En la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar recopilada no se incluye el consumo realizado por el turismo puesto que el estudio se ciñe al consumo per cápita real de los residentes en España. Tampoco se contabiliza la demanda de estos productos realizada en las Islas Canarias ni en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

La recogida de información se realiza en el momento de consumo y, por tanto, no se puede asignar un valor económico concreto a todos los productos, sino que se obtiene un dato global de facturación del conjunto (en el caso de productos que se adquieren por unidades, como pueden ser bebidas, resulta posible asignar un valor de adquisición). Esto supone que las fichas de alimentos y bebidas que se han elaborado no recogen la misma información sobre gasto en todas las familias de productos aunque, en cada caso, se incluye el mayor nivel de detalle posible.

En cuanto a las variables territoriales, la información disponible se recoge agregada en las siguientes regiones: AMB (Área metropolitana de Barcelona); Resto Cataluña y Aragón (Zaragoza, Huesca, Lérida, Islas Baleares, Tarragona y Gerona); Levante (Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y Albacete); Andalucía (Cádiz, Málaga, Granada, Almería, Jaén, Córdoba, Sevilla, Huelva y Badajoz); AMM (Área metropolitana de Madrid); Resto Centro (Zamora, Valladolid, Soria, Segovia, Salamanca, Ávila, Guadalajara, Teruel, Cuenca, Ciudad Real, Toledo y Cáceres); Norte-Centro (Cantabria, Palencia, Burgos, La Rioja, Álava, Navarra, Vizcaya y Guipúzcoa); y, Noroeste (La Coruña, Pontevedra, Orense, Lugo, Asturias y León).

Finalmente, salvo que se indique expresamente lo contrario, toda la información analizada y recogida en los cuadros y gráficos procede del *Panel de consumo alimentario fuera del hogar,* elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN ACEITE DE ALIÑO

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de aceite de aliño fue de 2,3 millones de litros, que suponen 0,07 litros de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en aceite de aliño ascienden a 229,0 millones –de forma concreta, 13 por persona-. Durante el último año, un 51,1% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado aceite de aliño en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a aceite de aliño diferente al aceite de oliva. En términos de consumiciones, el aceite de oliva concentra el 33,4% y el resto de aceites el 66,6%.

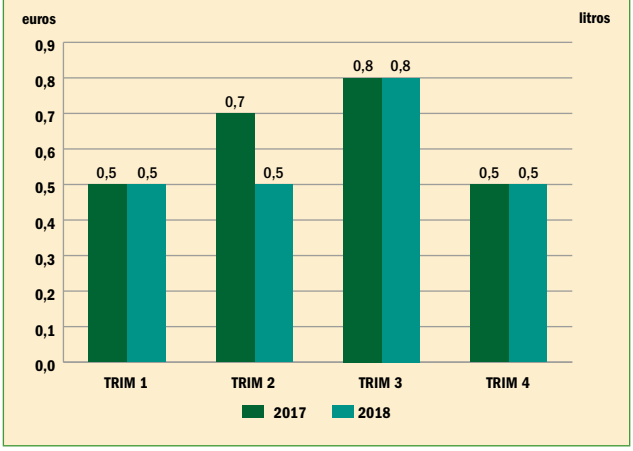
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ACEITE ALIÑO	**2,3**	**0,07**	**229,0**	**13,4**	**51,1**
ACEITE OLIVA	0,8	0,02	76,6	6,7	34,0
RESTO ACEITE	1,5	0,04	152,5	13,0	35,1

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

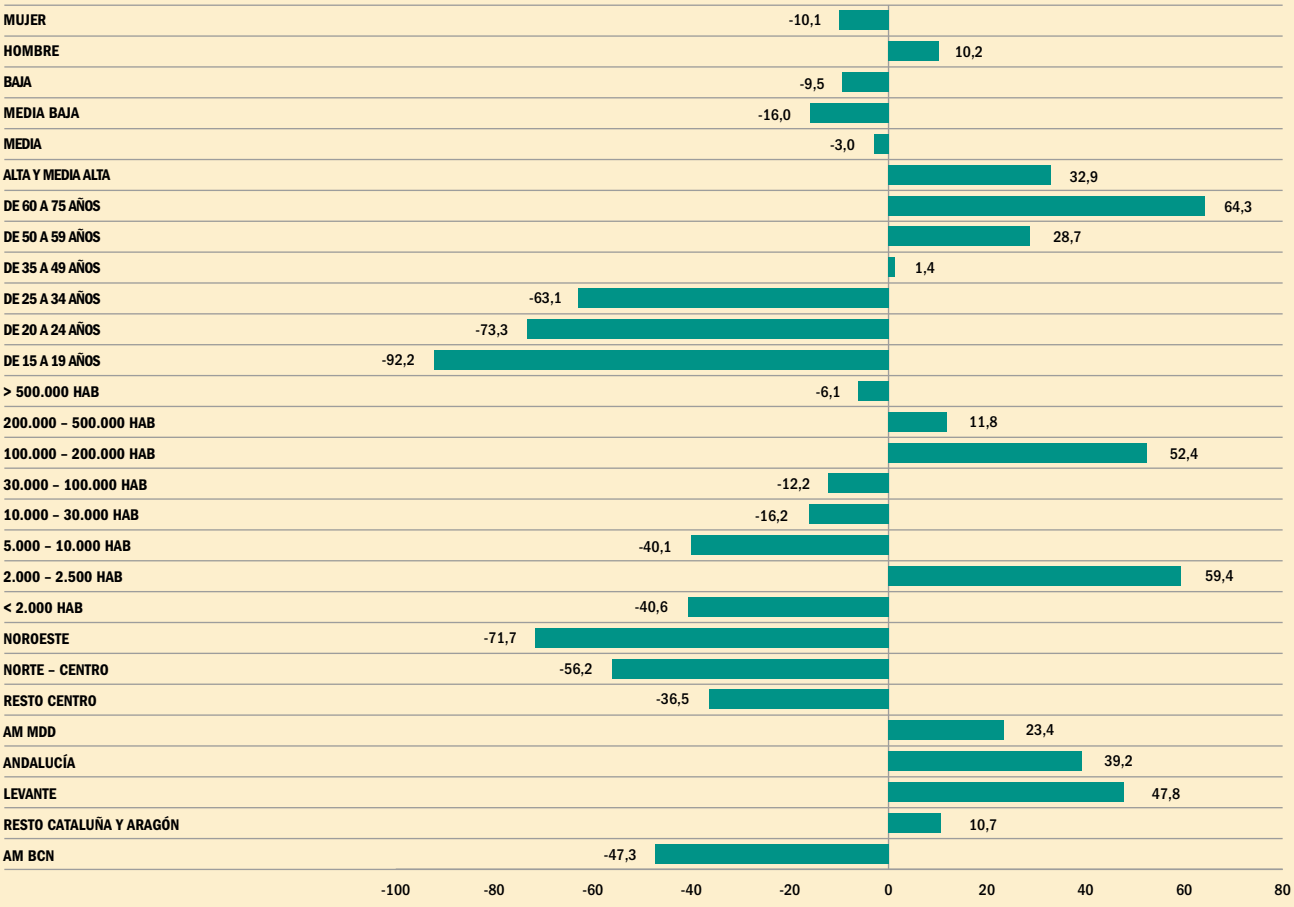
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de aceite de aliño se ha reducido un -8% (de 2,5 millones de kilos en 2017 a 2,3 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de aceite de aliño, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que los trimestres primero y cuarto cuentan con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE ACEITE DE ALIÑO CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,07 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de aceite de aliño durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y, en este sentido, se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de aceite de aliño fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de aceite de aliño aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de aceite de aliño no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en pequeños municipios (entre 2.000 y 5.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a municipios de menos de 2.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Resto de Cataluña y Aragón, Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN AGUA ENVASADA

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de agua envasada fue de 928,8 millones de litros, que suponen 27,7 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 909,0 millones de euros que suponen 27,1 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de agua envasada llegan a 943,9 millones –de forma concreta, 34 por persona-. Durante el último año, un 82,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado agua envasada en alguna consumición fuera del hogar.

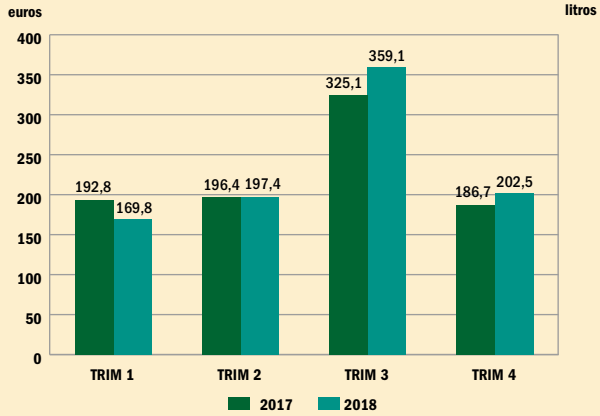
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
AGUA ENVASADA	928,8	27,68	909,0	27,1	943,9	34,1	82,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

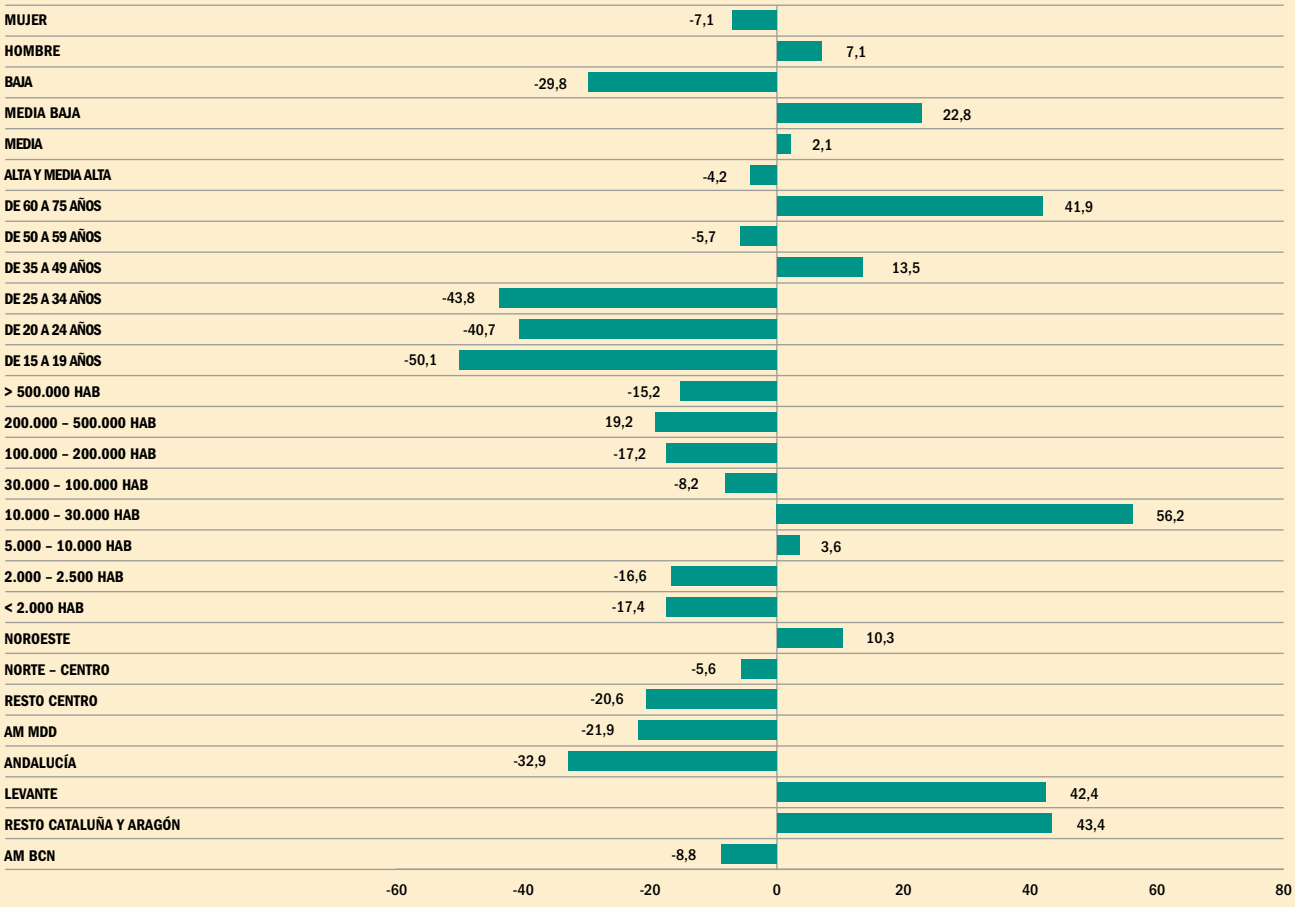
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de agua envasada ha crecido un 3,1% (de 901,0 millones de litros en 2017 a 928,8 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de agua envasada, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE AGUA ENVASADA CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 27,7 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de agua envasada durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de agua envasada en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media baja tienen un consumo superior de agua envasada fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de agua envasada aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de agua envasada no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 10.000 a 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 200.000 a 500.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en la zona Noroeste, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Andalucía, Norte-centro y áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN ARROZ

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de arroz fue de 12,9 millones de kilos, que suponen 0,38 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en arroz ascienden a 162,4 millones –de forma concreta, 9 por persona-. Durante el último año, un 51,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado arroz en alguna consumición fuera del hogar.

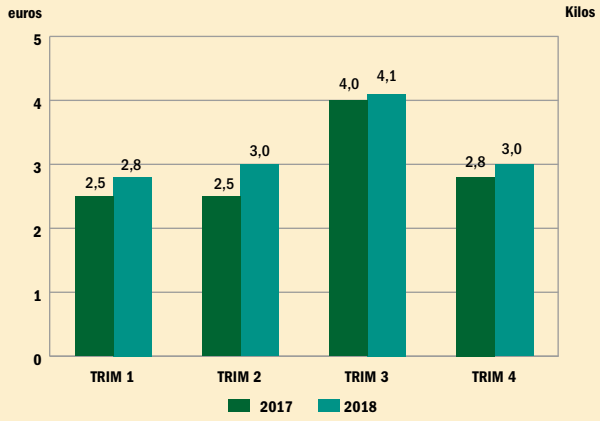
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
AGUA ENVASADA	928,8	27,68	909,0	27,1	943,9

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

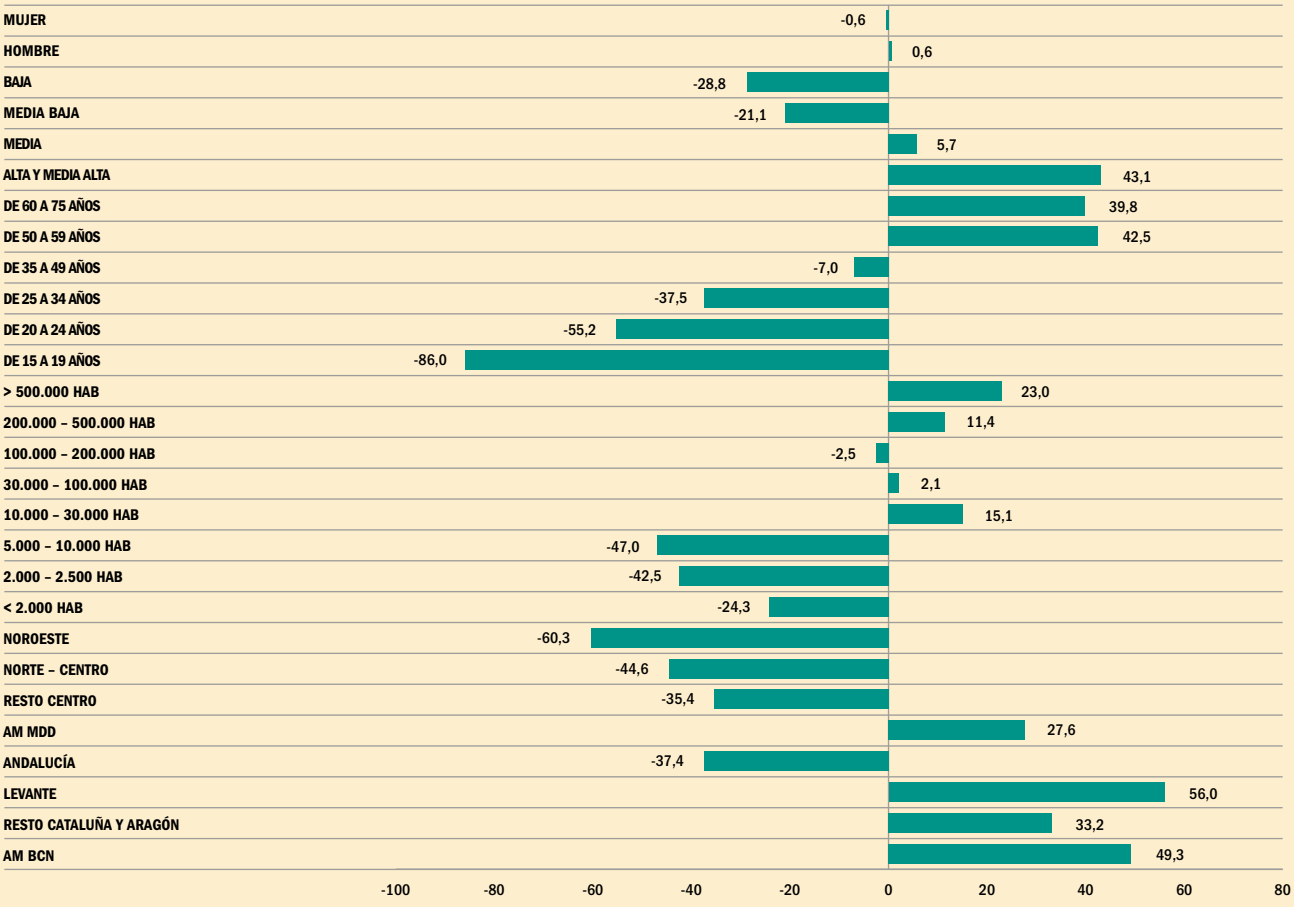
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de arroz ha crecido un 9,3% (de 11,8 millones de kilos en 2017 a 12,9 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de arroz, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE ARROZ CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,38 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de arroz durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en este producto en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de arroz fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de arroz aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de arroz ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (por encima de 500.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (entre 5.000 y 10.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN BATIDOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de batidos fue de 9,7 millones de litros, que suponen 0,29 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en batidos ascienden a 38,8 millones –de forma concreta, 4 por persona-. Durante el último año, un 28,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado batidos en alguna consumición fuera del hogar.

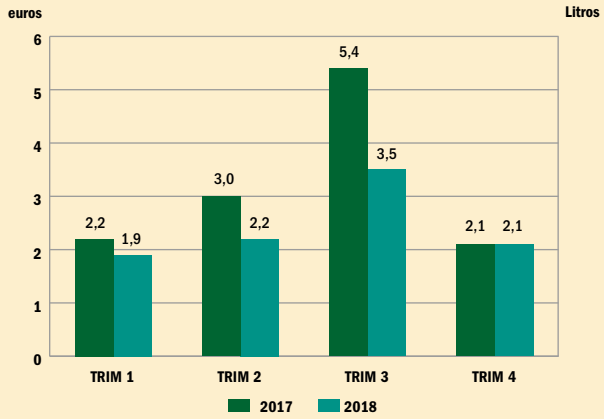
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BATIDOS, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BATIDOS	9,7	0,29	38,8	4,1	28,5

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

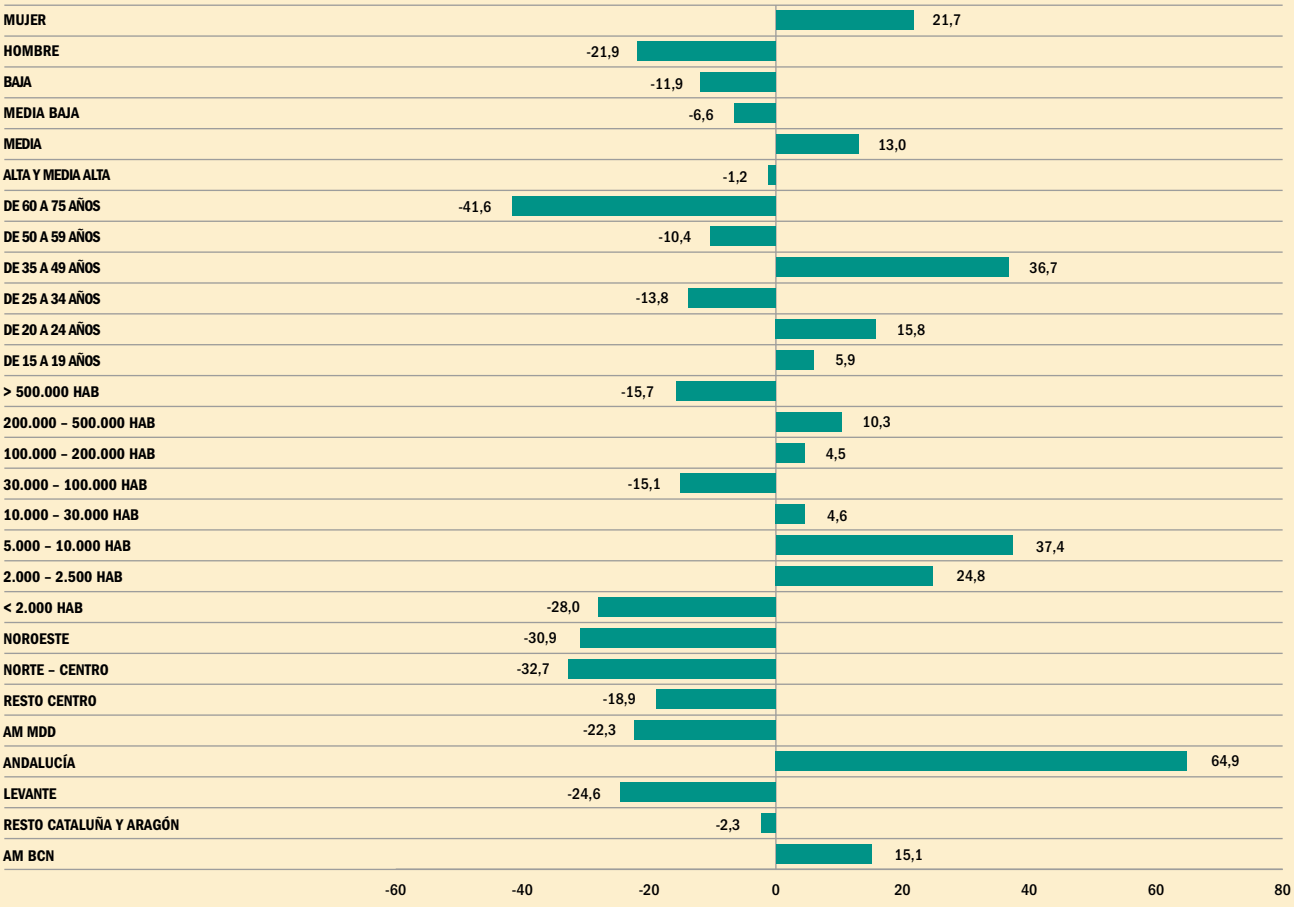
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de batidos ha descendido un -23,6% (de 12,7 millones de kilos en 2017 a 9,7 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de batidos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE BATIDOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,29 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de batidos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo notablemente superior de este producto en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de batidos fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de batidos no sigue un patrón concreto. El consumo máximo se localiza en individuos de 35 a 49 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 60 a 75 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de batidos tampoco ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a grandes municipios (más de 500.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona y Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro, Levante y área metropolitana de Madrid.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas fue de 64,3 millones de litros, que suponen 1,92 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.468,6 millones de euros que suponen 43,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de bebidas espirituosas llegan a 396,9 millones –de forma concreta, 22 por persona-. Durante el último año, un 55,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bebidas espirituosas en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de ginebra que supone un 14,6% del consumo total, un 33,2% del valor total y un 25,2% sobre el total de consumiciones realizadas en esta familia de bebidas.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2018

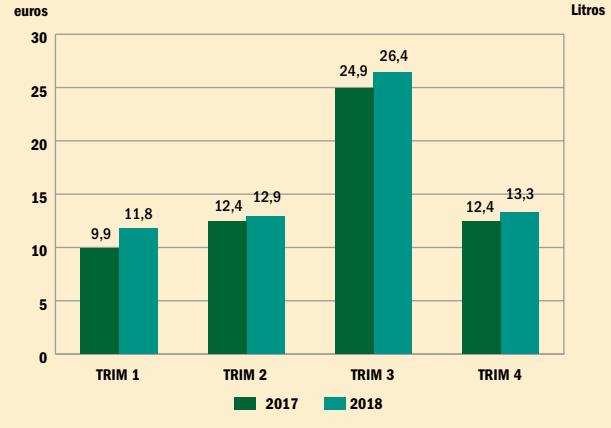
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	**64,3**	**1,92**	**1.468,6**	**43,8**	**396,9**	**21,5**	**55,0**
WHISKY	4,3	0,13	183,5	5,5	49,8	13,0	11,4
BRANDY	0,6	0,02	16,9	0,5	8,2	8,0	3,1
GINEBRA	9,4	0,28	487,1	14,5	99,9	12,2	24,3
RON	6,8	0,20	254,4	7,6	61,0	12,7	14,3
ANÍS	1,0	0,03	13,0	0,4	5,4	6,7	2,4
OTRAS ESPIRITUOSAS	42,3	1,26	513,7	15,3	172,7	12,1	42,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas ha crecido un 8,1% (de 59,6 millones de litros en 2017 a 64,3 millones de litros en 2018).

Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de bebidas espirituosas, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)

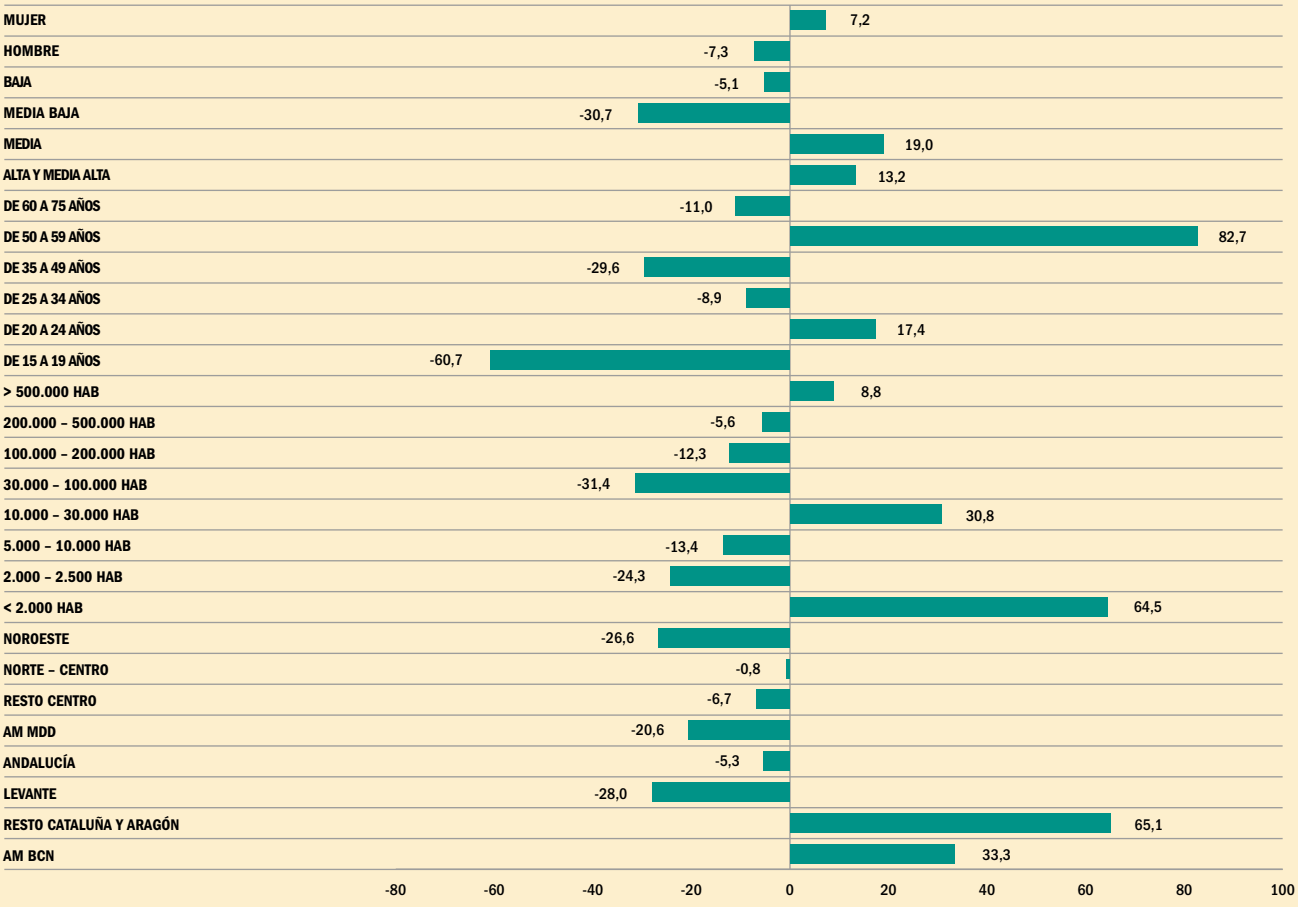


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de bebidas espirituosas en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bebidas espirituosas fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bebidas espirituosas varía sin ningún patrón directamente relacionado con la edad. El nivel máximo de consumo*

DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,92 litros por persona*



se centra en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.

- *El hábitat de residencia del consumidor de bebidas espirituosas no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica alternándose las desviaciones conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 30.000 a 100.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en bebidas espirituosas en Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Noroeste, Resto Centro, Levante Norte-centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN BOLLERÍA

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de bollería fue de 75,8 millones de kilos, que suponen 2,26 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en bollería ascienden a 841,8 millones –de forma concreta, 35 por persona-. Durante el último año, un 72,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bollería en alguna consumición fuera del hogar.

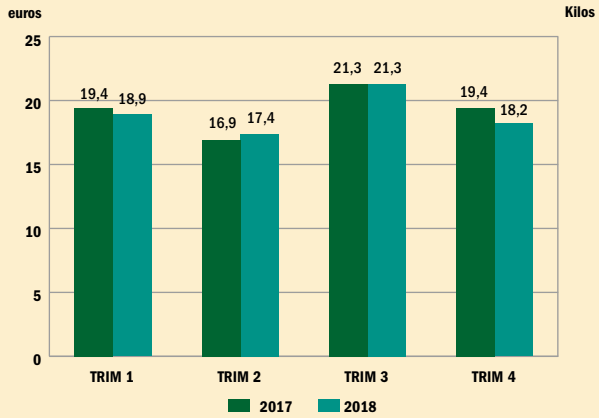
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BOLLERÍA	75,8	2,26	841,8	34,7	72,2

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

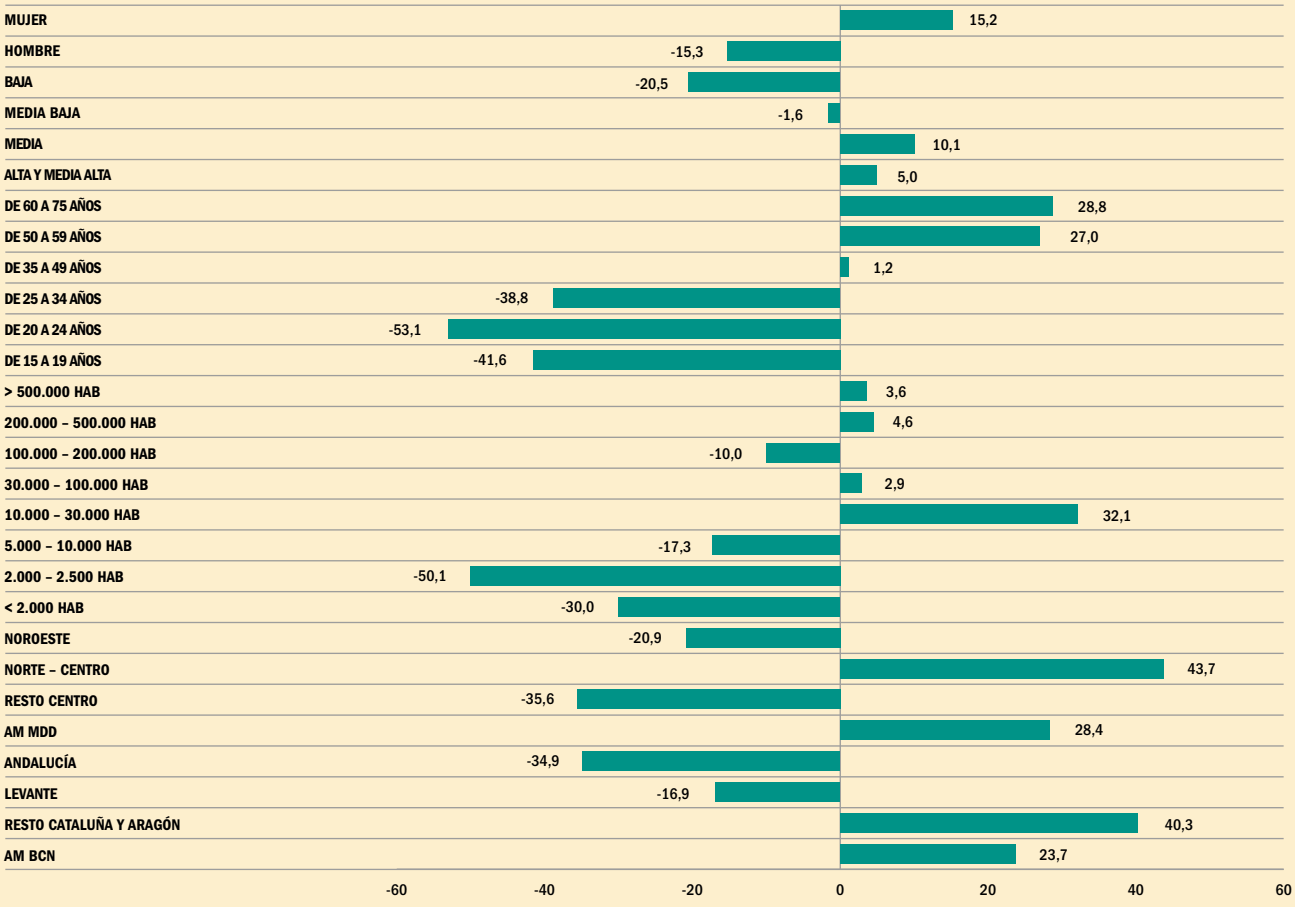
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de bollería ha descendido un -1,6% (de 77,0 millones de kilos en 2017 a 75,8 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de bollería, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE BOLLERÍA CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 2,26 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bollería durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de estos productos en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bollería fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bollería aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de bollería no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Norte-centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía, Levante y las zonas Noroeste y Resto Centro.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN CAFÉ

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de café fue de 89,2 millones de litros, que suponen 2,66 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.596,4 millones de euros que suponen 60,6 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de café llegan a 1.528,6 millones –de forma concreta, 61 por persona-. Durante el último año, un 75,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado café en alguna consumición fuera del hogar.

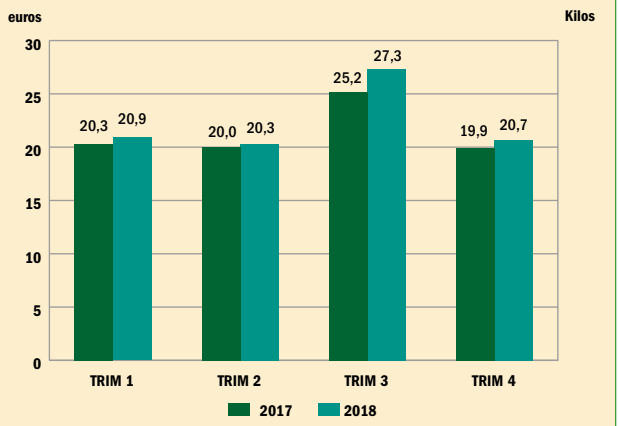
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CAFÉ	89,2	2,66	1.596,4	47,6	1.528,6	60,6	75,2

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

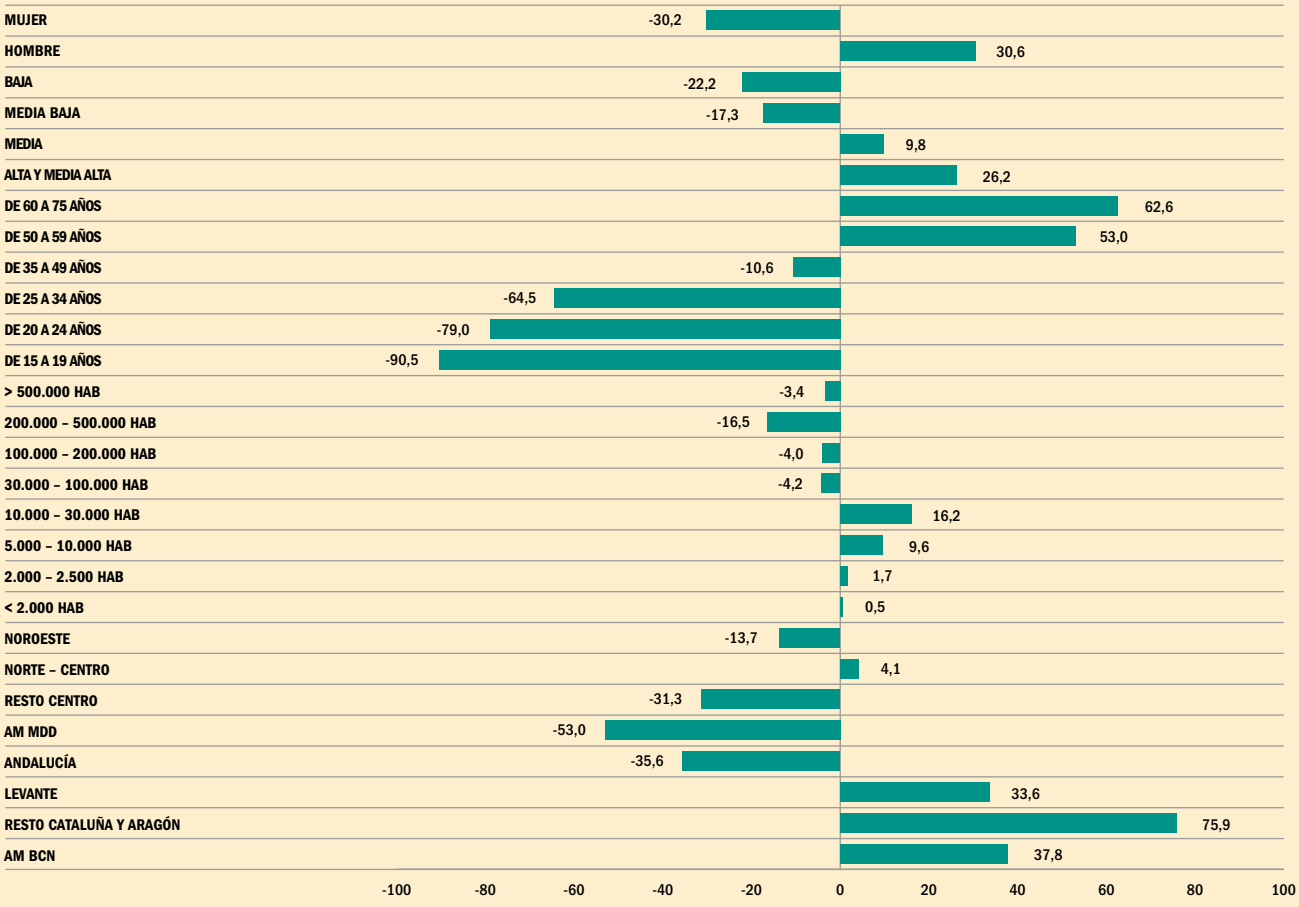
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de café ha crecido un 4,4% (de 85,4 millones de litros en 2017 a 89,2 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de café, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE CAFÉ CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 2,66 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de café durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de café en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de café fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de café aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de café no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 10.000 a 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 200.000 a 500.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Norte-centro, Levante, Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Noroeste, Andalucía y área metropolitana de Madrid.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de carne y productos cárnicos fue de 204,1 millones de kilos, que suponen 5,6 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 1.351,2 millones –de forma concreta, 44 por persona-. Durante el último año, un 90,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a la carne fresca (4,9 kilos por persona de consumo medio) y, de manera concreta, a la ternera (1,6 kilos per cápita) y al pollo (1,5 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 73,8% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (24,4%), ternera (23,9%) y porcino (17,0%).

La carne transformada (0,7 kilos y 16,1 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extradoméstico durante el año 2018. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 33,5% sobre el total de la carne transformada).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2018

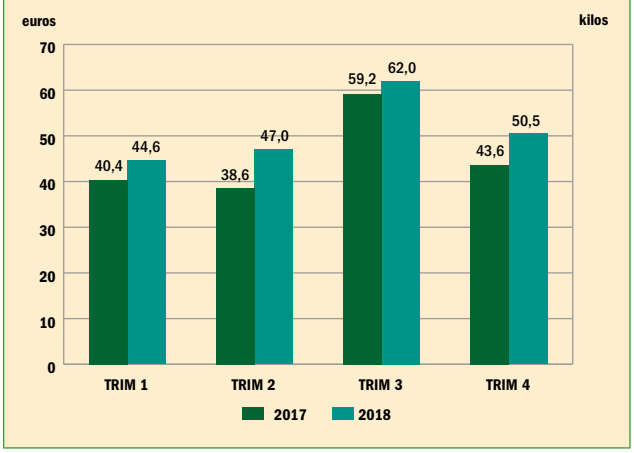
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	**204,1**	**5,6**	**1.351,2**	**44,3**	**90,8**
CARNE FRESCA	179,8	4,9	997,0	34,0	87,4
TERNERA	55,0	1,6	322,9	13,1	73,3
POLLO	59,2	1,5	329,2	13,8	71,1
PORCINO	31,0	0,9	229,4	10,9	62,7
OVINO	12,9	0,3	41,2	5,6	21,8
RESTO CARNE FRESCA	21,6	0,6	134,9	7,2	55,8
CARNE TRANSFORMADA	24,4	0,7	439,9	16,1	81,2
JAMÓN CURADO	7,1	0,2	147,2	8,0	54,9
JAMON CURADO NORMAL	5,0	0,1	104,0	6,3	49,4
JAMON CURADO IBÉRICO	2,0	0,1	43,6	4,9	26,4
LOMO EMBUCHADO	0,2	0,0	7,7	3,6	6,3
CHORIZO	0,7	0,0	21,1	3,0	20,8
PATES / FOI GRAS	0,1	0,0	5,5	2,4	6,8
RESTO CARNE TRANSFORMADA	16,3	0,5	271,1	11,2	72,0

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

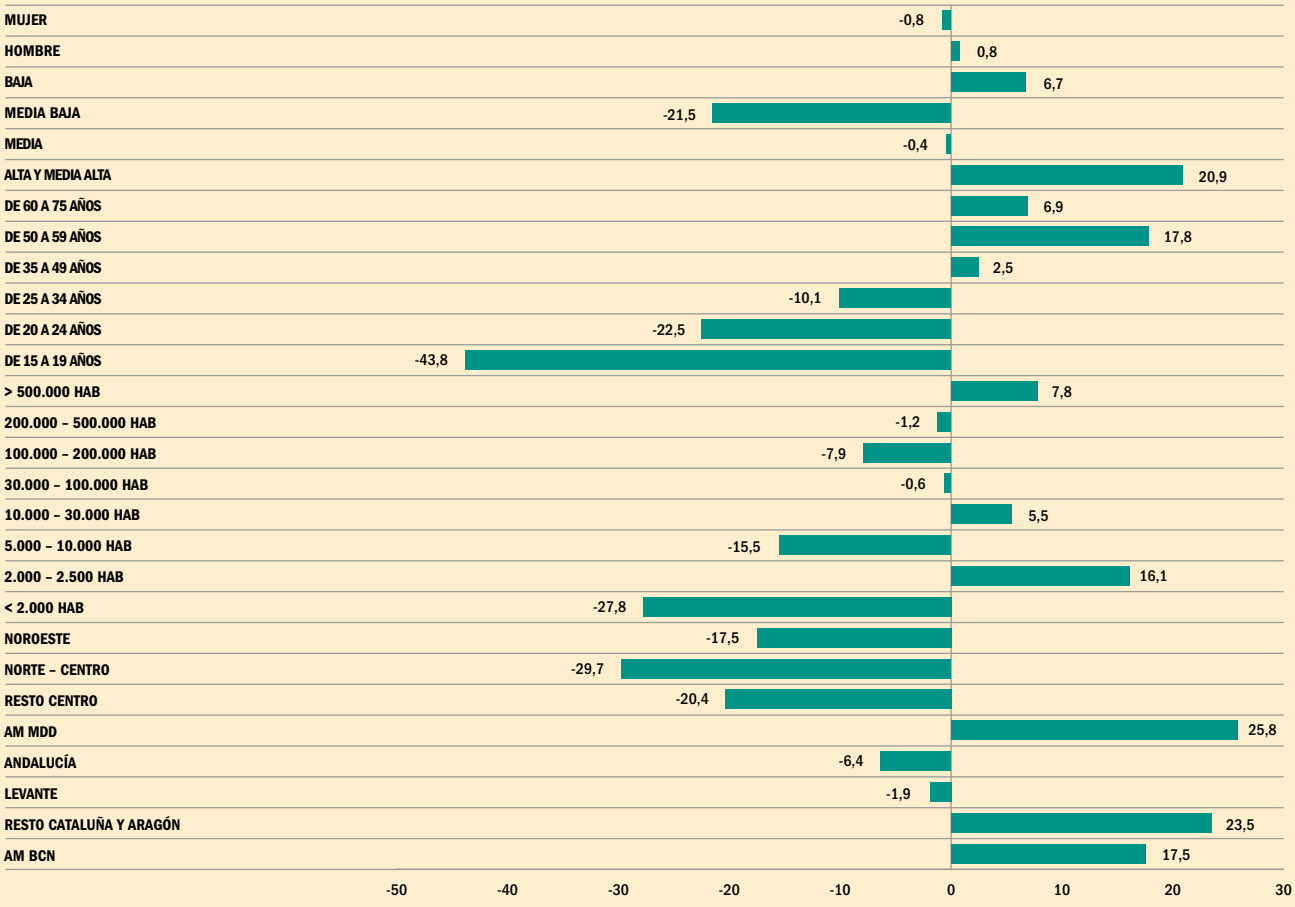
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de carne ha crecido un 12,7% (de 181,8 millones de kilos en 2017 a 204,1 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de carne y productos cárnicos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE CARNE FRESCA CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 6,08 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables y se advierte un consumo ligeramente superior de carne fresca en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de carne fresca fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de carne fresca aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de carne fresca no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 2.000 a 5.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y en el resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas noroeste, norte-centro, resto centro, Andalucía y Levante.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN CERVEZA

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de cerveza fue de 999,9 millones de litros, que suponen 29,79 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 3.886,7 millones de euros que suponen 115,8 euros de gasto per cápita.
Las consumiciones de cerveza llegan a 2.581,6 millones –de forma concreta, 90 por persona-. Durante el último año, un 85,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado cerveza en alguna consumición fuera del hogar.
Destaca el consumo extradoméstico de cerveza con alcohol que supone un 89,7% del consumo total, un 88,7% del valor total y un 88,3% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

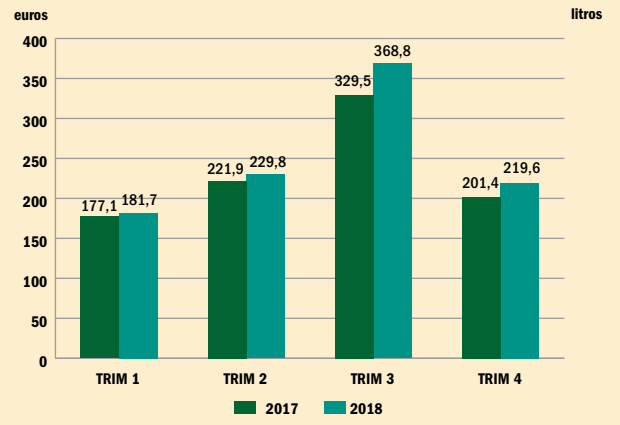
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CERVEZA	**999,9**	**29,79**	**3.886,7**	**115,8**	**2.581,6**	**89,9**	**85,5**
CON ALCOHOL	896,6	26,71	3.447,2	102,7	2.280,2	81,2	83,7
SIN ALCOHOL	101,9	3,04	434,8	13,0	298,0	19,7	45,0
OTRAS CERVEZAS	1,4	0,04	4,7	0,1	3,3	4,7	2,1

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

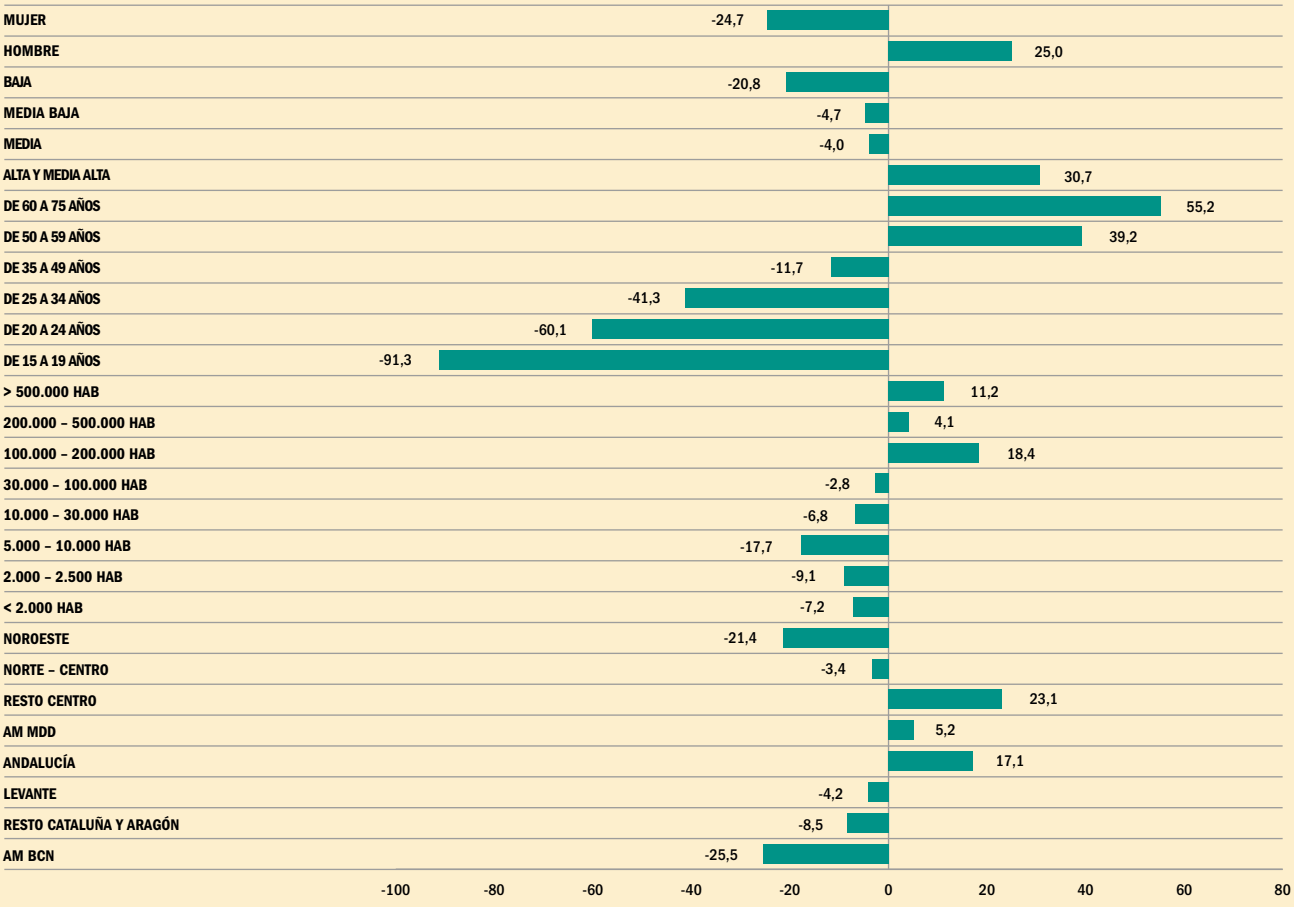
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de cerveza ha crecido un 7,5% (de 929,9 millones de litros en 2017 a 999,9 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de cerveza, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE CERVEZA CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 29,79 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de cerveza durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de cerveza en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de cerveza fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de cerveza aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de cerveza no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que alternas conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 100.000 a 200.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Andalucía, Resto Centro y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto de Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona, Noroeste y Norte-centro.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de derivados lácteos fue de 62,8 millones de kilos, que suponen 1,87 kilos de consumo medio per cápita al año en esta familia de productos. Las consumiciones en derivados lácteos ascienden a 705,0 millones –de forma concreta, 25 por persona-. Durante el último año, un 82,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado derivados lácteos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a postres (0,73 kilos por persona) y quesos (0,94 kilos per cápita). En términos de consumiciones, los quesos concentran el 56,4% y los postres el 30,4%.

Los yogures (0,18 kilos y 8,7 consumiciones por persona) también fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2018. ●

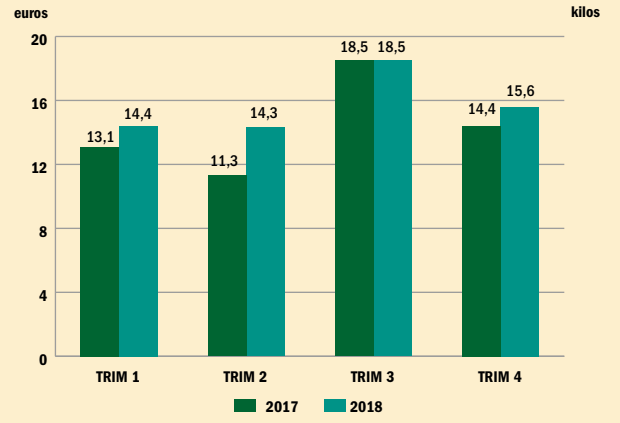
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL DERIVADOS	**62,8**	**1,87**	**705,0**	**25,4**	**82,6**
MANTEQUILLA	0,7	0,02	41,9	7,1	17,5
POSTRES	24,5	0,73	214,2	12,5	51,2
YOGURES	5,9	0,18	50,7	8,7	17,4
QUESO	31,7	0,94	397,6	15,3	77,5

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de derivados lácteos ha crecido un 9,6% (de 57,3 millones de kilos en 2017 a 62,8 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de derivados lácteos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ○

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)



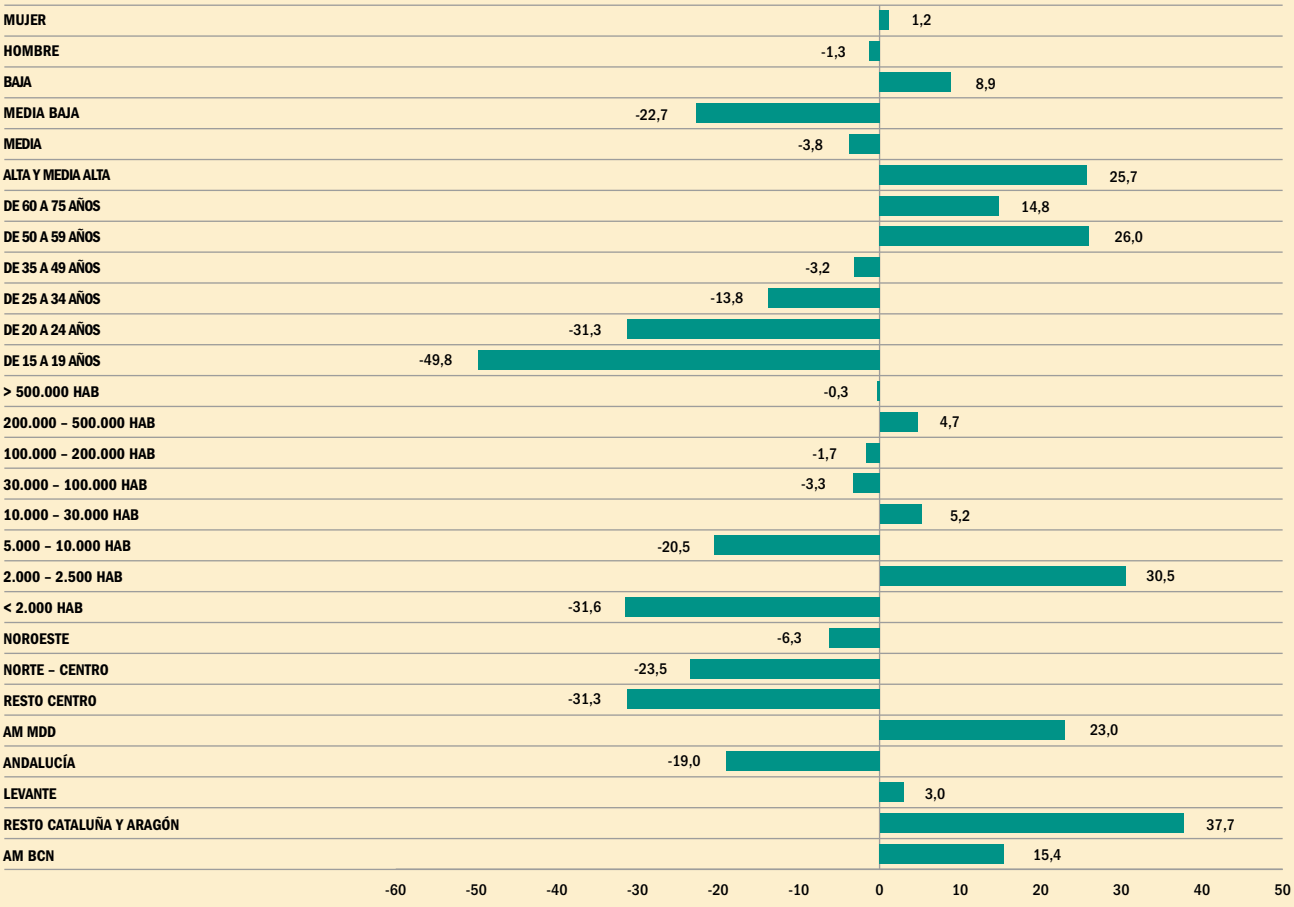
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de derivados lácteos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables y se advierte un consumo ligeramente superior en esta familia de productos en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de derivados lácteros fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de derivados lácteos aumenta a medida que el*



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE DERIVADOS LÁCTEOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,87 kilos por persona*



consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.

- *El hábitat de residencia del consumidor de derivados lácteos no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 2.000 a 5.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN FRUTAS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de frutas fue de 26,2 millones de kilos, que suponen 0,78 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en frutas ascienden a 154,8 millones –de forma concreta, 12 por persona-. Durante el último año, un 38,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado frutas en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a la fruta fresca (0,76 kilos por persona) y, de manera concreta, a manzanas (0,15 kilos per cápita) y a naranjas y mandarinas (0,13 kilos por persona). En términos de consumiciones, las frutas frescas concentran el 84,7% y resulta significativa la participación de manzanas (16,2%) y naranjas y mandarinas (13,6%).

La mermelada de frutas (5,6 consumiciones por persona) contaron con una menor relevancia en el consumo extradoméstico durante el año 2018.

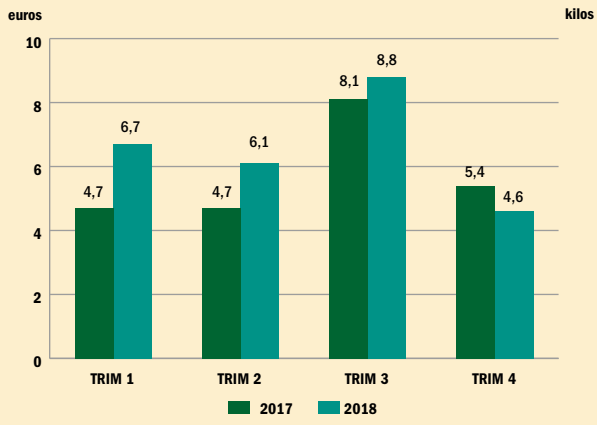
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL FRUTAS	**26,2**	**0,78**	**154,8**	**11,9**	**38,6**
FRUTA FRESCA	25,4	0,76	131,1	12,2	32,0
MANZANA	5,0	0,15	25,1	9,3	8,1
PLATANO	2,6	0,08	17,2	8,3	6,2
NARANJA/MANDARINA	4,2	0,13	21,0	8,0	7,8
MELÓN/SANDÍA	3,3	0,10	13,9	4,1	10,1
FRESA/FRESÓN	1,9	0,06	9,5	3,5	8,1
PIÑA	1,6	0,05	10,6	2,8	11,4
RESTO FRUTAS	6,9	0,21	34,3	7,0	14,6
MERMELADAS	0,8	0,02	23,7	5,6	12,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

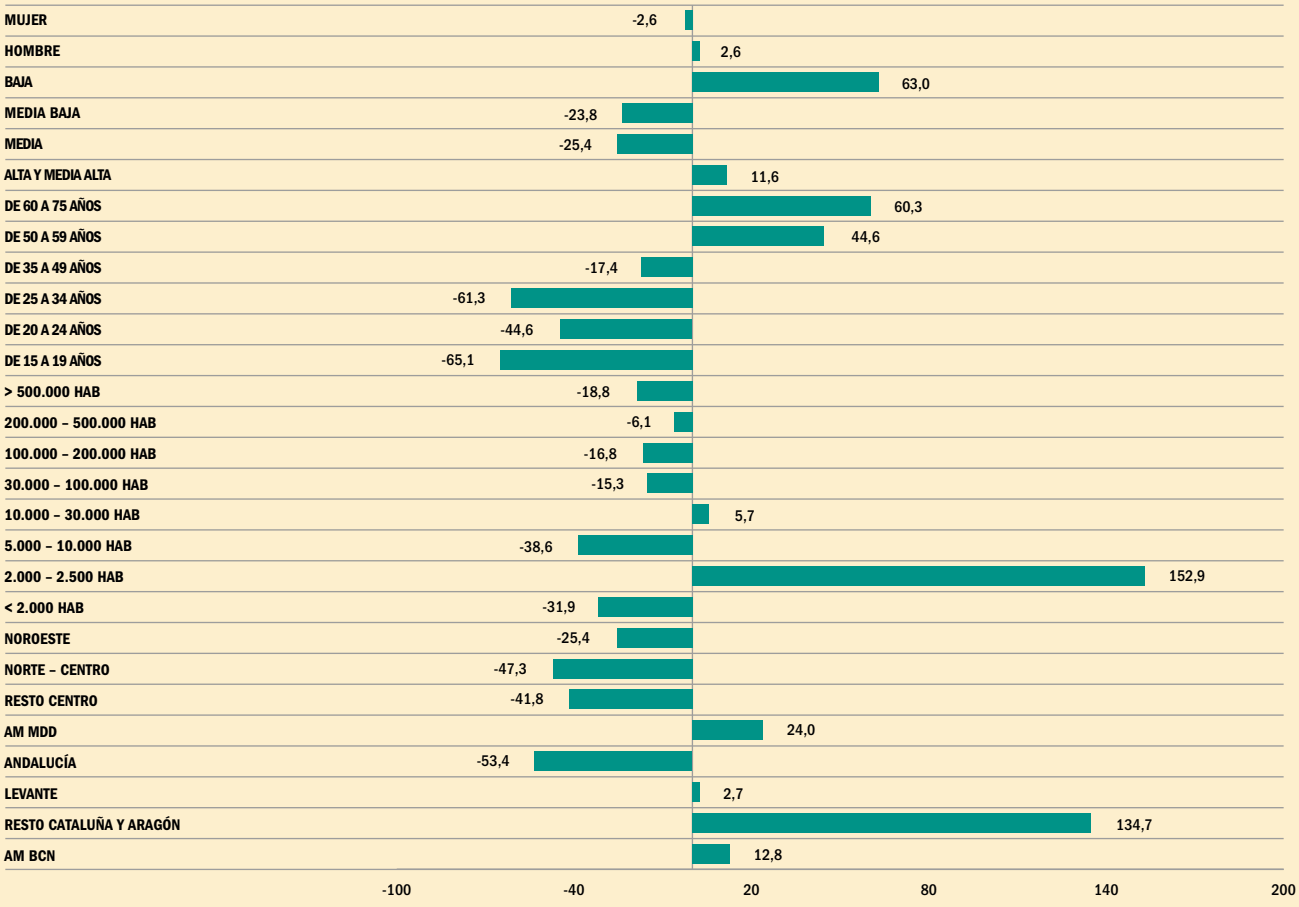
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de frutas ha crecido un 14,4% (de 22,9 millones de kilos en 2017 a 26,2 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de frutas, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que los trimestres segundo y cuarto cuentan con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE FRUTAS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,8 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de frutas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de baja tienen un consumo superior de frutas fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de frutas aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de frutas no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en pequeños municipios (entre 2.000 y 5.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN HELADOS Y GRANIZADOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 39,7 millones de litros, que suponen 1,18 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y granizados ascienden a 330,6 millones –de forma concreta, 15 por persona-. Durante el último año, un 66,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar.

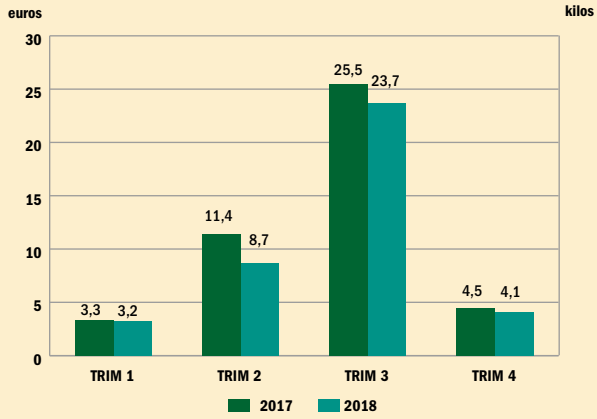
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	39,7	1,18	330,6	14,8	66,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

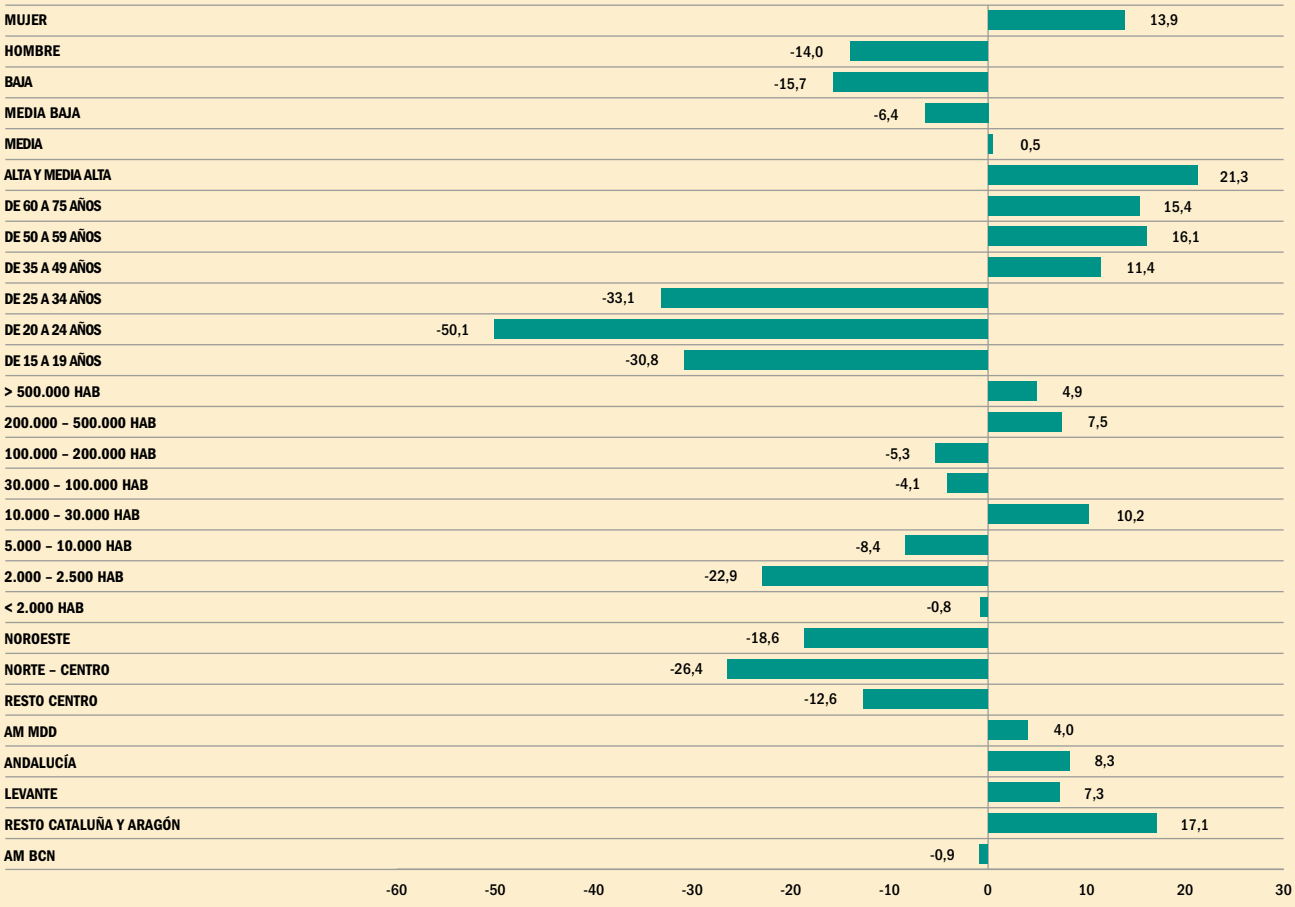
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de helados y granizados ha descendido un -11,2% (de 44,7 millones de kilos en 2017 a 39,7 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de helados y granizados, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE HELADOS Y GRANIZADOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,18 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo indican un consumo superior de estos productos en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de helados y granizados fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de helados y granizados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de helados y granizados no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios entre 2.000 y 5.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Andalucía, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN HORTALIZAS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras fue de 380,6 millones de kilos, que suponen 11,34 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en hortalizas y verduras ascienden a 1.336,7 millones –de forma concreta, 45 por persona-. Durante el último año, un 89,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado hortalizas y verduras en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a lechugas (2,22 kilos por persona), patatas (4,26 kilos per cápita) y tomates (1,02 kilos por persona). En términos de consumiciones, las patatas concentran casi el 50% y también resulta significativa la participación de tomates (25,7%) y lechugas (24,8%).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2018

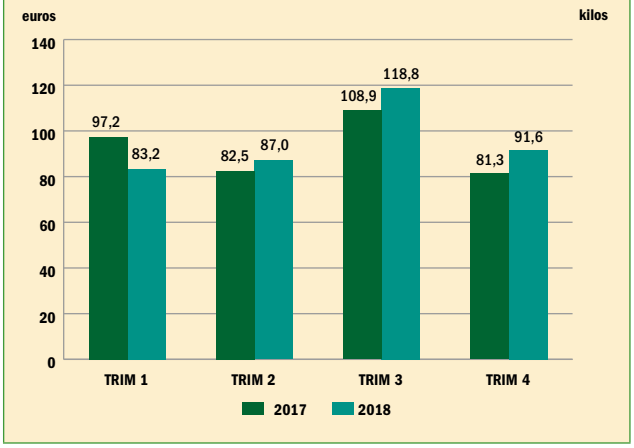
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HORTALIZAS Y VERDURAS	**380,6**	**11,34**	**1.336,7**	**44,6**	**89,4**
TOMATES	34,1	1,02	343,0	14,4	70,8
JUDÍAS VERDES	3,8	0,11	15,0	3,7	12,1
PATATAS	143,1	4,26	665,2	24,0	82,8
CEBOLLAS	29,7	0,88	270,8	12,1	66,5
PIMIENTOS	23,4	0,70	125,3	7,7	48,5
LECHUGAS	74,4	2,22	330,9	13,5	73,3
SETAS	17,3	0,52	87,9	5,7	46,0
ESPÁRRAGOS	4,7	0,14	20,7	3,9	15,8
OTRAS HORTALIZAS	50,2	1,50	227,7	10,5	64,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

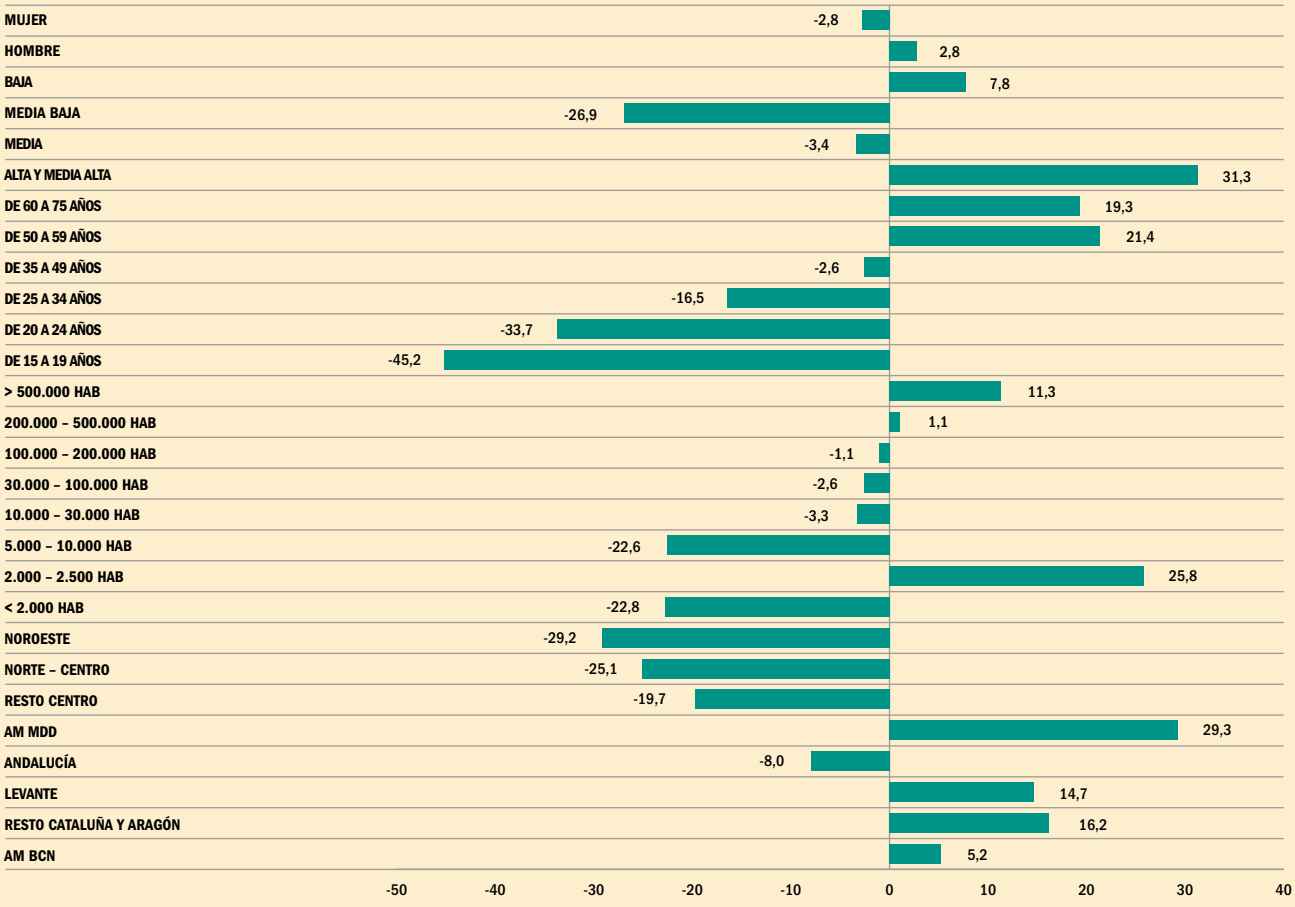
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras ha crecido un 2,9% (de 369,9 millones de kilos en 2017 a 380,6 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de hortalizas y verduras, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE HORTALIZAS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 11,34 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de hortalizas y verduras fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de hortalizas y verduras aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de hortalizas y verduras no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en pequeños municipios (entre 2.000 y 5.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a los municipios de menor tamaño (menos de 2.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN INFUSIONES

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de infusiones fue de 22,1 millones de litros, que suponen 0,66 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 190,5 millones de euros que suponen 5,7 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de infusiones llegan a 176,9 millones –de forma concreta, 12 por persona-. Durante el último año, un 45,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado infusiones en alguna consumición fuera del hogar.

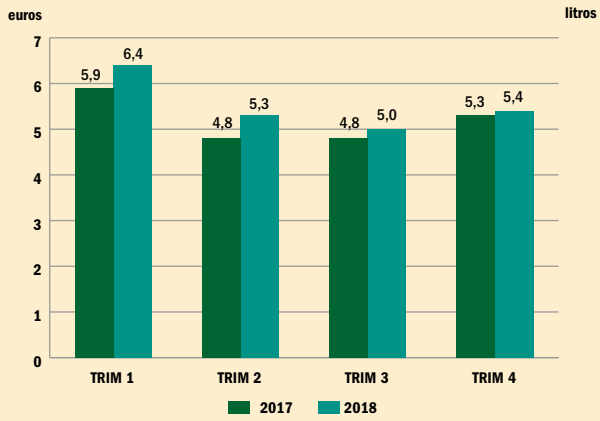
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
INFUSIONES	22,1	0,66	190,5	5,7	176,9	11,5	45,8

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

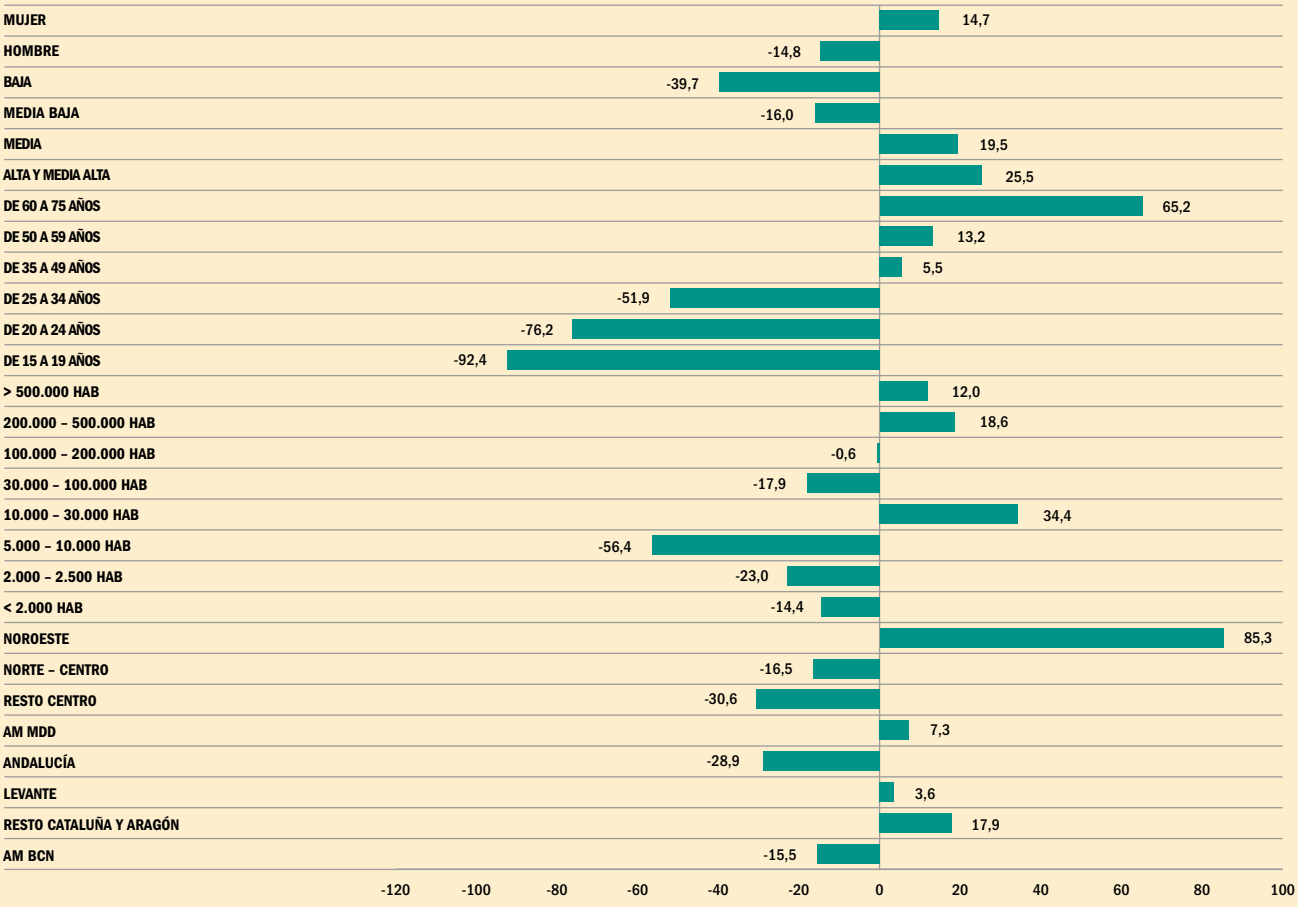
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de infusiones ha crecido un 6,3 (de 20,8 millones de litros en 2017 a 22,1 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de infusiones, el trimestre primero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre tercero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE INFUSIONES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,66 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de infusiones durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de infusiones en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de infusiones fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de infusiones aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de infusiones no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 10.000 a 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Levante, Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Norte-centro, Andalucía y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN LECHE

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de leche fue de 243,4 millones de litros, que suponen 7,25 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 2.056,7 millones de euros que suponen 61,3 euros de gasto per cápita.
Las consumiciones de leche llegan a 1.902,5 millones –de forma concreta, 72 por persona-. Durante el último año, un 78,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado leche en alguna consumición fuera del hogar.
Destaca el consumo extradoméstico de leche con café que supone un 93,8% del consumo total, un 95,9% del valor total y un 96% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

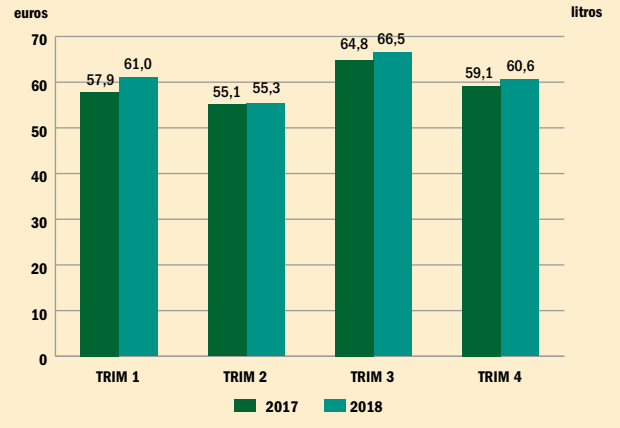
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LECHE	**243,4**	**7,25**	**2.056,7**	**61,3**	**1.902,5**	**72,2**	**78,5**
Leche Sola	3,7	0,11	16,1	0,5	18,6	6,3	8,8
Leche con Cacao	11,3	0,34	66,8	2,0	56,5	8,0	21,1
Leche con Café	228,4	6,81	1.973,8	58,8	1.827,3	71,8	75,8

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

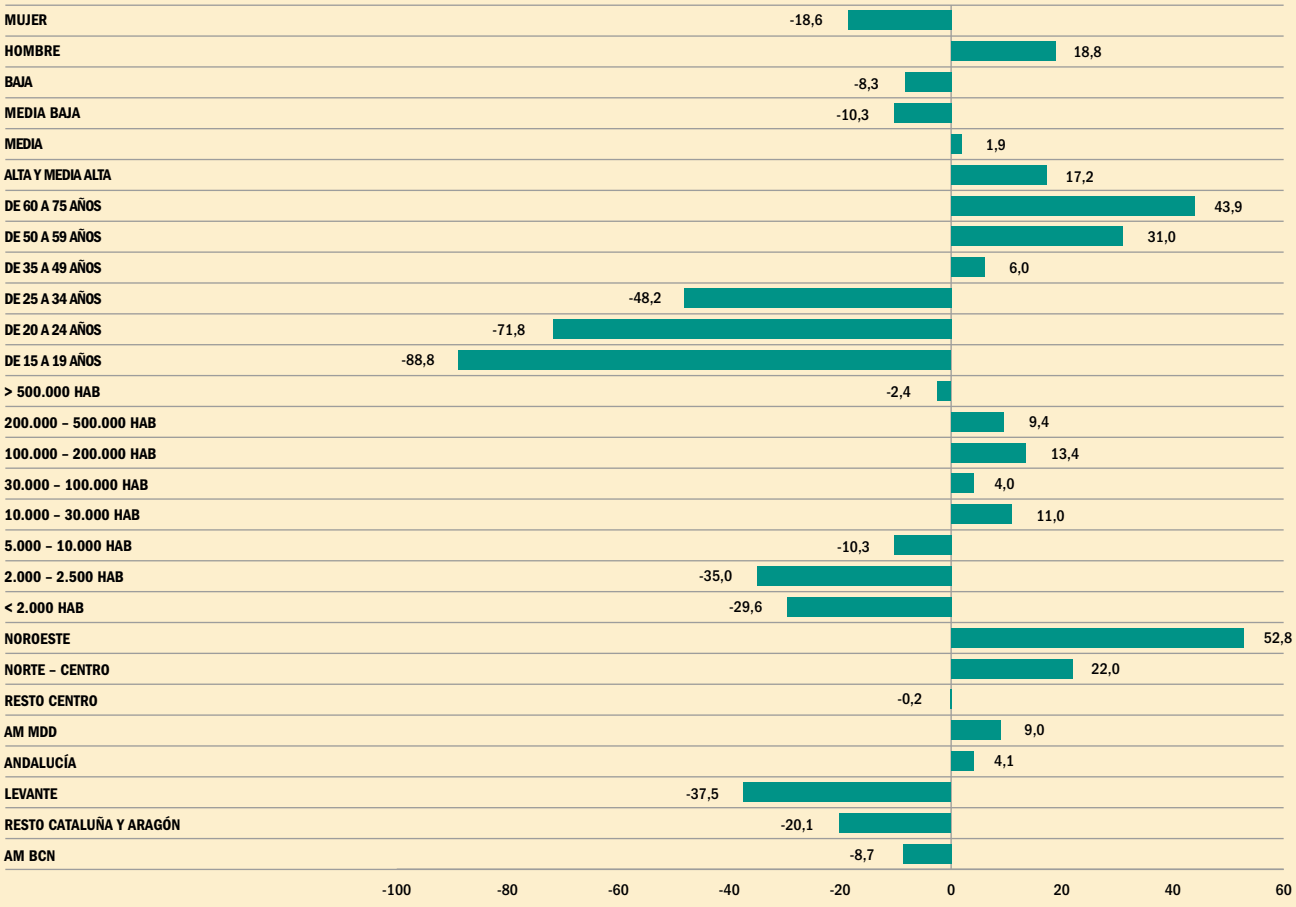
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de leche ha crecido un 2,7% (de 236,9 millones de litros en 2017 a 243,4 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de leche, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE LECHE CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 7,2 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de leche durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de leche en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de leche fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de leche aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de leche ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones favorables conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (de 2.000 a 5.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Levante, Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN LEGUMBRES

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de legumbres fue de 3,6 millones de kilos, que suponen 0,11 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en legumbres ascienden a 36,7 millones –de forma concreta, 5 por persona-. Durante el último año, un 21,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado legumbres en alguna consumición fuera del hogar.

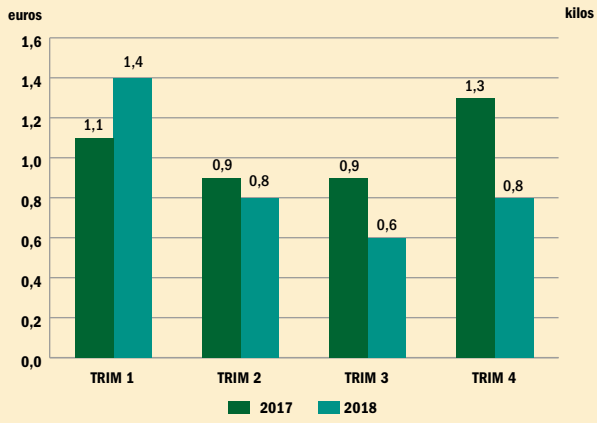
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LEGUMBRES	3,6	0,11	36,7	5,1	21,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

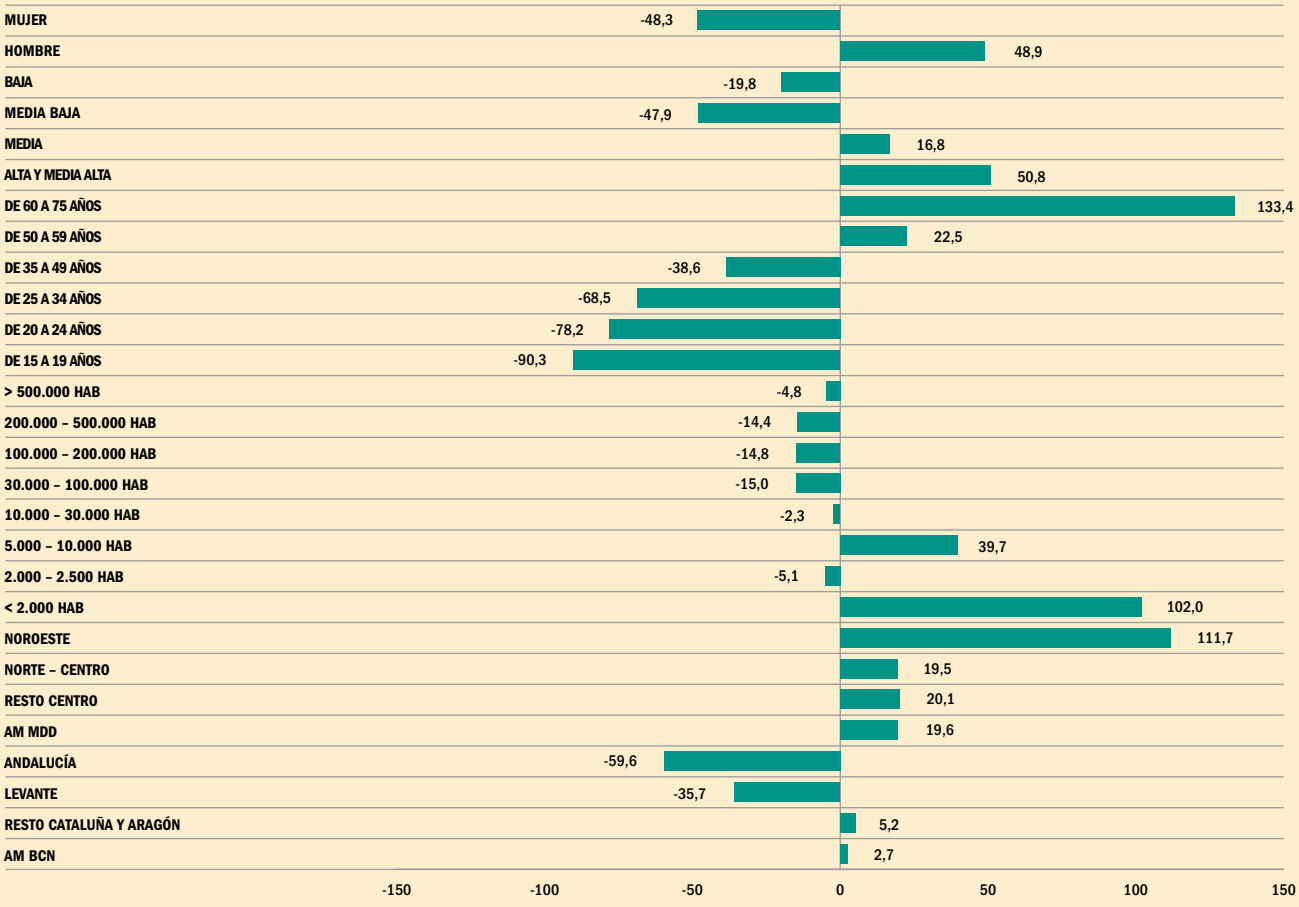
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de legumbres ha descendido un -14,3% (de 4,2 millones de kilos en 2017 a 3,6 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de legumbres, el trimestre primero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre tercero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE LEGUMBRES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,11 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de legumbres durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo notablemente superior de esta familia de productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de legumbres fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de legumbres aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de legumbres no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se van intercambiando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Norte-centro y Resto Centro mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía y Levante.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN PAN

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de pan fue de 152,6 millones de kilos, que suponen 4,55 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pan ascienden a 1.722,9 millones –de forma concreta, 55 por persona-. Durante el último año, un 93,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pan en alguna consumición fuera del hogar.

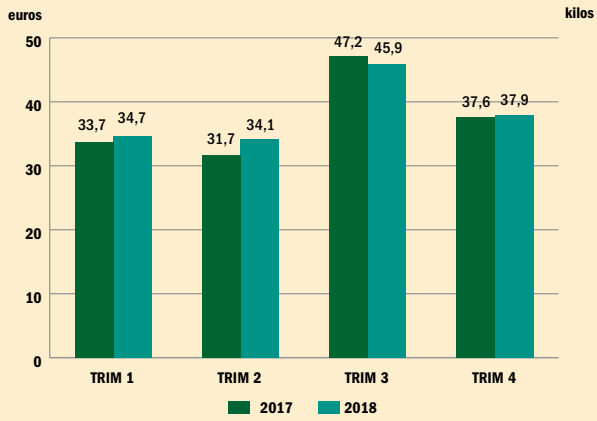
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PAN	152,6	4,55	1.722,9	55,1	93,2

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

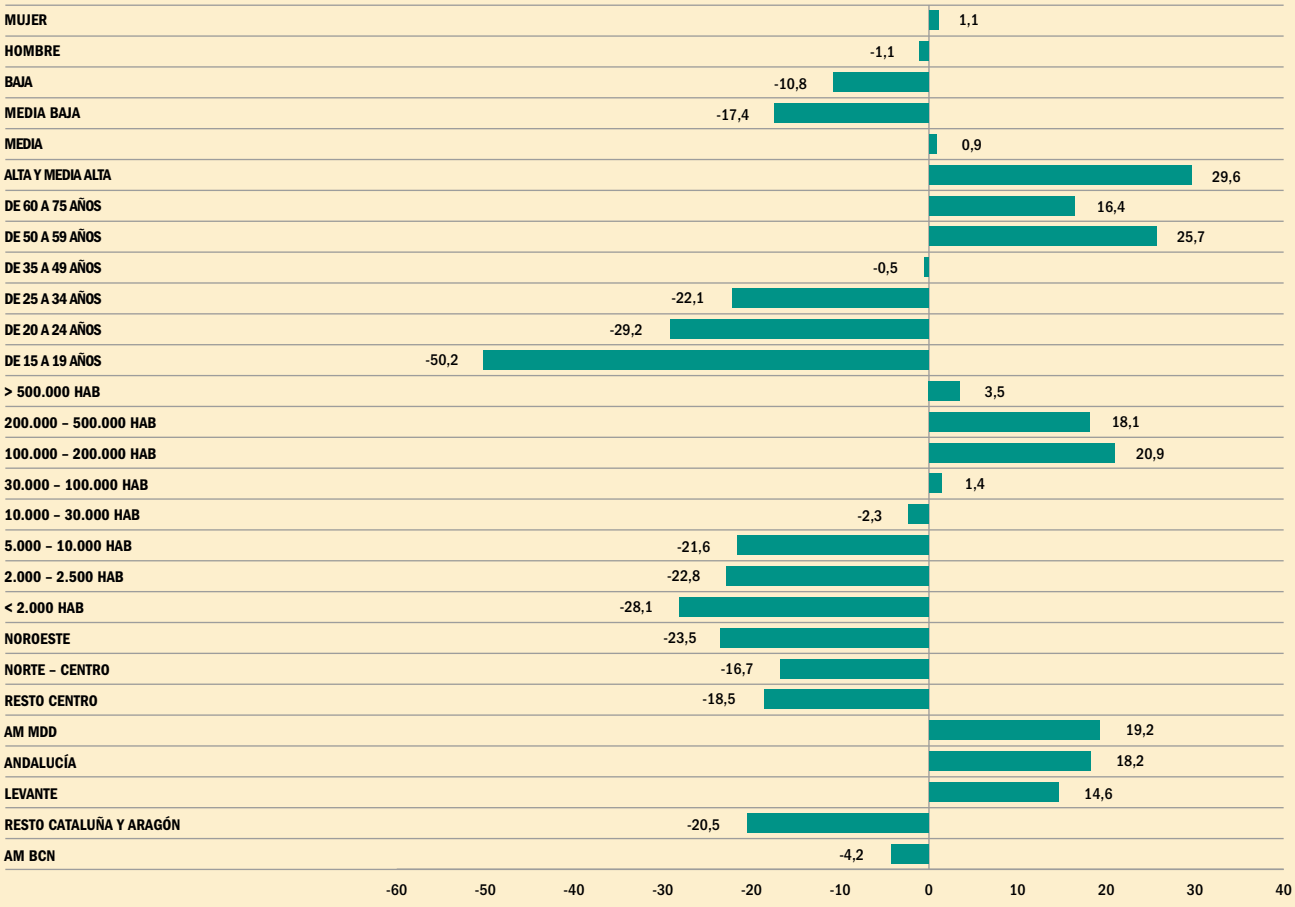
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pan ha crecido un 1,6% (de 150,2 millones de kilos en 2017 a 152,6 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pan, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE PAN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 4,55 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pan durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en este productos en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pan fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pan aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de pan ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (entre 100.000 y 200.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN PASTAS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de pastas fue de 7,0 millones de kilos, que suponen 0,21 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pastas ascienden a 80,4 millones –de forma concreta, 6 por persona-. Durante el último año, un 42,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pastas en alguna consumición fuera del hogar.

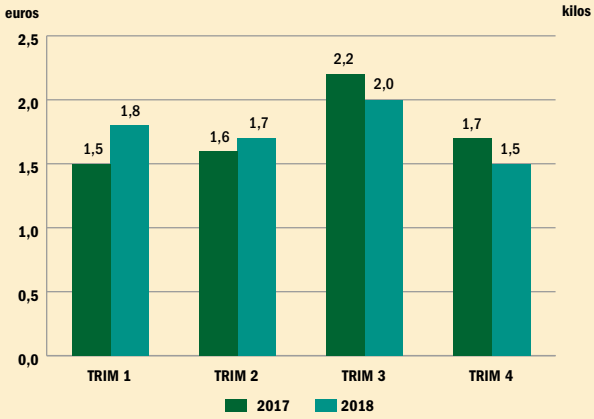
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PASTAS	7,0	0,21	80,4	5,7	42,3

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

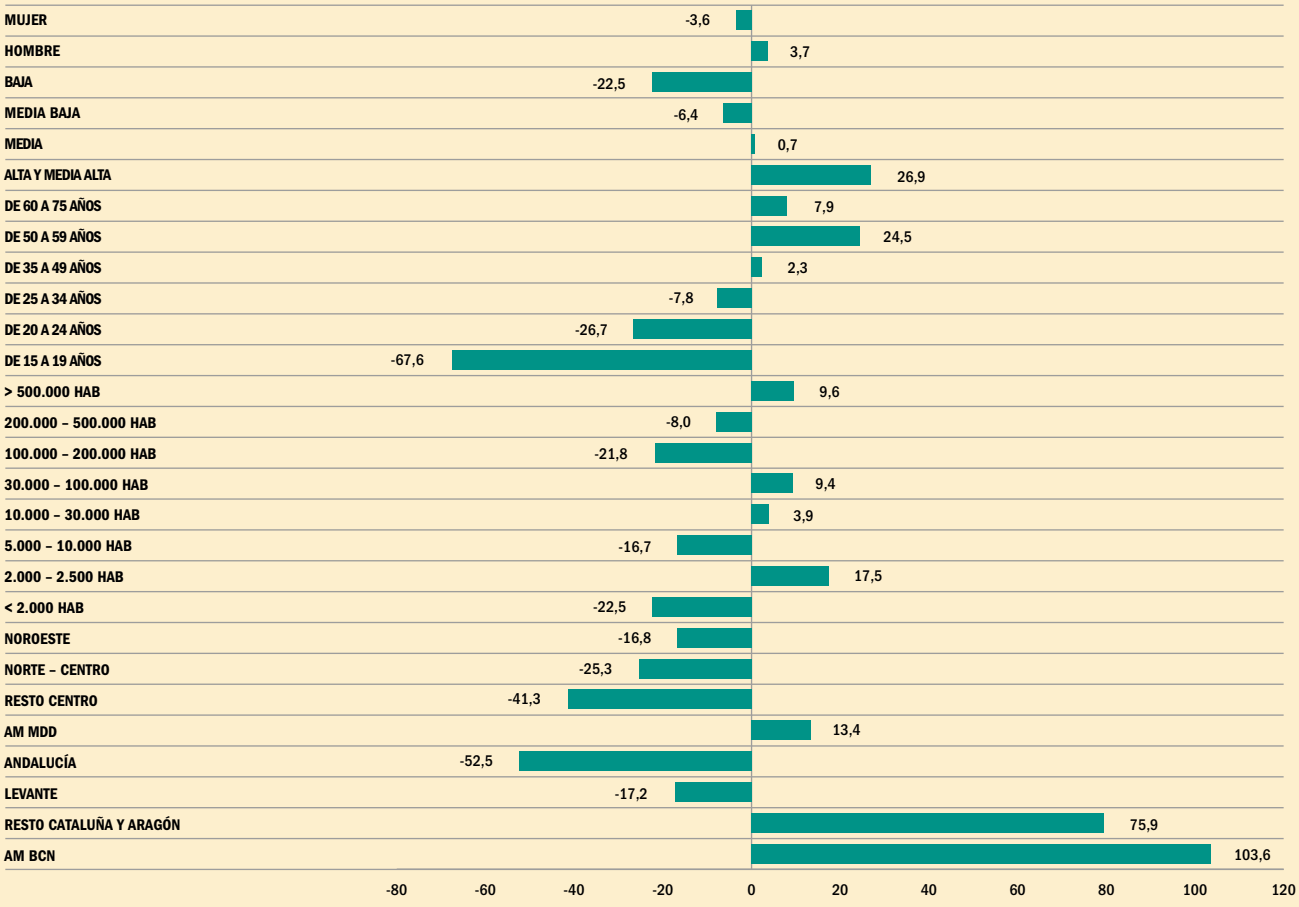
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pastas ha permanecido estable (7,0 millones de kilos tanto en 2017 como en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pastas, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE PASTAS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,21 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pastas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior de este productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pastas fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pastas aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de pastas ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 2.000 y 5.000 mientras que la más reducida se asocia a grandes municipios (entre 100.000 y 200.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y en Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro, Andalucía y Levante.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN PESCADOS Y MARISCOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 132,1 millones de kilos, que suponen 3,94 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 697,6 millones –de forma concreta, 27 por persona-. Durante el último año, un 76,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pescados o mariscos en alguna consumición fuera del hogar. El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a los mariscos (2,25 kilos por persona) y, de manera concreta, a langostinos y gambas (0,58 kilos per cápita) y a pulpo y sepia (0,48 kilos por persona). En términos de consumiciones, los pescados concentran el 57,7% y resulta significativa la participación de salmón (6,3%) y atún fresco (4,0%).

Los mariscos (2,25 kilos y 14,2 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2018. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 39,5% sobre el total de mariscos).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2018

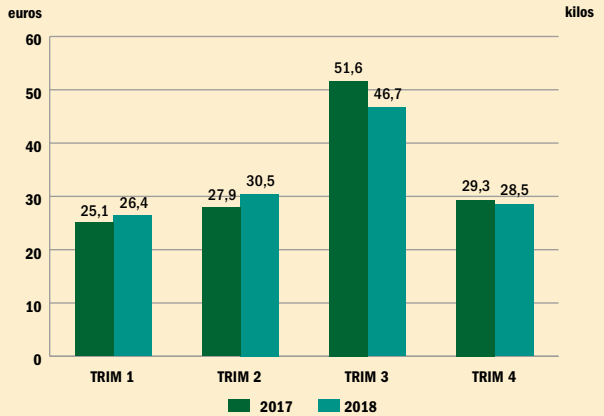
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS	**132,1**	**3,94**	**697,6**	**27,0**	**76,9**
PESCADOS	56,7	1,69	402,3	17,0	70,7
MERLUZA/PESCADILLA	2,9	0,09	14,9	2,8	15,7
BOQUERONES	1,7	0,05	12,3	2,9	12,8
SARDINAS	1,1	0,03	6,3	2,7	6,9
RAPE	0,5	0,01	2,8	2,0	4,1
DORADA	1,0	0,03	4,9	1,9	7,8
SALMÓN	3,7	0,11	25,6	3,9	19,5
ATÚN FRESCO	2,7	0,08	16,0	3,5	13,5
RESTO PESCADOS	43,2	1,29	321,7	14,2	67,4
MARISCOS	75,4	2,25	298,1	14,2	62,7
CALAMARES	17,0	0,51	117,7	7,1	49,4
PULPO/SEPIA	16,1	0,48	77,3	6,2	37,4
LANGOSTINOS/GAMBAS	19,5	0,58	96,7	7,2	40,2
OTROS MARISCOS	22,8	0,68	121,1	8,5	42,5

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

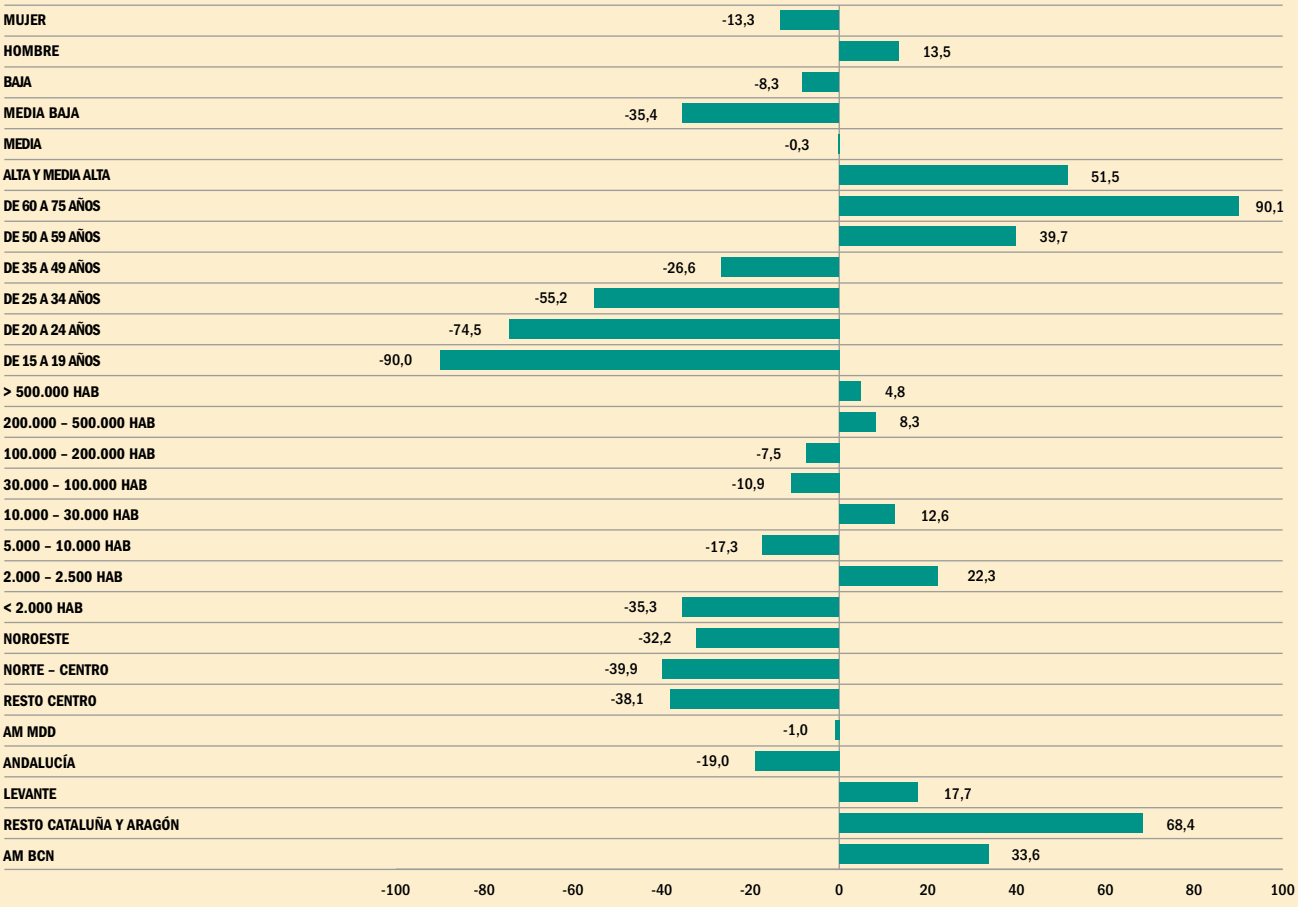
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos ha disminuido ligeramente un -1,3% (de 133,9 millones de kilos en 2017 a 132,1 millones de kilos en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pescados y mariscos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2017-2018 (MILLONES DE KILOS)



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE PESCADOS Y MARISCOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,94 kilos por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de pescados y mariscos fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pescados y mariscos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de pescados y mariscos no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 2.000 a 5.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN REFRESCOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de refrescos fue de 553,9 millones de litros, que suponen 16,50 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 2.093,0 millones de euros que suponen 62,4 euros de gasto per cápita. Las consumiciones de refrescos llegan a 1.468,1 millones –de forma concreta, 48 por persona-. Durante el último año, un 90,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado refrescos en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de colas que supone un 58,7% del consumo total, un 59,8% del valor total y un 60,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2018

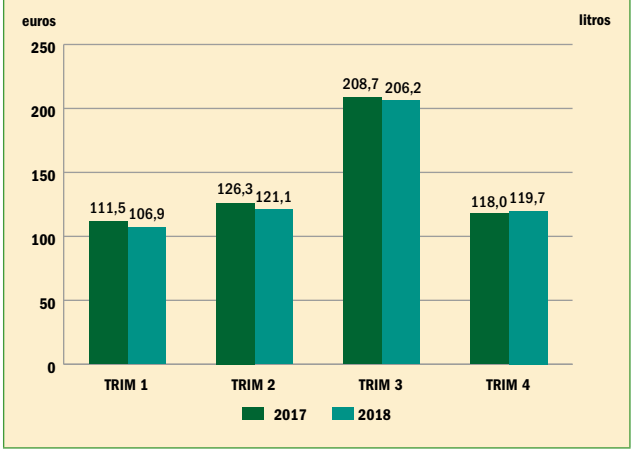
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES	**553,9**	**16,50**	**2.093,0**	**62,4**	**1.468,1**	**48,1**	**90,9**
COLAS	325,0	9,68	1.251,5	37,3	884,4	32,4	81,3
COLA REGULAR	161,5	4,81	637,5	19,0	432,6	19,7	65,5
LIGHT/ZERO	160,6	4,78	602,3	17,9	443,3	23,4	56,5
CON CAFEINA	281,5	8,39	1.092,0	32,5	766,1	29,8	76,5
SIN CAFEINA	36,8	1,10	130,9	3,9	99,3	9,8	30,2
OTRA VARIEDAD	2,9	0,09	11,7	0,3	8,5	4,2	6,0
FRUTAS CON GAS	72,6	2,16	247,4	7,4	181,9	10,7	50,7
FRUTAS SIN GAS	18,5	0,55	63,9	1,9	44,1	6,6	19,9
MIXERS	16,1	0,48	74,1	2,2	47,4	7,4	19,1
ISOTONICAS	57,3	1,71	227,2	6,8	147,9	9,8	44,9
ENERGÉTICAS	12,9	0,38	30,9	0,9	29,6	11,2	7,9
GASEOSAS	13,7	0,41	37,7	1,1	26,9	7,6	10,5
BEBIDAS ZUMO+LECHE	5,5	0,16	21,9	0,7	17,6	5,8	9,0
RESTO	32,5	0,97	138,3	4,1	88,2	8,4	31,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

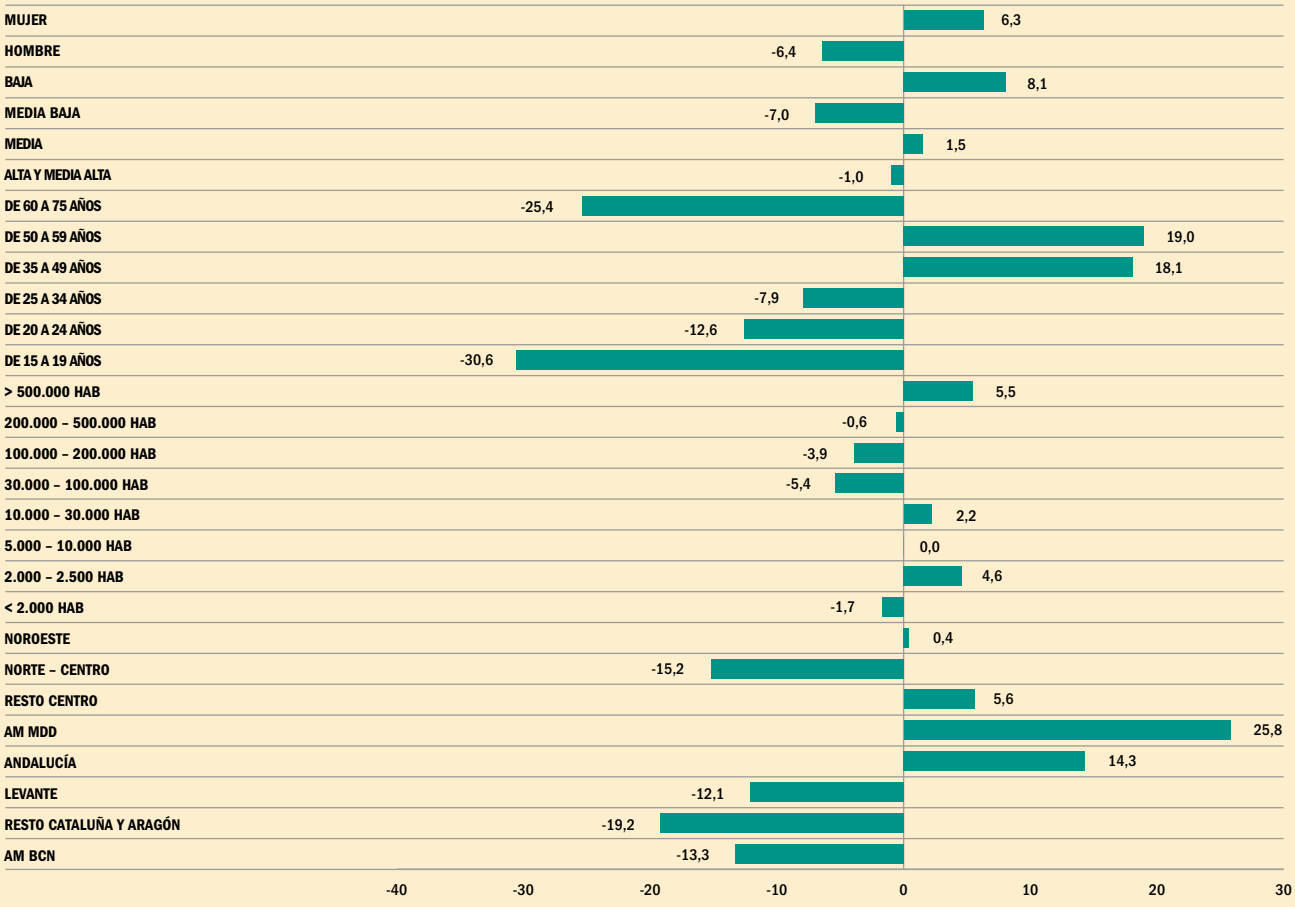
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de refrescos ha descendido un -1,9% (de 564,5 millones de litros en 2017 a 553,9 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de refrescos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE REFRESCOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 16,5 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de refrescos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de refrescos en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase baja tienen un consumo superior de refrescos fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de refrescos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad (a excepción del último subgrupo de 60 a 75 años) llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de refrescos no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 30.000 a 100.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Resto Centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Noroeste, Norte-centro y Resto de Cataluña y Aragón, Levante y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN SIDRA

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de sidra fue de 26,2 millones de litros, que suponen 0,78 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 91,1 millones de euros que suponen 2,7 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de sidra llegan a 39,6 millones –de forma concreta, 9 por persona-. Durante el último año, un 13,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar.

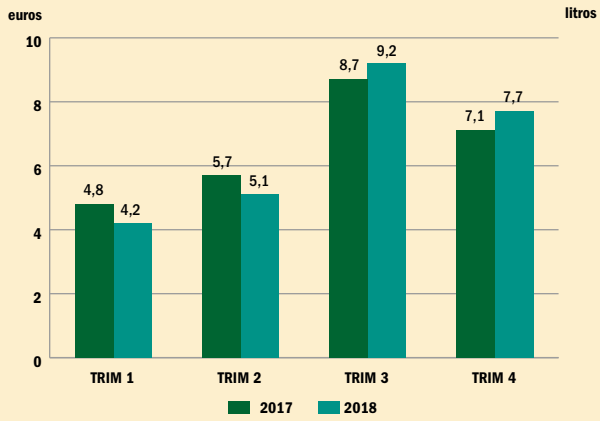
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
SIDRA	26,2	0,78	91,1	2,7	39,6	8,9	13,3

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

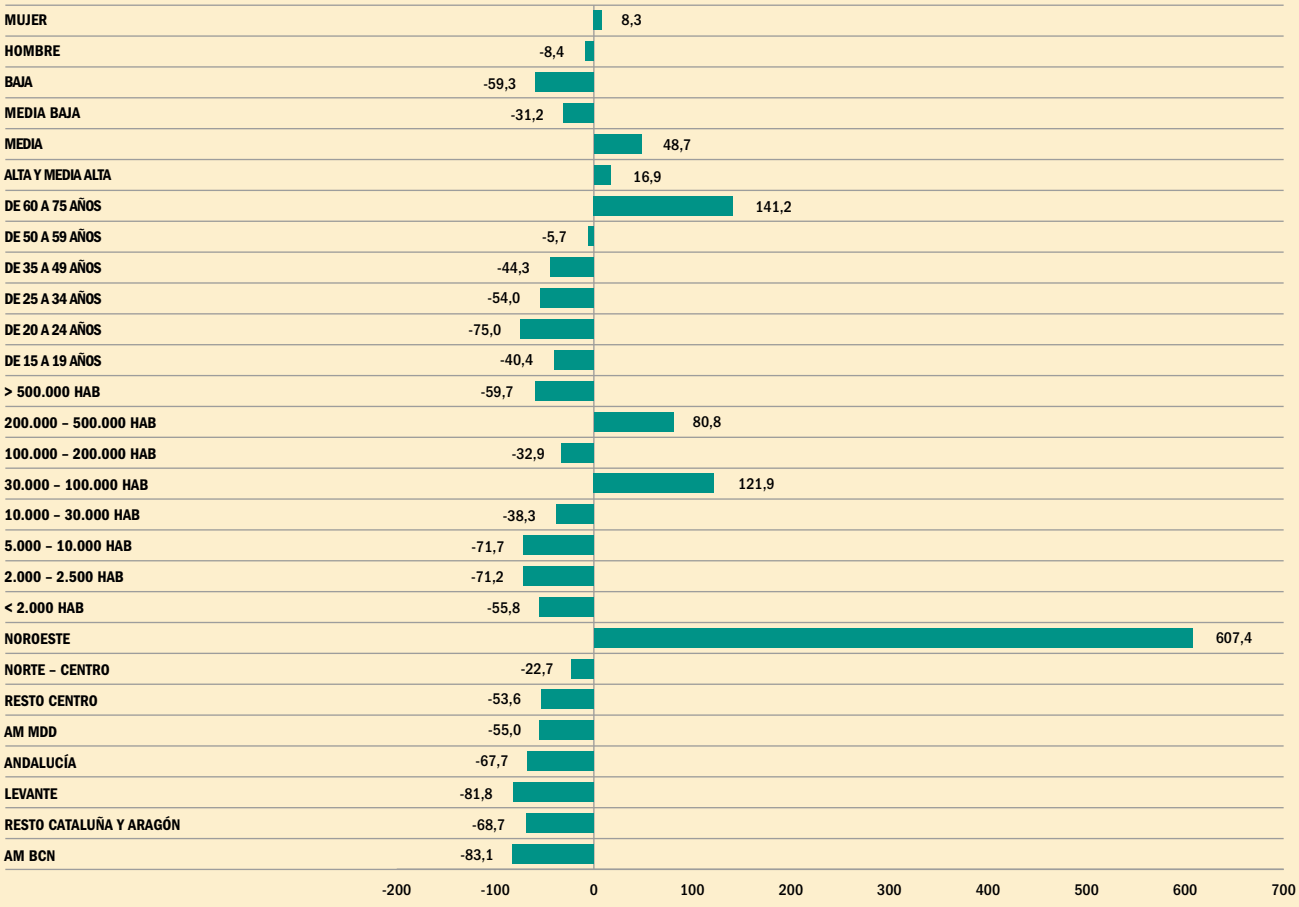
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de sidra ha sido prácticamente similar (26,3 millones de litros en 2017 y 26,2 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de sidra, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE SIDRA CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,78 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de sidra durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son apreciables y se advierte un consumo superior de sidra en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de sidra fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de sidra sólo cuenta con desviaciones positivas en los consumidores de mayor edad, es decir, en individuos de 60 a 75 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de sidra no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 30.000 a 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones negativas en todas las regiones menos en el área Noroeste que concentra una gran cantidad de la demanda de este producto.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN VINO Y DERIVADOS

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de vino y derivados fue de 202,6 millones de litros, que suponen 6,04 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.404,6 millones de euros que suponen 41,9 euros de gasto per cápita. Las consumiciones de vino y derivados llegan a 457,9 millones –de forma concreta, 23 por persona-. Durante el último año, un 58,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado vino y derivados en alguna consumición fuera del hogar. Destaca el consumo extradoméstico de vino tinto que supone un 47,1% del consumo total, un 50,2% del valor total y un 49,3% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2018

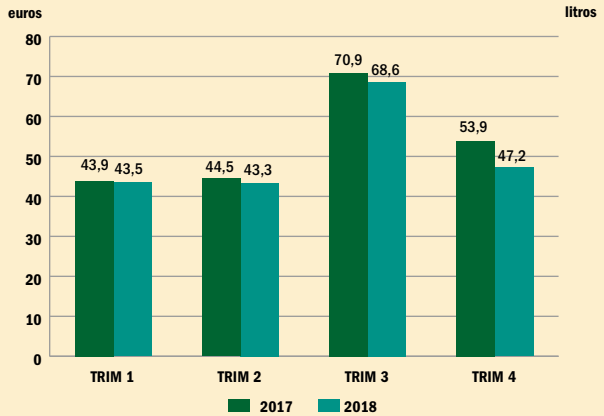
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS DE VINO	**202,6**	**6,04**	**1.404,6**	**41,9**	**457,9**	**23,2**	**58,9**
VINO	149,4	4,45	1.154,3	34,4	366,4	21,4	50,9
TINTO	95,4	2,84	704,6	21,0	225,9	15,8	42,5
BLANCO	41,4	1,23	348,3	10,4	115,3	11,2	30,6
ROSADO	11,2	0,33	92,5	2,8	21,3	6,2	10,2
RESTO VINO	1,4	0,04	8,9	0,3	3,9	2,6	4,6
CAVA	9,8	0,29	82,5	2,5	15,9	4,3	10,9
OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO	43,4	1,29	167,7	5,0	75,6	7,8	29,0
TINTO DE VERANO	34,2	1,02	129,3	3,9	61,7	8,1	22,6
SANGRÍA DE VINO	6,0	0,18	18,4	0,5	7,6	2,8	7,9
SANGRÍA DE CAVA	1,4	0,04	8,4	0,3	1,7	2,2	2,3
CALIMOCHO	1,8	0,05	11,6	0,3	4,7	7,2	1,9

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

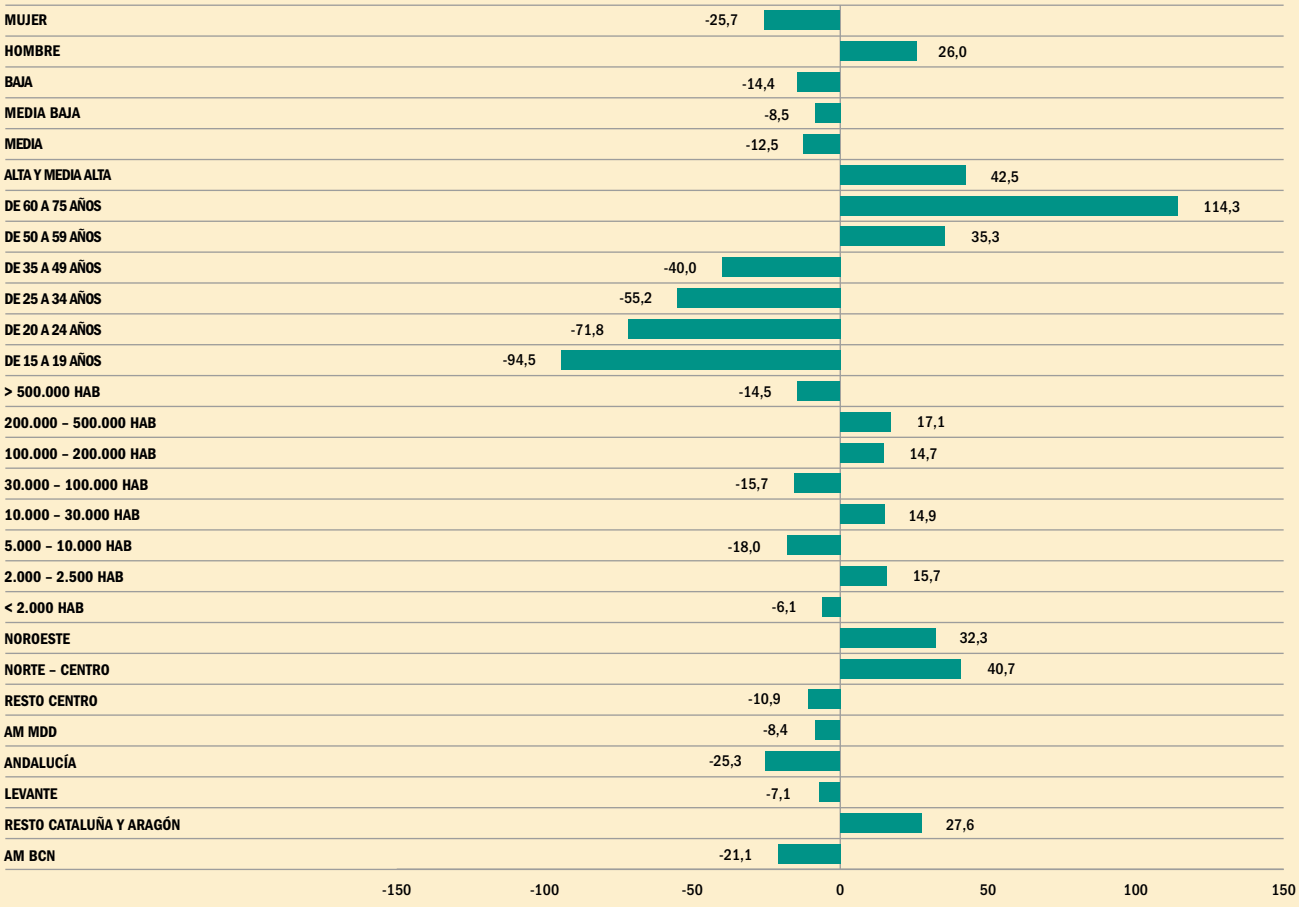
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de vino y derivados ha descendido un -5,0% (de 213,2 millones de litros en 2017 a 202,6 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de vino y derivados, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)



DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE VINO Y DERIVADOS CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 6,04 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de vino y derivados durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de vino y derivados en hombres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de vino y derivados fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de vino y derivados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de vino y derivados no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (de 5.000 a 10.000 habitantes).*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Andalucía y área metropolitana de Madrid, Resto Centro, Levante y área metropolitana de Barcelona.* ○

CONSUMO Y GASTO FUERA DEL HOGAR EN ZUMO

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de zumo fue de 66,6 millones de litros, que suponen 1,98 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 307,6 millones de euros que suponen 9,2 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de zumo llegan a 205,3 millones –de forma concreta, 11 por persona-. Durante el último año, un 58,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado zumo en alguna consumición fuera del hogar.

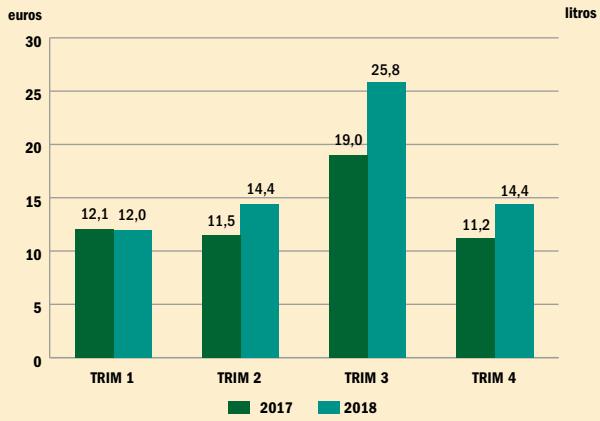
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2018

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ZUMO	66,6	1,98	307,6	9,2	205,3	10,5	58,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

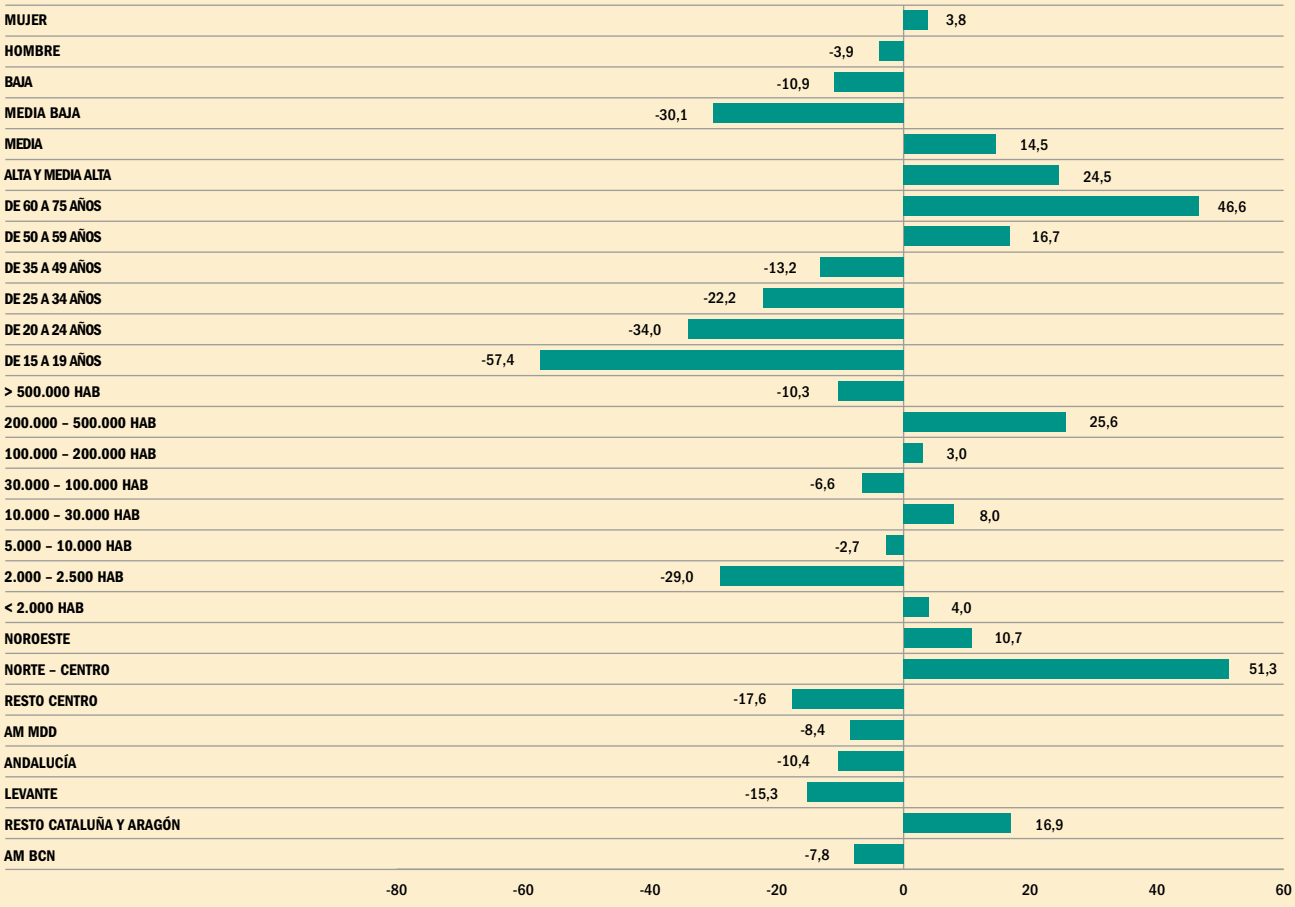
Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de zumo ha crecido un 23,8% (de 53,8 millones de litros en 2017 a 66,6 millones de litros en 2018). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de zumo, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2017-2018 (MILLONES DE LITROS)





DESVIACIONES EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO DE ZUMO CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,98 litros por persona*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de zumo durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de zumo en mujeres.*
- *Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de zumo fuera del hogar mientas que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.*
- *Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de zumo aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.*
- *El hábitat de residencia del consumidor de zumo no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.*
- *Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Norte-centro y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Noroeste, Andalucía, Levante y áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona.* ○



INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2019

CEREALES

Los cereales son plantas herbáceas monocotiledóneas de ciclo vegetativo anual que comprenden varias especies (trigo blando, duro, cebada, centeno, avena, etc.) originarias de zonas templadas y subtropicales y pertenecientes a la familia de las gramíneas.

Su adaptabilidad a diferentes suelos y condiciones climáticas ha propiciado su extensión por todo el mundo.

El término "cereal" procede de la diosa romana Ceres, identificada con la fecundidad y las cosechas.

Desde tiempos inmemoriales, los cereales han estado en la base de la alimentación humana. Los cereales silvestres pasaron a ser cultivados por el hombre, que pasó de ser meramente recolector a ser agricultor. De esta forma, el hombre se aseguró su alimentación.

Los cereales son un producto básico en la alimentación humana debido a sus características nutritivas, su moderado costo y también a que provocan una sensación de saciedad, al aumentar su volumen en el intestino, que en algunas sociedades es muy importante. El éxito en su producción, almacenamiento y utilización ha sido fundamental para el desarrollo de la civilización moderna.

En el mundo, actualmente sigue habiendo pueblos para los que los cereales son el único alimento durante la mayor parte del año y también hay otros que los consumen con mucha frecuencia por el aporte de hidratos de carbono que proporcionan. Sin embargo, en los llamados países desarrollados el peso de los cereales en la alimentación se ha ido reduciendo, especialmente en el último siglo.

PRODUCCIONES DE TRIGO EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	738,2	756,3	761,8	731,6
EE.UU	56,2	62,9	47,4	51,3
UE-28	160,8	152,1	152,4	137,3
ESPAÑA	**6,3**	**7,9**	**4,8**	**8**

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

El principal destino de los cereales es la alimentación humana, pero también se produce mucho grano cerealista para alimentar a los animales y abastecer a la industria química (fabricación de bioetanol, etc.).

Del cereal se obtiene harinas panificables, sémolas, maltas, granos para cocer o para inflar, así como también cerveza y los llamados "derivados" del cereal.

Junto con sus derivados, los cereales son un alimento energético, una fuente de carbohidratos, que tiene muy pocas grasas. Sus granos contienen muy poco agua, de ahí que se conserven muy fácilmente.





CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

Los cereales contienen minerales como el calcio, fósforo, el hierro y, en menor cantidad, potasio. Además, tienen todas las vitaminas del grupo B, especialmente la B1, que se conserva en el salvado.

La semilla del cereal está formada por la cáscara y el grano. La primera está compuesta principalmente por fibras de celulosa que contiene vitamina B1 y cuando el grano se muele y la cáscara se retira, se obtiene el salvado. Por su parte, el grano está formado a su vez por el germen (que contiene proteínas de alto valor orgánico) y el núcleo, compuesto por almidón y, en algunos casos como el trigo o la avena, por un complejo proteico llamado gluten.

Debido a la importancia que los cereales tienen en la alimentación humana, la Organización de Naciones Unidas (ONU) hace un seguimiento especial de la producción y consumo en el mundo de cara a prevenir catástrofes humanitarias.

A nivel mundial, el trigo, el mijo, el arroz y el maíz son los cuatro cereales más consumidos, aunque también tienen una gran importancia a escala mundial otros cereales como el centeno, la avena y la cebada. ○

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

En los últimos años, la importancia económica de este subsector dentro de la agricultura ha ido descendiendo, según los datos del Ministerio de Agricultura. En 2018, tras la desastrosa cosecha precedente la producción nacional volvió a ser buena y representó el valor más alto de los últimos cinco años.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018
TRIGO	6.332	7.873	4.825	8.041,2
CEBADA	6.705	9.176	5.786	8.994
MAÍZ	4.567	4.069	3.776	3.799,2
ARROZ (CÁSCARA)	847	835	835	844
AVENA	781	1.110	843	1.486
CENTENO	281	377	139	384
OTROS CEREALES	500	553	386	695
TOTAL	**20.013**	**23.993**	**16.590**	**24.244**

FUENTES: MAPA.

En concreto, a efectos de calcular la renta agraria, el Ministerio de Agricultura estimó que en 2018 la producción de cereal aumentó un 43%, mientras que los precios subieron en general un 1,3%. En la campaña anterior, los precios subieron más pero la producción cayó en volumen un 28%, según las mismas fuentes.

Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria aumentó un 44%, hasta situarse en 4.271,2 millones de euros en términos corrientes.

En España, los cereales (arroz incluido) supusieron en 2018 el 8% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria a precios básicos, un porcentaje notablemente superior al del año precedente. Por su lado, respecto a la Producción Vegetal exclusivamente, los cereales representaron en 2018 el 13,2%, un porcentaje también muy superior al del año 2017.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó en 2018 a algo más de 23,3 millones de toneladas, un 44% más que en el año precedente. Este aumento importante de la producción de cereal estuvo motivada principalmente por la positiva evolución que tuvieron las cosechas de cebada y trigo, que son las mayoritarias.

Con el fin de abastecer las necesidades del mercado, España importó en la campaña 2018/2019, 15 millones de toneladas de cereales, un volumen inferior en un 16% al del año anterior, y también se exportó una pequeña cantidad de grano. ○

PRODUCCIÓN COMUNITARIA

Más de la mitad de la producción comunitaria de cereales corresponde al trigo. De la otra mitad, un tercio es cebada, otro tercio maíz y el tercio restante corresponde a cereales como la espelta, el centeno o la avena.

Respecto al consumo, más de dos tercios del total se destina a la alimentación animal y casi otro tercio al consumo humano. Sólo el 3% del consumo es para biocombustibles.

En 2018, el valor generado por estas producciones en la Unión Europea ascendió a 43.807 millones de euros, por encima de los 42.486 millones que generó en 2017. Respecto a la Producción Agraria final, el sector del cereal comunitario supuso el 12%, mientras que con relación a la Producción Vegetal final, su aportación fue del 21,3%.

A nivel comunitario, los cereales han pasado a ser, después

de la leche y las hortalizas, la tercera producción agraria más importante desde el punto de vista económico.

Los países con mayor producción de cereales de la UE son Francia, Alemania y Polonia. En 2018, el valor generado por estas producciones aumentó notablemente, incluso en el caso del maíz y del arroz.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2018 se situó en 290 millones de toneladas, un 4% menos que en la campaña anterior.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 55,1 millones de hectáreas (algo menos que en la campaña 2017) y los rendimientos medios a 5,3 toneladas por hectárea (en la campaña precedente fueron 5,6 toneladas por hectárea de media).

En la Unión Europea, la mayor cosecha fue la de trigo blando con 128,5 millones de toneladas (por debajo del año precedente), seguida de la de maíz con 68,9 millones de toneladas (superior a la del año precedente) y la de cebada con 56 millones de toneladas, algo menos que en la campaña anterior.

En términos de cantidad y de superficie, el trigo es con mucha diferencia el cereal más popular que se produce en la UE, pues representa casi el 50% del total cultivado. De la mitad restante, alrededor de un tercio es cebada y otro tercio es maíz.

Casi dos tercios de los cereales de la UE se utilizan para la alimentación animal, y algo más de un tercio para el consumo humano. Sólo el 4,3% de la producción se utiliza en la elaboración de los llamados biocombustibles.

Por otro lado, alrededor del 15% de la cosecha anual de trigo de la UE se exporta, mientras que grandes cantidades de semillas oleaginosas, alimentos para animales y el arroz se tienen que importar de países terceros. Un régimen de importación controla la entrada de cereales y de arroz en la UE. ○

CEREALES EN EL MUNDO

La FAO -organismo de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- publicó que la producción mundial de cereal en 2018 (incluido el arroz en grano) ascendió a 2.652 millones de toneladas, un 1,5% por encima de la producción del año 2017. Según la FAO, en 2018 volvió a crecer la producción mundial de cereales por quinto año consecutivo.



De esa producción mundial, 730 millones de toneladas a la de trigo y el resto a otros cereales secundarios. De acuerdo con este organismo internacional, en la campaña 2018/2019 disminuyó tanto la producción mundial de trigo como la de cereales secundarios, mientras que por el contrario aumentó la producción de arroz.

Otros organismo internaciones, como la oficina de Agricultura del Gobierno de Estados Unidos (USDA, en sus siglas en inglés) también coinciden en que la producción de trigo de 2018 fue menor que la del año precedente, mientras que la de arroz fue superior. ○



CEBADA

La cebada es el cereal más importante de España, tanto por la superficie cultivada como por la producción de grano. En 2018 la producción total de cebada se situó en 8,9 millones de toneladas, un volumen superior en un 55% al del año anterior.
Según la duración de su ciclo biológico, en España existen dos tipos de cebadas: las ordinarias, que se siembran en otoño y se recolectan a principios de verano, y las tremesinas, que se siembran a finales del invierno o principios de primavera y se recogen a finales de primavera o principios del verano.
Hace años, de la producción total de cebada correspondía a 2 carreras (cebadas cerveceras) el 75% y el resto a cebada de 6 carreras o caballar. Sin embargo, en los últimos años el porcentaje de cebada cervecera se ha ido incrementando y en 2018 representaba ya el 90% de toda la cosecha.
Al contrario de lo que sucedió en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) descendió en 2018 hasta rondar los 56 millones de toneladas, un 5% por debajo de la cosecha del año anterior.
El valor generado por la cebada a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2018 a 8.511 millones de euros, un 11% más que un año antes. La producción de cebada aportó el 2,3% de la Producción Agraria final y el 4,1% de la Producción Vegetal (en ambos casos, porcentajes similares a un año antes).
De toda la cebada que se produce en la Unión Europea, cerca del 50% correspondió a la producción de cebada de dos carreras (spring barley). En 2018, el país con mayor producción dentro de la UE fue Francia con 11 millones de toneladas, seguida muy de cerca por Alemania con 9,6 millones de toneladas. Después se situó España y muy cerca el Reino Unido con una producción también superior a los 6,5 millones de toneladas.
Por su lado, la producción mundial se redujo ligeramente en 2018 y se situó en cerca de 140 millones de toneladas, mientras que en la cosecha de Estados Unidos fue superior a la del año precedente, pues se cosecharon 3,3 millones de toneladas, frente a los 3 millones de un año antes.

PRODUCCIONES DE CEBADA EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	148,1	150,4	141,8	139,8
EE.UU	4,7	4,3	3,1	3,3
UE-28	61,9	59,9	59,1	56,1
ESPAÑA	**6,7**	**9,1**	**5,7**	**8,9**

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEBADA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
CC.AA	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ANDALUCÍA	91	142	148	256,2	239	398,2
ARAGÓN	47,8	30,3	1.270	1.507	1.318,5	1.537,4
BALEARES	17	17,1	11	11,4	28,6	28,5
CANARIAS	0,1	0	0,2	0,2	0,2	0,2
CANTABRIA	0,2	0	0	0	0,2	0,1
CASTILLA-LA MANCHA	505,4	482,6	1.351	1.947,4	1.857	2.430
CASTILLA Y LEÓN	77,0	234,3	896	2.780	973	3.014,20
CATALUÑA	7,3	6,8	627	708,3	634,7	715,1
COMUNIDAD VALENCIANA	5,1	6,5	21	25,5	26	32
EXTREMADURA	0	0	122	235	122,0	235
GALICIA	0	0	1	0,8	1,2	0,9
LA RIOJA	0	0	70	93	70,0	93
MADRID	1,1	1,4	66	84,7	66,8	86,3
MURCIA	14,0	15,6	11	12,6	25,0	28,2
NAVARRA	0	0	360	334,6	360,0	334,7
PAÍS VASCO	0	0	64	60,5	63,8	60,2
ESPAÑA	**766,4**	**936,7**	**5.020**	**8.057,20**	**5.786**	**8.994**

FUENTES: MAPA.

TRIGO

Al contrario que un año antes, la cosecha nacional de trigo en 2018 fue muy buena. La producción total se situó en torno a los 8 millones de toneladas (un 67% más que en 2017), de las que 6,7 millones correspondieron a la producción de trigo blando y el resto a la de duro.

Es de destacar que el trigo duro proporciona menos rendimientos por hectárea que el blando, porque es más rústico y tiene utilizaciones específicas.

En España se utilizan anualmente para elaborar las sémolas que necesita su industria para consumo interno (pastas principalmente) unas 450.000 toneladas de trigo duro y dedica a la alimentación animal unas 400.000 toneladas/año, básicamente trigos duros de inferior calidad.

Tanto las exportaciones de trigos duros como de sémolas (que tienen mayor valor añadido) se dirigen a otros países comunitarios (Francia e Italia) y a terceros países del norte de África.

Por otro lado, en España se utilizan también algo más de 3 millones de toneladas al año de trigo blando en la industria harinera y, teóricamente, la cosecha nacional debería servir para abastecer esa demanda, pues además el cultivo de trigo se está potenciando en muchas de las regiones productoras.

Respecto al comercio exterior, en la campaña 2018/19 se importaron 7,6 millones de toneladas, un 24% más que en el año anterior. Asimismo, se exportaron 599.800 toneladas, un 29% más.

En cuanto a la Unión Europea, el valor generado por el trigo y la espelta a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2018 a 21.300 millones de euros, 109 millones más que un año antes. El subsector del trigo aportó el 5,8% de la Producción Agraria final y el 10,4% de la Producción Vegetal.

La producción de trigo total (duro y blando) en 2018 fue de 137,3 millones de toneladas, una producción inferior en un 10% a la del año precedente. La producción de trigo en la UE lleva varios años descendiendo, después de un inicio de década muy bueno.

De la producción de trigo, que supone casi el 50% de la cosecha comunitaria de cereales, la mayor parte es de trigo blando (127 millones de toneladas en el año 2018). Como en el caso de la cebada, el primer país europeo pro-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TRIGO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
CC.AA	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ANDALUCÍA	244,33	419,35	745,7	1.001,20	990	1.420,6
ARAGÓN	403,2	533	237,5	232,7	641	766
ASTURIAS	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1
BALEARES	8	8	0	0,1	8	8,1
CANARIAS	0,4	0,4	0	0	0,4	0,4
CANTABRIA	1,5	1,6	0	0	1,5	1,6
CASTILLA-LA MANCHA	510	734,8	32,1	26,5	542	761,4
CASTILLA Y LEÓN	1.486	3.586	19	21,9	1.505	3.608,20
CATALUÑA	288	379,7	1	0,9	289	380,6
COMUNIDAD VALENCIANA	9	10	0,5	0,4	9,5	10,4
EXTREMADURA	134,8	265,8	20,2	33,5	155	299,3
GALICIA	33	34,2	0,05	0,09	33	34,2
LA RIOJA	109,5	158	0,2	0,2	109,6	158,2
MADRID	23,5	64,3	0,7	1,4	24	65,7
MURCIA	9,3	9,5	0,5	0,3	9,9	9,8
NAVARRA	359	381,4	4,1	3	363,6	384,4
PAÍS VASCO	143,7	132,1	0,01	0,02	143,7	132,1
ESPAÑA	**3.763,5**	**6.719**	**1.062**	**1.322,3**	**4.825,0**	**8.041,2**

FUENTES: MAPA.

ductor de trigo es Francia, con 35,9 millones de toneladas en 2016, seguido de Alemania (20 millones de toneladas). Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la famosa pasta- destaca Italia, con 4,1 millones de toneladas en el año 2018, un volumen que supuso más de la mitad de la cosecha comunitaria.

A nivel mundial, la producción de trigo de 2018 fue finalmente mala (se cosechó un 4% menos que en 2017), pues no se superaron las 730.600 toneladas debido a la caída de la cosecha europea. Estados Unidos produjo en 2018 unas 51.300 toneladas de trigo, un volumen superior en un 8% al del año pasado.

MAÍZ

A nivel mundial, el maíz es el cereal más importante desde el punto de vista de la producción y de la superficie cultivada.

En 2018, la producción mundial de maíz se elevó por encima de los 1.119 millones de toneladas, un volumen superior en un 4% al producido en el año precedente, que fue muy bueno en cuanto a cosecha se refiere. Estados Unidos es el principal productor del mundo, con algo más de 366 millones de toneladas en el año 2018.

Por su parte, en la Unión Europea se consiguió incrementar su producción de maíz en 2018, aunque no se llegó a alcanzar el nivel récord de años anteriores. Así, la producción comunitaria aumentó un 4% hasta los 69 millones de toneladas (muy lejos de los 80 millones que se recogieron en los primeros años de la década de 2010).

El valor generado por el maíz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió a 9.655 millones de euros, un 6,4% más que en el año anterior. A efectos de calcular la renta agraria europea, la producción de maíz representó el 2,6% de la Producción Agraria final y el 4,7% de la Producción Vegetal final.

A nivel comunitario, el principal país productor de maíz en 2018 siguió siendo Francia, que además incrementó su producción hasta los 14,3 millones de toneladas, seguida de Rumania (11,4 millones de toneladas) y de Hungría (8 millones de toneladas).

La producción española en 2018 aumentó un 1% hasta alcanzar los 3,8 millones de toneladas. En los años anteriores se habían producido descensos, por lo que ese año se rompió la tendencia.

Aproximadamente el 15% del maíz disponible en España se destina a la industria de transformación y el 3% a la alimentación humana directa, mientras que en la UE el porcentaje para usos industriales es inferior y se destina más a la alimentación humana.

En la campaña 2018/19 España importó 9,5 millones de toneladas de cereales, un 6,7% más que el año anterior, y también exportó una pequeña cantidad de maíz de gran calidad.

En torno al 25% del maíz que España compra en el exterior precede de otros Estados miembros de la UE y el 75% restante de terceros países, principalmente Argentina, Brasil y Estados Unidos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MAÍZ-GRANO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2017	2018
ANDALUCÍA	192,6	132,5
ARAGÓN	1.078	963,8
ASTURIAS	1	1
BALEARES	0,7	0,7
CANARIAS	1,8	1,8
CANTABRIA	0	0
CASTILLA-LA MANCHA	262	245,8
CASTILLA Y LEÓN	940,6	1.170,80
CATALUÑA	366,3	320
COMUNIDAD VALENCIANA	5,6	4,3
EXTREMADURA	607,6	610
GALICIA	103,7	107,5
LA RIOJA	5,7	4,8
MADRID	59	72,2
MURCIA	1,2	1,2
NAVARRA	149,7	162,1
PAÍS VASCO	0,5	0,5
ESPAÑA	**3.776**	**3.799,2**

FUENTES: MAPA.

PRODUCCIONES DE MAÍZ EN EL MUNDO, EN EE UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	1.014	1.125	1.078,0	1.119
EE.UU	345,5	384,8	371	366,1
UE-28	59,2	63	65,7	69
ESPAÑA	**4,6**	**4**	**3,7**	**3,8**

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

ARROZ

Prácticamente la mitad de los habitantes del planeta tienen el arroz como base de su dieta y otro importante número de personas consume este cereal con mucha frecuencia.

La mayor parte de la población que tiene el arroz como base de su dieta vive en Asia, continente en el que se concentra el 90% de los 170 millones de hectáreas que se plantan (y también se siembran) de arroz en el mundo.

Se denomina arroz cáscara (arroz paddy en inglés) al cereal más recolectado. De todos los cereales que se cultivan en el mundo, el arroz es el que más se utiliza en la alimentación humana y además, sin apenas transformación.

A nivel mundial, la producción de arroz registró en la campaña de 2018 un ligero incremento (no llegó al 1%) debido a los malos rendimientos alcanzados en algunos de los principales países productores, especialmente Estados Unidos. En total, la producción mundial de arroz en grano ascendió a 499 millones de toneladas, el mayor volumen de los últimos cinco años.

China, con cerca de 148,5 millones de toneladas de arroz grano en 2018, un 1% menos que en 2017, volvió a ser el primer país productor del mundo seguida de India, Indonesia, Bangla Desh, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se situó en 2018 en algo más de 5,6 millones de toneladas, un 22% menos que en 2017, año en el que también descendió la producción de este cereal.

ARROZ EN LA UE

El valor generado por la producción de arroz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2018 a 688 millones de euros, 26 millones más que en el año precedente. La producción de arroz europea representó en 2018 el 0,1% de la Producción Agraria final y el 0,3% de la Producción Vegetal.

En la Unión Europea, el cultivo del arroz se concentra principalmente en 8 países, entre los que destacan Italia (con el 50% del total cultivado) y España (con cerca del 25%).

La producción de 2018 se situó en algo más de 2 millones de toneladas (arroz grano), un volumen ligeramente superior al del año precedente, pero en la línea de las producciones de las últimas campañas.

El actual nivel de producción de arroz dentro de la Unión Europea no es suficiente para hacer frente a la creciente demanda del mercado interno, lo que explica que la UE sea uno de los principales importadores de arroz a nivel mundial.

El japónica es la variedad de arroz más producida con casi el 95% del total. Alrededor de dos tercios del arroz que se consume por los ciudadanos europeos se cultiva en la propia Unión Europea. Para abastecer la demanda interna, la UE se importa arroz de diferentes variedades, principalmente de grano largo de arroz índica, como el basmati de la India y Pakistán. Una pequeña cantidad de arroz europeo -sobre todo japónica- se exporta.

Aunque globalmente la producción de arroz en la Unión Europea ha permanecido estable en las últimas campañas, las importaciones han ido adquiriendo cada vez más importancia.

ARROZ EN ESPAÑA

A nivel nacional, la superficie dedicada al cultivo del arroz en 2018 se situó en 107.900 hectáreas (por debajo de la campaña anterior) y la producción 493.000 toneladas de grano (844.000 toneladas de arroz cáscara), un volumen superior en un 1% producido en el año 2017.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ARROZ CÁSCARA GRANO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2017	2018
ANDALUCÍA	381	376,6
ARAGÓN	30,9	29,4
BALEARES	0,05	0,07
CASTILLA-LA MANCHA	0,6	0,4
CATALUÑA	129	150,1
COMUNIDAD VALENCIANA	114,3	127,2
EXTREMADURA	164,6	146
MURCIA	2,6	2,7
NAVARRA	11,9	11,3
OTRAS CCAA	0,5	0,3
ESPAÑA	**835**	**844**

FUENTES: MAPA.

PRODUCCIONES DE ARROZ EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	476	491,2	495	499
EE.UU	6,1	7,1	5,7	7,2
CHINA	148,5	147,8	148,8	148,5
UE-28	1,76	1,83	1,45	1,63
ESPAÑA	**0,5**	**0,55**	**0,55**	**0,6**

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

Andalucía, con el 45% de la producción, y Extremadura con el 20% fueron las dos principales comunidades productoras de arroz en España en 2018. Sin embargo, el cultivo también es importante en Comunidad Valenciana, Cataluña y Aragón

Andalucía, con el 45% de la producción, y Extremadura con el 20% fueron las dos principales comunidades productoras de arroz en España en 2018. Sin embargo, el cultivo también es importante en Comunidad Valenciana, Cataluña y Aragón. Igualmente, está presente en Navarra, Murcia, Castilla La-Mancha, La Rioja y Baleares.

De todo el arroz cultivado en España en 2018, el de tipo japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 60% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 40% restantes. Es de destacar que en los últimos años el arroz japónica ha ido perdiendo peso a favor del indica y también que los rendimientos por hectárea se han incrementado.

En cuanto al comercio exterior, en la campaña 2017-2018 el saldo de la balanza comercial fue de nuevo positivo. En volumen, las importaciones de arroz ascendieron a 94.000 toneladas (un 34% más que en 2017), mientras que las exportaciones se elevaron a 197.000 toneladas frente a las 204.000 toneladas de la campaña 2016-2017. La campaña de comercialización empezó en septiembre 2017 y terminó en agosto de 2018.



CEREALES SECUNDARIOS

Si bien el trigo, la cebada, el maíz y el arroz son los cereales más cultivados tanto en la Unión Europea como en España, hay también en todos los países, en mayor o menor medida, representación de otras producciones cerealistas.

Así, en España se producen anualmente cantidades importantes de centeno, avena, triticale y sorgo.

En general, para estos cereales la campaña de 2018 resultó positiva, especialmente para el centeno. Así, la producción española de centeno alcanzó en 2018 las 384. 000 toneladas, un 176% más que en 2017, año en el que la producción de este cereal retrocedió significativamente.

Igualmente, la cosecha nacional de avena ascendió a 1,4 millones de toneladas, un 76% más que en 2017 y la cosecha de triticale, que es un cereal cuya presencia va en aumento en el campo español, también aumentó en 2018.

Cerca de un tercio de la producción nacional de centeno se utiliza en España para la elaboración de pan oscuro, propio de las zonas cerealistas pobres, con mucha fibra, yendo el resto a piensos. Asimismo, el grueso de la producción de avena destina a consumo humano, principalmente como gachas que tienen un elevado contenido energético.

CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal que en el año 2018 alcanzaron un valor de algo más de 2.816 millones de euros (valor inferior al del año precedente), aportando el 1,4% de la Producción Vegetal final, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria.

La campaña de centeno en la UE se saldó con una producción de 6,1 millones de toneladas y la de avena con 7,6 millones de toneladas (inferiores en ambos casos a las cosechas de 2017).

Por su lado, después de varios años incrementándose la producción de triticale se redujo y quedó en torno a los 9,7 millones de toneladas.

Además, la UE cuenta también con una pequeña producción de sorgo (0,8 millones de toneladas en 2018). En este caso, el primer país productor de la UE es Polonia, con el 72% de la cosecha total.

HARINAS

La producción española de harina de trigo blando superó los 3,2 millones de toneladas y presenta escasas variaciones en los últimos años. Un 70% de la harina producida en nuestro país se destina a la industria panificadora, mientras que el 30% restante se dirige a otros sectores, como la pastelería y bollería, las galletas, los alimentos infantiles, pizzas y platos precocinados, etc. La demanda de estas otras industrias es cada vez mayor, mientras que la industria panificadora se enfrenta a una persistente atonía de las demandas.

Más allá de las producciones de trigo blando, en nuestro país se registran unas mucho más pequeñas producciones de trigo duro (550.000 toneladas) y de otros cereales, sobre todo centeno (200.000 toneladas).

La industria de transformación de trigo en harina y sémola está formada por un total de 118 fábricas, de las que 110 son harineras, mientras que las otras 8 son industrias semoleras. Hay que tener en cuenta que a principios de siglo, el número de industrias harineras era de casi 200, lo que indica la desaparición de muchos operadores durante estas dos décadas. Un 80% de las industrias está situado en el medio rural, en la proximidad de las zonas cerealistas. El sector genera unos 3.000 puestos de trabajo directos, con una media de 20 empleados por centro de producción. Un 90% de los contratos son fijos indefinidos. Casi todas las empresas son sociedades anónimas, sin ninguna presencia de capitales internacionales. El grupo más importante del sector registra unas ventas de 320 millones de euros, mientras que el segundo llega a los 303 millones de euros y el tercero ronda los 242 millones de euros.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Harinera Vilafranquina, S.A. *	280,50
Grupo Harántico	247,40
Maicerías Españolas, S.A. *	240,72
Grupo Pastas Gallo *	200,00
Harinera La Meta, S.A.	86,18
Harineras Villamayor, S.A.	51,20
Guría, S.A.	42,90
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	40,53
Molinos Harineros del Sur, S.A.	31,60
Harinera Arandina, S.A.	31,13

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

La mitad del trigo blando que consume la industria harinera española procede del extranjero. Ese trigo proviene mayoritariamente de Francia, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. El sector harinero de nuestro país está apostando por la exportación, ante la madurez del mercado interno. En el último ejercicio computado se exportaron 181.310 toneladas de harina y sémola, con un muy moderado incremento interanual del 0,7%. Los principales mercados de destino son países del África Subsahariana, del Magreb y Oriente Medio, seguidos por Francia y Portugal.

PAN

La producción total de pan en España alcanzó durante el último ejercicio computado unos 1.484 millones de kilos, lo que supuso un nuevo descenso interanual del 2,5%. El valor total de ese mercado se situó en unos 3.563 millones de euros, un 3,3% menos que en el año precedente. El pan fresco normal constituye la partida más demandada, con el 74,2% del total en volumen y el 71,8% en valor, seguido por el pan industrial fresco (13,2% y 12,3%), el pan fresco integral (7,2% y 8,7%) y el pan industrial seco (5,4% y 7,2%). El precio medio del pan se situó en 2,4 euros/ kilo, con un reducción interanual del 0,8%.

Aunque, en términos generales, el mercado del pan tiende a reducirse de año en año, es necesario indicar que también



se están produciendo muchos cambios en los tipos de ofertas que se comercializan. Así, continua el ascenso de las ventas de los panes precocidos congelados que, progresivamente, acaparan cuotas cada vez mayores de ventas, en detrimento de otros tipos de presentaciones. Durante el pasado año se comercializaron 787.200 toneladas de panes congelados, un 2,6% más que en el ejercicio anterior. El valor de esa partida llegó hasta cerca de los 847 millones de euros (+3,9%).
La presentación más demandada dentro de los panes frescos o congelados entre los consumidores españolas es la de la barra o pistola, ya que acapara en torno al 75% de todas las ventas. En segundo lugar se sitúan las baguettes, con un cuota del 10%, seguidas por las chapatas (7%) y los panes de payés (4%). Aunque todavía con una importancia reducida, han aparecido durante los últimos tiempos algunas oportunidades de mercado que muestran muy buenas perspectivas de crecimiento. La más importante es la constituida por los panes especiales y artesanos que son cada vez más demandados por un contingente significativo de consumidores. Esto ha hecho que aparezcan nuevos obradores y tahonas que proporcionan ofertas muy diversificadas de elevada calidad y de mayor valor añadido. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el sector empresarial del pan presentaba una gran atomización y estaba formado por un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter semiartesanal. Esa realidad se mantiene, hasta cierto punto, en el caso de los panes frescos, donde se estima que se encuentran en actividad unas 10.500 empresas, de las que únicamente un 5% genera más de 20 puestos de trabajo. Además, hay unos 150.000 puntos de ventas de productos de panadería, en una amplia red de comercio minorista, aunque las tendencias a la concentración de ventas en la distribución organizada son ya muy fuertes. Los hornos tradicionales son alrededor de 14.000. En el caso de las empresas de masas congeladas, la situación es radicalmente distinta, ya que se trata de grandes grupos y los procesos de concentración resultan muy acusados.
El primer fabricante y distribuidor de panes congelados registra una producción de 313.000 toneladas, mientras que el segundo llega a las 189.000 toneladas, el tercero ronda las 125.000 toneladas, el cuarto se acerca a las 62.200 toneladas y el quinto alcanza las 59.000 toneladas. Entre 20.000 y 46.000 toneladas aparecen otros seis operadores. Las inversiones realizadas por las principales empresas del sector de masas congeladas en los dos últimos años rondan los 150 millones de euros. En el caso de los panes industriales, el mercado se encuentra repartido entre cuatro compañías multinacionales de muy grandes dimensiones. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. - Grupo *	494,00
Grupo Bimbo *	355,00
Grupo Dulcesol *	325,00
Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. *	300,00
Berlys Corporación Alimentaria, S.A.U. *	220,00
Pepsico Foods, A.I.E. *	143,70
Grefusa, S.L. *	102,60
Anitin Panes Especiales, S.L. *	60,00
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	53,00
Pimad, S.A.	44,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Europastry, S.A. *	560,00
Berlys Corporación Alimentaria, S.A.U. *	226,00
Grupo Panstar	222,00
Forns Valencians, S.A. (FORVASA)	101,90
Vandemoortele Ibérica, S.A. *	80,00
Bellsola, S.A.	57,10
Grupo Gourmet Okin	50,50
CSM Iberia, S.A. *	50,00
Ingapan, S.L. *	48,89
Grupo Atrian	39,10

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 1.454,5 millones de kilos de pan y gastaron 3.485,3 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 31,8 kilos de consumo y 76,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (25,6 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 23,8 kilos per cápita. En términos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 77,8% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (54,8 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 6,1 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,3 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 22,3% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (13,0% del gasto).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PAN	**1.454,5**	**31,8**	**3.485,3**	**76,1**
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.173,7	25,6	2.708,8	59,2
PAN FRESCO INTEGRAL	83,6	1,8	201,6	4,4
PAN FRESCO NORMAL	1.090,1	23,8	2.507,2	54,8
PAN INDUSTRIAL	280,8	6,1	776,5	17,0
PAN INDUSTRIAL FRESCO	198,8	4,3	452,5	9,9
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	30,2	0,7	70,5	1,5
PAN INDUSTRIAL NORMAL	134,4	2,9	281,7	6,2
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	34,1	0,7	100,3	2,2
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	89,4	2,0	210,9	4,6
PAN INDUSTRIAL SECO	82,0	1,8	324,0	7,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

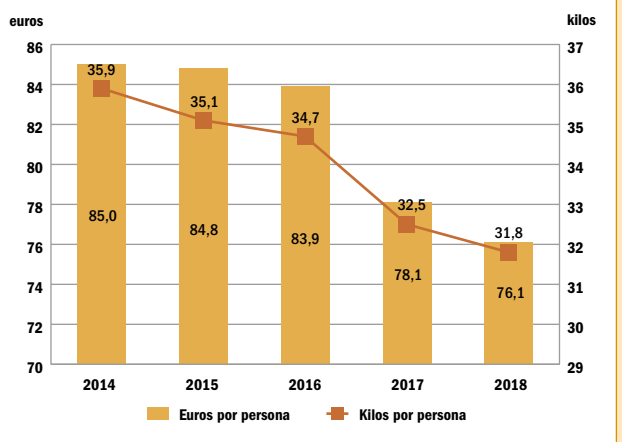
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de 6s años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pan es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pan es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pan, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pan, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos, jóvenes independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, País Vasco y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Canarias y, sobre todo, Comunidad de Madrid.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

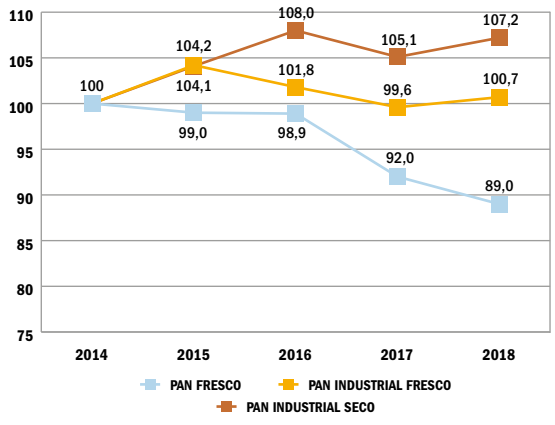
Durante los últimos cinco años, el consumo de pan ha caído 4,1 kilos por persona y el gasto ha descendido 8,9 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2014 (35,9 kilos y 85,0 euros por consumidor).

En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de pan industrial aumenta tanto en fresco como en seco y, por el contrario, en pan fresco se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PAN, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PAN (2014=100), 2014-2018



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- PAN DE ALFACAR *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA

- PAN

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- CEREALES DE INVIERNO

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- GOFIO CANARIO *

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL ✪

CASTILLA Y LEÓN

MARCAS DE GARANTÍA

- HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
- PAN DE VALLADOLID

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PA DE PAGÈS CATALÀ ✪

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PAN DE CEA ✪
- TARTA DE SANTIAGO *

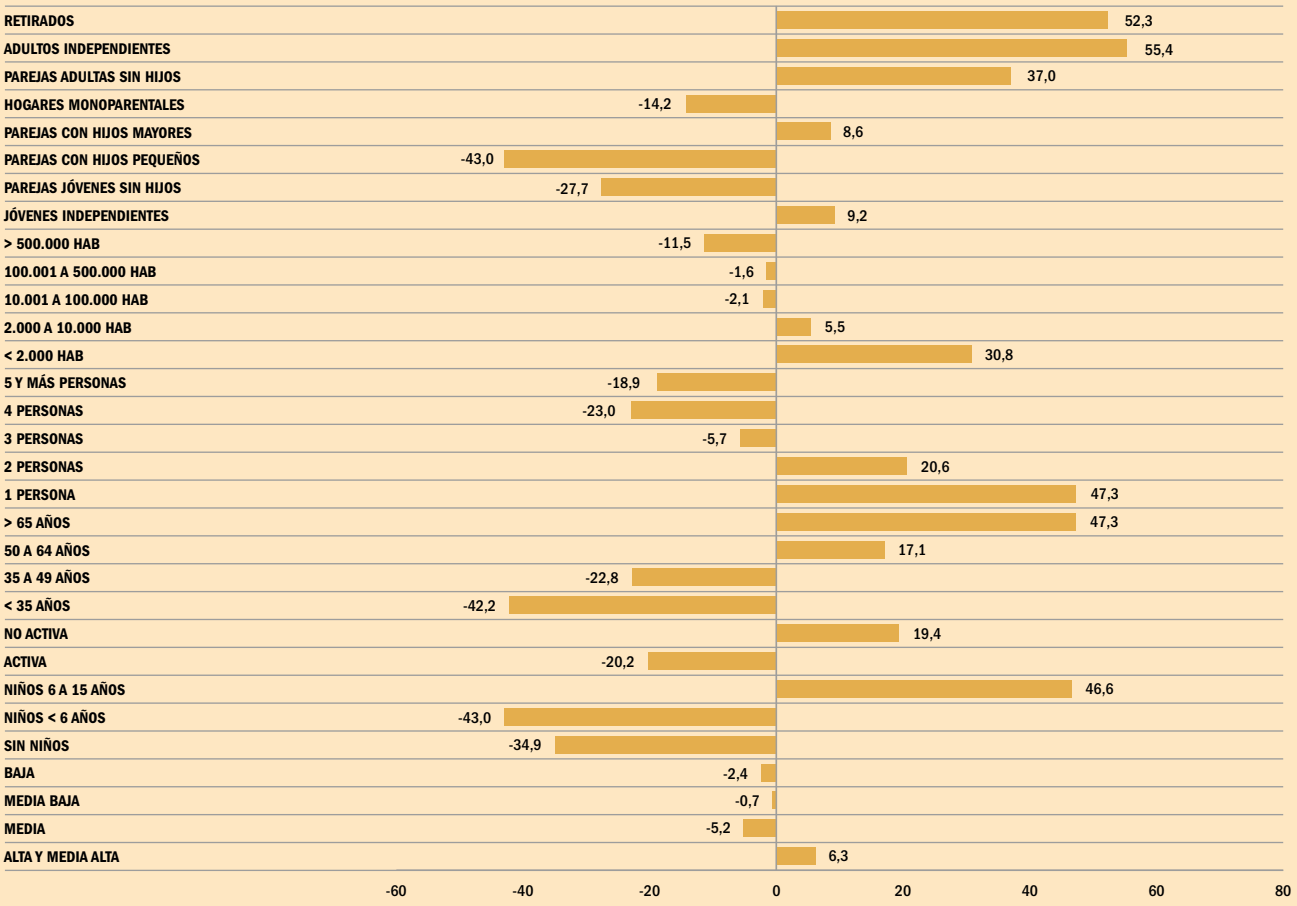
LA RIOJA

- PAN SOBAO DE LA RIOJA



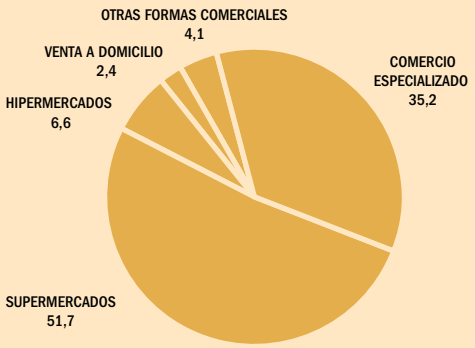
** Denominación en tramitación ****Protección Nacional Transitoria ✪ Inscrita en el Registro de la UE*

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 31,8 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PAN POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (51,7% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 35,2% y el hipermercado llega al 6,6%. La venta a domicilio de pan supone un 2,4% sobre el total y el resto de canales concentran un 4,1% de la cuota de venta global. ○

Pan de Cruz de Ciudad Real

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración del Pan de Cruz de Ciudad Real, que es originario de la zona de Almagro, Carrión de Calatrava y Manzanares, abarca toda la provincia de Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Pan formado por una pieza compacta y densa de trigo candeal, bregado de miga consistente y blanca, en forma de hogaza abombada, con corteza lisa, en cuya cara anterior lleva dos profundos cortes perpendiculares en forma de cruz. Es un pan de elaboración artesana, embolando el trozo de masa con las manos hasta conseguir una bola de forma cónica. En la cara posterior de la pieza se marca con el logotipo identificativo de la IGP, y el echado al horno se realiza de forma manual. Tiene forma redonda y aplastada, con corteza gruesa, suave y crujiente, de color dorado a castaño claro, mientras que la miga, de color blanco y textura suave y esponjosa, tiene un sabor intenso a cereales y apariencia de algodón. En condiciones normales de conservación el Pan de Cruz se mantiene apto para el consumo durante 6 o 7 días.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7 industrias comercializadoras que producen y comercializan 29.116 kilos de Pan de Cruz protegido.

Pan de Cea

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Se elabora exclusivamente en el término municipal de San Cristovo de Cea en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Es un pan que se elabora con harina de trigo, agua y sal, a las que se añade para su fermentación masa madre. El amasado se realiza en varias etapas mediante un laborioso proceso artesanal. Por último, la masa se cuece en hornos de piedra granítica de diseño característico de la zona, previamente calentados con leña. Las piezas poseen forma alargada y redondeada en sus extremos, con una hendidura transversal en el centro de su parte superior, denominada "fenda", que le da a la pieza su aspecto característico, quedando dividida en dos partes iguales abombadas y ensambladas entre sí. Existen dos tipos de presentaciones que se diferencian por su peso y dimensiones: Pieza o "Poia" (1-1,2 kilos) y Media pieza o "Molete" (0,5- 0,6 kilos).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 16 hornos, que elaboran y comercializan un total de 300.000 kilos de pan que se comercializan en la Comunidad Autónoma de Galicia y en el mercado nacional.

Pa de Pagès Català

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica que abarca es toda Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: Es un pan tradicional, redondo, girado, rústico, que presenta un gran aroma y sabor, y mantiene la sensación de frescor y una textura agradable muchas horas. La corteza es gruesa y crujiente; tiene un color Dorado con un cierto agrietado. La miga de alveolado grande e irregular es esponjosa.

Su elaboración sigue un proceso fiel a la tradición en que el formado es totalmente manual, la fermentación es larga y la cocción se efectúa en un horno con solera refractaria. Para que la corteza adquiera el aspecto característico, es necesario el saber hacer del panadero, quien añade vapor de agua durante la cocción.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador figuran inscritos un centenar de hornos elaboradores y unos 400 puntos de venta que comercializan más de 600.000 kg. de pan amparado por la IGP Pa de Pagès Català.



Gofio Canario

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El gofio es un producto tradicional que se elabora en molinos repartidos en distintas islas del archipiélago de Canarias. Fue el alimento básico del pueblo guanche mucho antes de la llegada de los primeros colonos europeos a las islas Canarias.

CARACTERÍSTICAS: El gofio es un tipo de harina que se obtiene del grano tostado de ciertos cereales, como el maíz y el trigo, en ocasiones mezclados con el de cebada. La elaboración incluye la selección del grano, su tostado y el molido final. El grado de tostado del gofio influye decisivamente en sus cualidades finales.

DATOS BÁSICOS: En las islas Canarias hay unos 50 molinos con una producción total de 10 millones de kilos anuales de gofio. De ellos, 10 figuran inscritos en el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida y su producción alcanza los 4 millones de kilos. 8 se encuentran ubicados en Tenerife y los otros 2 en La Palma y Gran Canaria.

Escanda Asturiana
(Escanda d'Asturies)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara el cereal en grano de este mismo nombre, producido en el Principado de Asturias, así como la harina obtenida de la molienda y su producto derivado.

CARACTERÍSTICAS: Es un cereal del género Triticum, formado por granos alargados de gran tamaño, envueltos en una vaina (gluma). La harina obtenida de este cereal es fina, esponjosa, de tono grisáceo y poco densa tornándose más oscura al aumentar el porcentaje de salvado. El pan se caracteriza por su corteza lisa, blanda y fina, su sabor y aroma son muy peculiares con un ligero toque a nuez.

DATOS BÁSICOS: Al ser una denominación en tramitación aún no se han registrado datos de producción.



GALLETAS

El mercado español de galletas durante el último ejercicio computado superó las 610.470 toneladas, con un importante incremento interanual del 6%. El crecimiento en valor fue de un 5,6%, quedándose ligeramente por debajo de los 1.200 millones de euros. El mercado interno, por su parte, creció un más moderado 1,1%, hasta alcanzar las 341.880 toneladas, mientras que su crecimiento en valor fue del 1,4%, llegando hasta los 738 millones de euros.

Según PRODULCE, la principal partida en valor que se comercializa en el mercado nacional es la de galletas de meriendas, con un porcentaje del 26% del total, seguidas muy de cerca por las de desayuno familiar (24%) y las de desayuno infantil (22%). A continuación se sitúan las galletas salud (14%), las especialidades de adultos (6%), las saladas (6%) y los surtidos (2%).

En el libreservicio, las galletas de desayuno representan el 44,2% de todas las ventas en volumen y el 29,1% en valor. Dentro de éstas, las galletas de desayuno familiar suponen el 75,8% del total en volumen y el 60,5% en valor, mientras que las de desayuno infantil acaparan los restantes 24,2% y 39,4%. La otra gran partida es la compuesta por las galletas de merienda, con cuotas del 28,1% en volumen, aunque en valor se incrementa su importancia hasta el 40,6%. En este caso las presentaciones infantiles controlan el 82,3% de todas las ventas en volumen y el 80,1% en valor, frente a cuotas del 17,7% y del 19,9% respectivamente de las presentaciones dirigidas al público adulto. Por debajo de éstas aparecen las galletas salud, con porcentajes del 21,3% y del 21,1% respectivamente. Mucha menos importancia tienen las galletas saladas (3,7% y 4,8%) y los surtidos (2,7% y 4,4%).

Todos estos datos muestran que el principal dinamismo dentro del mercado de las galletas se concentra en las galletas de desayuno infantil, las dirigidas al público adulto y las galletas salud. También resulta muy importante el mercado exterior, ya que las exportaciones crecen mucho más que las demandas internas, con claras muestras de atonía.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector empresarial de las galletas. El grupo más importante



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE GALLETAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mondelez España – Grupo *	560,00
Galletas Siro, S.A. - Grupo *	494,00
Grupo Bimbo *	355,00
Galletas Gullón, S.A. - Grupo	341,00
Grupo Dulcesol *	325,00
Cerealto Foods, S.L. *	160,00
Kellogg España, S.L. *	158,00
Cuétara, S.L.U.	148,27
Sanchís Mira, S.A. *	98,00
Galletas Artiach, S.A.	94,54

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

del sector registra una producción de 190.000 toneladas de galletas, con unas ventas de 341 millones de euros, mientras que el segundo llega a las 100.000 toneladas, superando los 288 millones de euros, el tercero alcanza las 36.500 toneladas y los 230 millones de euros, el cuarta se sitúa en 92.000 toneladas y 154 millones de euros y el quinto ronda las 33.000 toneladas y los 66 millones de euros.

La modernización de los procesos productivos y la necesidad de innovar en ofertas y presentaciones ha obligado a las principales empresas del sector a efectuar importantes inversiones. Así, la empresa líder ha invertido durante los dos últimos años más de 55 millones de euros en ampliación de instalaciones, incorporación de nuevas líneas, mejora de procesos y eficiencia energética.

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en este mercado y acaparan el 58,8% de todas las ventas en volumen de las galletas de desayuno y el 39,2% en valor. En el caso de las especialidades, esos porcentajes llegan hasta el 40,6% y el 33,5% respectivamente. En las galletas rellenas, esas cuotas llegan al 56,2% del total en volumen y el 32,7% en valor.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior se ha convertido en elemento clave para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector español de galletas. Durante el último ejercicio computado se exportaron más de 268.590 toneladas, con un importante incremento interanual del 12,9%. El valor de todas esas ventas fuera de nuestras fronteras llegó hasta los 462 millones de euros, un 13,2% más que en el año anterior.

El comercio exterior supone ya el 44% de todo el mercado en volumen y el 38,5% en valor. Por áreas geográficas, la Unión Europea acapara el 76,7% de todo este comercio, seguida a mucha distancia por América (8,6%) y Asia (6,1%). Otros destinos, básicamente de países africanos, representan el restante 8,6%. Portugal, Alemania y Francia aparecen como los principales mercados de destino dentro de la Unión Europea.

Las importaciones son mucho menos importantes, ya que se sitúan en unas 82.000 toneladas, por un valor que ronda los 240 millones de euros. Estas cifras indican, no obstante, significativos incrementos interanuales del 15,8% y del 11,5% respectivamente. Nuestros principales proveedores son otros países de la Unión Europea, entre los que sobresalen Francia, Alemania y Dinamarca. ○

PASTELERÍA INDUSTRIAL

El mercado de bollería y pastelería en nuestro país muestra claros síntomas de madurez y registra muy pequeñas oscilaciones durante los últimos tiempos. Las últimas cifras disponibles indican un muy pequeño incremento interanual del 0,2%, alcanzando 171.830 toneladas. Su valor se redujo en un 0,2%, quedando en 809 millones de euros. El mercado interno tuvo un peor comportamiento, ya que las algo más de 164.530 toneladas comercializadas supusieron una caída del 0,1%, mientras que en valor el retroceso fue más significativo (-0,6%), alcanzando los 711 millones de euros.

Dentro del mercado nacional la bollería y las magdalenas acaparan el 82% de todas las ventas en valor, mientras que el restante 18% es la cuota que corresponde a la pastelería y los snacks dulces. Las magdalenas constituyen, con mucha diferencia, la oferta principal de este mercado. Entre ellas son las redondas las más demandadas (61,1% del total en volumen y 60,3% en valor), seguidas a mucha distancia por las valencianas (20,3% y 17,4%) y las cuadradas (10,1% y 10,6%). Dentro de la bollería sin relleno, la presentación más popular es la de los croissants (37,5% del total en volumen y 30% en valor). A continuación aparecen los panes de leche, brioches y medias noches (25,6% y 23,8%), los sobaos (11,1% y 20,9%) y las berlinas (11,1% y 13,2%).

En el caso de la bollería con relleno, la oferta más demandada es la de los croissants rellenos (22,6% en volumen y 15,6%), seguidos por las berlinas (17,6% y 21,1%), los panes de leche (14,3% y 16,1%), las napolitanas (10,5% y 7,8%), los bizcochos rellenos (9,6% en volumen y valor) y los pastelitos infantiles (9% y 13,7%). Las referencias "sin", las presentaciones reducidas en azúcar, las saludables y las ecológicas están siendo las que muestran un comportamiento más dinámico.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de la bollería y pastelería industrial se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Teniendo en cuenta que nos encontramos ante unas demandas estancadas, la competencia por arañar cuotas de mercado pasan por la presentación de nuevas ofertas que consiguen atraer algunos grupos especiales de consumidores. Esa competencia ha hecho que se refuercen los procesos de concentración. De todas maneras, han sido las empresas especialistas de tamaño medio las que han mostrado un comportamiento más dinámico, presentando de una manera muy ágil presentaciones atractivas para un público que busca productos saludables.

La empresa líder del sector tiene una producción de 105.000 toneladas y una facturación de 252 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 68.000 toneladas y los 143 millones de euros. La tercera empresa registra una facturación de 310 millones de euros, entre los que se incluyen otras líneas de negocio. Algo similar ocurre con la cuarta empresa sectorial, con unas ventas que rondan los 190 millones de euros. El quinto operador tiene una producción reducida (2.200 toneladas), con una facturación de 30 millones de euros. La sexta, por su parte, llega hasta las 11.810 toneladas y los 28,5 millones de euros y la séptima alcanza las 10.200 toneladas y los 26 millones de euros.

Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y acaparan el 68,3% de todas las ventas en volumen y el 52,4% en valor. La primera oferta marquista tiene unos porcentajes respectivos del 8,4% y del 15%, mientras que la segunda llega al 6,2% en volumen y el 5,4% en valor. Las restantes empresas que comercializan con su propia marca se reparten en cuotas bastante pequeñas los restantes 17,1% en volumen y 27,2% en valor.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. – Grupo *	494,00
Grupo Bimbo *	355,00
Grupo Dulcesol *	325,00
Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. *	300,00
Cerealto Foods, S.L. *	160,00
Anitin Panes Especiales, S.L. *	60,00
Dr. Oetker Iberica, S.A. *	56,00
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	53,00
Granja San Francisco, S.L. *	30,01
Codan, S.A.	28,40

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos de bollería y pastelería continúa siendo muy negativo para nuestro país, a pesar de los importantes esfuerzos realizados por los principales operadores del sector y del crecimiento experimentado por las exportaciones durante los últimos años. Durante el último ejercicio computado se exportaron casi 7.300 toneladas, con un muy importante incremento interanual del 8,9%. En valor, el crecimiento de las ventas en el exterior fue de un 8,3%, hasta alcanzar los 38 millones de euros. De todas formas, las exportaciones apenas suponen en la actualidad el 4,2% de todo el mercado en volumen y el 4,7% en valor. Parecen existir algunos factores objetivos que dificultan las exportaciones, entre los que se mencionan las caducidades de muchos productos y los problemas de transporte. Otros países de la Unión Europea constituyen los principales mercados de destino de este comercio exterior, con una cuota conjunta del 89,2%. Son los países vecinos quienes absorben la mayoría de estas exportaciones, destacando Francia (26%), Portugal (25%) y Reino Unido (18%). En este último caso, el incremento interanual ha sido de un muy importante 65%. A mucha distancia aparecen algunos países africanos (principalmente del Magreb), con un porcentaje del 7,9% del total, seguidos por las ventas en América (2%) y Asia (0,9%).

Las importaciones están muy vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de distribución alimentaria que se abastecen de productos elaborados en otros países de la Unión Europea. En el último año, se importaron cerca de 29.700 toneladas de productos de pastelería industrial. ○

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 618,5 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 2.822,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,5 kilos de consumo y 61,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,9 kilos por persona y año), seguido de las galletas (5,2 kilos per cápita) y de los cereales (1,6 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 48,4%, con un total de 29,9 euros por persona, las galletas el 30,1% con un total de 18,6 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 10,0% y 6,2 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	**618,5**	**13,5**	**2.822,9**	**61,7**
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	269,7	5,9	1.370,5	29,9
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	204,8	4,5	920,0	20,1
BOLLERÍA Y PASTELERÍA A GRANEL	64,9	1,4	450,5	9,8
GALLETAS	240,0	5,2	850,2	18,6
GALLETAS ENVASADAS	239,1	5,2	843,1	18,4
GALLETAS SALADAS	8,6	0,2	37,6	0,8
GALLETAS DULCES	230,5	5,0	805,5	17,6
GALLETAS GRANEL	0,9	0,0	7,1	0,2
CEREALES	73,6	1,6	285,7	6,2
CON FIBRA	14,5	0,3	58,8	1,3
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	35,2	0,8	316,5	6,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

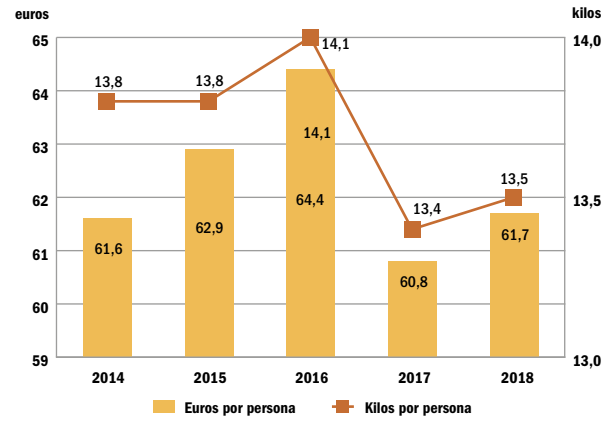
En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los índices se va reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los menores consumos tienen lugar en los menores núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, hogares monoparentales y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, País Vasco y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y Andalucía.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se ha mantenido bastante estable (ha descendido 0,3 kilos por persona) mientras que el gasto es prácticamente el mismo. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2016, con 14,1 kilos por persona y 64,4 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES, 2014-2018

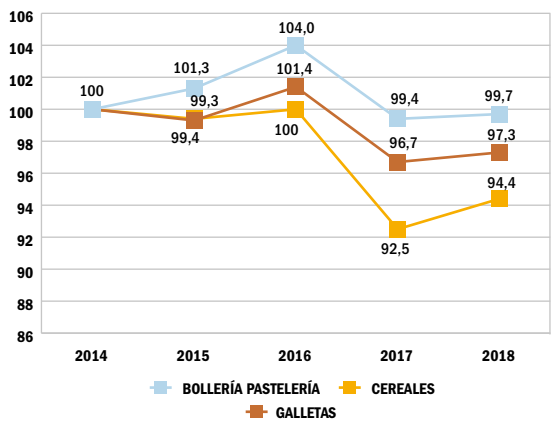




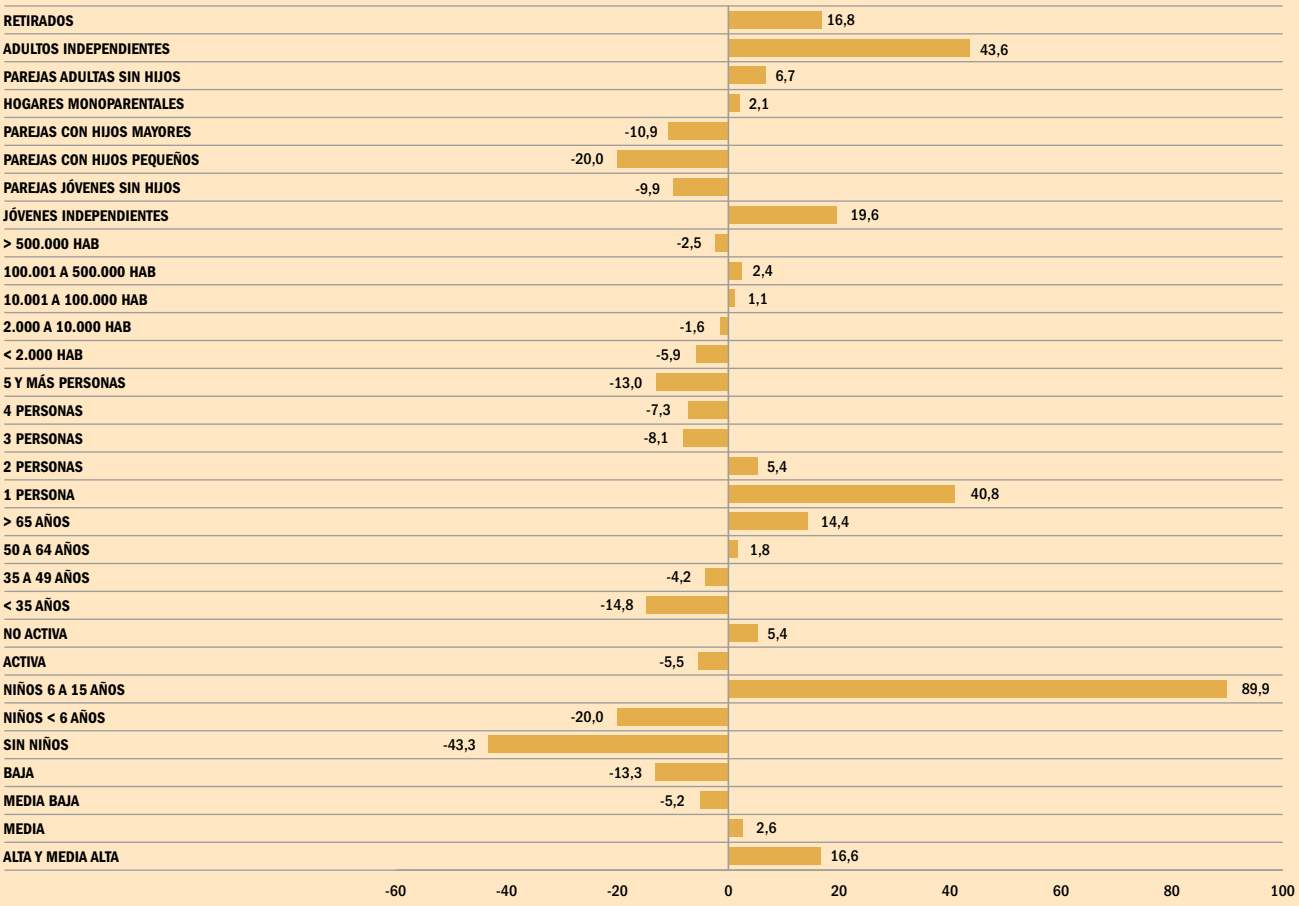


En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido bastante parecido en todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de bollería y pastelería, galletas y cereales parece haberse recuperado en el último año aunque sigue por debajo de los niveles de 2014.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES (2014=100), 2014-2018

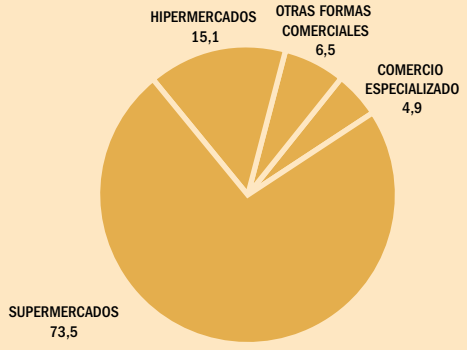


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 13,5 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (73,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,1%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 4,9%. Las otras formas comerciales acaparan el 6,5% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA ✪
- MANTECADOS DE ESTEPA ✪







ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

- ALMENDRADOS
- ALMOJABANAS
- CARQUIÑOLES
- COC DE FRAGA
- FLORENTINA
- FRUTAS DE ARAGÓN
- GUIRLACHE
- MANTECADOS DEL MAESTRAZGO
- PASTEL RUSO
- PIEDRECICAS DEL CALVARIO
- TORTA DE BALSA
- TORTAS DE ALMA
- TORTAS DE MANTECA FLORENTINA
- TRENZA DE ALMUDÉVAR

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- ENSAIMADA DE MALLORCA ✪

CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- SOBAO PASIEGO ✪

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- MANTECADAS DE ASTORGA ✪

MARCAS DE GARANTÍA

- HORNAZO DE SALAMANCA
- TORTA ARANDA



CATALUÑA

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

- BOMBONES DE CHOCOLATE
- GALETES (GALLETAS)

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- ALAJÚ
- PERUSA
- TORTA DE GAZPACHO
- TORTA DE PENJAR

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- GALLETAS

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y envasado de los alfajores amparados por este distintivo está constituida por el término municipal de Medina Sidonia en la provincia de Cádiz.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora exclusivamente utilizando miel pura de abeja, avellanas, almendras, pan rallado, harina, azúcar y especias (matalahúva, cilantro, ajonjolí, clavo y canela). El alfajor posee un color tostado al corte, con un aroma ligeramente especiado y un sabor que recuerda a frutos secos y miel, resultando todo ello equilibrado al paladar. Tiene forma de canutillo y se presenta protegido con un envoltorio de papel parafinado en cajas de cartón o madera de varias unidades o piezas individuales, con un peso mínimo por unidad de 30 g, con un tamaño mínimo de 7 cm de longitud y un diámetro mínimo de 1,5 cm.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 3 industrias elaboradoras que comercializan 45.000 kilos de alfajores con IGP.

Ensaimada de Mallorca ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración está constituida, exclusivamente, por todos los términos municipales de la isla de Mallorca.

CARACTERÍSTICAS: La Ensaimada de Mallorca es un producto de masa azucarada, fermentada y horneada, elaborada con harina de fuerza, agua, azúcar, huevos, masa madre y manteca de cerdo. La fermentación debe ser como mínimo de 12 horas. La forma es la de una espiral de dos o más vueltas en sentido de las agujas del reloj. Su peso está comprendido entre los 60 gramos y los 2 kilos. La indicación ampara dos tipos de producto: la lisa, sin ningún tipo de relleno, y la de cabello de ángel.

DATOS BÁSICOS: En el registro de elaboradores del Consejo Regulador se encuentran inscritas 47 empresas que elaboran y comercializan 150.000 kilos de Ensaimada de Mallorca, de los que el 90% se consume fuera de Mallorca.

Mantecadas de Astorga ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y envasado de las mantecadas amparadas por la Indicación Geográfica está constituida por cuatro municipios de la provincia de León: Astorga, Brazuelo, San Justo de la Vega y Valderrey. Las primeras referencias de las Mantecadas de Astorga datan del año 1805.

CARACTERÍSTICAS: Tienen forma de pirámide invertida y truncada. La parte superior es curva y la base cuadrada. La altura es de 4 centímetros. Su elaboración es artesanal a base de harina, manteca de vaca o mantequilla cocida, azúcar y huevos. Se presentan en las típicas "cajillas" hechas a mano, que son envases individuales de papel con unos pliegues característicos. La venta se realiza en cajas con una o varias docenas de mantecadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida se encuentran inscritas 6 pastelerías que fabrican Mantecadas de Astorga. La producción anual se sitúa en 325.000 docenas, destinadas en su totalidad al mercado interior.

Sobao Pasiego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y envasado de los sobaos amparados por la Indicación Geográfica Protegida Sobao Pasiego se encuentra centrada en la denominada comarca del Pas, que abarca la zona delimitada por los ríos Pas y Pisueña y el área de influencia de dichos ríos. Dicha zona se encuentra situada en la zona centro de la comunidad autónoma de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: El Sobao Pasiego se elabora exclusivamente con los siguientes ingredientes: mantequilla, harina de trigo, azúcar, huevo e ingredientes minoritarios a criterio del productor (miel, dextrosa, glucosa y sal). Su aspecto externo es de coloración amarilla intensa con superficie tostada, textura esponjosa, sabor y aroma de mantequilla. Se presenta en una cápsula llamada gorro con sus dobleces y alas que lo caracterizan.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la IGP se encuentran inscritos 12 obradores que comercializan una producción de 1.050.328 kilos.

CEREALES PARA DESAYUNO

El mercado de cereales para desayuno en España tuvo un comportamiento positivo durante 2018, con un crecimiento en volumen del 3,3%, rondando las 75.470 toneladas, mientras que en valor, el incremento interanual se situó en el 3,2%, hasta los 298 millones de euros. Otras estimaciones disponibles, señalan que el volumen de negocio de los cereales para desayuno (incluyendo las barritas de cereales) está por encima de los 400 millones de euros anuales.

El crecimiento del mercado fue muy notable hasta 2011, pero la crisis tendió a estabilizar las demandas. En cualquier caso, se considera que se trata de un mercado que tiene un relativo potencial de crecimiento. De todas formas, hay algunas noticias que indican que el mercado de cereales para desayuno a nivel mundial presenta graves incertidumbres y que los gustos de los consumidores están evolucionando hacia otro tipo de productos. Sea como sea, los grandes productores de cereales para desayuno se encuentran inmersos en un proceso de renovación de sus ofertas, intentando adaptarlas a los nuevos gustos y perfiles de los consumidores.

Los cereales destinados al público adulto son los más demandados, y acaparan el 54,6% de todas las ventas. A continuación aparecen los cereales infantiles, con una cuota del 38,3% y los cereales familiares, que representan el restante 7,1%. Las presentaciones que están registrando un comportamiento más positivo, con las que se encuentran relacionadas con la salud, como los cereales 'sin gluten', integrales, con fibra, dietéticos, etc. La disminución de azúcar y sal constituyen dos elementos claves para posicionar los cereales de desayuno.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. – Grupo *	494,00
Hero España, S.A.*	173,73
Cerealto Foods, S.L.*	160,00
Kellogg España, S.L.*	158,00
Cereal Partners España, A.E.I.E.	68,00
Artenay Bars SAS	50,00
Comercial Masoliver, S.A.*	27,00
Weetabix Ibérica, S.L.	7,30
Jijona, S.A.*	3,19
Esgir, S.L.	2,80

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de cereales para desayuno a nivel mundial, y también en nuestro país, se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos con estrategias globales de comercialización. Junto a estos grandes operadores, aparecen también empresas de sectores afines, como las galletas y la pastelería industriales, que han abierto una línea de negocio específica para cubrir esta demanda. Es el caso del operador principal del sector que tiene su principal fortaleza en el mercado de galletas. Registra unas ventas de 494 millones de euros, con una importante disminución interanual del 9,4%. El segundo llega hasta los 174 millones de euros, mientras que el tercero ronda los 160 millones de euros, el cuarto se sitúa en 158 millones de euros y el quinto alcanza los 68 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, ya que representan el 62% del todas las ventas de cereales para adultos y el 48% en valor. La primera oferta marquista tiene unos porcentajes del 23% y el 32%. En el caso de los cereales infantiles, las marcas blancas controlan el 69% del total de ventas en volumen y el 57% en valor, frente a unas cuotas del 16,5% y del 21,3% de la primera oferta con marca propia.

COMERCIO EXTERIOR

Es difícil proporcionar unas cifras fiables sobre el comercio exterior de cereales para desayuno. La fuerte hegemonía de grupos multinacionales hace que muchos de los movimientos entre distintas filiales no queden reflejados en las estadísticas de importaciones y exportaciones. Así, por ejemplo, una de las principales empresas del sector tiene su planta productiva en Portugal y, desde allí, abastece a toda la península. Por el contrario, los dos principales líderes sectoriales tienen sus plantas en España y cubren todos los mercados de la Unión Europea con la producción generada en nuestro país. En términos muy generales, e inevitablemente impre-

Dentro de la pasta clásica normal, los fideos son los más consumidos, con el 22,6% del total. A continuación aparecen los espaguetis (22,3%), los macarrones (20,7%), otras pastas de tenedor (17%) y cuchara (12,2%) y los tallarines (5,2%)

cisos, se estima que las exportaciones españolas de cereales para desayuno superan las 50.000 toneladas anuales y los 60 millones de euros. Se trata de un comercio básicamente intracomunitario, donde destacan las ventas a Francia, Reino Unido y Alemania. Las importaciones tienen bastante menos importancia y parecen estar muy relacionadas con las estrategias comerciales de las algunas de las grandes cadenas de la distribución alimentaria.

CONSUMO

Las tendencias de consumo de los cereales para desayuno están sufriendo unas importantes modificaciones a nivel mundial. Se opta cada vez por productos saludables, bajos en azúcar y sal. En Estados Unidos, líder en consumo de cereales para desayuno, se ha registrado una caída importante de los consumos. En tres años las ventas en Estados Unidos de cereales listos para tomar pasaron de 9.600 millones de dólares a 8.750 millones. En nuestro país, el consumo de cereales para desayuno ronda los 1,5 kilos de por persona y año (hasta 50 raciones). Los mayores consumos se registran en Madrid y la zona sur de la península. Tradicionalmente eran las familias con niños entre 6 y 15 años, las mayores consumidores, pero ahora tiene mucha importancia un perfil de consumidor adulto.

La media europea de consumo anual de cereales para desayuno se sitúa en unos 2,7 kilos por persona, siendo Irlanda, Suecia y Finlandia los países con un consumo más elevado, por encima de los 7 kilos por persona.

PASTAS ALIMENTICIAS

El mercado español de pastas alimenticias continúa mostrando una tendencia positiva, aunque parece ralentizar sus ritmos de crecimientos. Durante el pasado año, el incremento de las ventas en volumen fue de un 1,2%, hasta acercarse a las 201.280 toneladas. De esa cantidad, el 94% está compuesto por pasta seca, cuyo valor se situó en 302,5 millones de euros, apenas un 0,8% más que en el ejercicio precedente. El precio medio de la pasta seca se quedó en 1,6 euros/kilo, similar al del ejercicio anterior. La pasta fresca mostró un mayor dinamismo, con un incremento interanual del 8,3% en volumen (12.090 toneladas) y del 8,7% en valor (87 millones de euros). Entre la pasta seca, las presentaciones normales son las más demandadas, con casi 147.200 toneladas y 201,7 millones de euros. Dentro de la pasta clásica normal, los fideos son los más consumidos, con el 22,6% del total. A continuación aparecen los espaguetis (22,3%), los macarrones (20,7%), otras pastas de tenedor (17%) y cuchara (12,2%) y los tallarines (5,2%). Las ventas de pastas enriquecidas llegaron a 32.390 toneladas, las integrales a 4.950 toneladas, las laminadas a 2.630 toneladas y las rellenas a 2.030 toneladas.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ebro Foods, S.A. – Grupo *	2.506,97
Nestlé España, S.A. *	1.815,00
The GB Foods, S.A. - Grupo *	728,00
Galletas Siro, S.A. Grupo *	494,00
Grupo Pastas Gallo *	200,00
Cerealto Foods, S.L. *	160,00
Oromás, S.A.	59,08
Dr. Schar España, S.L. *	41,00
Pastas Alimenticias Romero, S.A.	35,00
Rana Hispania, S.A. *	27,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en el caso de las pastas frescas, acaparando el 62,2% de todas las ventas en volumen y el 48,1% en valor. La primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 25,9% y el 37,7% respectivamente

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración dentro del sector español de pastas alimenticias es muy acusada. El mercado está dominado por algunas empresas españolas especialistas, en ocasiones vinculadas a sectores afines, como las galletas o las harinas, junto a grupos multinacionales, muchas veces de origen italiano, y algunos especialistas en algunas ofertas muy determinadas. La empresa más importante del sector produce unas 135.000 toneladas anuales, con una facturación de 195 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 86.500 toneladas y los 53,1 millones de euros, la tercera alcanza las 70.000 toneladas y los 62 millones de euros, la cuarta ronda las 48.000 toneladas y los 36,5 millones de euros y la quinta se sitúa en 5.100 toneladas y 30 millones de euros.

Las marcas de distribución tienen una gran importancia y acaparan el 68,5% del total de ventas en volumen de la pasta de tenedor y el 52,4% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia se queda en el 21,1% y el 26,5%. Entre las pastas de cuchara, las marcas de distribución controlan el 66% en volumen y el 52,8% en valor. La innovación, la diversificación de las ofertas, apostando por presentaciones más saludables, más rápidas de elaborar y de mayor valor añadido, junto a la apuesta por la internacionalización aparecen como las principales estrategias de los más importantes operadores del sector.

PASTA FRESCA

El mercado de pasta fresca en nuestro país rondó durante 2018 las 12.090 toneladas, lo que apenas supone el 6% del total de ventas de pastas alimenticias. A pesar de su relativa modestia, las pastas frescas son el segmento más dinámico del mercado y su importancia en valor se incrementa, ya que alcanzar los 87 millones de euros. Durante el pasado ejercicio, las ventas de pastas frescas en España crecieron algo más de un 8,3% en volumen y un 8,7% en valor. Las pastas rellenas son las más demandadas por los consumidores españoles, con más de 8.610 toneladas vendidas, por un valor de 73,9 millones de euros. Las cifras de las pastas frescas lisas, por su parte, llegan hasta algo menos de las 3.480 toneladas y superan los 13,5 millones de euros.

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en el caso de las pastas frescas, acaparando el 62,2% de todas las ventas en volumen y el 48,1% en valor. La primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 25,9% y el 37,7% respectivamente, mientras que la segunda se queda en el 6,1% y el 8,5% respectivamente. Los principales grupos que dominan el mercado español de la pasta fresca son de origen italiano. La empresa más importante registra una producción de 5.100 toneladas y unas ventas de 30 millones de euros.



COMERCIO EXTERIOR

El volumen de producción de las principales empresas españolas del sector de pastas alimenticias no puede ser absorbido por las demandas internas, por lo que las exportaciones se han convertido en un elemento estratégico para asegurar la sostenibilidad de los negocios. Tradicionalmente, el comercio exterior de pastas alimenticias estaba dominado por las grandes compañías italianas pero, en los últimos tiempos, algunos grandes grupos de nuestro país han conseguido arañar cuotas significativas de ese mercado. Se estima que las ventas en el exterior de pastas alimenticias españolas llegan hasta los 600 millones de euros anuales.



Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, en especial Francia, Alemania, Italia, Portugal y el Reino Unido, aunque se ha conseguido ampliar la lista de clientes, enviando partidas cada vez más significativas a algunos países del Magreb, a la Europa del norte y del este y los países ribereños del Mar Negro. Lo más habitual es que esas exportaciones estén compuestas en su gran mayoría por partidas de pasta seca de escaso valor añadido.

Las importaciones son mucho menos importantes en volumen, pero en valor rondan los 580 millones de euros, ya que predominantemente están compuestas por partidas de pastas frescas, pastas ecológicas y pastas rellenas de alto valor añadido. La principal proveedora de este tipo de pastas para el mercado español es Italia. ○

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 189,1 millones de kilos de pastas y gastaron 359,4 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,1 kilos de consumo y 7,9 euros de gasto. ○



CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PASTAS	**189,1**	**4,1**	**359,4**	**7,9**
PASTAS ALIMENTICIAS	185,7	4,1	340,7	7,4
PASTA SECA	173,9	3,8	262,4	5,7
PASTA FRESCA	11,8	0,3	78,4	1,7
PASTAS GRANEL	1,2	0,0	2,8	0,1
PASTAS ENVASADAS	184,6	4,0	338,0	7,4
PASTAS PARA RELLENAR	3,4	0,1	18,6	0,4

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

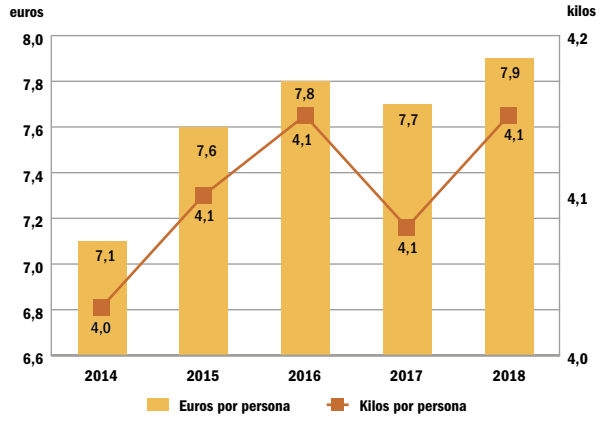
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pastas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad comprendida entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cinco o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con menor consumo per cápita de pastas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, retirados, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos, presentan los consumos más bajos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Extremadura y, sobre todo, a La Rioja.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

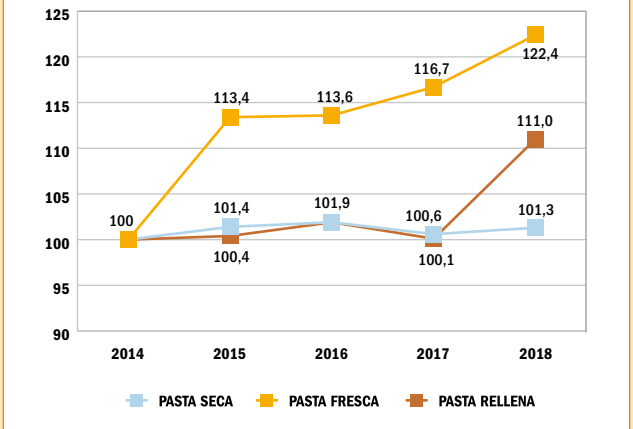
Durante los últimos cinco años, el consumo se ha mantenido estable y el gasto ha experimentado un incremento de 80 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produce en varios años (2015 al 2018, con 4,1 kilos por persona), mientras que el mayor gasto se registró en el ejercicio 2018 (7,9 euros por consumidor).

En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque en línea ascendente en todos los casos. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de pasta fresca, seca y rellena ha aumentado.

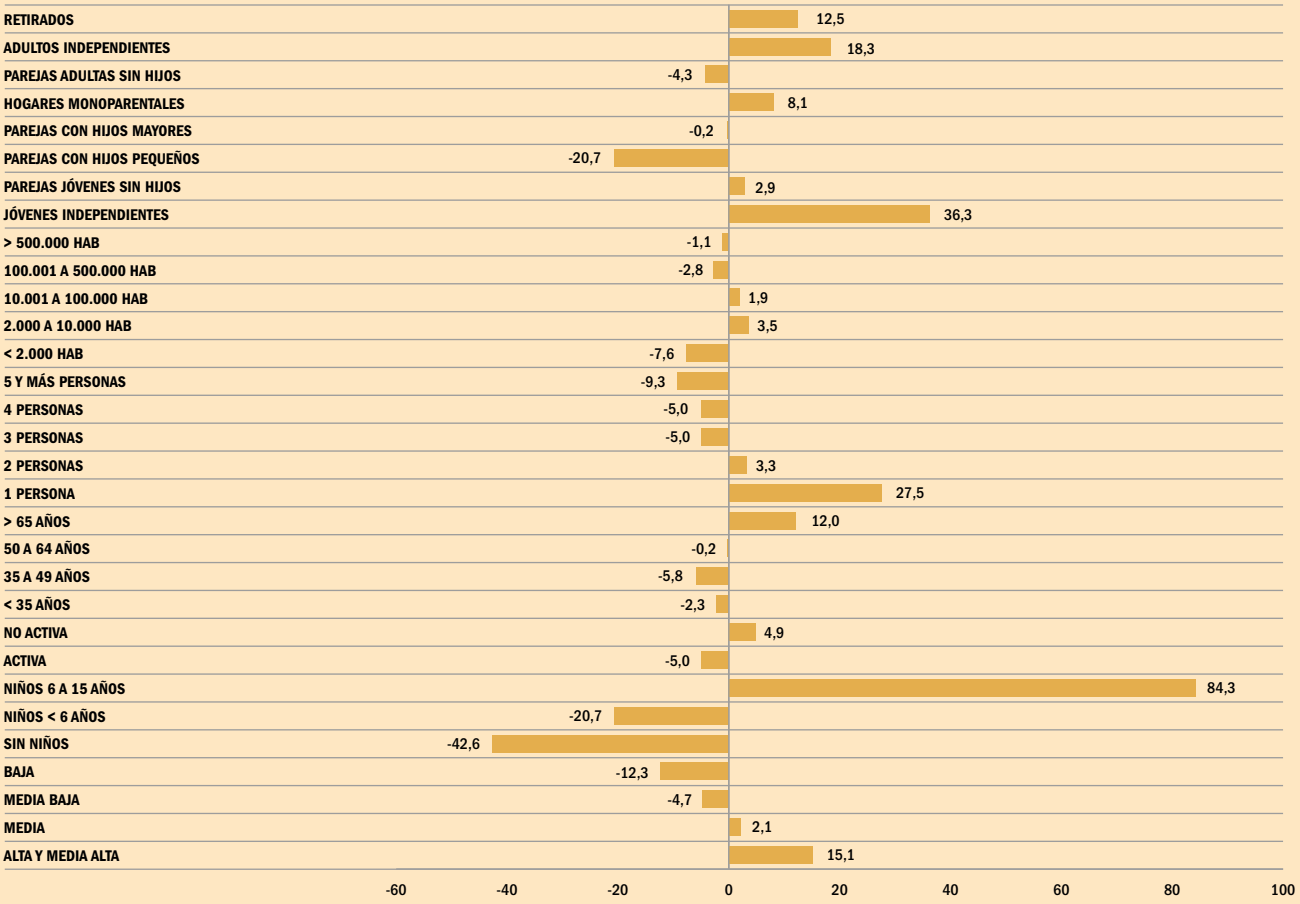
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PASTAS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PASTAS (2014=100), 2014-2018

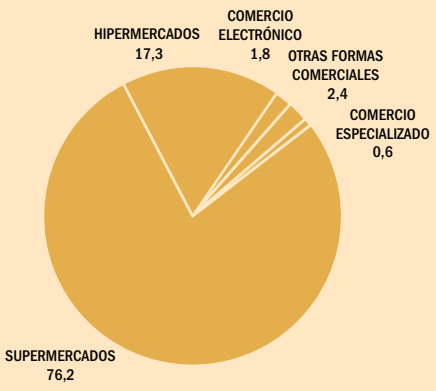


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PASTAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 4,1 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (77,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17,3% y los establecimientos especializados llegan al 0,6%. El comercio electrónico con 1,8% y las otras formas comerciales con 2,4% concentran la cuota restante.

ARROZ

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español del arroz se encuentra inmerso en una gran renovación de sus ofertas, lo que obliga a las principales empresas del sector a acometer costosos procesos de mejora de sus instalaciones productivas y a invertir de manera decidida en la innovación. Todas las estimaciones disponibles indican una caída continuada en los consumos de las presentaciones más clásicas (básicamente del arroz redondo), mientras que aumentan las demandas de nuevas variedades, formatos y ofertas.

La concentración y la penetración de capitales internacionales son dos rasgos definidores del sector empresarial del arroz. Junto a grandes compañías multinacionales encontramos algunos grupos españoles especialistas que, a menudo, tienen su origen en las cooperativas de productores. El operador más importante del sector registra una producción de 83.000 toneladas. Este grupo tiene su sede en España, pero actúa en más de 25 países. Es el líder mundial en el sector del arroz y el segundo fabricante mundial de pasta. La segunda empresa llega a las 70.000 toneladas, la tercera alcanza las 68.300 toneladas, la cuarta ronda las 30.000 toneladas y la quinta se sitúa en las 28.900 toneladas.

Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y acaparan más del 70% de todas las ventas en volumen y el 56% en valor. Por su parte, la primera oferta marquista alcanzó unos porcentajes del 22,4% en volumen y del 32,9% en valor. La hegemonía de las marcas blancas hace que existan empresas especialistas suministradoras de arroz para este segmento. El grupo líder en este caso llega hasta las 70.000 toneladas, el segundo se queda en 56.380 toneladas y el tercero ronda las 27.500 toneladas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ebro Foods, S.A. - División Arroz	1.345,03
Maicerías Españolas, S.A. *	240,72
Arrocerías Pons (Grupo)	58,00
Coop. Arrozúa	49,00
Coop. Arrossaires del Delta del L'Ebre – Div. Arroz	31,00
Coop. Càmara Arrossera del Montsià i Secció de Crèdit	30,25
Arroces y Cereales, S.A. (Arcesa)	24,83
Arrocerías Rovira Ballester, S.L.	19,40
Coop. Extremeña de Arroces	14,80
Productos La Campana, S.L:	5,20

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ARROZ

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/ ✪

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARRÒS DEL DELTA DE L´EBRE ✪
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARROZ DE VALENCIA ✪

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ARROZ

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/✪

*** Denominación compartida con otras CC AA* ✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

COMERCIO EXTERIOR

España aparece como el segundo productor de arroz dentro de la Unión Europea, por detrás de Italia, y, tradicionalmente, ha mostrado un fuerte componente exportador. Durante 2018 se registró un gran crecimiento de las exportaciones españolas de arroz, en torno a un 33%, hasta alcanzar las 325.550 toneladas. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Bélgica (62.550 toneladas), Reino Unido (36.580 toneladas) y Holanda (11.490 toneladas). Por debajo de estos clientes principales aparecen Portugal y Francia. Si el crecimiento de las exportaciones fue muy importante, todavía más lo fue el de las importaciones, ya que se incrementaron en un 60%, rondando las 175.380 toneladas. Este gran incremento fue debido a la entrada de variedades que no se producen en nuestro país y que tienen



unas elevadas demandas entre los consumidores españoles, pero también a las importaciones a bajo precio de Asia, debido a los favorables aranceles de los que se benefician algunos países de ese continente. La Comisión Europea está estudiando la posibilidad de incrementar esos aranceles que han distorsionando los precios del arroz. Nuestro principal proveedor de arroz fue Tailandia, con 25.270 toneladas, seguida por Argentina (24.125 toneladas) y Pakistán (17.550 toneladas).

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 176,9 millones de kilos de arroz y gastaron 289,5 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,9 kilos de consumo y 6,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (1,9 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,6 kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 31,7% del gasto, con un total de 2 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados de arroz, con un porcentaje del 19,0% y un total de 1,2 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL ARROZ	**176,9**	**3,9**	**289,5**	**6,3**
LARGO	28,7	0,6	24,9	0,5
NORMAL	87,0	1,9	91,6	2,0
VAPORIZADO	12,9	0,3	16,8	0,4
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	7,3	0,2	41,7	0,9
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	19,3	0,4	54,3	1,2
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	2,1	0,0	18,9	0,4
OTROS TIPOS ARROZ	19,6	0,4	41,3	0,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

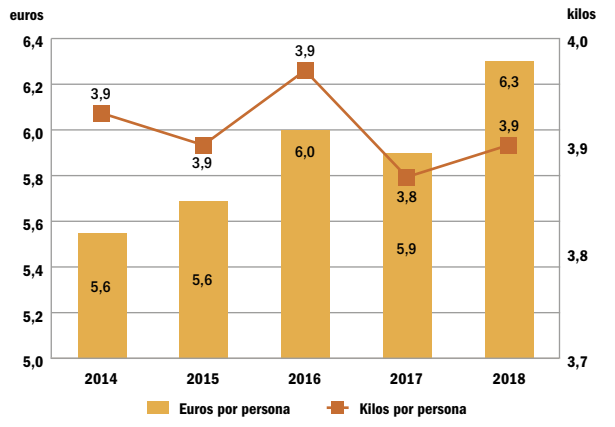
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de arroz, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares si niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de arroz es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de arroz es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de arroz, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de arroz, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, entre las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Baleares y la Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Extremadura.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

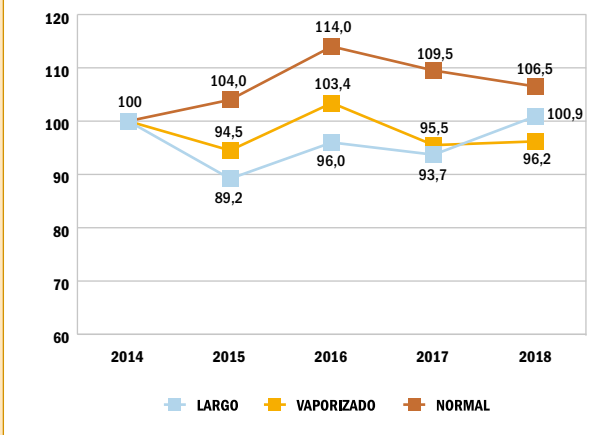
Durante los últimos cinco años, el consumo de arroz se ha mantenido estable, con alguna pequeña variación, mientras que el gasto ha aumentado 70 céntimos de euro por persona. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (3,9 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2018 (6,3 euros por consumidor).

En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de arroz normal experimenta un crecimiento, mientras que en el arroz vaporizado se produce un descenso.

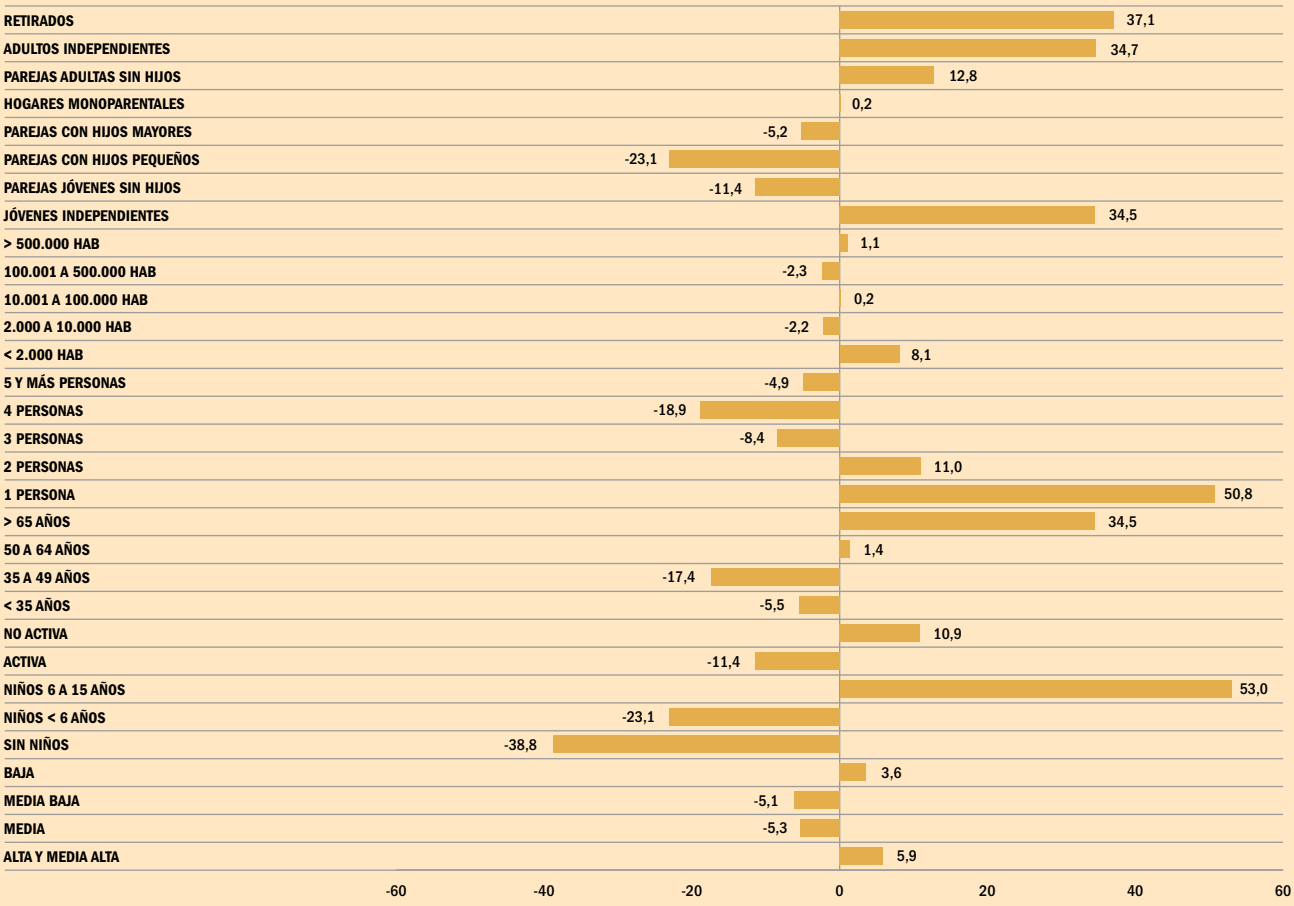
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ARROZ, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2014=100), 2014-2018

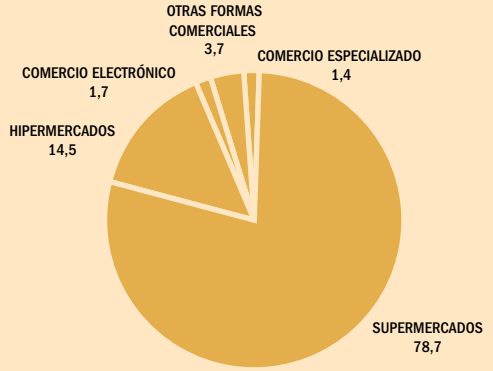


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ARROZ EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,9 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (78,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 14,5% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. El comercio electrónico tiene una cuota del 1,7% mientras que las otras formas comerciales concentran un 3,7% de la cuota de venta global.

Arròs del Delta de l'Ebre (Arroz del Delta del Ebro)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Arròs del Delta de l'Ebre ampara una zona de producción constituida por los municipios de Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Amposta, San Carles de la Rápita, L'Aldea, Camarles y L'Ampolla, todos ellos situados en la llanura deltaica del Delta del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: El arroz se produce en pequeñas explotaciones próximas al Ebro. Las variedades son Bahía, Tebre, Fonsa, Bomba, Montsianell y Gleva. La única categoría comercial autorizada es la Extra, que se presenta en cajas de cartón o bolsas de plástico, con un peso neto de 0,50, 1,2 y 5 kilos. La humedad del grano debe ser inferior al 15%.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo es de unas 12.000 hectáreas. Actualmente existen 2 empresas comercializadoras que producen unos 9 millones de kilos de arroz protegido con DOP.

Calasparra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito territorial incluye los municipios de Calasparra y Moratalla, en Murcia, y Hellín, en Albacete. La superficie inscrita en el Consejo Regulador asciende a poco más de 1.000 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: El área de producción está delimitada por los ríos Segura y Mundo, en una zona de altitud que oscila entre los 350 y los 500 metros. Los terrenos se someten a una alternancia de cultivos para no agotar la riqueza del suelo. Cada año se siembra menos del 70% de las hectáreas inscritas. El arroz que se obtiene es blanco e integral.

DATOS BÁSICOS: El registro del Consejo Regulador de la Denominación de Origen tiene inscritos a unos 300 agricultores y 2 industrias. La producción de arroz cáscara es de 3,6 millones de kilos, de los que cerca del 95% corresponde a arroz blanco y el resto a arroz integral. Las categorías que se comercializan son Extra, Primera e Integral, y alcanzan 1,3 millones de kilos con DOP.

Arroz de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El Arroz de Valencia DOP se cultiva principalmente en el Parque Natural de la Albufera, completando su producción en los humedales de Pego y Oliva. El cultivo en áreas protegidas ofrece un producto exclusivo y natural, con garantía de calidad y mantiene viva una tradición que se inició en Valencia hace ya más de 1.200 años.

CARACTERÍSTICAS: El arroz amparado bajo el sello de calidad Arroz de Valencia DOP garantiza también la procedencia del cereal, a partir de unas prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente y siempre con semilla certificada.

Las variedades de Arroz de Valencia DOP son: tipo senia, albufera y bomba, y son las que mejor adaptadas están a la zona de cultivo. Son variedades tradicionales y muy apreciadas por sus características.

Su principal atributo es la excelente capacidad de absorción, que se traduce en una perfecta conducción del sabor. Esta es la principal razón de su éxito en la cocina local valenciana y de su proyección al alza fuera de los límites geográficos de la zona productora.

DATOS BÁSICOS: La zona de cultivo alcanza más de 14.000 hectáreas. Un total de 9 industrias elaboran Arroz de Valencia con DOP, llegando a comercializar 7.814 toneladas de arroz blanco al año.



LEGUMBRES

Las leguminosas grano son plantas que se caracterizan por su elevado contenido en proteína (lo que constituye una de las principales fuentes de aminoácidos para la alimentación humana y animal).
Las especies más conocidas y cultivadas como leguminosas grano son los garbanzos, lentejas, judías secas, vezas y yeros, y en menor medida las algarrobas, titarros o almortas, alholva y alberjón.
Aunque la soja también es una leguminosas se incluye, por su contenido en grasa, dentro del sector de las oleaginosas.
La familia de las leguminosas está formada por casi 19.000 especies distintas. Algunas se consumen en verde, aprovechándose no sólo el grano tierno, sino la parte más blanda de la vaina (habas, bisaltos, judías verdes) y otras se secan, se desprenden de la vaina (desgranan) y se guardan al abrigo de la humedad, como alimento de reserva hasta que se consumen una vez rehidratadas (las legumbres).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
JUDÍAS SECAS	17,8	19,8	17,9
LENTEJAS	29,8	24,4	42,5
GARBANZOS	37,4	56,5	75,9
GUISANTES SECOS	274	194,3	263

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LENTEJAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	6.558	7.591	7.600
UE	70,2	66,1	90
ESPAÑA	**29,8**	**18,5**	**42,5**

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LENTEJAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
CASTILLA-LA MANCHA	22	21,6	29,4
CASTILLA Y LEÓN	7,4	2,3	12,5
OTRAS CC.AA.	0,4	0,5	0,6
TOTAL ESPAÑA	**29,8**	**24,4**	**42,5**

FUENTE: MAPA

CARACTERÍSTICAS DE LAS LEGUMBRES

Las legumbres pertenecen al grupo de las leguminosas y son exclusivamente los granos secos para alimentación, no los verdes (que se clasifican como hortalizas), ni los que se utilizan para la extracción de aceite y para siembra.
El término legumbre procede del latín "legumen" que designa a las semillas comestibles. Las legumbres han sido parte esencial de la dieta humana durante siglos y está probado que ya se consumían 8.000 años antes de Cristo.
Las legumbres son bastante parecidas entre ellas en su composición de nutrientes. Estas producciones son una fuente esencial de proteínas y aminoácidos de origen vegetal. Entre sus propiedades nutricionales destacan que tienen un alto contenido en hierro y zinc, un bajo contenido en grasa y que son ricas en fibra.
Se consideran alimentos nutricionalmente recomendables teniendo en cuenta su composición en proteínas (a igualdad de pesos, aportan más proteína que la carne o el pescado), hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas.
Además, las legumbres consumen muy poco agua en comparación con otras fuentes de proteína y son plantas leguminosas que tienen la propiedad de fijar el nitrógeno, lo que

Las especies más conocidas y cultivadas como leguminosas grano son los garbanzos, lentejas, judías secas, vezas y yeros, y en menor medida las algarrobas, titarros o almortas, alholva y alberjón

PRODUCCIONES DE JUDÍAS SECAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	22.000	25.000	30.000
UE	650	700	750
ESPAÑA	**17,8**	**19,8**	**17,9**

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE JUDÍAS SECAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	0,1	0,1	0,1
ASTURIAS	0,7	0,6	0,5
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
CASTILLA Y LEÓN	10,3	12,7	10,7
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1	0,1
GALICIA	4,3	4,3	4,1
PAÍS VASCO	0,8	0,7	0,9
OTRAS CC.AA.	1,4	1,2	1,4
TOTAL ESPAÑA	**17,8**	**19,8**	**17,9**

FUENTE: MAPA

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
JUDÍAS	48,2	39,6	45,4
LENTEJAS	67,1	74,7	46,7
GARBANZOS	44,7	41,8	52,6
HABAS	23	32	16,6

FUENTE: D.G. Aduanas



puede contribuir a aumentar la fertilidad del suelo y a eliminar de forma indirecta las emisiones de gases de efecto invernadero.

Por lo general, las legumbres tienen una carne interior esponjosa, de color blanco, y su tamaño es muy distinto. Asimismo, aunque en la mayoría de los casos su forma es muy variada, predominan las legumbres alargadas como las judías, los fríjoles o las habichuelas.

PRODUCCIÓN NACIONAL

En la campaña de comercialización 2018, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 401.400 hectáreas, un 9% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

Estos datos del Ministerio de Agricultura incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Sin embargo, pese a esta reducción de las siembras la producción de todos estos cultivos fue superior a la del año pasado, pues se produjeron 577.200 toneladas en total, un 41% más (en 2017 la cosecha total fue un 27% inferior).

Por volumen, la producción principal fueron los guisantes secos y la región con mayor producción en general fue un año más Castilla-La Mancha, seguida de Castilla y León.

Respecto a la Unión Europea, el cultivo de leguminosas para consumo humano tiene una gran tradición debido a que estos cultivos hacen rotaciones con los cereales. Los principales cultivos proteínicos que se cultivan en la UE son los guisantes, los frijoles y los altramuces.

Los principales cultivos proteínicos que se cultivan en la UE son los guisantes, los frijoles y los altramuces.

GARBANZOS Y LENTEJAS

En España, la superficie sembrada de garbanzos en 2018 fue de 69.700 hectáreas, (18.000 hectáreas más que en 2017), y la de lentejas de 44.000 hectáreas (también muy superior a la cifra del año precedente, por segundo año consecutivo). Por su lado, la cosecha de lentejas en 2018 se situó en 42.500 toneladas (un 74% más) y la de garbanzos en 75.900 toneladas de garbanzos (34% más que en 2017). Tanto en un caso como en el otro, la producción creció por segundo año consecutivo.

En la producción de lenteja sobresale Castilla La Mancha, que monopolizó el 70% del total nacional, con la provincia de Cuenca a la cabeza. Por su lado, en el cultivo de garbanzos destacó Andalucía, con el 75% del total en 2018 y Sevilla a la cabeza, seguida de Castilla y León, que produjo el 11,5% del total nacional, así como también el 29% de las lentejas.

Al igual que sucedió en España, en la Unión Europea la producción de lentejas y garbanzos aumentó sensiblemente en 2018.

Los garbanzos son en España el cultivo leguminoso más consumido por el hombre. Todas las variedades de garbanzos que se cultivan en nuestro país pertenecen a la especie Cicer arietinum. Las principales son: blanco lechoso, castellano, venoso andaluz, chato madrileño, pedrosillano y de Fuentesaúco (Zamora).

Por su lado, las lentejas son también muy apreciadas por los consumidores españoles. Todas las variedades que se producen son de la especie Lens esculenta y las más conocidas son la rubia castellana, la rubia de La Armuña, la pardina y la verdina.

El garbanzo y la lenteja son especies que tienen un porte bajo y su siembra se realiza en otoño en las zonas templadas y en febrero en las más frías.

En cuanto a la producción mundial, los garbanzos son el segundo cultivo leguminoso en importancia, por detrás de las judías o alubias. Asimismo, las lentejas son el tercero.

JUDÍAS

En 2018 se sembraron en España un total de 9.500 hectáreas de judías, una superficie inferior a la del año precedente, pero superior a la media de las últimas campañas. Asimismo, la producción ascendió a 17.900 toneladas, un 10% menos (en los años 2015, 2016 y 2017, la producción también creció significativamente).

Por regiones, Castilla y León, principalmente la provincia de León, es la que cuenta con mayor producción (más de la mitad del total en 2018), seguida de Galicia.

En la Unión Europea la producción de judías secas se redujo en 2018, en consonancia con la evolución de la cosecha en España.

En el mundo, la especie leguminosa que más se cultiva es la denominada Phaseolus vulgaris, conocida comúnmente como judía seca, cuyas variedades reciben múltiples nombres de-

PRODUCCIONES DE GARBANZOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	11.268	14.777	16.000
UE	78,3	131,8	250
ESPAÑA	**37,4**	**39**	**75,9**

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GARBANZOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	25,7	47	57,3
CASTILLA-LA MANCHA	4,2	1,8	5,6
CASTILLA Y LEÓN	5,1	4,5	8,7
EXTREMADURA	1,4	2,2	3
OTRAS CC.AA.	1	1,1	1,3
TOTAL ESPAÑA	**37,4**	**56,5**	**75,9**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE GUISANTES SECOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	14.668	16.205	21.000
UE	2.350	2.598	3.400
ESPAÑA	**274**	**194,3**	**263**

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GUISANTES SECOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	14,1	19,3	21,7
ARAGÓN	32	29,7	31,8
CASTILLA-LA MANCHA	91,7	68,1	85
CASTILLA Y LEÓN	91,5	24,7	76,6
EXTREMADURA	8,2	8,2	8,8
OTRAS CC.AA.	36,5	44,3	39
TOTAL ESPAÑA	**274**	**194,3**	**263**

FUENTE: MAPA



pendiendo de las formas, características y colores que presentan o su origen.

Para su cultivo, la judía necesita agua y prospera adecuadamente en suelos frescos. También es sensible al frío, por lo que la siembra es primaveral en las zonas con riesgo de heladas, y tiene variedades de distinta morfología (enanas, de enrame, etc.), y en algunas se puede aprovechar también el fruto (judía verde).

En España se pueden encontrar variedades como la blanca de riñón, la blanca redonda, la plancheta, troncón, ganchet, pinet, pinta, canela, canellini, negreta, morada, judía del Barco de Ávila, de La Bañeza (León), etc.

Las judías pochas son las que han sido recogidas sin secar, mientras que el judión de La Granja (que recibe su nombre por ser una producción de La Granja de San Ildefonso, en Segovia) es otra especie, al igual que la carilla (Vigna sinensis) y la judía de Lima (Phaseolus lunatus). ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	252,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	167,09
Grupo Riberebro *	105,00
Selección de Productos Leoneses, S.A.	67,00
Legumbres Luengo, S.A.	63,10
Mca Spain, S.L. *	51,00
Acico, S.A. *	35,00
Ferrer Segarra, S.A. *	24,00
Legumbres La Cochura, S.A.	14,80
Pedro Álvarez, S.L.	13,80

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO DE LEGUMBRES

A pesar de que en los últimos años se han producido incrementos en la producción nacional de judías secas, garbanzos y lentejas, las cosechas resultan claramente insuficiente para atender la demanda interior.

Tanto España como la UE son importadoras netas de leguminosas grano. En conjunto, el volumen importado por España en 2018 fue inferior en un 10% al de la anterior campaña y también a la media de las últimas.

Por tipos de legumbre, en 2018 aumentaron sensiblemente las importaciones españolas de judías secas ante la caída de la producción nacional, mientras que, por el contrario, se redujeron las de lentejas (un 37% hasta un total de 46.700 toneladas). Asimismo, en contra de lo sucedido un año antes, las compras de garbanzos se incrementaron hasta situarse en 52.6800 toneladas.

Las importaciones de lentejas procedieron principalmente de Canadá y de Estados Unidos, mientras que las de garbanzos vinieron de EE.UU, México y Argentina. Finalmente, el grueso de las importaciones nacionales de judías secas procedieron también de Argentina. ○

OTRAS PRODUCCIONES

Además de las legumbres, en el grupo de leguminosas más cultivadas en España están los yeros y las vezas, destinadas a la alimentación animal. En 2017 se sembraron en España 55.500 y 102.000 hectáreas, respectivamente. La producción de vezas rondó las 131.400 toneladas (muy por encima de la producción de 2017, que fue muy mala) y la de yeros las 63.500 toneladas, también muy por encima también de la producción del año anterior.

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces). En general, en 2017 la superficie cultivada disminuyó y las producciones no fueron uniformes.

Más de la mitad de la superficie destinada a estos cultivos estaba en Castilla y León y también fueron importantes las cosechas de Castilla-La Mancha. Andalucía, Extremadura y Aragón.

El consumo de proteaginosas en España se estima en unas 350.000 toneladas. El mayor consumo se centra en el guisante, tanto de producción nacional como importado. Casi el 100% de los guisantes secos que se comercializan en España se destina a la alimentación animal, pero buena parte de las almortas y los yeros que se producen en España se utilizan también, en pequeñas cantidades, para la preparación de tortas, gachas y hasta panes.

En el sur del país, especialmente en Andalucía y en Extremadura, el altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico.

Por su lado, las legumbres de inferior calidad (como ocurre con los garbanzos muy duros) pasan a la alimentación animal. ○

LEGUMBRES

El mercado de legumbres (secas y cocidas) en nuestro país ha encontrado un significativo dinamismo en los últimos años, después de un largo periodo de caídas constantes de las demandas. La producción de alubias, lentejas y garbanzos en España ronda las 70.000 toneladas, mientras que su consumo aparente se sitúa en torno a las 206.000 toneladas. Dentro de las legumbres secas, la principal partida es la formada por las lentejas con casi 33.240 toneladas comercializadas en 2018, un 3,3% más que en el ejercicio anterior, por un valor de casi 61,1 millones de euros (+3,7%). A continuación se sitúan los garbanzos, con unas ventas de 18.660 toneladas (-0,7%) y 46,4 millones de euros (+9,9%), seguidos por las alubias, con 15.860 toneladas (+7,1%) y 39,9 millones de euros (+8,7%). Todas las otras legumbres secas registraron unas ventas de 200 toneladas (+26,6%) y 840.000 euros (+48,5%). Esto hace que, en términos generales, las ventas en volumen crecieran un 3,1% (67.950 toneladas) y un 7,1% en valor (148,3 millones de euros).

Por lo que hace referencia a las legumbres cocidas sus ventas conjuntas durante el pasado año llegaron hasta las 65.440 toneladas (+4,8%) y los 126,4 millones de euros (+13%). La principal partida es la de los garbanzos cocidos, con 33.080 toneladas (+6,5%) y 61,4 millones de euros (+15,9%). Les siguen en importancia las alubias cocidas, con 23.035 toneladas (+2,7%) y 48,3 millones de euros (+10,6%) y las lentejas cocidas, con 9.330 toneladas (+4,2%) y 16,8 millones de euros (+10,1%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente el sector empresarial de legumbres estaba compuesto por un amplio número de pequeños y medianos operadores, con cifras de producción muy modestas y un ámbito de actuación reducido. En la actualidad, la modernización del sector y el dinamismo del mercado han provocado fuertes movimientos de concentración y el auge de las marcas de distribución. El primer grupo del sector dentro de las legumbres secas alcanza una producción de más de 53.550 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 38.500 toneladas y el tercero ronda las 12.100 toneladas. En el segmento de las legumbres cocidas, el principal fabricante registra un volumen comercializado de 26.500 toneladas, el segundo se sitúa en las 20.000 toneladas y el tercero sobrepasa las 18.500 toneladas. La penetración de capitales extranjeros es poco significativa dentro de las principales empresas del sector. Las marcas blancas controlan el 72,6% de todas las ventas en volumen de legumbres secas y el 61,4% en valor, frente a la primera oferta marquista, con unas cuotas del 15,2% y del 20,9%. Entre las legumbres cocidas, las marcas de distribución acaparan el 76,9% del total en volumen y el 67,9% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia llega hasta el 11,4% y el 12,5%.



COMERCIO EXTERIOR

La producción de legumbres en nuestro país es claramente insuficiente para abastecer a la demanda existente, por lo que recurrir a las importancias constituye una necesidad para la supervivencia del sector. Durante el último ejercicio se importaron 74.730 toneladas de lentejas, por un valor de casi 65 millones de euros, 44.060 toneladas de alubias, que supusieron un comercio de 49,9 millones de euros y 41.760 toneladas de garbanzos, por 55,7 millones de euros. Los principales proveedores de lentejas para el mercado español fueron Canadá, Estados Unidos y Portugal. En el caso de las alubias, las principales partidas provenían de Argentina, Estados Unidos y Canadá, mientras que para los garbanzos fueron Estados Unidos, México y Argentina los que ocuparon los primeros lugares en el ranking de las importaciones.

Las exportaciones han crecido de manera muy notable en los últimos tiempos, superando las 23.960 toneladas de legumbres secas, lo que supuso un muy notable incremento interanual del 90%. Los principales mercados de destino fueron Marruecos (33,3% del total), Portugal (17,3%), Bélgica (8,6%), Francia /7,2%), Pakistán (4,5%), Egipto (4,4%) e Italia (4%). Los garbanzos constituyeron la variedad exportada más importante, con el 44,3% del total. A continuación se situaron las lentejas (43,2%) y las alubias (12,5%).

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 146,6 millones de kilos de legumbres y gastaron 284,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,2 kilos de consumo y 6,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,3 kilos por persona y año), mientras que las lentejas alcanzan 1 kilo y las alubias 0,9 kilos por persona. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 38,7% del gasto, con un total de 2,4 euros por persona; las alubias el 30,6%, con un total de 1,9 euros; y las lentejas, el 29,0% y un total de 1,8 euros.



CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	**146,6**	**3,2**	**284,3**	**6,2**
LEGUMBRES SECAS	73,4	1,6	171,9	3,8
LEGUMBRES COCIDAS	73,1	1,6	112,4	2,5
GARBANZOS	59,2	1,3	111,6	2,4
ALUBIAS	41,7	0,9	87,0	1,9
LENTEJAS	44,2	1,0	80,2	1,8
LENTEJAS SECAS	33,9	0,7	64,3	1,4
LENTEJAS COCIDAS	10,3	0,2	15,9	0,3
OTRAS LEGUMBRES	1,5	0,0	5,4	0,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

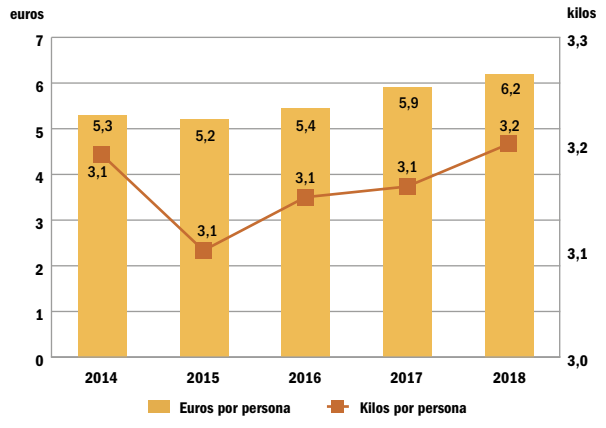
En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de legumbres, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de legumbres es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de legumbres es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de legumbres, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cantabria y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y, sobre todo, Andalucía.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres se ha mantenido bastante estable por persona y el gasto ha aumentado 90 céntimos de euro per cápita con respecto a 2014. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2018 (3,2 kilos por persona al año), mientras que el gasto más alto también tuvo lugar en el ejercicio 2018 (6,2 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LEGUMBRES, 2014-2018

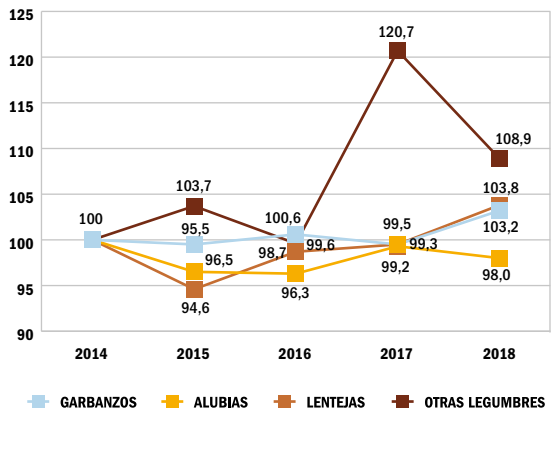




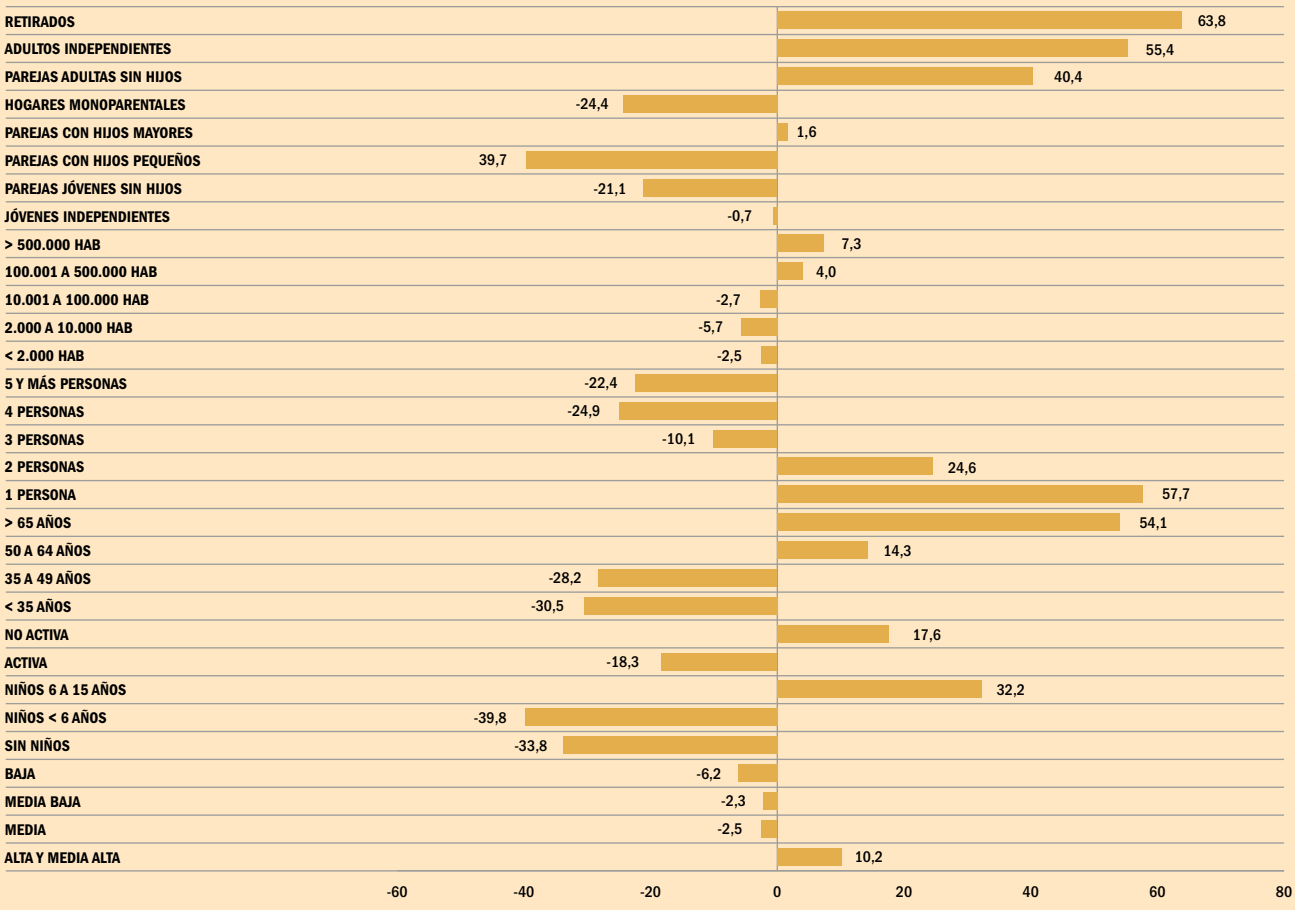


En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de garbanzos, lentejas y otras legumbres aumenta y, por el contrario, en alubias se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LEGUMBRES (2014=100), 2014-2018

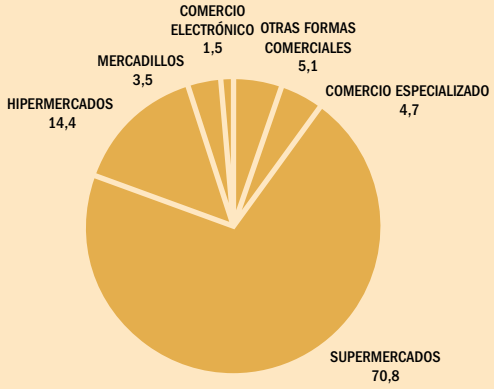


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LEGUMBRES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,2 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (70,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 14,4% y los establecimientos especializados llegan al 4,7%. El comercio electrónico supone el 1,5% y los mercadillos el 3,5%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 5,1% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- GARBANZO DE ESCACENA *

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- FABA ASTURIANA ✪



CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- GARBANZO DE FUENTESAÚCO ✪
- JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA ✪
- LENTEJA DE LA ARMUÑA ✪
- ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN ✪
- LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS ✪

CATALUÑA



DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- MONGETA DEL GANXET ✪
- FESOLS DE SANTA PAU ✪

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- FABA DE LOURENZÁ ✪

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LÁBEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)
- TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)
- ARABAKO BABARRUN ARROZINA (ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

LA RIOJA

- ALUBIA DE ANGUIANO



** Denominación en tramitación*

✪ Inscrita en el Registro de la UE

Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La protección de la producción de la IGP Alubia de La Bañeza-León se extiende por la zona centro y sur de León y parte de la zona norte de Zamora, ocupando una superficie de 5.456 kilómetros cuadrados. Comprende 98 municipios de la Provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de La Bañeza, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades amparadas Riñón, Pinta, Canela y Plancheta, diferentes morfológicamente entre ellas pero con unas propiedades organolépticas. La piel es muy lisa, el albumen blando y de baja granulosidad, esto hace que tengan un resultado de palatilidad muy alto. Y prácticamente todos los granos se mantienen íntegros después de la cocción. La comercialización siempre es en envase cerrado y con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

DATOS BÁSICOS: Se vienen inscribiendo 500 hectáreas que cultivan unos 60 agricultores y rendimientos próximos a las 1.000 toneladas. Son 9 las industrias envasadoras y elaboradoras inscritas en el Consejo, cuya comercialización ha aumentado significativamente en los últimos años alcanzando las 450 toneladas. Las perspectivas son positivas, el agricultor de la IGP está mas especializado en el cultivo de la alubia y las industrias ganan cuota de mercado de este producto de calidad.

Fesols de Santa Pau

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción y elaboración de las judías amparadas por la Denominación de Origen Protegida corresponde a los municipios de Santa Pau (principal núcleo de producción), Castellfollit de la Roca, Les Planes d'Hostoles, Les Preses, Olot, Sant Feliu de Pallerols y Sant Joan les Fonts (todos pertenecientes a la comarca de la Garrotxa, situada en Catalunya, en el N.E. de España).

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Protegida ampara las semillas de judía (Phaseolus vulgaris L.) de las variedades tradicionales Tavella Brisa, Setsetmanera y Gra Petit, secas, cocidas y en conserva, producidas exclusivamente en tierras de naturaleza volcánica. Las judías son blancas, redondeadas y con unas dimensiones que oscilan entre 18 y 30 g por 100 semillas. Se caracterizan por un elevado contenido en proteína, una baja percepción de la piel, una baja harinosidad y un sabor suave.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritos 13 productores y 8 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de unas 30 hectáreas con una producción de 19.000 kilos.



Garbanzo de Escanceda

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los productos amparados está formada por los términos municipales de Escacena del Campo, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, La Palma del Condado y Villarrasa (todos ellos en la provincia de Huelva), y los de Castilleja del Campo, Aznalcóllar, Sanlúcar la Mayor, Albaida del Aljarafe y Olivares (en la provincia de Sevilla).

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es el fruto de la especie vegetal Cicer arietinum L., del ecotipo local del Campo de Tejada y de las variedades registradas o que se registren del tipo comercial Lechoso.

Pertenecen a la categoría «Extra» de acuerdo con la legislación nacional y se comercializan envasados como legumbre seca. Se caracterizan por ser de calidad superior y sus granos presentan la forma, el aspecto, el desarrollo y la coloración característicos del tipo comercial. Están exentos de defectos, a excepción de muy ligeras alteraciones superficiales, siempre que éstas no perjudiquen el aspecto general, la calidad o su presentación en el envase.

Los garbanzos presentan un color blanco amarillento muy claro, forma alargada y achatada por los lados, irregularidades en su superficie con profundos surcos y abultamientos y un calibre mínimo de 8 mm. Poseen, asimismo, un sabor agradable, una textura mantecosa y poco granulosa, piel blanda y fina adherida al grano y una gran finura al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos unos 52 productores que siembran esta legumbre y que cuentan con una superficie de unas 500 hectáreas, con una producción comercializada de unos 275.000 kg.

Garbanzo de Fuentesaúco ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los garbanzos amparados está constituida por 22 municipios de la provincia de Zamora, con la población de Fuentesaúco como el principal núcleo productor.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el garbanzo de la variedad Fuentesaúco, de pico curvo y pronunciado, color crema o apagado mezcla de amarillo, blanco y marrón, piel de rugosidad intermedia y sin manchas. El ecotipo de este garbanzo tiene un patrimonio genético de primer orden, ya que durante generaciones de agricultores se ha ido seleccionando la variedad de mayor finura. Las referencias históricas de este producto se remontan al siglo XVI.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 74 productores y la superficie de cultivo registrada es de 660 hectáreas. La producción media anual es de 500.000 kilos. Las 7 empresas envasadoras comercializan garbanzos con IGP.

Faba Asturiana ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las judías secas amparadas está constituida por los terrenos ubicados en el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias. La producción se centra en fincas de labor de unos 3.000 metros cuadrados de superficie media y de hasta 80.000 metros cuadrados de superficie máxima, localizadas en las riberas de los ríos o zonas llanas donde es posible la utilización de maquinaria de cultivo. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara aquellas judías secas, separadas de la vaina, de la variedad tradicional Granja Asturiana. El grano es oblongo, largo y aplanado. Las judías secas amparadas deberán pertenecer a las categorías comerciales Extra y Primera. Los granos deben estar enteros, sanos y con un contenido en humedad máximo del 15%.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 153 productores y la superficie de cultivo supera las 164 hectáreas. La producción media anual es de unos 250.000 kilos, de los que 200.000 son de categorías Extra y Primera. Las 28 empresas inscritas, comercializan 100.000 kilos al año con IGP.

Faba de Lourenzá

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de habas amparadas por la indicación geográfica protegida Faba de Lourenzá abarca el territorio costero de la provincia de Lugo conocido como A Mariña Luguesa, comarca natural dividida administrativamente en tres comarcas: A Mariña Occidental, A Mariña Central y A Mariña Oriental, y que engloba los ayuntamientos de Alfoz, Barreiros, Burela, Cervo, Foz, Lourenzá, Mondoñedo, Ourol, A Pontenova, Ribadeo, Trabada, O Valadouro, O Vicedo, Viveiro y Xove. El área de producción coincide con la de envasado.

CARACTERÍSTICAS: Las habas comercializadas al amparo de esta indicación geográfica presentan forma de riñón, largo, semilleno; de color blanco uniforme; tamaño muy grande (80-120 g/100 semillas); humedad entre 14-17%; escasa proporción de piel, entre el 8 y el 10%; elevada capacidad de absorción de agua, superior al 100%, y excepcional comportamiento en cocción, consiguiéndose al final del proceso granos enteros y completos, en los que destaca la pastosidad de la pulpa, exenta de grumos y escasamente diferenciada de la piel.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 37 productores, 7 envasadores que cuentan con una superficie sementada de 49,2 hectáreas y con una producción comercializada de unos 12.242 kg. con un valor económico de 110.174 Euros.



Judías de El Barco de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La producción protegida está ubicada en el conjunto de municipios que conforman la comarca de El Barco de Ávila, al suroeste de la provincia de Ávila, más un municipio colindante de la provincia de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Las judías se cultivan en las terrazas de los valles, en lugares protegidos del frío de la meseta y sobre suelos ligeros. Las industrias envasadoras se encuentran en la misma zona de producción y comercializan judías secas de las categorías Extra y Primera. Se acogen a esta IGP las variedades Blanca Redonda, Blanca Riñón, Morada Larga, Morada Redonda, Arrocina, Planchada y Judión de El Barco.

DATOS BÁSICOS: Hay 70 productores inscritos con una superficie de 70 hectáreas y una producción media anual de 100.000 kilos. Están registradas 4 industrias envasadoras.

Lenteja de La Armuña

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 34 municipios, con una superficie total de 75.982 hectáreas, ubicados al norte de la provincia de Salamanca y pertenecientes en su mayoría a la comarca natural de La Armuña. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: El clima de la zona es continental, con escasas precipitaciones, inviernos largos y fríos y veranos secos y calurosos. Los suelos, pobres en materia orgánica, son los adecuados para el desarrollo de la variedad Rubia de La Armuña, una lenteja de color verde claro, a veces jaspeado, cuyo calibre está entre 5 y 7 milímetros de diámetro.

DATOS BÁSICOS: La superficie de cultivo de Lenteja de La Armuña inscrita en el Consejo Regulador supera las 1.580 hectáreas. La producción media anual es de 1.200.000 kilos. El número de productores inscritos asciende a 190 y el de industrias a 8.

Lenteja Pardina de Tierra de Campos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación ampara la producción de esta legumbre en la comarca de Tierra de Campos, que ocupa el sur de la provincia de León, norte de Valladolid, este de Zamora y oeste de Palencia, en Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es la Pardina, la variedad principal de Castilla y León. El nombre pardina se asocia a su característico color pardo marrón. Su tamaño es pequeño, de entre 3,5 y 4,5 milímetros de diámetro, con un peso medio de 0,038 gramos por unidad. El color del cotiledón es amarillo, tiene poca harinosidad, poca granulosidad y gran mantecosidad, lo que la hace ser muy fina al paladar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador lleva la trazabilidad de 5.000 hectáreas; 12 empresas comercializan esta legumbre amparada por el sello de calidad y envasada con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

Mongeta del Ganxet

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Todos los municipios de las comarcas del Vallès Occidental y el Vallès Oriental, nueve de la comarca del Maresme y cuatro de la comarca de La Selva.

CARACTERÍSTICAS: La DOP protege la judía *(Phaseolus vulgaris L.)* del tipo variedad "Ganxet", comercializada como legumbre seca, cocinada y en conserva. Presenta un grano blanco, ligeramente brillante, aplanado y fuertemente arriñonada, con un peso medio de 50 g por cada 100 semillas. Presenta una humedad inferior al 15% y un contenido de proteína en semilla y de ácidos urónicos en la piel superiores a otras judías similares.

DATOS BÁSICOS: La superficie cultivada de judía grano acogida a la DOP es de 30 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 8 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 60 productores que comercializan 50.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

SOMOS RED MERCASA

mercalicante · MERCALGECIRAS · mercásturias · MERCABADAJOZ

mercabarna · mercaBilbao · mc · Mercagalicia

MERCAGRANADA · Mercairuña · MERCAJEREZ · MERCA laspalmas

mercaleon · mercamadrid · mercamálaga · MERCAMURCIA

mercaPalma · MSa MERCASALAMANCA · merca cantabria · mercasevilla

mercatenerife · mercavalència · mz mercazaragoza

MERCASA

» **Red de Mercas.**
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

AGENDA 2030

SOMOS RED MERCASA

¿Quieres comprar o vender frutas y verduras en la Red de Mercas? Habla con nosotros



Somos la mayor red de mercados mayoristas del mundo

MERCASA

» Red de Mercas.
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

AGENDA 2030

FRUTAS Y HORTALIZAS



España es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, así como también en su comercialización. Anualmente produce más de 25% de toda la cosecha de la Unión Europea y está en el puesto número seis del ranking mundial de productores hortofrutícolas.

El cultivo de frutas y hortalizas agrupa gran variedad de modelos productivos, que van desde la producción intensiva de hortalizas en invernadero hasta las tierras de secano donde se producen los frutos de cáscara o frutos secos.

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alto grado de especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades. Por el contrario, la principal debilidad del sector es la crisis de precios por la que atraviesan muchos productos, especialmente las hortalizas y los cítricos.

La producción hortofrutícola está presente en todas las comunidades autónomas, destacando Andalucía, Aragón, Cataluña, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Extremadura y la Región de Murcia.

La superficie dedicada a todos estos cultivos en España es de aproximadamente 1,6 millones de hectáreas, de las cuáles 753.000 hectáreas son tierras dedicadas a los frutos de cáscara y del resto, un 38% corresponde a hortalizas; un 34% a cítricos y el 28% a frutales no cítricos. En estas cifras están incluidas también las hectáreas dedicadas a la patata, que no es propiamente una hortaliza, sino un tubérculo.

Desde hace varios años, se está produciendo un crecimiento de la superficie de hortalizas y frutas tropicales, frente a una caída de las tierras dedicadas a cítricos. Asimismo, la superficie destinada a la producción de fruta dulce se mantiene.

Por su lado, la producción total de frutas, hortalizas y patatas en España supera los 30 millones de toneladas al año. De esta producción total, aproximadamente el 54% corresponde a hortalizas, el 24% a cítricos, el 11% a frutales no cítricos, el 9% a patata y el 2% a frutos de cáscara.

De todas las producciones hortofrutícolas, el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cultivada es el tomate, tanto para su consumo en fresco, como para conserva.

A efectos de calcular la renta agraria, el valor de la producción española de frutas, hortalizas y patata ascendió en 2018 a 17.723 millones de euros (no están incluidos, en contra de lo que hace el Ministerio de Agricultura, los datos de la aceituna de mesa y de la uva). La cifra supuso un incremento del 1% respecto a la campaña anterior, en la que se registró un notable aumento del valor generado por estas producciones.

Estas producciones agrícolas en conjunto representaban en 2018 el 33% de la Producción Final Agraria del país (un porcentaje inferior en más de un punto porcentual al que representaba en el año precedente) y también el 55% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al de 2017.

De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en el año 2018 fue el de las hortalizas con 9.831,4 millones de euros (en 2017 su aportación se elevó a 9.838 millones de euros). El segundo fue el de las frutas con 10.338 millones de euros, casi 1.000 millones de euros más que en el año precedente (están incluidas en esa cifra las aportaciones de las aceitunas y las uvas) y el tercero el de las patatas, con 659,7 millones de euros, frente a los 452 millones de euros de 2017.

A grandes rasgos y sin entrar a analizar producto a producto, las producciones nacionales de hortalizas y patatas experimentaron en 2018 un descenso en el volumen producido, mientras que las frutas tuvieron un crecimiento importante en volumen.

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones.

COMERCIO EXTERIOR

En total, el volumen de la exportación española de frutas y hortalizas frescas en 2018 disminuyó un 1% respecto al año precedente, pues alcanzó los 12,61 millones de toneladas, según datos de la Dirección General de Aduanas.

De esta cifra total, 5,4 millones de toneladas fueron hortalizas (un 4% más que en el año anterior) y los restantes 7,2 millones frutas (un 4% menos que en el año anterior).

Dentro de las exportaciones, las hortalizas más exportadas fueron el tomate con 812.571 toneladas (un 1% más que en 2017), la lechuga (con 795.195 toneladas), el pimiento (con 745.900 toneladas, muy por encima del año anterior), el pepino (con 648.500 toneladas, un 3% más y 595 millones de euros) y las coles (con 485.700 toneladas, 9% más, y 470,8 millones de euros).

En el capítulo de las frutas se produjo un aumento en el volumen exportado y también en el valor de venta de estas exportaciones, que aumentó hasta totalizar los 7.542 millones de euros.

Dentro del grupo de las frutas, los más vendidos en el exterior fueron los cítricos, las de hueso y los frutos rojos (incluida la fresa). En 2018 destacó el auge de los frutos rojos, especialmente la frambuesa.

Diferenciando por destinos, el mercado de la UE supuso el 93% de las exportaciones españolas y entre los países terceros destacaron Brasil, Arabia Saudí y Canadá.

Por comunidades autónomas, Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que monopolizan el comercio de frutas y hortalizas. En 2018, las exportaciones de Andalucía alcanzaron los 4,1 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. Las ventas exteriores de frutas y hortalizas andaluzas representaron el 31,6% del total nacional.

Por su parte, la Comunidad Valenciana vendió 3,7 millones de toneladas (un similar al año precedente); Murcia, 2,5 millones de toneladas (casi igual que en 2017); Cataluña, 911.000 toneladas (por debajo del año pasado); Aragón 165.652 toneladas (más que en 2017); y Extremadura, 141.507 toneladas.

En cuanto a la importación, en 2018 se mantuvo la tendencia creciente de los últimos años, con un incremento del 7,7% en volumen y del 8% en valor, hasta totalizar 3,30 millones de toneladas y 2.757 millones de euros.

Desde el año 2013 se está observando un cambio de tendencia en el comercio de frutas y hortalizas, que está haciendo de España un país cada vez más importador.

La Unión Europea fue el principal proveedor de España, en cuanto a cantidades importadas y dentro de la UE, los países que más vendieron a España fueron Francia, Países Bajos, Portugal e Italia.

Fuera de la UE destacaron las ventas de frutas y hortalizas procedentes de Marruecos, Brasil, Argentina y Costa Rica.

Por comunidades autónomas, Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que monopolizan el comercio de frutas y hortalizas. En 2018, las exportaciones de Andalucía alcanzaron los 4,1 millones de toneladas



PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

Liderada por Italia y España, la Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas, hortalizas y patata.
El valor final de las cosechas de frutas y hortalizas en los países de la UE superó en 2018 los 80.203 millones de euros, que sumados a la aportación del sector de la patata superaron los 91.292 millones de euros, cifra un 5,5% por encima del valor del año 2017.
Con relación a la Producción Final Agraria europea, el sector hortofrutícola (incluida la patata) aportó en 2018 el 25% del total, un porcentaje sin embargo muy inferior al que representa en países con gran producción como es el caso de España.
Por su parte, respecto a la Producción Vegetal Final, los tres subsectores representaron en 2018 el 44,4%, según datos de la Comisión Europea.
Dentro de las frutas, las principales producciones por volumen a nivel europeo son la manzana (con unos 10 millones de toneladas anuales), la naranja (7 millones de toneladas) y la pera (3 millones de toneladas).
En cuanto a las producciones hortícolas, sin incluir las patatas -que por sí solas suponen casi 55 millones de toneladas- el volumen supera anualmente los 60 millones de toneladas, abarcando gran diversidad de cultivos.
A pesar de la reducción que ha sufrido el sector, cerca del 20% de la producción total de hortalizas en la Unión Europea corresponde a la cosecha de tomates y también son importantes a nivel comunitario las producciones de cebolla y zanahoria.

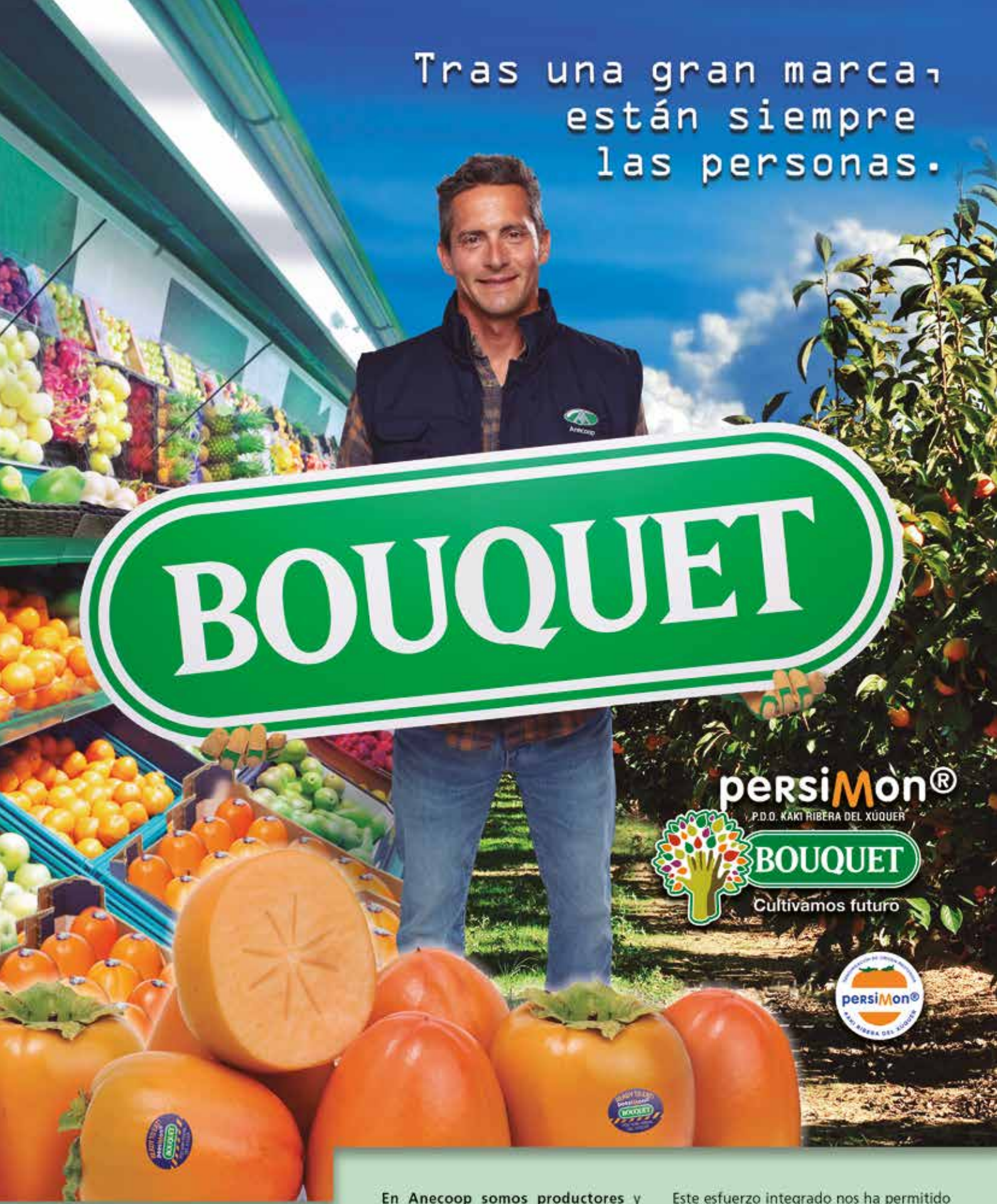




Por países, Italia es el que más produce si bien España, el segundo país en el ranking comunitario de producción de frutas y hortalizas, cuenta con la mayor superficie destinada a estos cultivos (cerca del 17% del total de la superficie cultivada de hortalizas y del 27% en frutas).
Entre las producciones hortofrutícolas, España destaca dentro de la UE por sus cosechas de pepino, calabacín, cítricos, melocotón y fresa.
Además de Italia (que lidera entre otras la producción de tomate de la UE) y España, los otros países productores de frutas y hortalizas son Reino Unido (líder en zanahoria), Polonia, Alemania y Grecia.
Holanda por su lado lidera la producción de patata, aunque no ocupe uno de los primeros puestos en el ranking general.

COMERCIO INTRACOMUNITARIO

El comercio intracomunitario de frutas y hortalizas frescas, que refleja la exportación entre los Estados miembros de la UE, se mantuvo estable en 2018 según los datos de la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat).
La exportación intracomunitaria de frutas y hortalizas ascendió a 39,8 millones de toneladas, de los cuales 19 millones eran frutas y el resto hortalizas. Dentro de las frutas, las principales partidas del comercio intracomunitario fueron las naranjas y las manzanas, mientras que entre las hortalizas destacaron los tomates, los pimientos y los pepinillos.
España sigue siendo el primer proveedor de frutas y hortalizas de la UE, con aproximadamente el 31% del total comercializado en 2017. Sin embargo, la cuota de mercado de España ha ido cayendo en los últimos años, al contrario de lo que ha sucedido con Países Bajos, que ya representan el 28% de la cuota de mercado.



Anecoop

En Anecoop somos productores y comercializamos nuestros productos.

Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa.

Este esfuerzo integrado nos ha permitido alcanzar el liderazgo como **primer productor mundial de kakis** con nuestra marca **PersiMon®Bouquet.**

El prestigio de una marca se gana por la gente que está tras ella.

FRUTAS

La gran diversidad de climas y zonas productoras que hay en España permite que la producción nacional de frutas sea muy rica y variada. A efectos de calcular la renta agraria nacional, según datos del Ministerio de Agricultura, el sector de las frutas registró un aumento en la cantidad producida (6,4%), frente a la caída del año 2017. Asimismo, los precios medios subieron un 2,9%, cuando un año antes habían bajado (en estos datos están incluidas las frutas frescas, los cítricos, las frutas tropicales, las uvas y las aceitunas).

El valor de las frutas ascendió a 10.338,2 millones de euros a precios básicos (frente a los 9.439 millones del año anterior) y el sector representó en 2018 el 19,4% de la Producción Final Agraria (casi 2 puntos porcentuales más que en el año precedente) y el 31,9% de la Producción Vegetal, también un porcentaje superior al del año precedente.

Por su lado, en la UE las dos producciones mayoritarias dentro de las frutas son la manzana (muy extendida por todo el territorio comunitario, especialmente en los países del norte) y la naranja (que se concentra en los países de la cuenca mediterránea). En 2018, la producción comunitaria de frutas alcanzó un valor de 25.537 millones de euros, el 13,4% de la Producción Vegetal final y el 7,5% de la Producción Agraria final, porcentajes superiores a los del año precedente en ambos casos y por segunda campaña consecutiva.

LAS FRUTAS-HORTALIZAS

Las frutas dulces son aquellas en las que predominan los azúcares y pueden obtenerse bien de cultivos leñosos (frutas de pepita y frutas de hueso) o bien de cultivos herbáceos de ciclo anual: las llamadas frutas-hortalizas.

Estas frutas se obtienen a partir de especies herbáceas y también de algunas especies arbustivas (moras de zarza, los arándanos, las frambuesas, etc.).

Las frutas-hortalizas cultivadas suelen ser de ciclo anual y hay que plantarlas todos los años, mientras que las frutas del bosque rebrotan cada año. Las frutas-hortalizas suelen ser de tipo pepita, carnosas y más versátiles que las frutas obtenidas a partir de cultivos leñosos.

Son frutas de crecimiento más rápido y sus períodos de recolección son amplios. Algunas de ellas, como el tomate, es clasificado directamente entre las hortalizas al carecer de dulzor.

Las frutas-hortalizas más extendidas en España son la fresa, el melón y la sandía, que suponen casi un 40% de la producción total de fruta dulce aunque se clasifiquen entre las hortalizas muchas veces.

En 2018 tras cuatro campañas de crecimiento continuado la producción de sandías se redujo (3%), y casi no superó el millón de toneladas, mientras que la de melón, por el contrario, se increment un 4% (en 2017 había descendido un 6%) hasta quedar en 683.400 toneladas.

Por su lado, la producción de fresas y fresones disminuyó de nuevo en 2017 un 4%, hasta las 345.300 toneladas, después de que en 2015 casi alcanzara las 400.000 toneladas.

A nivel europeo se produjo también un retroceso de la producción de sandía por la aportación española, así como también un crecimiento en la cosecha de melones.

FRUTAS DE PEPITA

Las frutas de pepita son muy sensibles a los cambios climáticos y por eso las cosechas varían mucho de un año a otro. Constituyen el grueso de fruta dulce, pues entre la manzana y la pera aportan prácticamente el 40% de toda la producción.

En este sentido, las dos principales producciones de frutas de pepita a nivel mundial son las peras y las manzanas, pero

Las frutas de pepita son muy sensibles a los cambios climáticos y por eso las cosechas varían mucho de un año a otro. Constituyen el grueso de fruta dulce, pues entre la manzana y la pera aportan prácticamente el 40% de toda la producción

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PERAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	7,9	7,8	5,3
ARAGÓN	62,5	63,5	55,7
CATALUÑA	138,2	151,4	135,7
COMUNIDAD VALENCIANA	5,1	5,4	4,6
EXTREMADURA	8,3	6,3	3,2
LA RIOJA	57,9	57	56,5
MURCIA	25,2	25,2	26,3
OTRAS CC.AA.	44,1	44,4	49,2
TOTAL ESPAÑA	**349,2**	**361**	**336,5**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PERAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	26.763	27.346	28.000	27.900
UE	2.394	2.173	2.329	2.327
ESPAÑA	**355,4**	**349,2**	**361**	**336,5**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE UVAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	19	15	11
COMUNIDAD VALENCIANA	79,3	66,4	91,7
MURCIA	169	180,5	165
OTRAS CC.AA.	4,3	4,3	5,1
TOTAL ESPAÑA	**271,6**	**266,2**	**272,8**

FUENTE: MAPA



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANZANAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	9,3	8,9	7,1
ARAGÓN	92,7	99	94,6
ASTURIAS	0,8	1,9	1,2
CASTILLA-LA MANCHA	2,2	1,9	1,7
CASTILLA Y LEÓN	34,9	26,4	48,5
CATALUÑA	305	277,2	273,1
COMUNIDAD VALENCIANA	8,6	9,8	9,3
GALICIA	53,1	57,6	50,4
MURCIA	1,9	2	1,9
PAÍS VASCO	3,6	3	2,8
OTRAS CC.AA.	29,4	8	25
TOTAL ESPAÑA	**541,7**	**495,7**	**515,6**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANZANAS DE MESA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	86.222	89.329	84.400	86.000
UE	12.326	11.779	9.251	12.611
ESPAÑA	**513,7**	**541,7**	**495,7**	**515,6**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ALBARICOQUES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ARAGÓN	38,7	24,8	20,8
COMUNIDAD VALENCIANA	12,7	18	22,9
MURCIA	89,4	90,9	104,4
OTRAS CC.AA.	19	29,2	35,8
TOTAL ESPAÑA	**139,6**	**162,9**	**183,9**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE ALBARICOQUES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	3.965	3.766	4.257	4.000
UE	710	634	680	560
ESPAÑA	**153,7**	**139,6**	**162,9**	**183,9**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018
AGUACATE	83,7	91,5	92,9	89,7
ALBARICOQUES	153,7	139,6	162,9	183,9
CEREZAS-GUINDAS	86,7	100,5	114,4	110,2
CIRUELAS	217,3	193,6	172,3	147,7
FRESAS-FRESONES	399,2	377,6	360,4	345,3
MANZANAS DE MESA	513,7	541,7	495,7	515,6
MELOCOTONES	964,1	903	1.081	941
MELONES	692,1	649,8	655,7	683,4
NECTARINA	617,8	518,8	718,5	565,9
PERAS	355,4	349,2	361	336,5
PLÁTANOS	382	408,7	421,3	387,5
SANDÍAS	1.039,7	1.092	1.113	1.077
UVAS DE MESA	251,8	271,6	266,2	272,8

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SANDÍAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	652,6	659,7	624,4
BALEARES	12,4	12,3	10,1
CASTILLA-LA MANCHA	109	113,4	178,4
CATALUÑA	7,4	7,2	8,1
COMUNIDAD VALENCIANA	76,2	75,4	71,9
EXTREMADURA	11,4	12	11,5
MURCIA	210,4	221,8	157,9
OTRAS CC.AA.	12,6	11,2	14,7
TOTAL ESPAÑA	**1.092**	**1.113**	**1.077**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE SANDÍAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	113.708	117.502	118.413	117.000
UE	2.915	3.047	3.219	3.190
ESPAÑA	**1.039,7**	**1.092**	**1.113**	**1.077**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRESAS Y FRESONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	367,6	350,6	334,8
CATALUÑA	2,7	1,5	2,3
OTRAS CC.AA.	7,3	8,3	8,2
TOTAL ESPAÑA	**377,6**	**360,4**	**345,3**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE FRESAS Y FRESONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	8.744	9.060	9.224	9.200
UE	1.366	1.263	1.206	1.190
ESPAÑA	**399,2**	**377,6**	**360,4**	**345,3**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MELONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	152,3	147,3	133,2
BALEARES	5,3	5,3	5,5
CASTILLA-LA MANCHA	222,5	202,3	244,3
CATALUÑA	5,2	5,5	5,5
COMUNIDAD VALENCIANA	47,4	38,2	37
EXTREMADURA	19,5	17,5	22
MADRID	7,6	7,6	7,6
MURCIA	182,1	179,5	219,7
OTRAS CC.AA.	27	8,4	8,6
TOTAL ESPAÑA	**649,8**	**611,6**	**683,4**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MELONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	29.975	31.314	31.948	32.000
UE	1.833	1.739	1.791	1.840
ESPAÑA	**692,1**	**649,8**	**655,7**	**683,4**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREZAS Y GUINDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	6,2	6,2	6,5
ARAGÓN	38,7	36,3	35
CATALUÑA	8	8,9	8,8
EXTREMADURA	25,9	40,5	36,2
OTRAS CC.AA.	23,7	22,5	23,7
TOTAL ESPAÑA	**100,5**	**114,4**	**110,2**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CEREZAS Y GUINDAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	2.254	2.359	2.443	2.500
UE	601	531	600	793
ESPAÑA	**86,7**	**100,5**	**114,4**	**110,2**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MELOCOTONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	58,8	52	51
ARAGÓN	268	297,5	271
CASTILLA-LA MANCHA	38,8	38,5	42,4
CATALUÑA	222	311,3	247,6
COMUNIDAD VALENCIANA	15,3	23,3	19,3
EXTREMADURA	50,6	71	48
LA RIOJA	10,5	11,1	10,3
MURCIA	214,7	251,3	226,4
NAVARRA	10,6	11,6	11,5
OTRAS CC.AA.	14	13	13
TOTAL ESPAÑA	**903**	**1.081**	**941**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MELOCOTONES Y NECTARINAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	24.380	24.516	24.665	22.000
UE	4.361	4.166	4.700	4.014
ESPAÑA	**964,1**	**903**	**1.081**	**941**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



giropoma

la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Costa Brava

giro poma

Camí Vell de Torroella, 3
17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162
www.giropoma.com

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CIRUELAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	39,8	30,6	19,5
ARAGÓN	9,3	10,4	13,3
COMUNIDAD VALENCIANA	7,8	14,3	12,5
EXTREMADURA	92,7	78,1	70,5
MURCIA	21,2	16,5	11,5
OTRAS CC.AA.	22,8	22,4	19,4
TOTAL ESPAÑA	**193,6**	**172,3**	**147,7**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CIRUELAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	14.175	11.876	11.758	11.580
UE	1.408	1.486	1.370	1.200
ESPAÑA	**217,3**	**193,6**	**172,3**	**147,7**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NECTARINAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	58	60,7	48,2
ARAGÓN	156,3	182,1	181,4
CATALUÑA	157,2	171,2	185,2
COMUNIDAD VALENCIANA	11,8	19,3	9,7
EXTREMADURA	60	82	63
MURCIA	69	117	72
OTRAS CC.AA.	6,5	86,2	6,4
TOTAL ESPAÑA	**518,8**	**718,5**	**565,9**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PLÁTANOS Y BANANAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	154.715	151.164	153.160	154.000
UE	415	413	426	400
ESPAÑA	**382**	**408,7**	**421,3**	**387,5**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



en nuestro país cada vez van ganando terreno otras producciones como la uva de mesa, el níspero o el membrillo.

En España, la uva de mesa, o uva para consumo en fresco, tiene una técnica de cultivo distinta de la de la uva para vinificación. Las variedades específicas para mesa (aledo, italia, rosetti, ohanes, napoleón, seedless, cardinal, etc.) suelen cultivarse en vides armadas en parra o tutoradas por un emparrado, a fin de evitar el contacto con el suelo. En algunas variedades se suelen proteger con bolsas los racimos, tanto para evitar cualquier posible fecundación no deseada, como para proteger al fruto.

Los nísperos son técnicamente frutas de pepita, aunque presentan una o varias semillas con un aspecto similar a las almendras de los frutos de hueso.

En la campaña 2018, al contrario que en el año precedente, la producción nacional de pera disminuyó (7%) hasta 336.500 toneladas, y por el contrario, la de manzana de mesa aumentó (4%) hasta 515.600 toneladas. A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a sidra, que fue muy inferior a la del año precedente (77.800 toneladas, casi 13.500 toneladas menos).

A nivel mundial, las dos variedades de manzana más extendidas son golden y gala. La campaña en general fue mejor que la del año 2017. Por su lado, en la UE se produjeron 12,6 millones de toneladas de manzanas en 2018, un volumen notablemente superior (36%) al del año anterior.

La producción de manzana en la UE aumentó en 2018. Los países con mayor producción fueron Francia, Alemania, Italia y Polonia. Hay múltiples variedades de manzanas en la UE, pero la más común es la golden delicious (21% del total), seguida de la variedad gala (11%).

En cuanto a la pera, los resultados mundiales fueron peores, al igual que en la UE, donde la cosecha quedó en 2,3 millones de toneladas.



Por su parte la cosecha de uva de mesa se incrementó un 2% hasta situarse en 272.800 toneladas. En la campaña precedente se produjo un notable retroceso en la cosecha de esta fruta.

En nuestro país se cultivan uvas de mesa blancas y rojas, con y sin pepita. En el año 2018 había dedicadas a este cultivo unas 13.200 hectáreas.

Respecto a la UE, la cosecha de uva de mesa fue mayor debido a que España es el país que aporta la mayor parte de la producción.

Además de estas producciones mayoritarias, en España también hay otras producciones de pepita como son el membrillo, al que se dedicaron en 2018 un total de 723 hectáreas y cuya producción se destina principalmente a la industria de cara a la elaboración de carne de membrillo y mermelada.

Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2018 las exportaciones españolas de manzana disminuyeron (9%) hasta situarse en 112.000 toneladas por un valor de 88 millones de euros (superior a un año antes), mientras que las ventas al exterior de peras cayeron tanto en valor como en volumen (93.700 toneladas).

En cuanto a las importaciones, la manzana es una de las frutas que más compramos fuera, si bien en 2018 las importaciones descendieron y se situaron en unas 167.000 toneladas (13% menos). Asimismo, las compras internacionales de peras aumentaron hasta quedar en solo 41.930 toneladas. ○



FRUTAS DE HUESO

Las producciones de fruta de hueso representan en torno al 30% de la cosecha nacional de frutas dulces y como en el caso de las de pepita, su productividad anual varía mucho dependiendo de la climatología, especialmente en las producciones más tempranas.

Los melocotones y nectarinas han diversificado sus períodos productivos, escalonando variedades, desde abril a noviembre. Los albaricoques, en cambio, tienen un período comercial más corto, desde abril hasta mediados del verano, mientras que las cerezas también se escalonan desde abril a octubre. En general son frutas que obtienen buenas cotizaciones, si no se estropean por las lluvias y la mala climatología.

Al contrario que en la campaña precedente, para el conjunto de la fruta de hueso el balance de 2018 fue negativo en cuanto a producción, si bien algunas de las cosechas fueron mejores. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela quedó por debajo de los 2 millones de toneladas y fue inferior en un 5% a la cosecha total de fruta de hueso en 2017.

Así, la cosecha de melocotón quedó en 941.000 toneladas (13% menos); la de nectarina en 565.900 toneladas (21% menos); la de albaricoque en 183.900 toneladas (13% más); la de ciruela en 147.700 toneladas (un 14% menos) y la de cereza y guinda en 110.200 toneladas, un 4% menos que en la campaña anterior.

Respecto al comercio exterior en 2018, las exportaciones de albaricoques aumentaron un 22% (se vendieron unas 108.900 toneladas), mientras que las de ciruela volvieron a caer por el descenso de la oferta (un 27% hasta 71.500 toneladas).

También fueron menores las ventas al exterior de melocotones (un 16%, hasta 382.300 toneladas) y también se redujeron las de nectarina (un 25% hasta 353.400 toneladas).

La cereza por su parte vio subir sus ventas al exterior, al pasar de 29.050 toneladas en el año 2017, a 34.070 toneladas en el año 2018. ○

OTRAS FRUTAS DULCES

Con el resto de la fruta dulce se puede formar un conjunto heterogéneo que podría denominarse de "frutas carnosas" y que representan en torno al 10% de la producción final. En España, las principales producciones son los aguacates, las chirimoyas, los kiwis, los higos y brevas, las granadas y los dátiles.

PRODUCCIONES DE AGUACATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	5.347	5.615	5.924	5.750
UE	93	94	104	101
ESPAÑA	**83,7**	**91,5**	**92,9**	**89,7**

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

Aunque en el pasado muchas de estas frutas se recogían a partir de árboles diseminados, actualmente el grueso de las producciones proviene ya de plantaciones regulares.

Los aguacates son frutas tropicales de carne algo untuosa debido a la abundante presencia de lípidos. En los últimos años, el incremento de la demanda ha llevado a los productores de cítricos a plantearse su producción como alternativa.

En 2018, al contrario que en los años anteriores la producción se redujo (3%) y quedó en 89.700 toneladas. También se incrementaron un 1% las exportaciones de aguacate, en consonancia con la tendencia de años anteriores.

Por su lado, la producción de higos aumentó y se situó en 45.700 toneladas, más de 9.000 toneladas por encima. La superficie destinada a higueras en España ascendía en 2018 a 21.206 hectáreas, la mayor parte de ellas en secano. En el conjunto del año 2018 se exportaron 3.435 toneladas de higos, muy por encima de las cifras del año 2017.

En cuanto al kiwi, la producción de 2018 creció hasta 26.400 toneladas (un 22% más que en 2017). La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia y en Asturias. En 2018 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.750 hectáreas (por encima de las de 2017) y se exportaron cerca de 20.288 toneladas, más de 3.000 toneladas por encima de las exportaciones de 2017. ○

FRUTAS SUBTROPICALES

Además de los frutos rojos, otros cultivos frutales que se están desarrollando son los subtropicales. La chirimoya ya está asentada en la costa andaluza desde hace muchos años y desde hace años los agricultores han empezado a apostar por otros cultivos como la papaya o el mango. En 2018 España contaba ya con 2.408 hectáreas de chirimoyo en producción (cifra ligeramente inferior a la de 2017).

Otros cultivos de frutas subtropicales que se van afianzando en el campo español son el mango, la papaya y la piña. En el año 2018 había 4.977 hectáreas de mango, 571 hectáreas de papaya (en 2017 había 544 hectáreas) y 145 hectáreas dedicadas al cultivo de la piña tropical, según los datos del Ministerio de Agricultura.

La producción de piña dio paso a unas exportaciones por encima de las 39.060 toneladas en el año 2018 (8.000 toneladas más que en 2017). Asimismo, también se vendieron fuera 68.415 toneladas de mangos y guayabas, un volumen muy superior al exportado en 2017.

Finalmente, al cultivo de la papaya se destinan en España 571 hectáreas, la mayor parte de ellas en invernadero. ○

GRANADA, NÍSPERO Y CAQUI

El granado es un frutal que lleva muchos siglos en España. Extendido por el sureste del país principalmente, la producción se fue abandonando hasta casi desaparecer. Sin embargo, en las últimas décadas el cultivo del granado se ha ido recuperando y en 2018 ya había 5.943 hectáreas en España, unas 400 hectáreas más que en 2017. Además del consumo de la granada sin preparar, actualmente se comercializan preparados de esta fruta (zumos, etc.) que tienen mucha aceptación en el mercado.

Otro cultivo frutícola minoritario es el níspero, que se concentra principalmente en la Comunidad Valenciana. Este cultivo, que también está creciendo desde hace años, ocupaba en 2018 un total 1.796 hectáreas en España y cuenta con una marca de calidad reconocida que protege la producción: la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'en Sarrià.

En la línea del níspero está el caqui, una producción minoritaria pero en clara posición de crecimiento. En 2018, la superficie de caqui volvió a crecer considerablemente y se situó en 17.753 hectáreas. El cultivo del caqui se concentra también en la Comunidad Valenciana y cuenta también con una marca de calidad reconocida: la



Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. En el año 2017 se exportaron algo más de 168.341 toneladas de esta fruta que tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales. El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y en 2018 no se consiguió superar la cifra de ventas del año precedente.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
AGUACATE	91,6	107	107,6
AJOS	162,6	165,8	151,7
ALBARICOQUES	80	88,9	108,9
ALCACHOFAS	10,9	11,5	12,5
APIO	60,6	84,8	96,5
BERENJENAS	152,8	143,9	155
CALABACINES	327,3	319,8	361,9
CAQUI	193,3	215	168,3
CEBOLLAS	356,7	336,8	353
CIRUELAS	109,2	98,6	71,6
COLES-BRÓCOLI	464,5	446,9	485,7
ESPÁRRAGOS	17,3	21,5	24,7
FRESAS	311	304	278,6
JUDÍAS VERDES	21,6	16,4	21,9
KIWIS	21,4	17,4	20,3
LECHUGAS	743	762	795,2
LIMONES	545,5	688,8	599,6
MANDARINAS	1.464	1.356	1.368,70
MANZANAS	129,2	123,1	111,9
MELOCOTONES	407,4	453,6	382,4
MELONES	444,4	441,3	405,3
NARANJAS	1.556,40	1.603,70	1.527,80
NECTARINA	418,8	468,5	357,4
PATATAS	282,6	294,6	280,8
PEPINOS	632	626,7	648,5
PERAS	92,5	119,6	93,8
PIMIENTOS DULCES	701,3	686,6	745,9
PLÁTANO	92,6	98,9	104,3
POMELOS	55,3	59,1	47,4
SANDÍAS	719,4	738,6	861,9
TOMATES FRESCOS	907,6	809,5	812,6
UVAS	157,1	143,5	170,6

FUENTE: D.G. de Aduanas

FRUTOS ROJOS

España cuenta también con una pujante producción de frutos rojos que año a año se van abriendo paso en la producción agraria. Después del espectacular crecimiento de la superficie de frambuesero cultivada en los años 2015, 2016 y 2017, en 2018 se produjo una reducción del cultivo. En concreto, la superficie registrada por el Ministerio de Agricultura ascendía al acabar el año a 3.046 hectáreas, unas 50 hectáreas menos que en 2017.

Además de frambuesa, en España se está desarrollando también el cultivo de otras producciones de frutos rojos, que tienen mucha salida en los mercados internacionales. En concreto, se producen cantidades pequeñas de arándanos, grosellas y moras, que se destinan principalmente a la exportación.

En este sentido, las exportaciones de estas frutas rojas en el año 2018 totalizaron casi 110.000 toneladas, unas 16.000 más que un año antes.

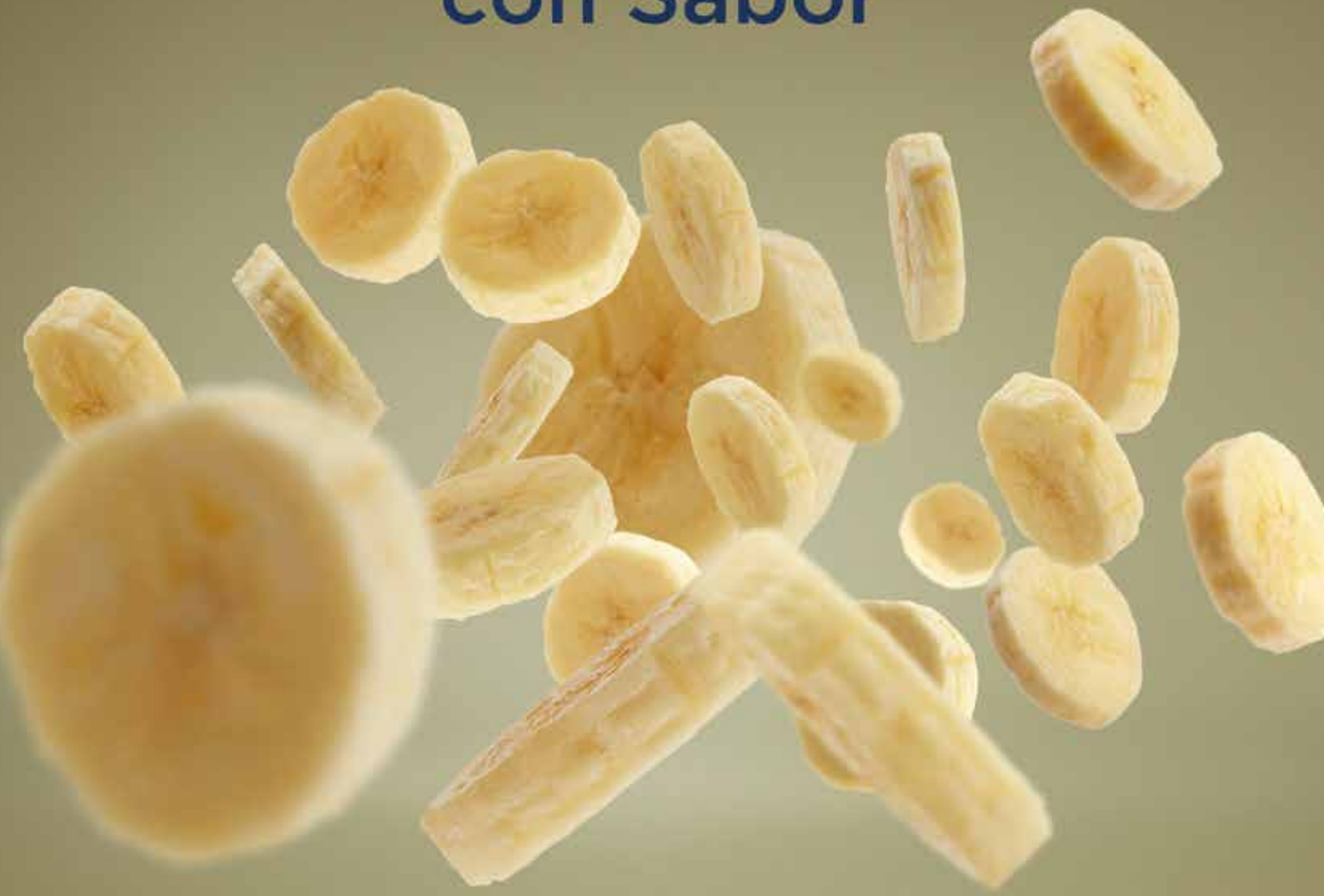
El grueso fueron las ventas al exterior de frambuesas (50.414 toneladas, unas 5.000 más que en 2017, año en el que también aumentó la exportación en un volumen superior) y de arándanos (57.810 toneladas, unas 11.000 toneladas más que un año antes, en el que también crecieron las ventas en un volumen similar). También se exportaron unas 2.322 toneladas de grosellas, un volumen superior en 300 toneladas al de 2017.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
AGUACATE	88	98	129,4
CEBOLLAS	31,1	53,7	87,4
JUDÍAS	147,2	112,1	143,8
KIWIS	150,8	217,5	182,5
LIMÓN	138,8	59,6	96,8
MANGO	38,2	43,5	53,5
MANZANAS	161,5	191,8	167
MELONES	51,2	81,3	86,1
NARANJAS	109	173,5	175,2
PATATAS	229,1	780,9	817,6
PERAS	41	41,9	43,4
PIMIENTO	47	46,7	57,4
PIÑAS	156,6	168,7	178,8
PLÁTANO	155,6	306,9	365,3
TOMATES FRESCOS	102,3	188,9	157,2
UVA DE MESA	59,6	57,5	60,6

FUENTES: Departamento de Aduanas

Desde Canarias
con Sabor



Plátano de Canarias

EL SABOR NUESTRO

PLÁTANO

Los auténticos plátanos son unas frutas grandes, harinosas, con poco contenido en azúcares que se suelen comer fritos, cocidos o asados, edulcorados con melazas, azúcar o miel para hacerlos más agradables al paladar. Estos plátanos pertenecen al género Musa paradisíaca, de donde probablemente han derivado otras plantas del género Musa.

Sin embargo, dentro de este grupo de frutas la especie más extendida es la Musa sapientium (Musa cavendishi), que supone el 70% de la producción.

Sus frutos, más pequeños y más dulces, son las llamadas bananas que una vez alcanzado el climaterio (maduración) resultan perfectamente comestibles de forma directa, hasta el punto de que se trata de la fruta que más se vende en el mundo y que es objeto de mayores transacciones internacionales.

En España se optó en su día por el cultivo de plantas de la especie Musa cavendishi, variedad enana. Sin embargo, desde el primer momento en vez de banana se le dio el nombre de plátano canario, que se caracteriza por su bajo porte, que hace que las plataneras enanas sean muy adecuadas para resistir los vientos marinos que azotan los troncos.

Tras cuatro años consecutivos de crecimiento, la producción de plátano en 2018 fue peor que la del año anterior, ya que se registró un retroceso del 8% y se produjeron 387.500 toneladas. La superficie de plataneras en Canarias ronda las 9.955 hectáreas, de las cuales algo más de 3.100 hectáreas son invernaderos.

La hectárea de platanera es con diferencia la superficie de cultivo más cara de España.

El grueso de la producción se comercializó en el mercado nacional, si bien al internacional se destina también una buena parte de la misma, según datos de Aduanas. Así, en

Tras cuatro años consecutivos de crecimiento, la producción de plátano en 2018 fue peor que la del año anterior, ya que se registró un retroceso del 8% y se produjeron 387.500 toneladas

2018 se exportaron 104.305 toneladas de plátanos (un 6% más que un año antes), mientras que se importaron 365.300 toneladas de plátanos y bananas, un volumen superior en un 19% al del año 2017.

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2018 rondó las 400.000 toneladas, un volumen un 2% inferior al producido en el año anterior. Además de España, que aporta casi el 70% de la producción, también hay producción de bananas en Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe.

La producción comunitaria es muy poca para abastecer la demanda, que en el año 2018 superó los 6 millones de toneladas.

El país que más plátanos-bananas vende a la Unión Europea es Ecuador, en virtud de los acuerdos comerciales firmados.

Finalmente, la producción mundial de este tipo de frutas ascendió de nuevo en 2018 y logró rondar los 154 millones de toneladas.





CÍTRICOS

Las numerosas especies que forman parte del género "Citrus" proceden de Asia, de las zonas tropicales y subtropicales. Desde allí se distribuyeron por África y el sudeste de Europa, y posteriormente por América, hacia el año 1500.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NARANJAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	1.574	1.670	1.724,5
BALEARES	10	10,4	9,2
CANARIAS	14,9	13,7	13,6
CATALUÑA	51,4	33,3	23,2
COMUNIDAD VALENCIANA	1.853,7	1.500,60	1.893,7
MURCIA	149,4	137,8	146,2
OTRAS CC.AA.	1,8	2,7	2
TOTAL ESPAÑA	**3.654,8**	**3.368,70**	**3.812,00**

FUENTE: MAPA

Los cítricos cultivados en el mundo se localizan entre los 40º de latitud norte y 40º de latitud sur, desde la orilla del mar hasta altitudes que sobrepasan los 1.000 metros. En España el límite máximo tolerable es de 400 metros y se localizan a lo largo de toda la costa levantina y parte de la atlántica, desde Tarragona hasta Ayamonte (Huelva). En los últimos años, la superficie destinada al cultivo de cítricos en España ha ido disminuyendo, pero todavía sigue siendo la más importante de todos los frutales.

Al terminar 2018, en España había 304.619 hectáreas dedicadas al cultivo de los cítricos, un 2% más que en 2017, que se concentraban en el litoral este y suroeste de la península, especialmente en la Comunidad Valenciana (60%), Andalucía (25%), Murcia (10%) y Cataluña (3%). En cuanto a las actividades relativas a la confección y comercialización de los cítricos para su comercio en fresco, éstas se concentran mayoritariamente en la Comunidad Valenciana.



PRODUCCIONES DE NARANJAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	47.075	53.266	48.000	51.800
UE	6.039,0	6.331,8	6.258	6.500
ESPAÑA	**3.086,8**	**3.654,8**	**3.368,70**	**3.812,00**

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS CÍTRICAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016/2017	2017/2018	2018/2019
NARANJAS	3.654,8	3.368,70	3.812,00
MANDARINAS	2.343,0	1.996,30	2.385
LIMONES	995,9	927,9	1.127,10
POMELOS	73,3	78	81,2
TOTAL	**7.067,0**	**6.347**	**7.405,30**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANDARINAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	382	372	450,7
CATALUÑA	131,4	131	69,2
COMUNIDAD VALENCIANA	1.662	1.367	1.650
MURCIA	128	123	124
OTRAS CC.AA.	161	4	91
TOTAL ESPAÑA	**2.343,0**	**1.997**	**2.385**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANDARINAS, CLEMENTINAS Y SATSUMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	28.734	28.443	29.900	31.400
UE	3.080	3.431	2.900	3.400
ESPAÑA	**1.994,3**	**2.343,0**	**1.996,30**	**2.385**

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

Por cultivos, el naranjo es todavía el que más superficie ocupa en España (149.659 hectáreas en 2018, incluidas las tierras de naranjo amargo, lo que supone un aumento del 2% respecto al año anterior). La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 105.480 hectáreas en 20178 y la tercera el limonero, con 46.294 hectáreas, 5.000 hectáreas más que un año antes. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos y otros cítricos.



PRODUCCIÓN DE CÍTRICOS

La producción de cítricos en España ha experimentado en los últimos años una gran transformación varietal. Actualmente ya casi no quedan naranjas sanguinas y también han desaparecido otras variedades muy prometedoras, al tiempo que han surgido otras nuevas con mucha fuerza, como es el caso de la naranja lane late.

Las mandarinas clásicas, aunque tienen un sabor y un aroma superiores a las nuevas variedades en satsumas y clementinas, tienen el inconveniente de tener pipas, lo cual comercialmente resta mérito a estas frutas.

La gran versatilidad de estas frutas permite escalonar las fechas de recolección. Cada vez se buscan más en España

variedades muy tempranas y muy tardías, para no coincidir con los envíos de Marruecos e Israel.

El auge de las mandarinas obedece, en parte, a que no tenemos tanta competencia como en naranjas y que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan a la economía familiar.

La producción de limones también ha experimentado un importante auge en España gracias al mercado exterior. La posición geográfica española permite anticipar las cosechas a las de otros países mediterráneos, sin tener que adelantar las recogidas.

En total, la producción nacional de cítricos en la campaña 2017/18 se situó por encima de los 6,3 millones de toneladas, un 10% menos que en la campaña anterior, que fue muy buena. De esta producción, el grueso (3,33 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce.

Por su lado, la campaña 2018/2019 terminó con una producción final de 7,4 millones de toneladas, de las que 3,8 millones eran naranjas, 2,4 millones mandarinas, 1,1 millones limones y el resto pomelos.

En la campaña 2018/2019 aumentó la producción de naranjas (13%), mandarinas (19%), limones (21%) y pomelos (4%).

LÍDER EN EXPORTACIÓN

En cuanto al comercio, el sector de los cítricos abandera las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En 2018 se exportaron 3,97 millones de toneladas, de las que 1,52 millones de toneladas eran naranjas; 1,37 millones mandarinas, 600.00 toneladas limones y el resto pomelos.

En volumen, disminuyeron con respecto al año anterior las exportaciones de naranja (5%) y limones (13%), pero aumentaron las de mandarina (1%).

Las importaciones por su parte fueron mucho mayores que un año antes en el caso de la naranja (se importaron 173.502 toneladas), pero no en el del limón.

Dentro de la Unión Europea, España es con mucha diferencia el gran país productor de cítricos. En la campaña 2017 eran españoles el 54% de las naranjas, el 62% de los limones y el 67% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 90% de los pomelos de la Unión Europea. Las cosechas de cítricos comunitarias fueron en la campaña 2017 inferiores a las del año anterior.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	114	109,7	133,9
COMUNIDAD VALENCIANA	293,8	250	327,6
MURCIA	575	555,7	652
OTRAS CC.AA.	13	12,9	13,1
TOTAL ESPAÑA	**995,9**	**927,9**	**1.127,10**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LIMONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	7.005	7.252	7.800	8.200
UE	1.331,3	1.537,0	1.514,5	1.600
ESPAÑA	**776**	**995,9**	**927,9**	**1.127,10**

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	24,3	27,1	26
COMUNIDAD VALENCIANA	22,3	22	23,4
MURCIA	26,5	28,7	30,8
OTRAS CC.AA.	0,5	0,5	1
TOTAL ESPAÑA	**73,3**	**78**	**81,2**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE POMELOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	6.396	5.984	6.700	7.000
UE	102	115	107	112
ESPAÑA	**68,4**	**73,3**	**78**	**81,2**

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA





Si bien la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,5 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

A este respecto, hay variedades de naranjas que dan poco rendimiento en zumo (las navel, del 30 al 35%) por lo que se buscan las blancas selectas y comunes que sí dan buenos rendimientos (alrededor del 40-42%). Lo mismo ocurre con las mandarinas clementinas (40% de zumo) y con los limones comunes (25% de zumo) frente a otras mandarinas (33%) y limones selectos (verdelli y primofiori, 20%).

Además, anualmente en torno a 50.000 toneladas de mandarinas, en su mayoría satsumas, se destinan a la industria de gajos en conserva y generan en torno a 40 millones de euros. Prácticamente el 95% de la producción de gajos en conserva se exporta, pues en España el consumo es muy minoritario.

También una pequeña parte de la producción de naranjas se destina, junto con los destríos, a elaborar mermeladas, jaleas, confituras y cortezas para la pastelería.

Finalmente, una de las producciones más singulares derivadas de los cítricos es la mermelada de naranja amarga, que se obtiene a partir de cortezas de esta fruta y que tiene mucho más éxito en Reino Unido que en el mercado español.

Además de su consumo en fresco, una importante producción de fruta se destina anualmente a la elaboración de zumos. El consumo de zumos y néctares en España durante 2018 superó los 810 millones de litros.

España se situó en 2018 a la cabeza de la Unión Europea en exportación de zumos de fruta. ○

FRUTOS SECOS

A nivel mundial, la producción de almendra, nuez, anacardo, pistacho, avellana, pacana, macadamia, nuez de Brasil y piñón (que son los frutos secos más extendidos por el mundo) ha crecido considerablemente en los últimos años. En conjunto, estas producciones rondan los 4 millones de toneladas y Estados Unidos es el mayor productor, con aproximadamente el 40% del total. Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial.

La producción española de frutos secos resulta muy variable de año en año debido a la incidencia de las heladas, que afectan a la floración y al posterior cuajado del fruto. Este problema afecta a los principales países productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios.

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
ALMENDRAS (CÁSCARA)	204	243,8	316,7
CASTAÑAS	161,7	163,6	156,5
AVELLANAS (CÁSCARA)	12,1	10,5	4,9
NUEZ (CÁSCARA)	14,9	18,1	16,7

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NUEZ (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	2,4	2,5	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	1,4	1,4	1,6
CATALUÑA	2	2,2	2,4
EXTREMADURA	1,8	3,8	2,2
GALICIA	2,7	1,9	1,8
OTRAS CC.AA.	5	6	5,7
TOTAL ESPAÑA	**14,9**	**18,1**	**16,7**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE NUEZ EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	2.162	2.032	1.996
UE	117	121	130
ESPAÑA	**14,9**	**18,1**	**16,7**

Datos de nuez cáscara. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

ALMENDRAS Y AVELLANAS

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las cuatro variedades de frutales de fruto seco que más superficie ocupan en España. Mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente en las últimas décadas, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge.

En el año 2018 había cerca de 801.000 hectáreas dedicadas al cultivo del almendro, de las cuales 677.328 hectáreas eran de almendros para uso comercial y el resto tierras abandonadas o no comerciales.

La producción de almendra resultó finalmente superior a la de la anterior campaña por tercer año consecutivo, pues se recogieron 316.700 toneladas cáscara (un 30% más).

Las variedades más cultivadas en España son las de cáscara dura (planeta, largueta, marcona, comuna, etc.), aunque hay también producción de almendras mollares.

A nivel mundial, el principal productor de almendras es Estados Unidos (especialmente en California y Florida), que se ha especializado en las variedades mollares. El desarrollo

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ALMENDRAS (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	45,3	65,9	82,8
ARAGÓN	45,9	51,4	68
BALEARES	8,8	5,6	6,1
CASTILLA-LA MANCHA	28,3	20,2	69,6
CATALUÑA	15,3	17,6	16,3
COMUNIDAD VALENCIANA	28,4	42,8	34,8
LA RIOJA	3,7	2,6	3,9
MURCIA	21,5	29,9	23,9
NAVARRA	2,6	3,2	2,5
OTRAS CC.AA.	4,2	4,6	8,8
TOTAL ESPAÑA	**204**	**243,8**	**316,7**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE ALMENDRA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	3.214	3.629	4.800
UE	317	378	430
ESPAÑA	**204**	**243,8**	**316,7**

Datos de almendra cáscara. FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

del almendro en Estados Unidos ha sido espectacular y se ha basado en la mecanización y en la utilización de variedades de elevados rendimientos en plantaciones regulares.
Además, han conseguido importantes reducciones arancelarias de la Unión Europea, que es uno de los principales consumidores mundiales de almendra. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrones, mazapanes y bollería.
El rendimiento en grano de la almendra es bajo, del 30% en las variedades de cáscara dura hasta el 40% en las de cáscara blanda o mollares.
En los últimos años, el sector de la almendra ha vivido una auténtica revolución gracias al incremento del consumo mundial y a la llegada de nuevas variedades de almendros más productivos.
No obstante, la evolución del cultivo depende mucho de las condiciones climáticas de los primeros meses del año.
Respecto a la avellana, la cosecha nacional en 2018 fue muy mala, pues sólo se recogieron unas 4.900 toneladas en cáscara, un 53% menos. Ese año había cultivadas en España un total de 16.400 hectáreas, de diversas variedades (negretas, cordobesas, asturianas, etc.).
Con el paso del tiempo, la producción comercial de avellanas se ha ido reduciendo prácticamente a la provincia de Tarragona debido a que el cultivo es poco rentable.
Las avellanas son un fruto característico de los países de la cuenca del Mediterráneo. Desde Grecia pasaron a Turquía por el este y a Italia y España por el oeste. Turquía es actualmente el principal productor mundial (67%) e Italia es el principal productor comunitario y segundo a nivel mundial.
Las avellanas proporcionan mayores rendimientos en grano (45%) que las almendras.
Almendras, avellanas y los demás frutos secos se suelen recolectar en el Hemisferio Norte desde finales de verano hasta mediados de otoño. El momento de la cosecha viene determinado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.
Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pueden comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al público en cáscara, puesto que casi toda la cosecha se descascara para reducir peso inútil. Tan sólo las nueces, cuyo "descascaramiento" suele implicar la rotura de la semilla, se siguen vendiendo tal cual en algunos casos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CASTAÑAS (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	5,5	4,5	6,7
CASTILLA Y LEÓN	9,4	2,6	8
EXTREMADURA	4	4,5	4,1
GALICIA	142,4	151,3	137,1
OTRAS CC.AA.	1	1	0,5
TOTAL ESPAÑA	**161,7**	**163,6**	**156,5**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CASTAÑA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	23.940	24.400	23.300
UE	1.390	1.510	1.440
ESPAÑA	**161,7**	**163,6**	**156,5**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

NUECES, CASTAÑAS Y PISTACHOS

En los últimos años se ha registrado en España un significativo aumento del cultivo del nogal. Así, en 2018 había de 14.356 hectáreas dedicadas al nogal de fruto, unas 1.000 hectáreas más que un año antes.
Por el contrario, en contra de lo que sucedió en 2017, en 2018 la producción de nueces fue muy mala, pues se recogieron 16.700 toneladas en cáscara, un 8% menos.
Otro fruto seco tradicional es la castaña, que en los últimos años ha vivido un resurgir del cultivo en España. La superficie dedicada al castaño en 2018 se elevó a 22.988 hectáreas (unas 300 hectáreas más que un año antes).
La producción de castaña por su parte quedó en 156.500 toneladas cáscara, un volumen inferior en un 4% al del año precedente.
En España, la producción de castaña se concentra principalmente en Andalucía y en Galicia y se destina básicamente a la alimentación animal, aunque los frutos más sanos van a la alimentación humana, bien para consumo directo, bien como castañas totalmente desecadas (castañas "pilongas").
También se consume parte de la producción como mermelada de castañas y los famosos "marrón glacés", que son los frutos cocidos, pelados, embebidos en agua azucarada y glaseados con azúcar.

Por su lado, en España, el cultivo del pistacho está creciendo considerablemente desde hace ya varios años.

Los pistachos son frutos secos que se abren fácilmente, contienen unas semillas de sabor parecido al de los piñones y se utilizan como "snacks". La mayor parte de los pistachos se importa de otros países mediterráneos y de Oriente Próximo.

En 2018 la superficie cultivada ascendía a 24.963 hectáreas, cuando un año antes sólo había 15.850 hectáreas. En los años previos, la superficie se había incrementado en porcentajes similares.

Finalmente, piñones, bellotas y cacahuetes son frutos secos de consumo frecuente en España. Los piñones se recolectan en los pinos piñoneros, pero los altos costes de dicha recolección sitúan al fruto tostado y pelado a precios prohibitivos, que tienen muy difícil competir con los piñones que vienen de fuera.

La escasa rentabilidad ha hecho también desaparecer prácticamente el cultivo del cacahuete en Valencia, porque la competencia de los países tropicales es muy fuerte.

A nivel mundial, además de todos los frutos secos ya citados tienen importancia desde el punto de vista económico el anacardo brasileño, la pecana (nuez americana), la macadamia (australiana y neozelandesa) y el cacahuete o maní (brasileño), etc.

PRODUCCIONES DE PISTACHO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	508	780	642
UE	13,8	8,4	15
ESPAÑA	**5,6**	**7,5**	**8,2**

Datos de pistacho cáscara. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

COMERCIO Y CONSUMO DE FRUTOS SECOS

La balanza comercial del sector de los frutos secos suele tener un saldo negativo, pues España importa mucho más de lo que exporta. Además de avellanas y almendras, que son los frutos que más se comercializan, también se importa del exterior pistachos, anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

Los frutos secos se suelen consumir directamente, una vez extraída la cáscara. Una buena parte de la producción de frutos secos se destina a la fabricación de "snacks" y diversos aperitivos, pero también hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrapiñadas, etc.).

Sin embargo, el principal destino de los frutos secos es el industrial. Las industrias turroneras, las de mazapanes, la pastelera y la de bollería absorben cada año cerca de 40.000 toneladas de almendras, de las cuales el 70% son de importación, aunque las mejores calidades de turrón y mazapán siguen utilizando almendras nacionales, básicamente de la variedad marcona.

En 2018, entre almendra grano y cáscara se exportaron unas 96.200 toneladas (un 18% más), al tiempo que se importaron 108.300 toneladas (un 1% menos).

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron unas 3.516 toneladas con y sin cáscara y se importaron 4.950 toneladas.

En este caso, el país que más avellana nos vendió fue Turquía. Precisamente, el mercado exterior de la avellana española ha ido perdiendo importancia en los últimos años porque Turquía controla el mercado mundial, programando sus exportaciones y su industrialización.

Además de las almendras, importamos anualmente cantidades importantes de nueces (28.724 toneladas en 2018, un volumen inferior al del año precedente) y exportamos cerca de 3.012 toneladas, algo más que en el año precedente.

También Estados Unidos está entre los países a los que más nueces compra España y otro país netamente importador es Chile.

Por su lado, España también exporta pequeñas cantidades de pistachos (1.120 toneladas en 2018, un volumen por encima del importado en 2017), e importamos más de 11.563 toneladas (800 más que un año antes).

Asimismo, entre las exportaciones de frutos secos destacan las partidas de castaña, que en el año 2018 se elevaron a casi 12.700 toneladas, frente a unas importaciones de 9.060 toneladas.

Igualmente, el comercio de piñones también es muy importante. En 2018 se importaron 15.416 toneladas frente a las 11.980 toneladas del año precedente, y se exportaron sólo 719 toneladas frente a las 3.168 del año 2017.

HORTALIZAS

Dentro de las producciones agrícolas, el grupo de las hortalizas es sin duda uno de los más variados, pues incluye desde las verduras o plantas de hoja (que se consumen bien crudas o bien cocinadas), a las legumbres verdes (como el guisante, por ejemplo), pasando por los tubérculos (como la patata) y las producciones de fruto y flor (como el pimiento o el calabacín).

El cultivo de las hortalizas se ha diversificado mucho a lo largo de la historia bajo la tutela del ser humano, que siempre ha tratado de aprovechar las mutaciones espontáneas y de exacerbar las características útiles y aprovechables de estas plantas.

Las primeras hortalizas de las que se tiene noticia son el ajo y la cebolla, que se cultivaban en Asia hace más de 7.000 años.

Hoy en día se puede encontrar en el mercado una gran variedad de hortalizas de orígenes diversos (local, nacional, importación, etc.) y con distintas presentaciones (frescas, congeladas, deshidratadas, en conserva, etc.). Esta diversificación de la oferta se irá ampliando con toda seguridad en los próximos años.

HORTALIZAS EN ESPAÑA

Si bien la superficie dedicada al cultivo de las hortalizas ha ido perdiendo peso en la agricultura española, nuestro país sigue siendo una potencia mundial en este tipo de producciones. La merma en la superficie cultivada se ha compensado con un aumento de la productividad por hectárea.

Gracias al escalonamiento de cosechas, en España es posible disponer de una variada oferta de hortalizas durante prácticamente todo el año. Así ocurre con los pimientos, los pepinos, las cebollas y los tomates.

En un mismo terreno se puedan cultivar numerosas hortalizas, a veces asociadas, a veces siguiendo una rotación, o secuencia estacional. Ello permite a los agricultores planificar la oferta y adaptarse con cierta facilidad para campañas sucesivas a la demanda.

De todos modos, la demanda es relativamente estable y generalmente suele adaptarse a la oferta de temporada, que es la que le proporciona hortalizas a mejor precio.

La producción de hortalizas en 2018 experimentó una caída del 2,2% en volumen y una subida del 2,2% en los precios, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura, de cara a calcular la renta agraria nacional.

En euros corrientes, la producción generada por el sector de las hortalizas alcanzó en 2018 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 9.831,4 millones de euros, un valor ligeramente inferior al del año precedente. En estos datos no está incluida la patata, que se analiza aisladamente, pero sí las flores y plantas de vivero aunque su aportación es muy pequeña.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2018 el 30% (por debajo del porcentaje del año 2017) y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 18%, también por debajo del año anterior.

En España se cultivaron en 2018 cerca de 180.000 hectáreas de hortalizas, ente las que no estaban incluidas las superficies de melón, sandía y champiñón. Con estos cultivos, la superficie se elevaría a 230.000 hectáreas. El grueso de estas superficies eran tierras de regadío y en torno al 70% era cultivo al aire libre y el 30% invernaderos.



EL TOMATE LIDERA

Dentro de las hortalizas, el tomate en sus diferentes versiones (para consumo en fresco, industria, etc.), es el que más terreno ocupa: en 2018 un total de 55.900 hectáreas, de las que la mayor parte eran de tomate para uso industrial. Comparados con los datos de 2017, en 2018 se apreció un retroceso en la superficie general.

La lechuga, con 32.500 hectáreas (2.000 hectáreas menos que en 2017), la cebolla y el ajo (con aproximadamente 24.200 hectáreas y 26.300 respectivamente), son los cultivos más extendidos. En el caso del ajo, se observa también un fuerte crecimiento de las siembras en los últimos años.

Por su parte, la producción nacional de hortalizas en el año 2017 se acercó a los 14,7 millones de toneladas, entre producciones de tallo y hoja (lechuga, col, etc.), de fruto, de flor (alcachofa y coliflor), de bulbo y raíz (ajo, cebolla, etc.), leguminosas (judías, guisantes…). En este dato, que supuso un incremento del respecto a la producción del año 2017, están incluidas las producciones de frutas-hortalizas (melón, sandía y fresa).

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2018 fue la de tomate (con más de 4,7 millones de toneladas y un retroceso del 9% respecto al año anterior), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida de la cebolla (1,31 millones de toneladas en 2018, con un decrecimiento del 3% respecto a la cosecha de 2017).

La tercera producción en importancia por su volumen es el pimiento, cuya producción llegó en 2018 a 1,29 millones de toneladas, entre producción para consumo en fresco y en conserva, un 1% más que en el año anterior.

Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española como el calabacín y el ajo tuvieron un balance negativo en 2018, al igual que la lechuga, la alcachofa, las judías verdes o las zanahorias.

Por su lado, la berenjena, el brócoli y el pepino tuvieron un balance positivo en cuanto a producción. ○

COMERCIO EXTERIOR

El aumento de la oferta, la desestacionalización y las cada vez mejores técnicas de conservación han permitido mejorar los intercambios de hortalizas entre unos países y otros.

España se ha convertido con los años en un exportador neto de este tipo de producciones. En 2018, las exportaciones totales (incluidas las de patata y sin tener en cuenta las frutas-



hortalizas como el melón, la sandía o la fresa) alcanzaron un valor de 5.290 millones de euros, un 0,5% más que un año antes. En volumen, las exportaciones sumaron 5,3 millones de toneladas, un 1% más que en 2017.

El tomate siguió siendo la principal hortaliza exportada por España, pero sus exportaciones retrocedieron tanto en valor como en volumen. Al finalizar el año se habían exportado 812.571 toneladas (un 1% más que en 2017). La lechuga (con 795.195 toneladas) fue la segunda producción más exportada, seguida del pimiento (con 745.900 toneladas, muy por encima del año anterior), el pepino (con 648.500 toneladas, un 3% más y 595 millones de euros) y las coles (con 485.700 toneladas, 9% más, y 470,8 millones de euros).

Por su lado, la importación de hortalizas ascendió en 2018 a 1,4 millones de toneladas (un 7% más), por un valor de 806,4 millones de euros (un 2,4% más que en 2017). En estos datos están incluidos los correspondientes a la patata, que constituye el grueso de las compras.

En cuanto a los mercados de destino, a la UE se destinaron el grueso de las exportaciones, con Alemania como principal mercado. ○

HORTALIZAS EN LA UE

El 2018, el valor alcanzado por las hortalizas comunitarias a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 52.666 millones de euros, una cifra inferior a la del año precedente en un 1%, según datos de la Comisión Europea.

Con respecto a la Producción Vegetal final, el sector de las hortalizas de la UE representó en 2018 el 25,6% y 14,4% de la Producción Agraria final (en estos datos no está incluida la patata).

En la Unión Europea, el cultivo de hortalizas ocupó cerca de 2,2 millones de hectáreas en 2018. La producción comunitaria de hortalizas ronda los 60 millones de toneladas anuales y las tres producciones estrella son el tomate, la cebolla y la zanahoria. También tienen importancia las producciones comunitarias de pepino y calabacín.

A este respecto, el principal cultivo hortícola de la UE es el tomate, con unos 18 millones de toneladas al año. Italia, como primer país productor, y España suman juntos más 65% de la producción comunitaria de tomate.

En 2018 la producción comunitaria de tomate procesado descendió sensiblemente desde los 11 millones de toneladas de 2017 a 10 millones de toneladas. Por su parte, la producción de tomate para su consumo en fresco creció ligeramente en 2018 y se situó en 7 millones de toneladas.

La producción de tomate fresco está liderada por España, seguida de Holanda, Francia, Italia y Grecia.

Asimismo, en pepino destacan por su producción España, Polonia y Holanda; en zanahoria Reino Unido, Polonia y Holanda y en calabacín, España, Italia y Francia.

La UE importa cerca de 1,5 millones de toneladas de hortalizas al año, que proceden principalmente de países africanos, con Marruecos a la cabeza, y del Próximo Oriente. También desde la UE se exporta a terceros países. Anualmente las ventas rondan los tres millones de toneladas.

Las hortalizas más exportadas a países no comunitarios en 2017 fueron las patatas, las cebollas y los ajos. También fueron importantes las ventas al exterior de tomates.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PATATAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	278,4	263	226
ARAGÓN	16,2	16	16
ASTURIAS	12,6	12	9
BALEARES	58,4	57	62
CANARIAS	110,1	100,8	84
CANTABRIA	5	2	3
CASTILLA Y LEÓN	854	887	811
CASTILLA-LA MANCHA	65,7	75	72
CATALUÑA	21,8	19,7	19,4
COMUNIDAD VALENCIANA	68,7	61	62
EXTREMADURA	20,3	26	22
GALICIA	417	438,9	371
LA RIOJA	56	49	42
MADRID	2,5	2	3
MURCIA	193	169,5	147
NAVARRA	9,5	12	11
PAÍS VASCO	56	49	42
TOTAL ESPAÑA	**2.246**	**2.240**	**2.003**

FUENTE: MAPA

PATATA

La patata es el tubérculo de la planta del mismo nombre, que perteneciente a la familia de las solanáceas. Por su lado, los tubérculos no son raíces sino engrosamientos subterráneos de los tallos.

Entre las variedades de patata, el principal criterio de clasificación que se utiliza es su color de piel (rojo, amarillo, blanco) junto con el color de la carne (amarillo o blanco).

En la composición de la patata cabe destacar el contenido en hidratos de carbono, mayoritariamente en forma de almidón y una pequeña proporción como glucosa, fructosa y sacarosa. Al ser uno de los vegetales con mayor contenido en almidón tiene un gran aporte calórico (88 kcal/100 g de patatas).

Es una buena fuente de vitamina C, si bien una parte considerable de la misma puede perderse durante el proceso de cocción.

También aporta vitamina B6 y minerales como fosforo, hierro y magnesio, si bien, los aportes más significativos son los de potasio (25%). Estos aportes, unidos a un escaso contenido en sodio, la convierten en un alimento recomendable en caso de hipertensión o afecciones cardiovasculares, por sus propiedades diuréticas y vasodilatadoras.

PATATA EN ESPAÑA

Las patatas llegaron del continente americano y los españoles las pusieron de moda como producción agrícola de consumo masivo. Hoy, este tubérculo es un alimento básico cultivado principalmente en las regiones templadas de todo el mundo y que está presente en el mercado durante todo el año.

En España, la producción de patata en 2018 aportó cerca del 1,24% de la Producción Final Agraria y el 2% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los de 2017.

Al igual que en el año anterior, este cultivo registró en 2018 un descenso importante en el volumen de producción. Según los datos del Ministerio de Agricultura a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata en 2018 descendió en volumen un 10,2%, al tiempo que los precios bajaron de

media un 62,5%, la mayor bajada de precios de todas las producciones agrarias y con mucha diferencia, que se vino a sumar al descenso del año precedente.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 659,7 millones de euros a precios corrientes, frente a los 452 millones del año 2017.

A nivel de cultivo, la superficie se redujo, al contrario que en 2017. Se sembraron 67.200 hectáreas en todo el territorio nacional, 3.200 hectáreas menos que un año antes.

En cuanto a la producción, ésta se situó en 2 millones de toneladas, un volumen inferior en un 11% al del año precedente.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, las comunidades con mayor producción de patata en 2018 fueron Castilla y León (40% del total), Galicia (18,5%), Andalucía (11,2%) y la Región de Murcia (7,3%).

Por variedades, en 2018 se registraron retrocesos en todas las campañas (extra-temprana, temprana, media estación y tardía). La producción de media estación fue la mayor de todas las cosechas, pero no llegó al millón de toneladas.

PRODUCCIONES DE PATATA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	376.868	376.883	380.000	375.000
UE	53.160	56.224	59.000	49.000
ESPAÑA	**2.284**	**2.246,2**	**2.239**	**2.003**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

Respecto al comercio exterior, como es habitual en 2018 España volvió a ser un país netamente importador de patata, pues las compras aumentaron. Así, se pasó de importar 780.900 toneladas en 2017 a 817.600 toneladas (un 7% más). Del total importado por España, en torno al 95% procedió de la Unión Europea, especialmente de Francia.

En cuanto a las exportaciones españolas de patata, en 2018 disminuyeron un 5% las salidas en volumen, hasta 280.800 toneladas, por un valor de 129 millones de euros (superior al del año precedente).



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018
AJOS	178	210	274,7	263,5
ALCACHOFAS	214	221,7	223,2	214
BERENJENA	245	242,6	225,9	234
BRÓCOLI	452	483	541	571
CALABACINES	543	581,5	587,2	585,2
CEBOLLAS	1.241	1.384,0	1.359,3	1.315
COLIFLORES	155	161,4	147,3	185,4
JUDÍAS VERDES	180	171,7	163,6	147,5
LECHUGAS	927	929,9	976,1	944,6
PATATAS	2.284	2.246,2	2.239,50	2.003
PEPINOS	705	631,2	634,5	690,6
PIMIENTOS	1.103	1.172,6	1.274,3	1.292,8
TOMATES	4.833	5.156	5.163,5	4.720
ZANAHORIAS	411	405	389,8	374,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TOMATE POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	2.485	2.234	1.978
ARAGÓN	50	53	52,5
BALEARES	14	14	13,3
CANARIAS	82	84	72,5
CASTILLA-LA MANCHA	92	82	81,4
CATALUÑA	52	48	46
COMUNIDAD VALENCIANA	78	75	85,9
EXTREMADURA	1.772	2.075	1.918
GALICIA	89	92	91,7
LA RIOJA	15,8	16	13
MURCIA	288,4	223	199,3
NAVARRA	183	148	140,9
OTRAS CC.AA.	22	20	27
TOTAL ESPAÑA	**5.156**	**5.164**	**4.720**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE TOMATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	174.122	179.508	182.301	182.000
UE	17.725	17.987	17.427	17.400
ESPAÑA	**4.833**	**5.156**	**5.163,5**	**4.720**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

La producción total de la UE quedó en 49 millones de toneladas, un 17% por debajo de la producción del año precedente. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (15% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata son Gran Bretaña, Irlanda y Bélgica

PATATAS EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia del sector de la patata dentro de la agricultura es mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, en 2018 el sector representó el 5,3% de la Producción Vegetal Final y el 3% de la Producción Agraria final.

El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria fue 11.089 millones de euros, según datos de la Comisión Europea. Este valor resultó ser un 5,5% más alto que el de 2017.

La producción total de la UE quedó en 49 millones de toneladas, un 17% por debajo de la producción del año precedente. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (15% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata son Gran Bretaña, Irlanda y Bélgica.

El sector de la patata comunitaria tiene una ventaja competitiva en los mercados internacionales, especialmente en los subsectores de las patatas de siembra y los productos transformados.

A nivel mundial, la producción de patata en 2018 superó los 375 millones de toneladas. Además de la Unión Europea, otros grandes países productores de patata a nivel mundial son China (20% del total), India y Estados Unidos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHUGAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	296	277,8	330,7
CASTILLA Y LEÓN	14,386	13,2	13,7
CASTILLA-LA MANCHA	69,26	75	62
CATALUÑA	25	22,2	22,5
COMUNIDAD VALENCIANA	58	65,8	59,3
MURCIA	393	453	388,5
OTRAS CC.AA.	74	69	67,6
TOTAL ESPAÑA	**929,9**	**976,1**	**944,6**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LECHUGAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	26.088	26.669	26.866	26.800
UE	2.454	2.291	2.364	2.220
ESPAÑA	**927**	**929,9**	**976,1**	**944,6**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ALCACHOFAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	23,1	22,2	22,7
CATALUÑA	11,4	12	9
COMUNIDAD VALENCIANA	56	62,1	58,9
LA RIOJA	2,2	2,4	2,3
MURCIA	105,3	101	99,2
NAVARRA	16,5	16,4	17
OTRAS CC.AA.	7	7	5
TOTAL ESPAÑA	**221,7**	**223,2**	**214**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE ALCACHOFAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	1.454	1.422	1.505	1.450
UE	667	648	662	630
ESPAÑA	**214**	**221,7**	**223,2**	**214**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PIMIENTO FRESCO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	757,9	797,7	835,9
ARAGÓN	2,2	3,4	2,4
BALEARES	2,5	2,5	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	46,4	41	40,7
CATALUÑA	6,5	6,6	7
COMUNIDAD VALENCIANA	57	59,8	61
EXTREMADURA	23,9	61	59
GALICIA	65,5	72,9	72,1
LA RIOJA	5,9	5,1	5
MURCIA	143,4	165,8	153,9
NAVARRA	36,2	34,2	29,9
OTRAS CC.AA.	25	24,3	23,4
TOTAL ESPAÑA	**1.172,6**	**1.274,3**	**1.292,8**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PIMIENTO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	33.177	34.593	36.093	35.900
UE	2.516	2.500	2.637	2.580
ESPAÑA	**1.103**	**1.172,6**	**1.274,3**	**1.292,8**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE JUDÍAS VERDES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	64,7	59	45,8
CATALUÑA	6,7	7,6	5,6
COMUNIDAD VALENCIANA	7,2	7,3	6,5
GALICIA	51,7	45,9	45,4
LA RIOJA	18	13,5	16,5
OTRAS CC.AA.	23	30	28
TOTAL ESPAÑA	**171,7**	**163,6**	**147,5**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE JUDÍAS VERDES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	23.331	23.597	24.221	24.000
UE	752	779	768	688
ESPAÑA	**180**	**171,7**	**163,6**	**147,5**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE AJOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	56,9	73,6	66,5
CASTILLA-LA MANCHA	112,3	158,9	156,6
CASTILLA Y LEÓN	21,4	22,7	19,7
OTRAS CC.AA.	19	20	20,5
TOTAL ESPAÑA	**210**	**274,7**	**263,5**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE AJOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	27.005	27.251	28.164	28.000
UE	313	339	406	389
ESPAÑA	**178**	**210**	**274,7**	**263,5**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CALABACINES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	477,8	487,1	491,3
BALEARES	3,1	4,3	4,3
CASTILLA-LA MANCHA	1,4	1	1
CASTILLA Y LEÓN	1,1	1,6	1,5
CATALUÑA	13,2	9	8,5
COMUNIDAD VALENCIANA	15,4	18,2	14,3
EXTREMADURA	6,9	9,3	6
GALICIA	7,2	6,1	6,2
OTRAS CC.AA.	55	50	52,2
TOTAL ESPAÑA	**581,5**	**587,2**	**585,2**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CALABACINES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	25.382	26.532	27.450	27.000
UE	1.448	1.539	1.546	1.500
ESPAÑA	**543**	**581,5**	**587,2**	**585,2**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE BERENJENA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	203	186	197,6
EXTREMADURA	6	6,7	6
CATALUÑA	4,4	5	5,1
COMUNIDAD VALENCIANA	11,5	13,2	12,7
OTRAS CC.AA.	18	15	13
TOTAL ESPAÑA	**242,6**	**225,9**	**234**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE BERENJENA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	50.550	51.193	52.309	52.400
UE	847	857	820	830
ESPAÑA	**245**	**242,6**	**225,9**	**234**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEBOLLAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	160	156	140
ARAGÓN	118	103	91
BALEARES	3,6	3,5	4
CANARIAS	8	8	8
CASTILLA-LA MANCHA	778,4	705	740
CASTILLA Y LEÓN	65,8	70	64
CATALUÑA	42,4	40	34
COMUNIDAD VALENCIANA	77,7	83	94
EXTREMADURA	4,1	5,3	6
GALICIA	32,6	35	37
LA RIOJA	2,8	3	3
MADRID	16	17	16
MURCIA	53	46	58
NAVARRA	17,1	17	18
OTRAS CC.AA.	4	4	2
TOTAL ESPAÑA	**1.384,0**	**1.359,3**	**1.315**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CEBOLLAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	91.171	94.941	97.862	96.000
UE	6.144	6.587	6.737	5.160
ESPAÑA	**1.241**	**1.384,0**	**1.359,3**	**1.315**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLIFLORES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	35,1	34,5	48,4
CATALUÑA	7,6	8,5	7,6
COMUNIDAD VALENCIANA	31,6	30,8	31,5
LA RIOJA	10,8	9,3	9,6
MURCIA	18,0	17	26,8
NAVARRA	34,6	27,5	39,5
OTRAS CC.AA.	23,4	19	22
TOTAL ESPAÑA	**161,4**	**147,3**	**185,4**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ZANAHORIAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	156,4	150,3	131,9
CASTILLA-LA MANCHA	15,7	22	20,7
CASTILLA Y LEÓN	194,3	182,7	187,8
COMUNIDAD VALENCIANA	11,2	9,2	10,2
LA RIOJA	9	7,6	6,6
GALICIA	3,2	3	2,1
OTRAS CC.AA.	15	15	15
TOTAL ESPAÑA	**405**	**389,8**	**374,1**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE COLIFLORES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	24.438	25.055	25.985	25.600
UE	2.296	2.330	2.436	2.310
ESPAÑA	**155**	**161,4**	**147,3**	**185,5**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES DE ZANAHORIAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	40.560	41.968	42.832	42.200
UE	5.083	5.588	5.772	5.140
ESPAÑA	**411**	**405**	**389,8**	**374,1**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PEPINOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	561	543	594,6
NAVARRA	0,8	0,9	1,45
CATALUÑA	13,1	13,9	13,4
MADRID	4,9	4,9	4,9
COMUNIDAD VALENCIANA	7	6,9	7,1
EXTREMADURA	3,8	3,5	3,5
CANARIAS	24,6	41,7	41,7
MURCIA	9,1	15	20
OTRAS CC.AA.	7	13	4
TOTAL ESPAÑA	**631,2**	**634,5**	**690,6**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE BRÓCOLI POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	58	62	64
COMUNIDAD VALENCIANA	50	51	60
EXTREMADURA	30	68	74
MURCIA	208	204	213
CASTILLA-LA MANCHA	31	40	35
NAVARRA	84	77	76
OTRAS CC.AA.	22	39	49
TOTAL ESPAÑA	**483**	**541**	**571**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PEPINOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	78.904	80.527	83.754	83.800
UE	2.697	2.643	2.725	2.860
ESPAÑA	**705**	**631,2**	**634,5**	**690,6**

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES DE BRÓCOLI EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	24.393	25.055	25.984	25.600
UE	2.296	2.330	2.436	2.310
ESPAÑA	**452**	**483**	**541**	**571**

*FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. * Incluye coliflor*

FRUTAS Y HORTALIZAS

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de frutas y hortalizas tiene una gran importancia en España. La facturación anual es de unos 18.500 millones de euros. Esa cifra supone alrededor del 65% de la producción vegetal final (incluyendo flores, plantas de vivero, plantaciones y aceitunas), con un alza del 2% respecto al año precedente y el 38% de la producción agraria total. España aparece como la primera productora de frutas y hortalizas de la Unión Europea y la octava del mundo, mientras que sus cifras de exportación son las más elevadas a nivel mundial.

Tradicionalmente, se trata de un sector caracterizado por su elevado grado de atomización, ya que está compuesto por un gran número de pequeños y medianos productores. Esa situación ha comenzado a variar tras la aprobación de la Ley de Fomento de Integración de Cooperativas y otras Entidades Asociativas de carácter Agroalimentario en 2013. Desde entonces, se detecta una tendencia cada vez mayor a la concentración en asociaciones y cooperativas de productores y comercializadores.

En la actualidad, existen en España en torno a 600 organizaciones de productores de frutas y hortalizas que cuentan con unos 155.000 afiliados y un número superior a las 1.000 cooperativas agroalimentarias con actividad hortofrutícola, lo que convierte al sector en el que más aporta en volumen de facturación (25,8%) y el tercero que aúna un mayor número de cooperativistas participantes. Se trata de un sector que genera alrededor de 400.000 puestos de trabajo directos y 80.000 indirectos en labores de manipulación y distribución dentro de las zonas productivas.

La modernización del sector y la realización de importantes inversiones que pretenden diversificar las ofertas y ganar peso en los mercados internacionales son los principales rasgos que caracterizan en la actualidad a las grandes empresas hortofrutícolas españolas.

El principal operador del mercado nacional de frutas y hortalizas registra una facturación de 740 millones de euros, mientras que el segundo supera los 599 millones de euros, el tercero se acerca a los 427 millones de euros, el cuarto se sitúa en los 383,5 millones de euros y el quinto alcanza los 350 millones de euros. La red de Mercas, por su parte, comercializa anualmente en torno a más de 6,1 millones de toneladas, por un valor de 6.284 millones de euros. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Group Fresh and Juices, S.A. - Grupo *	1.237,00
Sdad. de Compras Modernas, S.A. (SOCOMO) *	668,04
Anecoop, S. Coop. *	599,02
Edeka Fruchtkontor España, S.L.U. *	450,00
ARC Eurobanan, S.L. – Grupo *	426,76
Sanlucar Fruit, S.L. – Grupo	383,46
Eurogroup España Frutas y Verduras, S.A.*	354,10
Nufri Grupo *	350,00
Alhóndiga La Unión, S.A.	312,11
Única Fresh, S.L.	310,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MAYORISTA

En el escalón de distribución mayorista de frutas y hortalizas frescas, España cuenta con la estructura de la Red de Mercas: Mercalgeciras, Mercalicante, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mecamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mecasantander, Mercasevilla, Mercatenerife, Mercavalencia y Mercazaragoza. Estas 23 Unidades Alimentarias que configuran la Red de Mercas cuentan con Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, cuya superficie global es de unos 575.000 metros cuadrados.

En la Red de Mercas están ubicadas unas 1.250 empresas mayoristas de frutas y hortalizas que en 2018 comercializaron 6,3 millones de toneladas de frutas y hortalizas (un 53% frutas, un 33%, hortalizas y el 14% restante de patatas), con un valor de 6.700 millones de euros.

A través de las Mercas se comercializa más del 65% del consumo nacional en frutas y hortalizas frescas incluyendo consumo en hogares y extradoméstico. ○

STEF

Connecting Food Market Players



Nuestra misión es conectar la industria alimentaria con el consumo.



Con más de 25 años de experiencia, en STEF ofrecemos una oferta completa de soluciones de transporte, logística y sistemas de información dedicados a productos alimentarios.

Nuestra red actúa en una de las cadenas de suministro más exigentes, garantizando una gestión eficiente de los diferentes flujos de la cadena del frío.

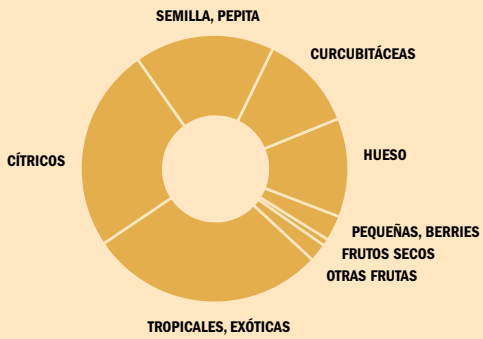
Acompañamos a los clientes de la industria agroalimentaria, de la distribución y de la restauración en la mejora de su cadena logística.

www.stef.es

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN LA RED DE MERCAS 2018 (PORCENTAJES)

Tropicales, exóticas	**29%**
Plátano	18%
Kiwi	3%
Piña	3%
Aguacate	1%
Caqui	1%
Otros	2%
Cítricos	**25%**
Naranja	17%
Mandarina	4%
Limón	3%
Otros	1%
Semilla, pepita	**17%**
Manzana	9%
Pera	5%
Uva	3%
Otros	-

Cucurbitáceas	**12%**
Melón	6%
Sandía	6%
Hueso	**12%**
Melocotón	5%
Nectarina	3%
Cereza y Picota	2%
Ciruela	1%
Albaricoque	1%
Pequeñas, berries	**3%**
Fresón-Fresa	3%
**Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...*	
Frutos secos	**1%**
Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...	
Otras frutas	1%
Otras Frutas	**2%**



FUENTE: Mercasa.

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2018

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	(1)	-
MERCALICANTE	237.160	297,2
MERCASTURIAS	71.328	82,1
MERCABADAJOZ	723	0,9
MERCABARNA	2.000.217	1.813,9
MERCABILBAO	225.259	250,2
MERCACÓRDOBA	54.359	52,6
MERCAGALICIA	27.751	34,5
MERCAGRANADA	138.313	132,5
MERCAIRUÑA	27.886	31,3
MERCAJEREZ	37.487	35,1
MERCALASPALMAS	166.931	207,5
MERCALEÓN	16.285	20,1
MERCAMADRID	1.988.782	2.330,4
MERCAMÁLAGA	181.235	214,2
MERCAMURCIA	93.492	102,9
MERCAPALMA	200.020	230,3
MERCASALAMANCA	40.145	39,3
MERCASANTANDER	29.142	34,7
MERCASEVILLA	238.728	270,0
MERCATENERIFE	93.709	120,3
MERCAVALENCIA	267.527	267,1
MERCAZARAGOZA	120.197	127,4
TOTAL RED	**6.256.676**	**6.694,6**

(1) Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en Abril de 2014.

CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 2.604,0 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.679,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 56,9 kilos de consumo y 102,2 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a los tomates (13,2 kilos por persona y año), lo que representa un 23,2% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,1 kilos per cápita y 12,5% del consumo total) y de los pimientos (4,9 kilos per cápita y 8,6% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 3,4 kilos por persona al año (6,0% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,6%, con un total de 21,1 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,4% y un total de 9,6 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,8% del gasto total en hortalizas frescas (9,0 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 7,6% y 7,8 euros por persona.

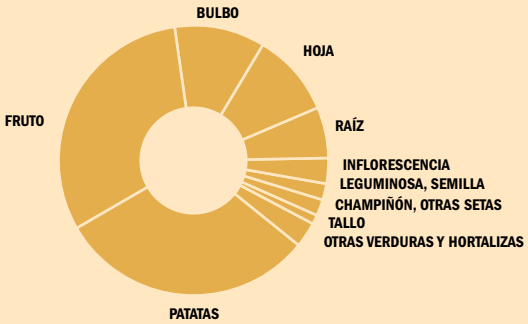


CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	**2.604,0**	**56,9**	**4.679,3**	**102,2**
TOMATES	605,1	13,2	967,7	21,1
CEBOLLAS	325,4	7,1	357,5	7,8
AJOS	36,2	0,8	141,8	3,1
COLES	61,6	1,3	68,3	1,5
PEPINOS	94,3	2,1	122,9	2,7
JUDÍAS VERDES	90,8	2,0	255,8	5,6
PIMIENTOS	224,7	4,9	413,1	9,0
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	62,3	1,4	248,5	5,4
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	155,4	3,4	438,9	9,6
ESPARRAGOS	31,9	0,7	76,9	1,7
VERDURAS DE HOJA	56,6	1,2	133,2	2,9
BERENJENAS	71,9	1,6	107,2	2,3
ZANAHORIAS	148,8	3,3	134,9	2,9
CALABACINES	176,7	3,9	243,2	5,3
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	462,3	10,1	969,6	21,2
BROCOLI	57,5	1,3	88,1	1,9
ALCACHOFAS	64,0	1,4	105,9	2,3
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	305,5	6,7	776,5	17,0

COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2018 (PORCENTAJES)

Patatas	**31%**
Fruto	**31%**
Tomate	18%
Pimiento	6%
Calabacín	3%
Pepino	2%
Berenjena	1%
Otros	1%
Bulbo	**11%**
Cebolla	9%
Puerro	1%
Ajo	1%
Hoja	**10%**
Lechuga	7%
Coles	1%
Acelga	1%
Otros	1%
Raíz	**6%**
Zanahoria	5%
Otros	1%
Inflorescencia	**3%**
Coliflor	1%
Alcachofa	1%
Brócoli	1%
Leguminosa, semilla	**2%**
Judía Verde	2%
Otros	-
Champiñón, otras setas	**2%**
Tallo	**1%**
Espárrago	1%
Otras Verduras y Hortalizas	**3%**
(20% IV y V gama)	



FUENTE: Mercasa.

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

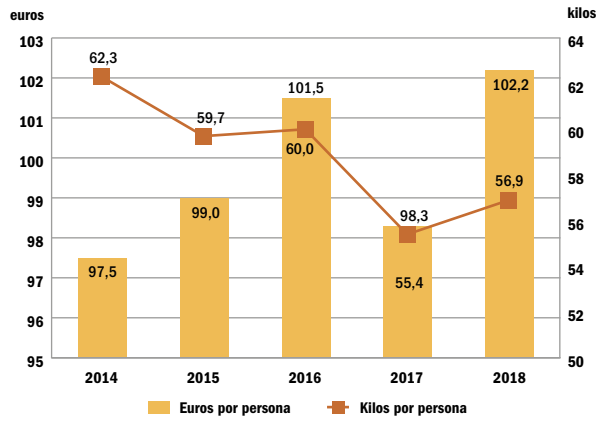
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de hortalizas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de hortalizas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Comunidad Valenciana y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Asturias y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

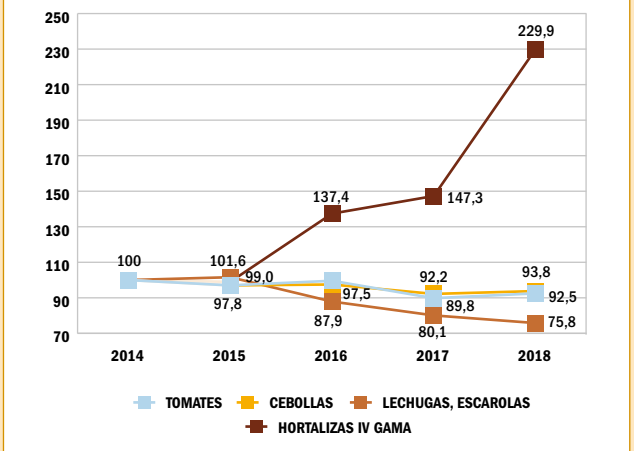
Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha caído 5,4 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 4,7 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2014 (62,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2018 (102,2 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de hortalizas de IV gama aumenta significativamente, mientras que en cebollas, tomates, lechugas, escarolas y endivias se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2014=100), 2014-2018





Ibérica de Patatas

Las vemos nacer y crecer.
Y, claro, al final nos cogen cariño.

Sembrando confianza. Las vemos nacer, utilizando las mejores semillas y siguiendo prácticas de cultivo sostenible. Observamos cómo crecen, frescas, ricas en nutrientes y sanas. Las almacenamos y transportamos en unas condiciones de climatización óptimas. Muestra de ello es que contamos con sistemas internos de control APPCC de seguridad y sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2000. Y, por último, antes de entregarlas al consumidor, las vestimos con las mejores galas. En definitiva, en Ibérica de Patatas hacemos lo imposible para que sigan siendo las mejores patatas. Y es normal. Al final, también nos cogen cariño.



IBÉRICA DE PATATAS, S.L. Mercamadrid, plataforma baja, nave B4 28053 Madrid Tel. 91 785 43 12 Fax: 91 785 46 14 email: ibericapatatas@grupoiberica.com

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS



Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 1.290,2 millones de kilos de patatas y gastaron 1.107,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 28,2 kilos de consumo y 24,2 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (20,5 kilos por persona y año), seguido de las patatas procesadas (1,3 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (1 kilo per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 65,3%, con un total de 15,8 euros por persona, las patatas procesadas el 29,3%, con un total de 7,1 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 4,9% y 1,2 euros por persona. ○

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2018

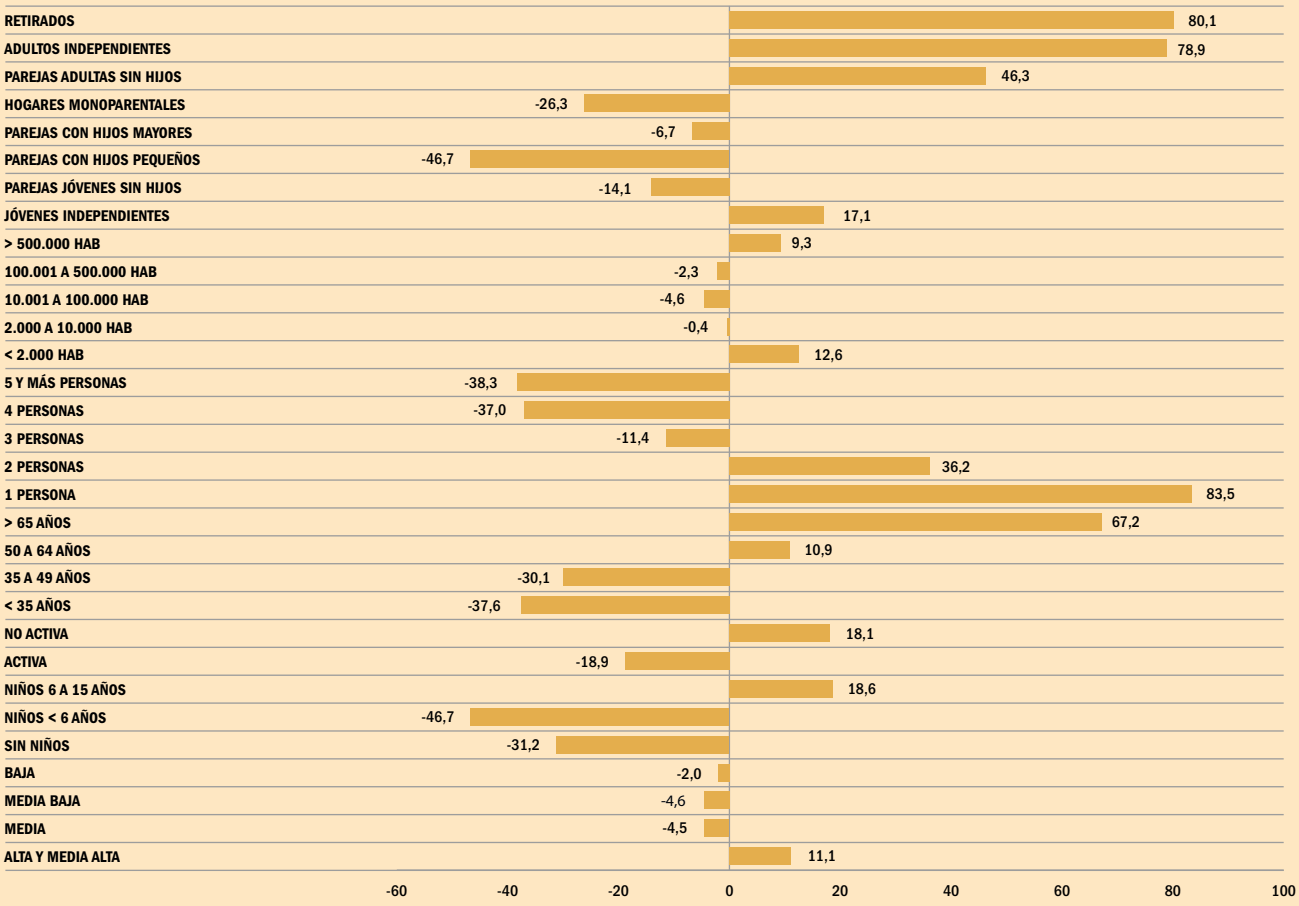
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PATATAS	**1.290,2**	**28,2**	**1.107,8**	**24,2**
PATATAS FRESCAS	937,4	20,5	724,8	15,8
PATATAS CONGELADAS	45,0	1,0	56,3	1,2
PATATAS PROCESADAS	61,5	1,3	326,7	7,1
PATATAS FRITAS	12,9	0,3	79,0	1,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

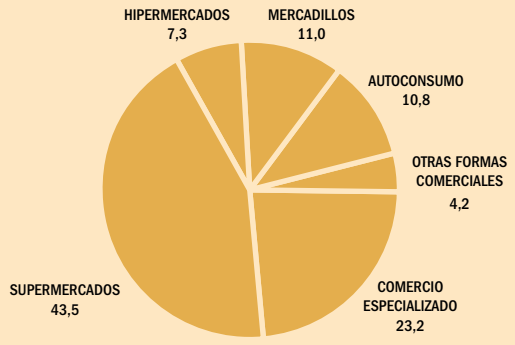
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de patatas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de patatas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de patatas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de patatas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes centros urbanos (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, las parejas jóvenes sin hijos y entre los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Baleares y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Extremadura y La Rioja. ○

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 56,9 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO

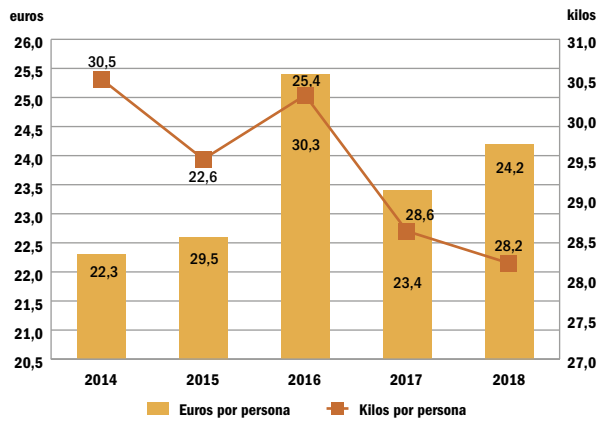


En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (43,5% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 23,2%, mientras que los hipermercados concentran el 7,3%. El autoconsumo, por su parte, supone el 10,8%, mientras que los mercadillos acaparan el 11,0% Las otras formas comerciales representan el 4,2% restante.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de patatas ha descendido 2,3 kilos por persona y año, y el gasto ha crecido 1,9 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2016 (30,3 kilos y 25,4 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PATATAS, 2014-2018

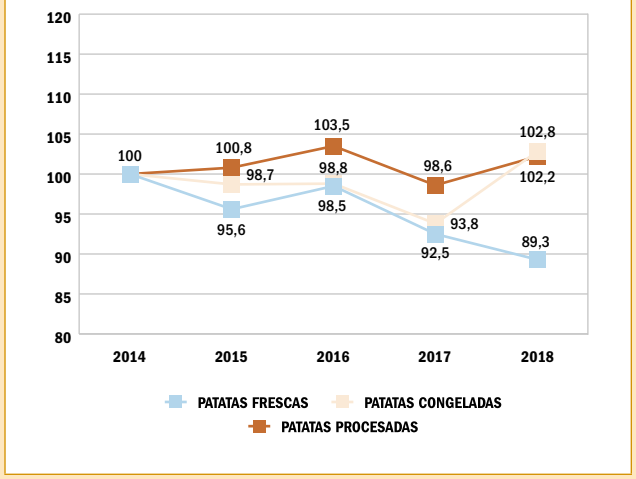




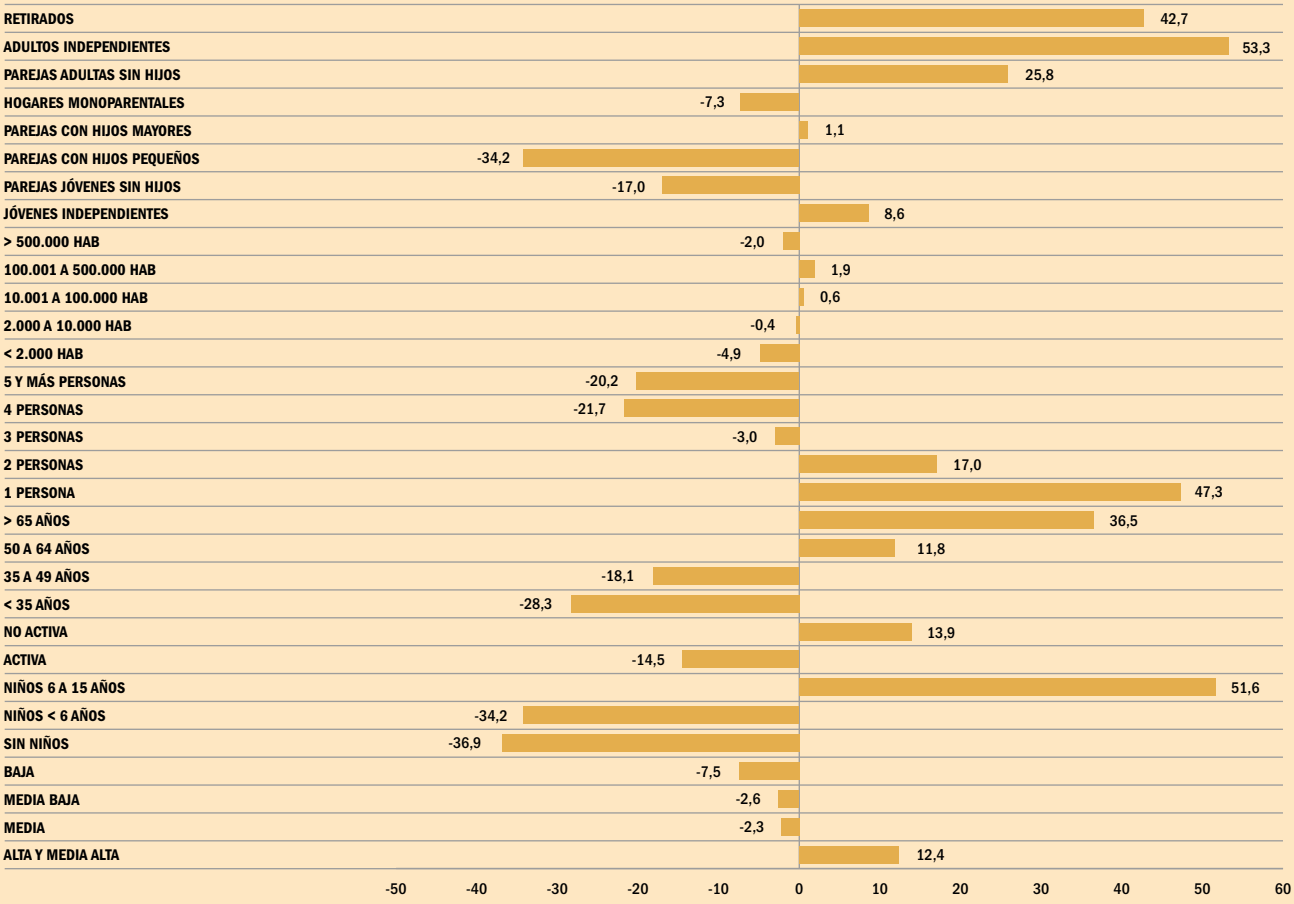


En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de patatas procesadas y patatas congeladas se eleva y, por el contrario, en patatas frescas se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PATATAS (2014=100), 2014-2018

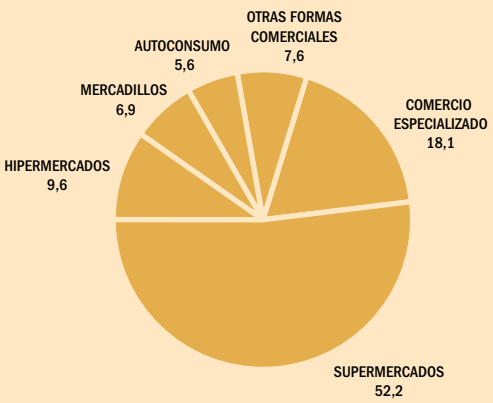


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PATATAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 28,2 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (52,2% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 18,1%, mientras que el hipermercado concentra el 9,6%. El autoconsumo representa un 5,6%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 6,9%. Las otras formas comerciales acaparan el 7,6% restante. ○

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 4.142,6 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 6.383,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 90,5 kilos de consumo y 139,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (23,7 kilos por persona y año), lo que representa un 26,2% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (15,4 kilos per cápita y 17,0% del consumo total), de los plátanos (11,8 kilos per cápita y 13,0% de consumo) y de las manzanas (9,4 kilos per cápita y 10,4% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 17,2%, con un total de 25,4 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 13,3% y un total de 18,6 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, con un porcentaje del 10,5% y 14,7 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 10,2% del gasto total en frutas frescas (14,2 euros por persona).



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	**4.142,6**	**90,5**	**6.383,4**	**139,4**
NARANJAS	780,0	17,0	786,3	17,2
MANDARINAS	259,7	5,7	377,1	8,2
LIMONES	108,7	2,4	194,5	4,2
PLATANOS	538,0	11,8	852,5	18,6
MANZANAS	431,9	9,4	672,5	14,7
PERAS	229,1	5,0	352,7	7,7
MELOCOTONES	140,7	3,1	239,1	5,2
NECTARINAS	82,7	1,8	125,6	2,7
ALBARICOQUES	41,3	0,9	82,0	1,8
FRESAS Y FRESONES	121,2	2,6	333,3	7,3
MELÓN	348,9	7,6	362,3	7,9
SANDÍA	357,9	7,8	286,3	6,3
CIRUELAS	52,2	1,1	103,2	2,3
CEREZAS	61,9	1,4	192,7	4,2
UVAS	86,8	1,9	217,9	4,8
KIWI	127,6	2,8	372,1	8,1
AGUACATE	55,4	1,2	187,0	4,1
PIÑA	87,1	1,9	127,6	2,8
OTRAS FRUTAS FRESCAS	231,6	5,1	518,6	11,3
FRUTAS IV GAMA	193,4	4,2	322,5	7,0

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

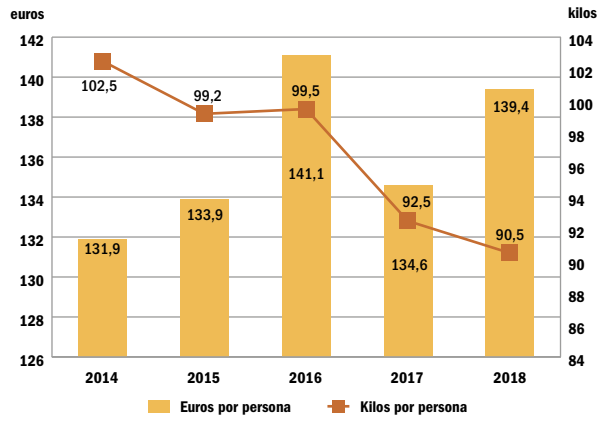
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, País Vasco y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Comunidad Valenciana, Andalucía y Canarias.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

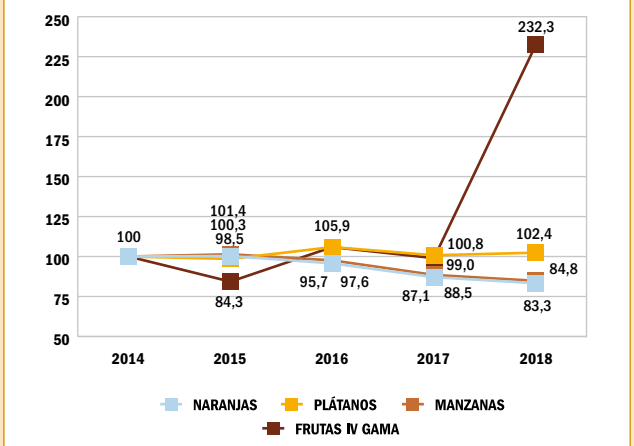
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas ha caído 12 kilos por persona aunque el gasto se ha incrementado en 7,5 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2016 (99,5 kilos y 141,1 euros por consumidor).

En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido bastante pareja en todos los tipos de productos a excepción del notable incremento en las frutas de IV gama. Respecto a la demanda de 2014, en el consumo de manzanas y naranjas se produce un ligero descenso.

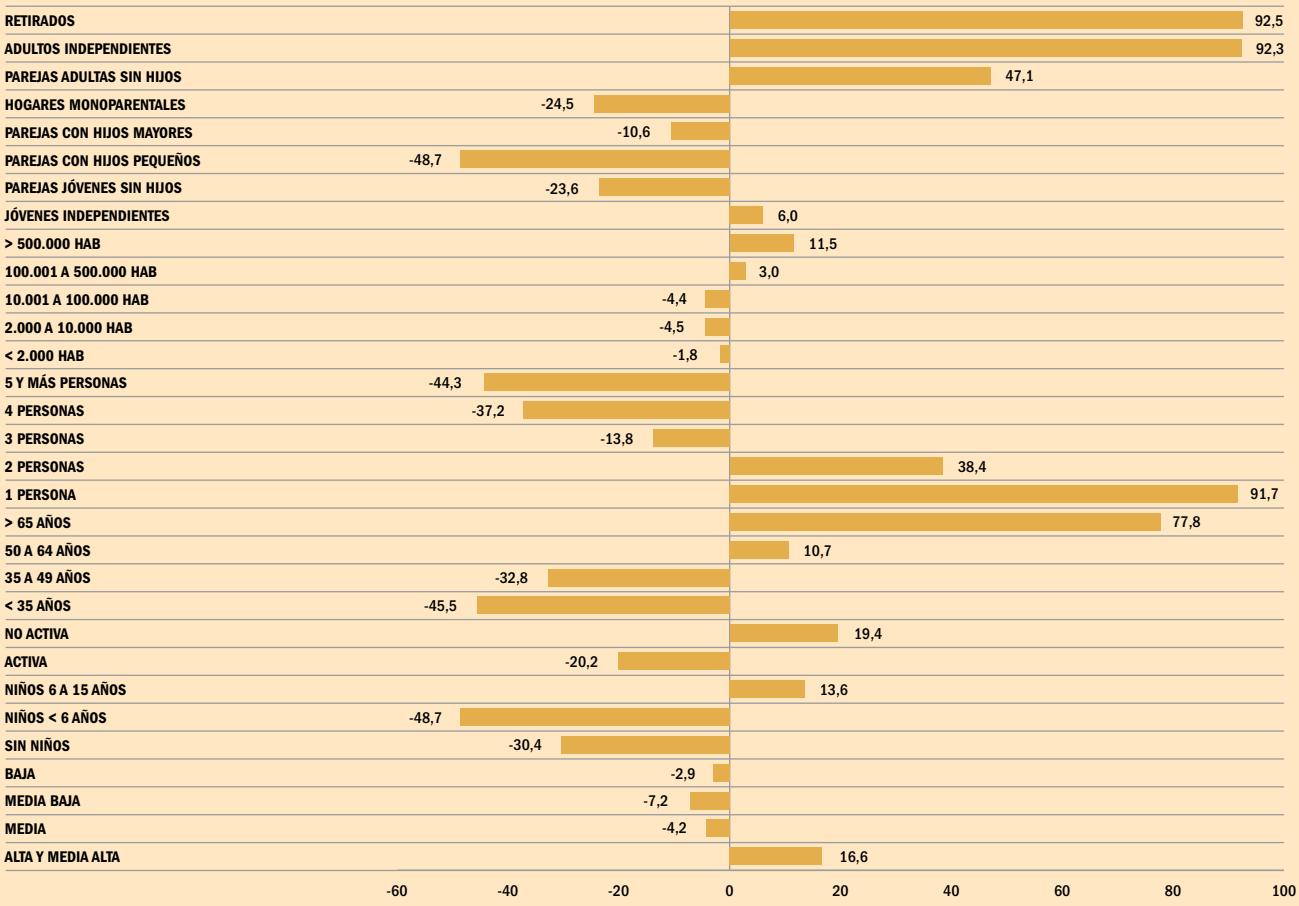
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS FRESCAS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2014=100), 2014-2018

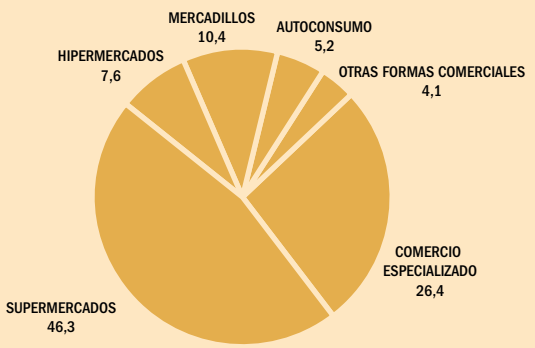


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 90,5 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los supermercados (46,3% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 26,4%, mientras que el hipermercado concentra el 7,6%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 5,2%, mientras que los mercadillos suponen el 10,4%. Las otras formas comerciales representan el 4,1% restante.

PRODUCTOS VEGETALES CONGELADOS

La producción española de productos vegetales congelados llegó durante 2018 hasta las 785.707 toneladas, lo que supone un incremento interanual del 1,4%, mientras que, en el ejercicio anterior, el crecimiento fue de un llamativo 13%. Todos estos datos muestran el buen momento que atraviesa un sector que, en tan solo 10 años, ha incrementado en casi un 70% su producción. Hay que recordar que en 2007 la producción de vegetales congelados de nuestro país apenas se acercaba a las 468.000 toneladas.

El principal producto vegetal congelado es el brócoli, llegando hasta las 163.133 toneladas, lo que supone un incremento del 26% con respecto a las cifras del año precedente, y representa alrededor del 20% de toda la producción de verduras congeladas.

En segundo lugar, aparecen los pimientos congelados, con una producción durante 2018 de más de 101.860 toneladas, que tienen sus mayores mercados fuera de nuestras fronteras. A continuación, se sitúan los guisantes, con una producción que supera las 97.580 toneladas. Estas tres grandes ofertas acaparan más del 60% de toda la producción de vegetales congelados. Menos importancia tienen las producciones de judías verdes, tanto planas como redondas, con 63.340 toneladas y las espinacas, zanahorias, coliflores y cebollas, con cifras de producción entre las 33.000 y las 43.000 toneladas. Por comunidades, las que concentran mayores volúmenes de producción de verduras congeladas son Navarra con un 40% (314.000 toneladas) y Murcia con un 30% (236.000 toneladas); seguidas de Castilla y León, La Rioja, y Extremadura.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos internacionales son los dos rasgos más característicos del sector empresarial de productos vegetales congelados. La Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC) está compuesta por ocho compañías que acaparan el 95% de la producción nacional. Esas 8



empresas tienen 20 fábricas y producen más de 774.000 toneladas, de las que el 64% se exporta. Disponen de una superficie de producción de 40.000 hectáreas y generan 2.000 puestos de trabajo directos y alrededor de 10.000 indirectos. Todas estas cifras convierten a la industria española de verduras congeladas en la segunda más importante del continente, superada tan solo por la de Bélgica.
Las marcas de distribución son completamente hegemónicas en el mercado de verduras congeladas, ya que controlan el 89% del total de ventas en volumen y más del 77% en valor. La principal empresa del sector provee de vegetales congelados a una de las principales cadenas de distribución alimentaria de nuestro país. La principal empresa del sector registra una producción que ronda las 280.000 toneladas anuales, mientras que la segunda se acerca a las 150.000 toneladas y la tercera se sitúa cerca de las 115.000 toneladas. En el segmento de las patatas prefritas, el operador más importante alcanza unas cifras de producción por encima de las 76.000 toneladas. ○



COMERCIO EXTERIOR

El sector español de productos vegetales congelados tiene una fuerte vocación internacional. Las exportaciones representaron durante 2018 el 63,5% del total producido, alcanzando unas ventas de 498.899 toneladas fuera de nuestras fronteras. Los principales mercados de exportación son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania y Reino Unido.
En todo caso, las principales compañías españolas han conseguido diversificar su lista de clientes y, en la actualidad, algunas partidas importantes se dirigen hacia Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí y algunos países asiáticos. Estos nuevos mercados constituyen los nuevos focos de crecimiento y expansión del comercio exterior español de verduras congeladas.
Se estima que el 71% de la toda producción nacional de brócoli se comercializa fuera de nuestras fronteras. Ese porcentaje fue todavía más acusado en el caso de los pimientos congelados, donde se llega hasta el 80%. Por último, alrededor de 44.000 toneladas, cerca del 50% del total producido, de guisantes congelados fueron vendidas en mercados extranjeros. Las importaciones son poco importantes, con excepción de las patatas prefritas y de algunas partidas de materia prima, provenientes sobre todo de China o Perú, que son utilizadas para la preparación de los productos finales. ○

CONSERVAS VEGETALES

Durante 2018 han tendido a consolidarse algunas de las tendencias apuntadas en el ejercicio anterior. Si en aquel año se registró un dinamismo que hacía tiempo que no se veía en el sector, en 2018 se observó una cierta estabilidad y una fuerte competencia para arañar cuotas de venta en las categorías más importantes.
Los segmentos más dinámicos parecen ser las referencias ecológicas, las conservas elaboradas con productos con denominación de origen, las conservas artesanales y las premium.
La producción de conservas vegetales se concentra en Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la Región de Murcia. En esas cinco comunidades se produce alrededor del 70% de todas las conservas vegetales españolas.
La conserva vegetal más importante en términos del volumen comercializado es la del tomate entero y triturado, ya que acapara el 34% de todas las ventas en volumen y en torno al 15% en valor. A bastante distancia aparecen los espárragos, con un porcentaje del 12% en volumen, mientras que en valor llegan hasta el 25%. A continuación, aparecen los champiñones y setas (con cuotas en torno al 9% en volumen y al 10% en valor), el maíz dulce (9% y más del 10,5%), los pimientos (8% y 12%), las judías verdes (6% y 3,5%), los guisantes (5% y 4,3%), las alcachofas (4,6% y 7,9%) y las menestras (2,3% y 1,7%). Todas las otras ofertas tienen una importancia mucho más pequeña, aunque entre ellas se registran casos de gran dinamismo, como puede ser el de la quínoa.
Entre las conservas de frutas, las presentaciones en almíbar acaparan el 87% de todas las ventas en volumen y algo más del 79% en valor. Dentro de las conservas de fruta, la Región de Murcia

aparece como la principal productora, con una gran diferencia. El mercado total de las conservas vegetales en España supera los 570 millones de euros anuales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el sector empresarial de conservas vegetales estaba conformado por un gran número de pequeños y medianos operadores de carácter semiartesanal y con una incidencia local o, como mucho, regional. Esa situación ha ido cambiando durante los últimos años y en la actualidad existen unos pocos y grandes grupos que basan sus estrategias de futuro en la internacionalización y en la irrupción en sectores afines, como el de los platos preparados. Muchos de esos grandes operadores han acometido en los últimos tiempos importantes operaciones de inversión para modernizar y diversificar sus procesos de producción. En total, hay alrededor de 1.300 empresas de conservas vegetales en nuestro país, pero únicamente seis tienen más de 500 empleados. La empresa fabricante y distribuidora de conservas vegetales más importante en España alcanza unas ventas que superan los 310 millones de euros, mientras que la segunda se sitúa en torno a los 205 millones de euros y la tercera se acerca a los 170 millones de euros.

Las marcas de distribución son importantes entre las ofertas más consolidadas de este mercado. Es el caso, por ejemplo, de las conservas de tomate triturado y pelado donde llegan hasta el 80% del total de ventas en volumen y el 74% en valor. En el caso de las conservas de espárragos, esas cuotas rondan el 60% y el 55% respectivamente.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	252,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	209,90
Compre y Compare, S.A. *	203,70
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	189,63
Grupo Helios *	180,40
Hero España, S.A. *	173,73
Coop. Alimentos del Mediterráneo *	171,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	167,09
H.J. Heinz Foods Spain, S.L. *	135,00
Juver Alimentación, S.L. *	123,13

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



COMERCIO EXTERIOR

La balanza del comercio exterior de conservas vegetales es claramente favorable para España, con un saldo positivo de 1.511 millones de euros. Las exportaciones rondaron los 2.750 millones de euros, con un incremento interanual del 5,7%, mientras que las importaciones se situaron en algo menos de 1.240 millones de euros (+4,7%). El 66,3% del valor total de las exportaciones se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, con un 20,5% del valor total exportado y un 25,7% del volumen, Alemania (9,7% 8,8%), Reino Unido (9,2% y 8,9%), Italia, Portugal y Holanda. Dentro de los países no comunitarios, los más destacados son Estados Unidos que, atendiendo al valor exportado, aparece en el segundo lugar agregado (10,9% en valor y 7,5% en volumen); Rusia (2,7% y 2,3%) y Arabia Saudí. En términos generales, puede indicarse que algo más del 70% de todas las exportaciones se dirige únicamente a ocho países de los que seis pertenecen a la Unión Europea.

En el caso de las importaciones, las provenientes de otros países comunitarios tienen un también un peso muy relevante, por encima del 62% del total, lo que, no obstante, resulta un porcentaje algo menor que entre las exportaciones. Dentro de las importaciones intracomunitarias, nuestros principales proveedores son Francia, Holanda, Bélgica, Portugal y Alemania. Entre todos ellos acaparan más de la mitad del valor total de las importaciones de conservas vegetales. Fuera de la Unión Europea, son importantes las partidas provenientes de Perú, China, Turquía, Tailandia, Indonesia y Brasil, con un peso que supera el 25% entre los seis. Les siguen en importancia, aunque con un peso considerablemente menor, Costa Rica, Filipinas y México.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 589,7 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.283,0 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,9 kilos de consumo y 28,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,8 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,1 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 5,2 kilos al año. En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 78,6% del gasto, con un total de 22,0 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,8% y un total de 6,1 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 25,7% del total de los productos hortofrutícolas transformados (7,2 euros per cápita).

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	**589,7**	**12,9**	**1.283,0**	**28,0**
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	447,3	9,8	1.005,4	22,0
GUISANTES	9,8	0,2	23,5	0,5
JUDÍAS VERDES	12,2	0,3	17,9	0,4
PIMIENTOS	16,0	0,3	67,7	1,5
ESPÁRRAGOS	23,7	0,5	129,1	2,8
ALCACHOFAS	9,4	0,2	42,2	0,9
CHAMPIÑONES Y SETAS	17,8	0,4	49,6	1,1
MAÍZ DULCE	17,8	0,4	56,0	1,2
MENESTRA	4,9	0,1	9,4	0,2
TOMATES	239,5	5,2	328,4	7,2
TOMATE FRITO	173,5	3,8	251,4	5,5
TOMATE NATURAL	66,0	1,4	77,0	1,7
TOMATE NATURAL ENTERO	9,1	0,2	12,0	0,3
TOMATE NATURAL TRITURADO	56,8	1,2	65,0	1,4
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	22,2	0,5	57,8	1,3
FRUTA EN CONSERVA	73,9	1,6	224,0	4,9
MERMELADAS, CONFITURAS	29,5	0,6	106,8	2,3
FRUTA ALMÍBAR	38,2	0,8	92,3	2,0
FRUTA ESCARCHADA	0,5	0,0	3,6	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	5,7	0,1	21,3	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	142,4	3,1	277,6	6,1
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	140,6	3,1	269,3	5,9
ESPINACAS	11,6	0,3	19,2	0,4
GUISANTES	24,9	0,5	41,2	0,9
JUDÍA VERDE	29,6	0,6	38,7	0,8
COLIFLOR	4,0	0,1	6,3	0,1
PIMIENTOS	2,1	0,0	4,4	0,1
BRÓCOLI	6,2	0,1	10,2	0,2
MENESTRA	15,9	0,3	28,6	0,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	46,4	1,0	120,6	2,6
FRUTAS CONGELADAS	1,7	0,0	8,3	0,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

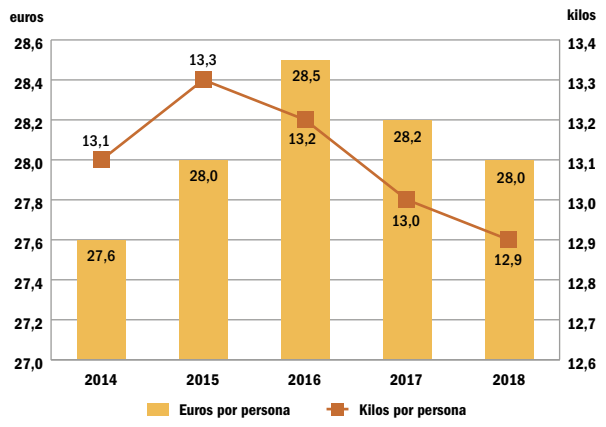
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad comprendida entre 35 y 49 años de edad.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos pequeños (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas jóvenes con hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cantabria y Comunidad de Madrid cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Galicia y La Rioja.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

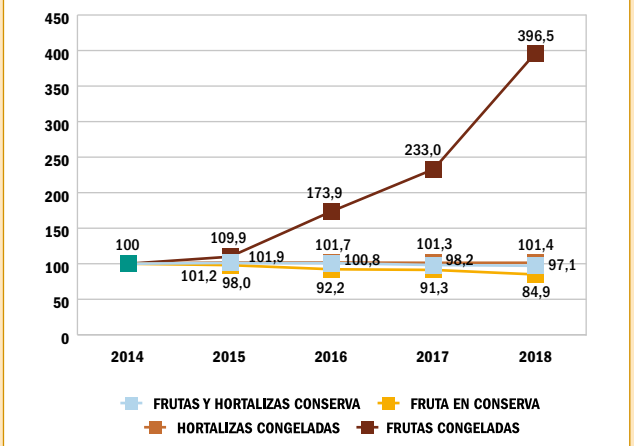
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas ha descendido 0,2 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 0,4 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (13,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (28,5 euros por consumidor).

En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto y especialmente en las frutas congeladas. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de frutas y hortalizas congeladas aumenta, mientras que en frutas y hortalizas en conserva y frutas en conserva se produce un descenso.

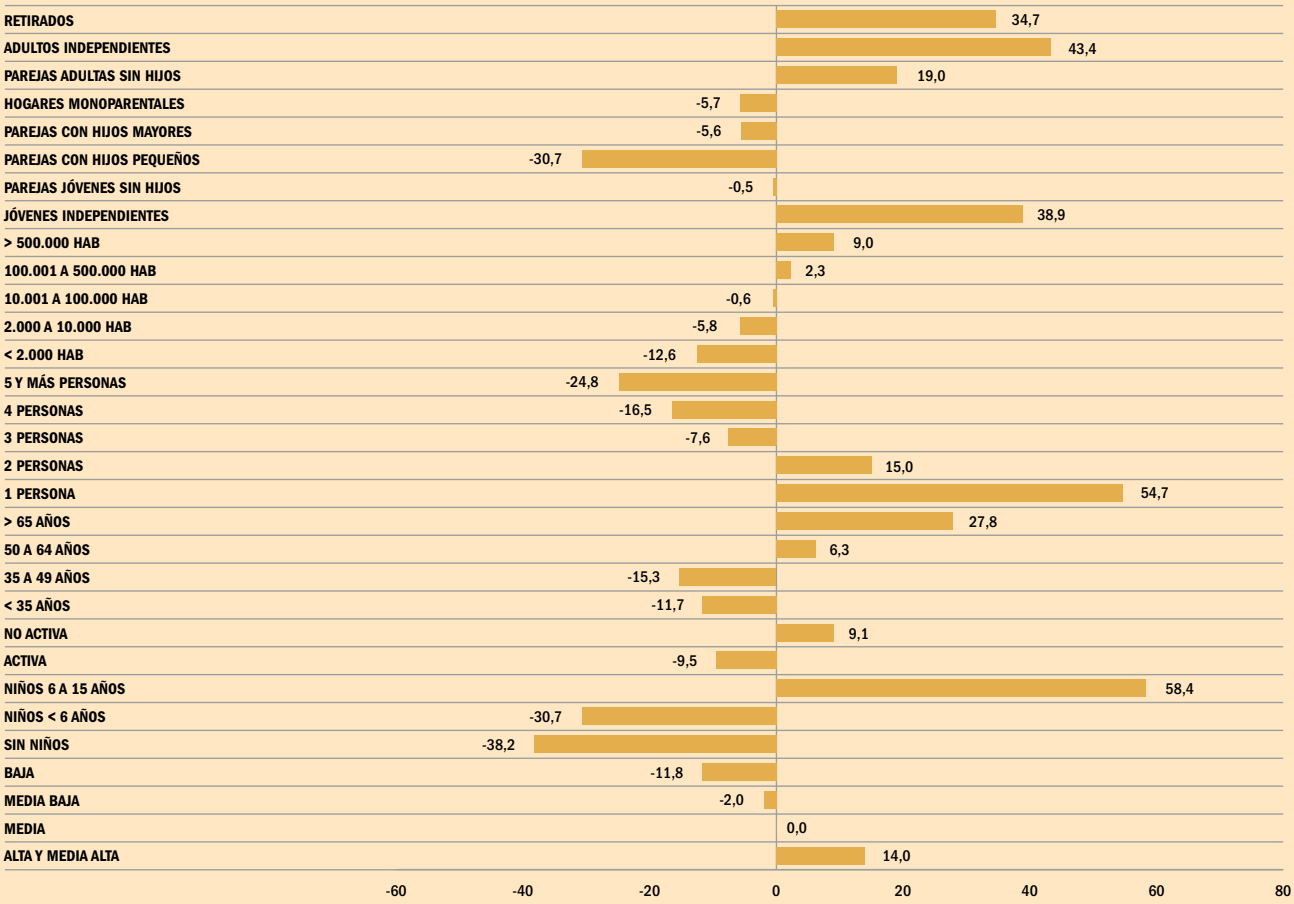
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS (2014=100), 2014-2018

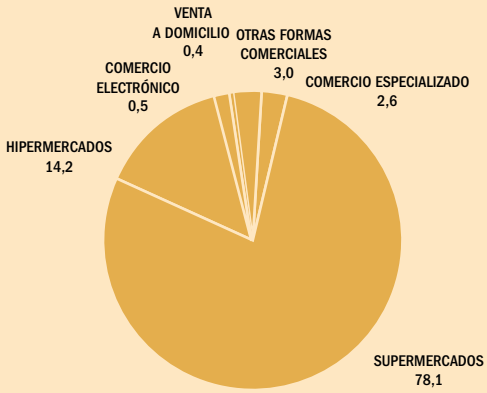


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 12,9 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (78,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,2% y los establecimientos especializados llegan al 2,6%. La venta a domicilio supone el 0,4% y el comercio electrónico el 1,7% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 3,0% restante.

ZUMOS

El mercado de zumos y néctares continúa perdiendo importancia, más en volumen que en valor, debido a que las demandas tienden a concentrarse en las presentaciones de mayor calidad y valor añadido. Este mal comportamiento del mercado es combatido desde la oferta diversificando las presentaciones y apostando por zumos refrigerados, productos ecológicos o bebidas que mezclan zumos de fruta, junto a verduras, especias, cereales o té.

Durante 2018, las ventas en volumen en el mercado nacional se redujeron en un 3,6%, mientras que en valor el descenso fue del 2,1%, quedando en algo menos de 516 millones de kilos y 526 millones de euros. Todas las categorías vieron disminuir sus ventas en volumen, con excepción de los zumos enriquecidos. Las caídas más notables se registraron entre los zumos provenientes de concentrados (-13,5% en volumen y -3,4% en valor). En el extremo opuesto, además de los zumos enriquecidos, aparecen los de frutas y hortalizas, con un incremento del 7,3% en valor. Las presentaciones ambiente perdieron durante el pasado año un 7,7% de sus ventas en volumen y un 5,7% en valor, mientras que las refrigeradas crecieron un 3,7% y un 6,6% respectivamente.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Asociación Española de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS) está integrada por 20 empresas (17 asociadas y 3 miembros afiliados) que representan aproximadamente el 85% de toda la producción nacional. El principal grupo del sector registra una producción de 550 millones de litros (50% con marca propia), con una facturación de unos 500 millones de euros, mientras que el segundo llega a los 523 millones de litros (únicamente el 4% con marca propia) y los 495 millones de euros, el tercero se sitúa en 190 millones de litros (75% con marca propia) y 125 millones de euros, el cuarto ronda los 180 millones de litros (todos con marcas blancas) y los 70 millones de euros y el quinto llega hasta los 150 millones de litros (todos con marcas blancas) y los 85 millones de euros.

Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, aunque su peso es variable en las diferentes ofertas. En términos generales, controlan un 71% de todas las ventas en volumen y algo más del 65,5% en valor, aunque entre los zumos frescos y ambiente esas cuotas superan el 80%.



Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, aunque su peso es variable en las diferentes ofertas. En términos generales, controlan un 71% de todas las ventas en volumen y algo más del 65,5% en valor, aunque entre los zumos frescos y ambiente esas cuotas superan el 80%

PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y MOSTOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Coca-Cola Iberia*	2.900,00
AMC Group Fresh and Juices, S.A. – Grupo *	1.237,00
J. García Carrión, S.A. (JGC) - Grupo *	831,94
Schweppes, S.A. *	534,45
Pepsico Bebidas Iberia *	400,00
Calidad Pascual, S.A.U. - División Bebidas *	215,00
Hero España, S.A. *	173,73
Refresco Iberia, S.A.U. *	144,69
Juver Alimentación, S.L. *	123,13
Go Fruselva, S.L. *	105,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones representan la auténtica válvula de escape del sector, ya que las demandas internas resultan claramente insuficientes. Las grandes empresas productoras y comercializadoras de zumos apuestan cada vez más por la búsqueda de nuevos mercados fuera de nuestras fronteras. Durante 2018 se exportaron 786 millones de litros, por un valor de casi 772 millones de euros. Estas cifras supusieron unos incrementos interanuales del 1,6% en volumen y del 6,3% en valor.

Por su parte, las importaciones superaron ligeramente los 228 millones de litros, con un importantísimo incremento del 24%, mientras que su valor llegó hasta los 267 millones de euros (+0,7%).

Dentro de las exportaciones, la naranja representa el 25% del total en volumen y el 21% en valor, aunque tiende a perder importancia. El mayor dinamismo se registra entre las mezclas que representan ya más del 20% del total y que durante 2018 crecieron un 50% en volumen y un 60% en valor. En el caso de las importaciones, se incrementaron las de zumos de naranja (+14%), que representan el 38% del total. También fueron muy importantes los incrementos de los de manzana y uva (+50%) y de piña (+25%). ○



CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 393,7 millones de litros de zumo y gastaron 420,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 8,6 litros de consumo y 9,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (3,9 litros por persona y año), seguidos de los zumos concentrados, que alcanzan 2,2 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 38,0%, con un total de 3,5 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 19,6% y un total de 1,8 euros por persona al año. ○

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (Litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL ZUMO Y NECTAR	**393,7**	**8,6**	**420,7**	**9,2**
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	71,2	1,6	118,5	2,6
ZUMO CONCENTRADO	100,7	2,2	81,8	1,8
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	17,3	0,4	13,6	0,3
CONCENTRADO MELOCOTÓN Y MEZCLA	25,1	0,5	18,9	0,4
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	17,5	0,4	13,4	0,3
OTROS CONCENTRADOS	40,8	0,9	35,9	0,8
NÉCTARES	179,4	3,9	159,8	3,5
NÉCTAR LIGHT O SIN AZÚCAR	107,6	2,3	92,3	2,0
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,2	0,1	4,0	0,1
RESTO ZUMO Y NÉCTAR	39,2	0,9	56,6	1,2
HORCHATA	32,5	0,7	40,6	0,9
ZUMOS ENRIQUECIDOS	119,4	2,6	103,9	2,3
ENRIQUECIDO CON CALCIO	0,0	0,0	0,0	0,0
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	114,7	2,5	92,1	2,0
ENRIQUECIDO CON CALCIO Y VITAMINAS	0,2	0,0	0,2	0,0
OTROS ZUMOS ENRIQUECIDOS	4,4	0,1	11,6	0,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

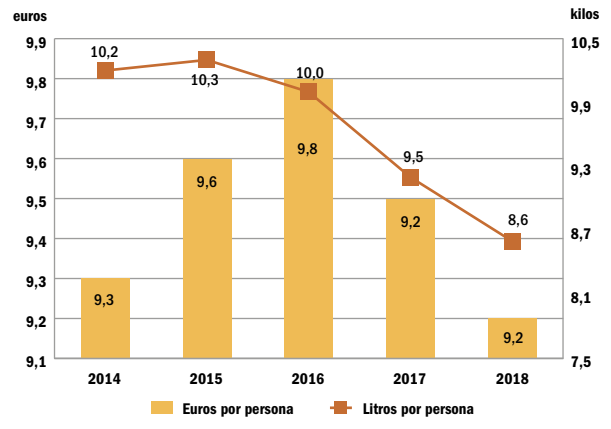
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de zumos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de zumos es mayor.*
- *En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de zumos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de zumos, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas en las que habitan 5 miembros o más.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de la edad de los miembros que componen la pareja, en los hogares monoparentales, y entre los retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, La Rioja y Cantabria.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

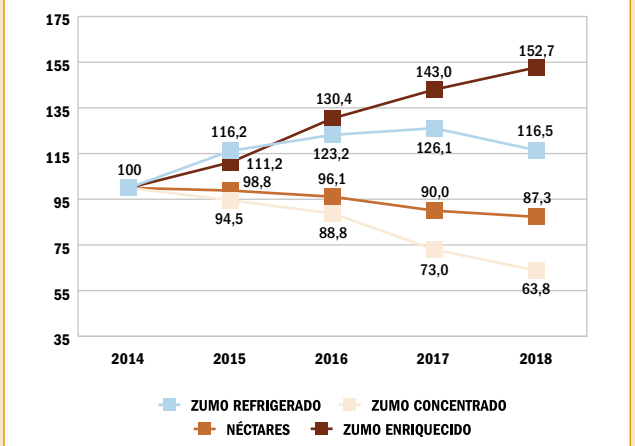
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 1,6 litros por persona y el gasto se ha mantenido estable. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (10,3 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (9,8 euros por consumidor).

En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de zumos refrigerados y zumos enriquecidos aumenta y, por el contrario, en néctares y zumos concentrados se produce un descenso.

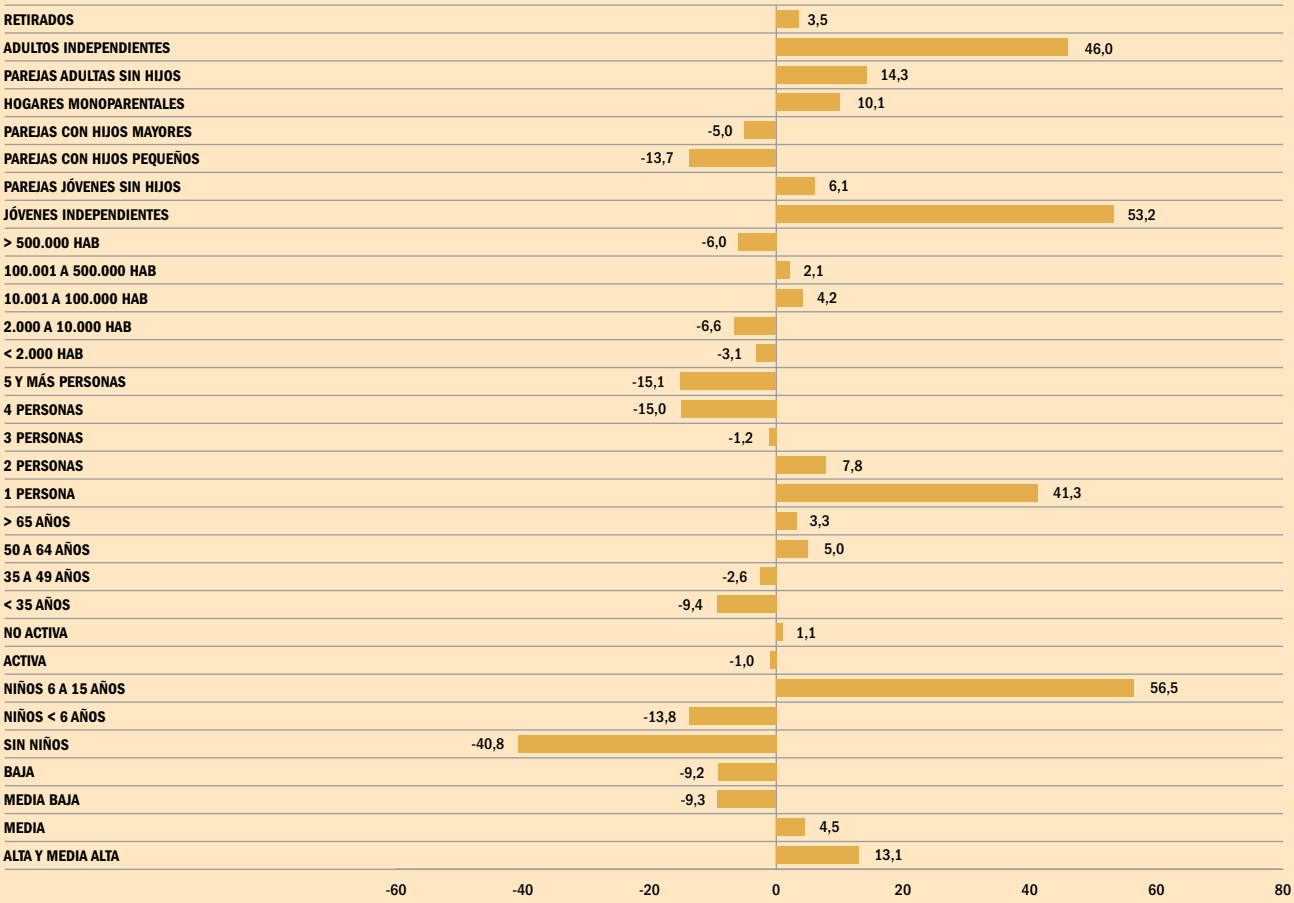
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ZUMO, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ZUMO (2014=100), 2014-2018

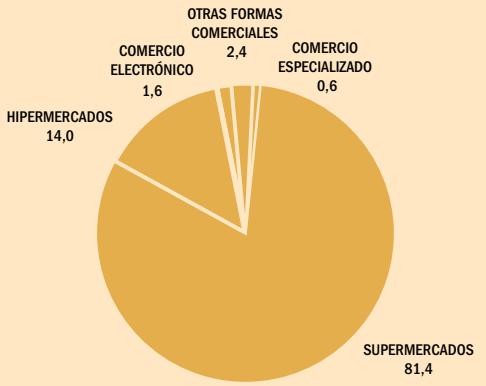


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ZUMO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 8,6 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (81,4% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,0%. Los establecimientos especializados representan el 0,6% y el comercio electrónico el 1,6%. Las otras formas comerciales alcanzan la cuota del 2,4% restante.

PATATAS FRITAS, FRUTOS SECOS Y SNACKS



El mercado español de patatas fritas, frutos secos y snacks muestra, en general, una tendencia positiva, aunque mucho más acusada en los dos últimos segmentos. Las demandas de patatas fritas, frutos secos y snacks se elevaron en un 4,3% durante 2018, hasta alcanzar los 2.400 millones de euros. En el caso de los frutos secos, el crecimiento fue de un 5%, hasta llegar a los 950 millones de euros, lo que representa alrededor del 40% de todo el mercado. Las ventas de snacks rondaron los 800 millones de euros, con una tasa de crecimiento en torno al 4,3%, mientras que el incremento de las ventas de las patatas fritas fue de un más moderado 3%, representante los restantes 650 millones de euros.

Tanto en el caso de los snacks como de las patatas, son las presentaciones de mayor valor añadido, los sabores gourmet y los productos más saludables, las que muestran un dinamismo más notable. Entre los frutos secos, las nueces suponen el producto más importante en términos de valor, seguidas por las pipas, almendras, mezclas, pistachos, cacahuetes, avellanas y anacardos. En el caso de los snacks, los más demandados son los de maíz, seguidos por los gusanitos y las cortezas. Para terminar, puede indicarse que, dentro de las patatas fritas, las tradicionales continúan siendo las más populares, aunque ese lugar es disputado por las de sabores y las artesanas y caseras. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de patatas fritas, frutos secos y snacks está formado por unos 115 operadores. Entre ellos, hay un gran número de sociedades de pequeño tamaño, pero los procesos de concentración son cada vez más acusados. Así, los cinco grupos más importantes controlan casi el 49% de todas las ventas y ese porcentaje se incrementa hasta el 60% en el caso de los diez operadores principales. La presencia entre estos grandes grupos de filiales de enormes compañías multinacionales es bastante significativa. Se estima que el sector genera de forma conjunta unos 20.000 puestos de trabajo.

La importancia de las marcas de distribución no es uniforme dentro del mercado. Su predominio es muy claro en el caso de los frutos secos, donde acaparan más del 78% del total de ventas, pero resultan menos significativas entre las patatas fritas, con una cuota en torno al 40% y, sobre todo, en el caso de los snacks, entre los que apenas controlan el 38% de todas las ventas. La principal empresa de frutos secos y snacks alcanza unas ventas de más de 452 millones de euros anuales, mientras que la segunda supera los 350 millones de euros y la tercera ronda los 245 millones de euros. Las inversiones en comunicación de las empresas del sector son importantes y rondan los 8 millones de euros anuales. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Importaco, S.A. - Grupo *	475,00
Grupo Bimbo *	355,00
Borges Branded Foods, S.L.U. *	271,67
Frit Ravich, S.L.	223,00
Kellogg España, S.L. *	158,00
Almendras Llopis, S.A.	149,37
Pepsico Foods, A.I.E. *	143,70
Grefusa, S.L. *	102,60
Emicela, S.A.*	100,29
Almendras de Andalucía, S.L. *	95,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de patatas fritas, frutos secos y snacks es claramente desfavorable para España. En general, las principales cifras de exportaciones e importaciones se registran entre los frutos secos, mientras que entre los snacks y patatas fritas tienen una importancia mucho menor. Durante el último ejercicio computado las importaciones de frutos secos superaron los 1.260 millones de euros, mientras que las exportaciones rondaron los 741 millones de euros. En ambos casos, se registraron reducciones interanuales en torno al 8%. Entre las patatas fritas, las exportaciones superaron a las importaciones, aunque con cifras mucho menos significativas. Así se vendieron fuera de nuestras fronteras 39.550 toneladas de patatas fritas, por un valor de 528 millones de euros, mientras que ingresaron al mercado español 19.360 toneladas (42,3 millones de euros) fabricadas en el exterior.

Otros países de la Unión Europea son los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de patatas fritas, frutos secos y snacks, con una cuota conjunta del 84% del total. Entre ellos, destacan Alemania, Francia e Italia. Las importaciones provienen mayoritariamente de Estados Unidos, Portugal, China y Argentina. Algunos de los frutos secos más consumidos en España no se cultivan en nuestro país, lo que obliga a recurrir a las importaciones.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 143,3 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1.67,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,1 kilos de consumo y 23,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las nueces (0,6 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,3 kilos per cápita), de las almendras (0,3 kilos per cápita), de los pistachos (0,2 kilos per cápita) y de las avellanas (0,1 kilos per cápita). En términos de gasto, las nueces concentran el 21,9% del gasto, con un total de 5,1 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 13,3% y un total de 3,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 7,7% y 1,8 euros por persona, los cacahuetes, con el 5,1% y 1,2 euros y, finalmente, las avellanas, con el 4,3% del total y 1,0 euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	**143,3**	**3,1**	**1.067,2**	**23,3**
ALMENDRA	11,7	0,3	140,2	3,1
ALMENDRA CON CÁSCARA	5,8	0,1	56,5	1,2
ALMENDRA SIN CÁSCARA	5,9	0,1	83,6	1,8
CACAHUETE	13,1	0,3	55,5	1,2
CACAHUETE CON CÁSCARA	5,6	0,1	21,2	0,5
CACAHUETE SIN CÁSCARA	7,4	0,2	34,4	0,8
NUECES	28,6	0,6	231,3	5,1
NUECES CON CÁSCARA	21,0	0,5	118,8	2,6
NUECES SIN CÁSCARA	7,6	0,2	112,5	2,5
AVELLANA	4,0	0,1	44,7	1,0
PISTACHO	7,1	0,2	84,3	1,8
SURTIDO	13,0	0,3	92,3	2,0
OTROS FRUTOS SECOS	65,9	1,4	418,8	9,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

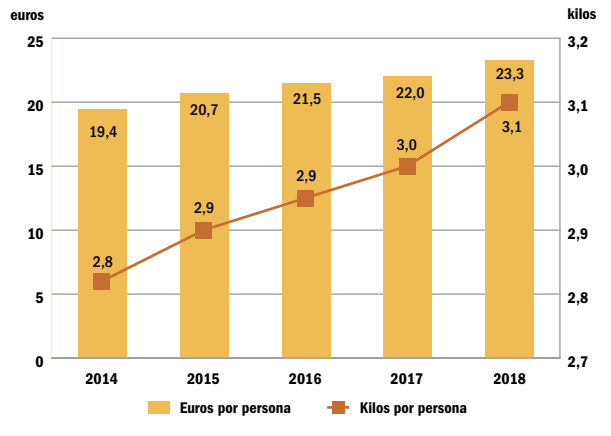
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutos secos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutos secos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutos secos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutos secos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutos secos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Comunidad Valenciana y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Castilla-La Mancha. ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

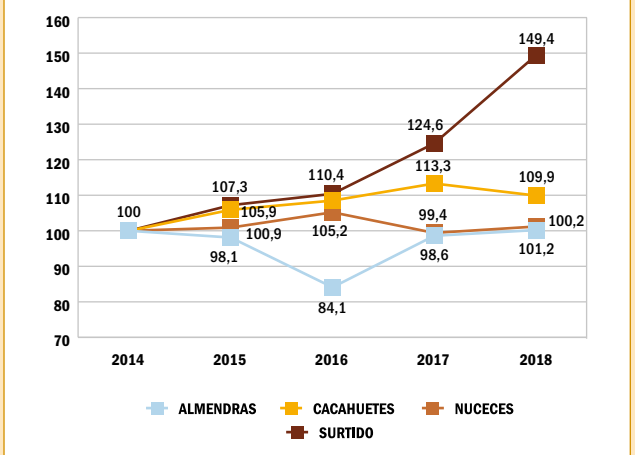
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos ha aumentado 0,3 kilos por persona al año, mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento de 3,9 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2018, con un total de 3,1 kilos y 23,3 euros por consumidor.

En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de surtidos, cacahuetes, almendras y nueces aumenta aunque en distinta cuantía.

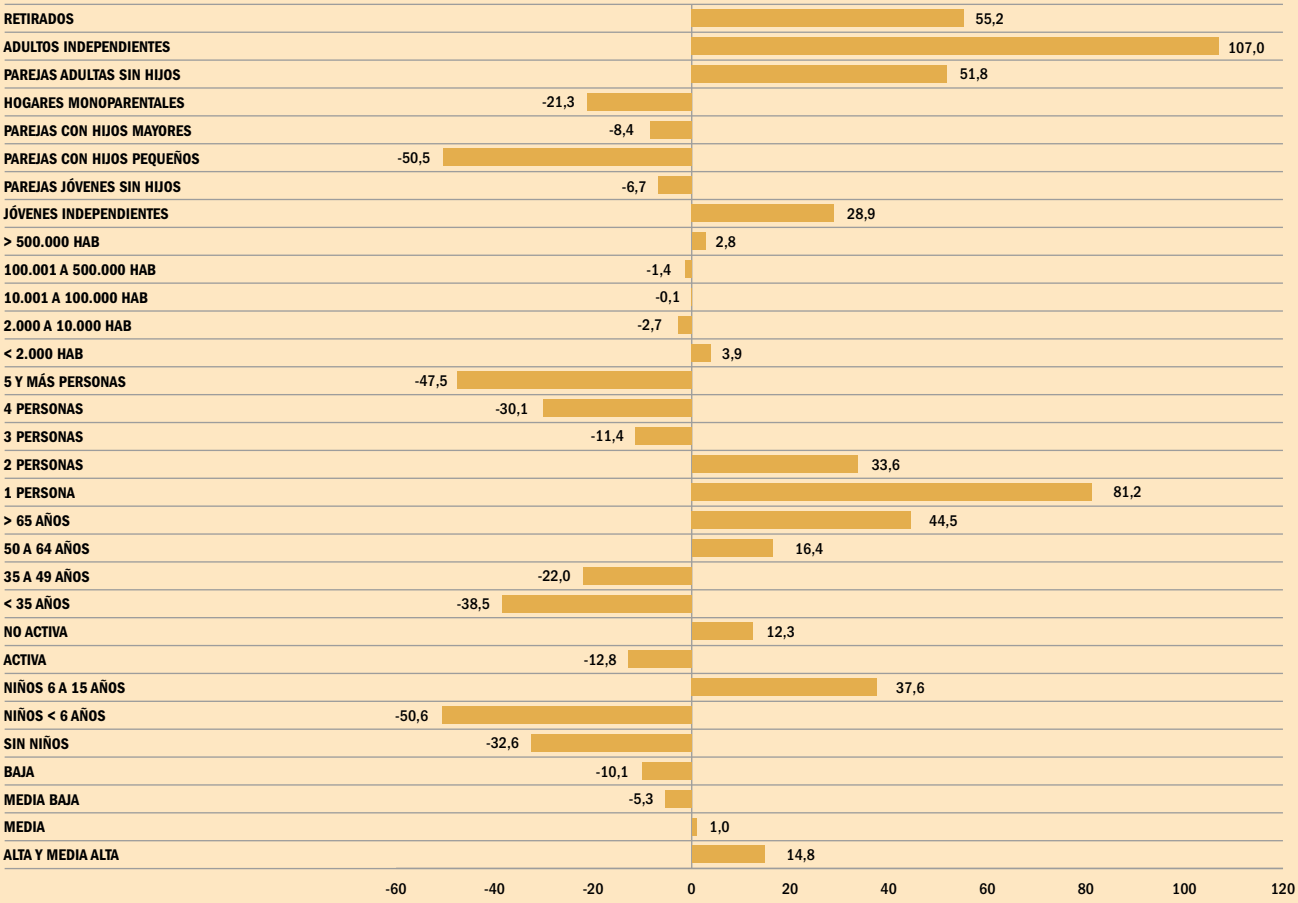
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTOS SECOS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2014=100), 2014-2018

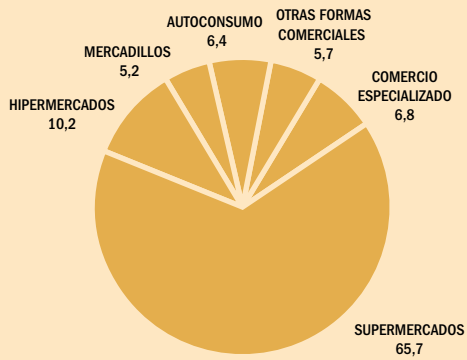


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,1 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (65,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 10,2% y los establecimientos especializados llegan al 6,8%. El autoconsumo representa el 6,4%, mientras que los mercadillos suponen el 5,2%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 5,7%.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA ✪

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- MELOCOTÓN DE CALANDA ✪

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

- FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

- CITRICS SES MARJADES

MARCA GRÁFICA

- TOMÀTIGA DE RAMELLET

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- MANZANA REINETA DEL BIERZO ✪

MARCAS DE CALIDAD

- CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA
- CEREZA DE LAS CADERECHAS
- MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS
- PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PLÁTANO DE CANARIAS

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CEREZA DEL JERTE ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- FRUTALES DE HUESO
- FRUTALES DE PEPITA
- CEREZO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- PERA DE LLEIDA ✪

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- POMA DE GIRONA ✪ (MANZANA DE GIRONA)
- CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE ✪ (CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- CÍTRICOS
- FRUTAS DE PEPITA
- FRUTAS DE HUESO
- PRODUCTOS DE LA VIÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER ✪
- NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÁ ✪
- UVA DE MESA EMBOLSADA DE VINALOPÓ ✪
- GRANADA MOLLAR DE ELCHE ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE ✪
- CÍTRICOS VALENCIANOS ✪

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- CEREZA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CASTAÑA DE GALICIA





LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- PERAS DE RINCÓN DE SOTO ✪

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS
- CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

MARCAS COLECTIVAS

- CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- PERA DE JUMILLA ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- ALMENDRO
- CÍTRICOS
- FRUTALES DE HUESO
- MELÓN Y SANDÍA
- PERAL
- VID

PAÍS VASCO

MARCA DE GARANTÍA

- EUSKAL BASERRI (PROD. HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Cerezas de la Montaña de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Indicación Geográfica Protegida Cerezas de la Montaña de Alicante está constituida por 31 términos municipales del norte de Alicante y otros dos más del sur de la provincia de Valencia. La orografía de la zona es muy accidentada.

CARACTERÍSTICAS: El clima mediterráneo, las condiciones del suelo y las técnicas de cultivo imprimen a las producciones un carácter diferencial. Las cerezas protegidas pertenecen a las variedades Burlat, Tilagua, Planera, Nadal y Picota; como polinizadoras se utilizan las Stark Hardy Geant, Bing y Van. Las cerezas presentan un color brillante, son de gran tamaño y calidad, y tienen un apreciado carácter de producción de primor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.200 cultivadores y la producción media anual es de 1,9 millones de kilos de cerezas, en 2.000 hectáreas protegidas. Están inscritas 20 empresas cooperativas de acondicionamiento, envasado y almacenaje, que comercializan una media anual de 1,7 millones de kilos de IGP, de los que el 33% se destina a la exportación.

Cítricos Valencianos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Las explotaciones agrícolas de las que proceden nuestros cítricos se sitúan a lo largo de todo el litoral de la Comunidad Valenciana, desde Castellón a Alicante, una zona privilegiada para la producción de la naranja, la mandarina y el limón.

CARACTERÍSTICAS: La ideal climatología valenciana, con alternancia de temperaturas, templada durante la noche (que hace que consiga el idóneo índice de acidez y extraordinario color) y cálida durante el día (para que los cítricos obtengan un adecuado azúcar), propicia que los frutos tengan unas cualidades extraordinarias. Las variedades de cítricos autorizadas por la IGP son un total de 47, entre las 27 de mandarinas, 17 de naranjas y 3 de limones, el Fino, el Verna y el Eureka. Todas deben alcanzar unos parámetros de calidad establecidos que afectan tanto a su aspecto externo (defectos, presentación, etc.) como a su calidad interna (porcentaje de zumo e índice de madurez adecuados).

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 45 industrias envasadoras y 3.148 productores, con 11.350 hectáreas en un total de 16.513 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 13,5 millones de kilos.

Cereza del Jerte

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción está en el norte de la provincia de Cáceres, y está constituida por 26 municipios de los Valles de Jerte, La Vera y Ambroz. La superficie total de la zona de producción es de 9.647 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales corresponden a cerezas sin pedúnculo, genéricamente conocidas como picotas; a este grupo pertenecen las Ambrunés, Pico Negro, Pico Colorado y Pico Limón Negro. La denominación también protege a una variedad de cereza con rabo, cuyo nombre es Navalinda. Se clasifican en Primera, Extra y Superextra, con diámetros que van de 21 a 28 milímetros.

DATOS BÁSICOS: La superficie amparada es de 9.647 hectáreas. Los productores inscritos en el Consejo Regulador son 3.668 y hay 5 almacenes. La producción anual es de unos nueve millones de kilos.

Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida está constituida por 10 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: El clima suave y templado y las condiciones especiales del cultivo dotan a este producto de una singularidad extraordinaria. Es muy apreciado por ser un cultivo extratemprano. Las variedades autorizadas son la Fino de Jete y Campas, comercializándose en las categorías Extra y Primera; el porcentaje de peso de la semilla respecto al total no deberá superar el 10%.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita es de 600 hectáreas, en las que se producen una media anual de 8 millones de kilos. En el Consejo Regulador figuran 5 empresas que comercializan algo más de 5 millones de kilos de chirimoyas con Denominación de Origen Protegida, de los que tan sólo un 10% se destina a la exportación.

Clementines de les Terres de l'Ebre (Clementinas de las Tierras del Ebro)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida abarca varios municipios de las comarcas del Baix Ebre y Montsiá, en la provincia de Tarragona. Las condiciones edafoclimáticas específicas de esta zona confieren a estos cítricos un sabor y aroma diferenciados.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son la Clementina Fina, Clementina Hernandina y Clementina Clemenules. Las clementinas producidas en la zona tienen una gran calidad debido al equilibrio y a los buenos niveles de azúcares y ácidos con un índice de madurez superior a 10 y un porcentaje de zumo de más del 40%. La fecha de maduración de los frutos va del 5 de noviembre al 10 de enero.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 300 hectáreas, 22 productores y 5 empresas envasadoras.

Granada Mollar de Elche

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara a 40 municipios de las comarcas alicantinas del Baix Vinalopó, L' Alcantí y Vega Baja con 3.000 hectáreas dedicadas a este cultivo. Estas tierras son ideales para el cultivo de granada mollar de Elche por el privilegiado clima y los suelos fértiles, a orillas del Mediterráneo, que dan como resultado una de las mejores y más valoradas granadas del mundo.

CARACTERÍSTICAS: La granada mollar de Elche es una de las llamadas 'superfrutas' por ser una de las variedades que posee más contenido en antioxidantes, vitaminas y minerales. Destaca por su dulzor particular, tiene un color que puede oscilar desde el crema al rojo intenso y su pepita es blanda.

DATOS BÀSICOS: Se alcanza un volumen de producción que gira alrededor de 50.000 toneladas. Alrededor del 30% de la producción, unas 20.000 toneladas, se destinan al mercado nacional y, de ellas, el 10% son para la industria (zumo). El 70% restante de la producción de granada mollar de Elche es para exportación.

Kaki de la Ribera del Xúquer

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida está integrada por 44 términos municipales de la comarca valenciana de la Ribera del Xúquer. El clima templado y el tipo de terrenos son los idóneos para el cultivo del kaki.

CARACTERÍSTICAS: La variedad adscrita a la DOP es la denominada Rojo Brillante. Se caracteriza por ofrecer un fruto de forma oblonga y color rojo-anaranjado al concluir la maduración. El tamaño final del fruto es bastante variable en función de la cantidad de unidades por árbol. El arranque del fruto, siempre manual, comienza a primeros de octubre y finaliza en los últimos días de noviembre.

DATOS BÁSICOS: El número de agricultores inscritos asciende a 1.100, el de hectáreas a 1.040 y existen 21 empresas de comercialización. La producción media alcanza los 40 millones de kilos, de los que la DOP ampara algo más de 16 millones de kilos anuales. Del total amparado, algo más del 65% se destina a la exportación.

Melocotón de Calanda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona tradicional de cultivo engloba 45 municipios ubicados en la parte suroriental de la depresión del Ebro, entre las provincias aragonesas de Zaragoza y Teruel.

CARACTERÍSTICAS: Los melocotones amparados por la DOP Melocotón de Calanda son de la variedad autóctona del Bajo Aragón "Amarillo tardío de Calanda" y sus clones seleccionados Jesca, Calante y Evaisa, producidos con la técnica del embolsado. El producto presenta una coloración externa amarillo paja con ligeros puntos o estrías rojas, con la carne adherida al hueso y un calibre mínimo de 73 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 1.309 hectáreas de cultivo, 800 agricultores y 31 empresas, con una producción media anual de 35 millones de kilos de melocotón, de los que cerca de 2,6 millones se comercializan con DOP. Su presencia en los mercados se prolonga hasta el final de campaña.

Manzana Reineta del Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se localiza en la comarca del Bierzo, al noroeste de León. Las manzanas reinetas producidas en esta zona poseen una gran dureza y un equilibrio entre acidez y dulzor muy característico.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzanas protegidas por la Denominación son la Reineta Blanca y la Reineta Gris. Las manzanas tienen un olor y aroma característicos de intensidad media, mezcla de olores y aromas nasales a ácido, hierba, manzana madura y vainilla.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 197 hectáreas, en las que se producen 5,5 millones de kilos. Se comercializan con la DOP, por 5 empresas de la provincia de León, una media de 3,7 millones de kilos al año.

Pera de Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los terrenos correspondientes al término municipal de Jumilla, ubicados en la provincia de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: De pulpa blanca y jugosa, de sabor muy dulce y azucarado y ligeramente perfumadas. Es de color amarillo sobre fondo verde, con chapa rojiza en la cara soleada. Se comercializan en categoría Extra con diámetro superior a 58 milímetros y categoría Primera con un diámetro mayor a 52 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida están inscritos 100 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 6,5 millones de kilos, que son comercializados por 8 empresas envasadoras.

Nísperos de Callosa d'En Sarrià

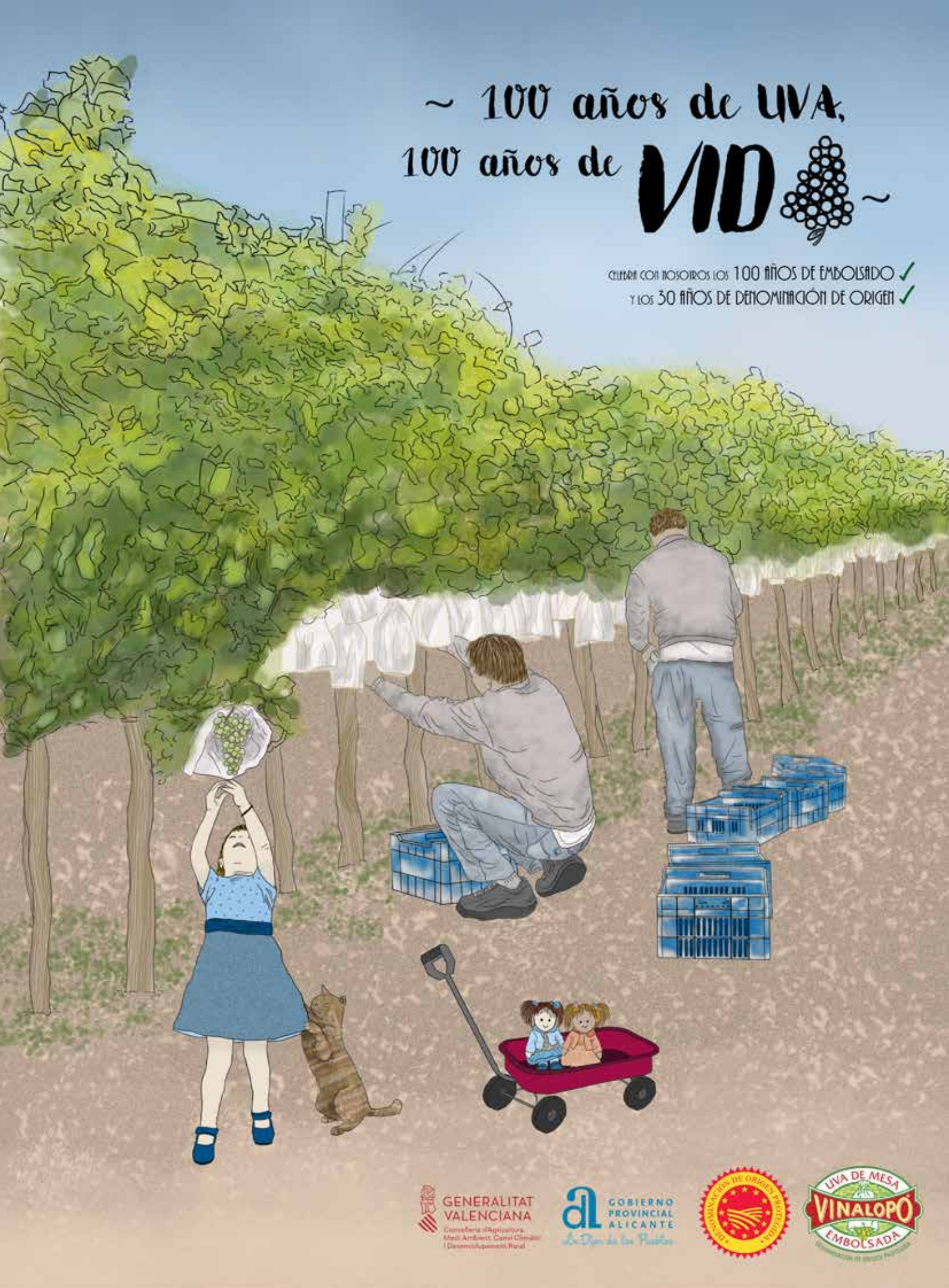
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica amparada por la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'En Sarrià está constituida por 18 términos municipales de las comarcas de la Marina Baja y Valle del Algar-Guadalest, situadas en el nordeste de la provincia de Alicante.

CARACTERÍSTICAS: Los nísperos se cultivan en suelos formados por tierras de aluvión, calizas de origen marino y sedimentos en fase de transición. Existen tres variedades principales: Algar y familia, Golden y Magdall. Sólo se comercializan con la etiqueta de DOP las categorías Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: La producción media anual es de unos 13 millones de kilos que se cultivan en 1.600 hectáreas. En el Consejo Regulador figuran inscritas 2 empresas y 1.400 productores. Se comercializan 10 millones de kilos al año, de los-que el 75% se destina al exterior.




~ 100 años de UVA,
100 años de VID ~
CELEBRA CON NOSOTROS LOS 100 AÑOS DE EMBOLSADO ✓
Y LOS 30 AÑOS DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN ✓
GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural
GOBIERNO PROVINCIAL ALICANTE
La Diputación de los Pueblos
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA
UVA DE MESA
VINALOPÓ
EMBOLSADA

Peras de Rincón de Soto

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida por esta Denominación abarca una extensión de 1.145 Has distribuidas en 27 municipios de Rioja Baja y Rioja Media.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son Blanquilla y Conferencia. Su carne es fundente y jugosa, destacando por su alto contenido en azúcar que les da su sabor característico. También supone un gran aporte de vitaminas, fibra y sobre todo calcio. Los rigurosos controles del Consejo Regulador aseguran el origen y el cumplimiento de los numerosos parámetros de calidad recogidos en su reglamento para que el consumidor disfrute de una fruta como la de antes.

DATOS BÁSICOS: Es la D.O.P. de peras más antigua de España. Están acogidas 1.145 Ha y 22 empresas comercializadoras. La producción anual es de 23 millones de kilos, de los que se comercializan aproximadamente 14 millones. Su principal mercado es el español, exportándose aproximadamente un 5% de la producción.



Pera de Lleida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las peras de Lleida comprende toda la comarca del Pla d'Urgell y algunos municipios de las comarcas de Les Garrigues, La Noguera, El Segria y l'Urgell. Las particularidades del entorno natural de la zona repercuten en las singulares características de estas peras.

CARACTERÍSTICAS: La DOP protege el fruto de la especie *Pyrus communis L.,* procedente de las variedades Limonera, Blanquilla y Conference, de las categorías Extra y Primera, destinado a consumo en fresco. Presentan un gusto característico debido a su alto nivel de azúcares, jugosidad y flavor y aromas. En el caso de la variedad Conference otro aspecto diferencial es el tipo de *russeting,* menos uniforme y más rústico, y su forma más redondeada. Todos estos aspectos diferenciales dotan a las peras de Lleida de unas cualidades organolépticas claramente diferenciables y apreciadas por el consumidor que garantizan su mayor satisfacción.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 580 hectáreas, 230 productores y 3 empresas envasadoras.

Poma de Girona (Manzana de Girona)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La mayor parte se obtiene en las fértiles llanuras colindantes a las vegas de los ríos Ter, Fluviá y Muga, en las comarcas del Alt y Baix Empordà, pero también existe producción en las comarcas del Gironés, La Selva y el Pla de l'Estany.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzana protegidas por esta IGP son las del grupo Granny Smith, Golden, Red Delicious y Gala. Las manzanas se presentan en dos categorías comerciales: Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos aproximadamente 1.400 hectáreas, 70 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 50 millones de kilos de Manzana de Girona, de los cuáles 15 millones con IGP Poma de Girona

Plátano de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción es el archipiélago de las islas Canarias y está constituida por terrenos agrarios por debajo de 500 m. sobre el nivel del mar. El archipiélago de las Canarias está formado por siete islas principales: El Hierro, La Gomera, La Palma, Tenerife, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote. El proceso de maduración y envasado de los plátanos amparados por la IGP Plátano de Canarias se podrá realizar fuera de la zona geográfica de producción.

CARACTERÍSTICAS: De forma oblonga, con una marcada curvatura, estrechándose en su parte de unión con el raquis. El calibrado es obligatorio por la longitud del fruto y el grosor, siendo 14 cm. y 27 mm. respectivamente. Mientras que las tonalidades de la pulpa van del blanco marfil al amarillo pasando por el crema, su piel varía desde el verde en el momento de la recolección al amarillo en el momento del consumo. Sin embargo es la presencia de motitas en la piel de los plátanos de Canarias lo que se ha convertido en una señal de identidad y una de las formas en la que los consumidores reconocen el producto. Estas motitas se deben a la gran actividad de las enzimas polifenoloxidasa y peroxidasa que catalizan reacciones de oxidación relacionadas con el pardeamiento de la piel. Esta característica se manifiesta en el proceso de maduración con la aparición de motitas pardas en la piel, o con mayor susceptibilidad a las rozaduras, en ningún caso esto es indicativo de problemas de calidad en la pulpa. El sabor del plátano canario es dulce por su alto contenido en azúcares.

DATOS BÁSICOS: En el año 2011 se comercializaron 350 millones de kilogramos de plátanos canarios, destinando el 99% al mercado español. Sin embargo, al ser muy reciente la aprobación de esta IGP (cuenta con la Protección Nacional Transitoria), todavía no se están comercializando bajo la Indicación Geográfica Protegida. Sin embargo, aspira a amparar en un futuro a toda la producción de plátanos de las islas Canarias.



Uvas de Espuña

PROTECCIÓN NACIONAL

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de uvas amparadas por la DOP Uvas de Espuña se extiende por una superficie de cultivo de 453 hectáreas en los términos municipales de Alhama de Murcia, Totana y Aledo en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La uva de Espuña es el fruto de la especie *Vitis vinífera,* procedente de la variedad Dominga, que se caracteriza por ser una uva blanca con semilla y de estación tardía. El racimo es grande, de medio kilo a tres kilos, llegando incluso a cinco kilos en algunos casos. Los frutos son gruesos, pesando de seis a ocho gramos y con dos tonos de color: uno amarillo verdoso y otro amarillo rojizo. La pulpa es de consistencia media, crujiente, de sabor fresco y medianamente azucarado y muestra diferentes grados de acidez dependiendo del tiempo de maduración.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 280 agricultores y cinco empresas comercializadoras que producen una media anual de 15 millones de kilos de uvas con DOP.

Uva de Mesa Embolsada Vinalopó

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca la parte centro-occidental de la provincia de Alicante, e integra las poblaciones de Agost, Aspe, Hondón de los Frailes, Hondón de las Nieves, Monforte del Cid, Novelda y La Romana.

CARACTERÍSTICAS: Existen dos variedades: Ideal, que se recolecta de septiembre a noviembre, y Aledo, más tardía, que se recolecta de noviembre a enero. Su carácter peculiar responde a la técnica del embolsado en el campo, antes de que la uva empiece a madurar durante los meses de junio y julio. Este sistema es único en el mundo. A partir de ese momento la maduración es más lenta y se consigue un sabor más completo, así como el color y el tamaño más uniformes. Cada año se colocan 160 millones de bolsas entre junio y julio.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 2.200 hectáreas y el número de instalaciones registradas es de 21. La producción media anual se sitúa en 49,8 millones de kilos, de los que se exportan 4,85 millones de kilos.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR ✪
- TOMATE DE LA CAÑADA ✪

ARAGÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- CEBOLLA FUENTES DE EBRO ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

- BORRAJA

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- PATATA
- TOMATE
- PUERRO
- PIMIENTO DE BLA

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS ✪
- BERENJENA DE ALMAGRO ✪
- MELÓN DE LA MANCHA ✪

MARCA DE CALIDAD

- CEBOLLA DE LA MANCHA

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PIMIENTO ASADO DEL BIERZO ✪
- PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE ✪

MARCAS DE CALIDAD

- LECHUGA DE MEDINA
- SETAS DE CASTILLA Y LEÓN
- CASTAÑA DEL BIERZO
- AJO DE VALLELADO
- ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
*****Protección Nacional Transitoria*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

CATALUÑA

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CALÇOT DE VALLS ✪
- PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- PRODUCTOS HORTÍCOLAS

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- CHUFA DE VALENCIA ✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- ALCACHOFA DE BENICARLÓ ✪

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- PIMIENTO SOL DEL PILAR
- TOMATA DE PEINAR

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
- MAÍZ
- BROCOLI
- PUERRO
- ESPÁRRAGO

GALICIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PEMENTO DE HERBÓN ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- GRELOS DE GALICIA ✪
- PATACA DE GALICIA ✪ (PATATA DE GALICIA)
- PEMENTO DA ARNOIA ✪
- PEMENTO DE OÍMBRA ✪
- PEMENTO DO COUTO ✪
- PEMENTO DE MOUGÁN ✪



LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- COLIFLOR DE CALAHORRA ✪
- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪
- PIMIENTO RIOJANO ✪

MARCAS DE GARANTÍA

- CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA ✪
- ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- AJO BLANCO DE CHINCHÓN
- ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ
- HORTALIZAS DE MADRID
- MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- APIO
- BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES
- ESCAROLA
- LECHUGA
- MELÓN Y SANDÍA
- PIMIENTO DE INVERNADERO
- PIMIENTO PARA PIMENTÓN
- TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- ALCACHOFA DE TUDELA ✪
- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪

PAÍS VASCO

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- GERNIKAKO PIPERRA ✪ (PIMIENTO DE GERNIKA)

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)
- IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)
- EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)
- EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)
- GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) ✪

MARCA DE GARANTÍA

- EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

Ajo Morado de Las Pedroñeras

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, manipulación y envasado se localiza en 6.000 hectáreas de 227 localidades pertenecientes a las comarcas de La Mancha, Mancha Alta, Mancha Baja, Manchuela y Centro, todas ellas de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado protege los bulbos de la especie *Allium sativum L.,* del ecotipo autóctono "Morado de Las Pedroñeras". El bulbo o cabeza del Ajo Morado de Las Pedroñeras tiene forma esférica o redonda y tamaño medio. Los dientes son de tamaño pequeño/medio, con forma de cruasán y carne de color blanco-amarillento. Presenta un fuerte olor y un gusto picante y estimulante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 2.000 hectáreas y 15 empresas comercializadoras.

Alcachofa de Benicarló

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Alcachofa de Benicarló ampara la producción de alcachofas en la comarca norte de la provincia de Castellón, conocida como el Baix Maestrat; en los términos municipales de Benicarló, Cálig, Peñíscola y Vinarós.

CARACTERÍSTICAS: Los terrenos de cultivo, con pendientes medias inferiores al 5%, están prácticamente a nivel del mar, aunque en las zonas periféricas del interior hay una cierta elevación. Ello da lugar a un microclima especial que hace que la variedad cultivada, la Blanca de Tudela en sus categorías Extra y Primera, adquiera una gran calidad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritos unos 83 agricultores, 8 empresas comercializadoras en fresco y 7 industrias elaboradoras. La superficie protegida asciende a 361 hectáreas y la producción media anual ronda los 1,3 millones de kilos, de los cuales se comercializan bajo el marchamo de la denominación 370.000 kilos en fresco y 310.000 en conserva.

Alcachofa de Tudela

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de cultivo se extiende por 33 localidades de la Ribera de Navarra que constituyen el área de producción establecida, dentro de la Comunidad Foral.

CARACTERÍSTICAS: La alcachofa de Tudela es conocida como la flor de la huerta de Navarra y únicamente se cultiva la variedad Blanca de Tudela, que se distingue por ser más redondeada y por tener un orificio circular en la parte superior. Las producciones se destinan tanto al mercado en fresco como a conservas, comercializándose en fresco con o sin tallo y en conserva enteras o en mitades. La alcachofa de Tudela es un producto natural que contiene sales de calcio y de potasio, minerales como hierro y fósforo, vitaminas y cinarina.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 427 hectáreas de cultivo, 84 agricultores, 8 comercializadores y 7 industrias elaboradoras. La producción media anual es de 1,6 millones de kilos, de los que el último año se certificaron 153.000 en fresco y 466.000 en conserva.

Berenjena de Almagro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara una zona de producción y elaboración localizada en Ciudad Real, en los términos municipales de Aldea del Rey, Almagro, Bolaños, Calzada de Calatrava, Granátula de Calatrava y Valenzuela de Calatrava.

CARACTERÍSTICAS: La berenjena de Almagro es la de mejor calidad entre las variedades de la especie *Solanum melongena,* y se cultiva con métodos tradicionales. En el proceso de elaboración se cuece, fermenta, aliña y envasa con todas las garantías. Las presentaciones comerciales amparadas son: aliñadas, embuchadas con pimiento natural, embuchadas con pasta de pimiento y troceadas.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 47 hectáreas, todas sembradas, y 35 agricultores. La producción de berenjena en conserva protegida es de 2,5 millones de kilos anuales. Las 5 empresas inscritas comercializan 1,8 millones de kilos al año con la Indicación Geográfica Protegida.

Calçot de Valls

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida Calçot de Valls ampara una zona de producción constituida por terrenos de los términos municipales de las comarcas de l'Alt Camp, Baix Camp, Tarragonés y el Baix Penedès, todas ellas en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los calçots protegidos pertenecen a la variedad de cebolla blanca Grande Tardía de Lleida. El proceso consta de siembra de semillas, trasplante de plantel y de la cebolla, trabajos de cultivo específicos y recolección. Para su venta el calçot ha de alcanzar una altura de pierna blanca de 15 a 25 centímetros y un diámetro, medido a 5 centímetros de la raíz, de entre 1,7 y 2,5 centímetros.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 50 plantaciones y 3 empresas comercializadoras, con una producción de 1 millón de kilos de Calçot de Valls al año.

Cebolla Fuentes de Ebro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La DO se extiende entre los ríos Ginel y Ebro, ubicada en los términos municipales de Fuentes de Ebro, Mediana de Aragón, Osera de Ebro, Pinta de Ebro, Quinto y Villafranca de Ebro, que forman una unidad homogénea en todas sus características. Con una superficie total de 150 hectáreas, la zona de elaboración, almacenamiento y envasado coincide con la zona de producción.

CARACTERÍSTICAS: Tiene el cuello grueso, con un aspecto externo blanco-paja, aunque en el caso de la cebolla temprana el color será blanco verdoso, el color interno será blanco. Sus aspectos organolépticos son variados: de sabor suave y escaso picor, con capas interiores muy tiernas y suculentas. Su consumo más habitual es en fresco, desde los meses de julio hasta diciembre.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay inscritos 20 productores especializados en este cultivo y cuatro empresas comercializadoras. Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado. Se estima una producción de entre 40.000 y 50.000 kilos por cada hectárea cultivada.

Chufa de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de chufa de 550 hectáreas de 19 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

CARACTERÍSTICAS: La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata. Este refresco posee apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

DATOS BÁSICOS: La producción de chufa seca asciende a unas 4.500 Tm de chufa, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 360 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 37 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama, Pradejón, Quel y Rincón de Soto.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades elegidas, el clima y el suelo son tres factores fundamentales que se conjugan en La Rioja para conseguir un producto de máxima calidad. La coliflor protegida tiene un índice de compacidad superior al 0,5, de color blanco a blanco cremoso en función de la variedad, con ausencia de granilosidad y de hojas verdes turgentes y bien formadas. Su diámetro mínimo es de 11 cm.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador ampara la coliflor de categorías Extra y Primera, en estado fresco o transformado. En el registro están inscritos 72 productores y 170 hectáreas de cultivo. La producción alcanza una media anual de 4 millones de kilos, de los que 6 industrias comercializan una media anual de 6.000 kilos con IGP.

Espárrago de Huétor Tájar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración se ubica en la zona occidental de la Vega de Granada y cuyos términos municipales son: Huétor Tájar, Illora, Loja, Moraleda de Zafayona, Villanueva de Mesía y Salar.

CARACTERÍSTICAS: Los espárragos proceden de las variedades de Huétor Tájar tetraploides, muy similares a los espárragos trigueros silvestres. El porte del turión es delgado, el color verde-morado, el sabor es amarguidulce y presenta un intenso aroma. Se comercializan tanto en fresco como en conserva.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 105 hectáreas de plantaciones de cultivo, y una empresa de Huétor Tájar comercializadora del producto en fresco y en conserva. El volumen de producto elaborado al amparo de la IGP ascendió en el último año a 250.000 kilos.

Espárrago de Navarra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Indicación Geográfica Protegida comprende una amplia zona de producción: 188 municipios del valle medio del río Ebro, en su mayor parte del sur de Navarra, junto a zonas colindantes de La Rioja y Aragón.

CARACTERÍSTICAS: El espárrago de Navarra es de coloración blanca, suave textura y fibrosidad escasa o nula. La IGP comercializa exclusivamente espárrago blanco, en distintas presentaciones y formatos, y bajo dos formas de elaboración: en fresco (pelado o no) y en conserva.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita asciende a 985 hectáreas repartidas entre Navarra, Aragón y La Rioja. En los registros del Consejo Regulador están inscritos más de 340 agricultores y 43 empresas. La producción certificada asciende a unos 2,3 millones de kilos, de los que 2,1 se certifican en conserva y el resto en fresco.

Grelos de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, transformación y envasado se extiende a todos los municipios de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la IGP Grelos de Galicia se define como la parte vegetativa de la especie *Brassica rapa L., var. rapa* de las variedades cultivadas autóctonas y de las comerciales Grelos de Santiago y Globo blanco de Lugo destinados al consumo humano. De color verde intenso, más acentuado a medida que la planta se aproxima al momento de floración. Sabor ligeramente ácido, combinado con cierto amargor. Se comercializan en fresco, en los tradicionales manojos de pesos aproximados de 0,5 kg. o 1 kg. congelados o en conserva (elaborados al natural).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 165 productores, 6 operadores comercializadores en fresco y 2 industrias de procesado. En el año 2018 se alcanzaron 52.195 kilos de producto fresco y 105.126 kilos en conserva amparado por la IGP.

Melón de La Mancha

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los melones amparados por la IGP está constituida por 13 municipios de la comarca La Mancha, todos ellos de la provincia de Ciudad Real, con una superficie protegida de unas 300 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el melón de la variedad Piel de Sapo, que se distingue por sus características de frescura, sabor y dulzor, muy apreciadas por el consumidor. El meón de La Mancha es diferente al de otras comunidades por las condiciones agroecológicas y edafoclimáticas en las que se cultiva, junto a su grado de azúcar (13º brix) y su peso (entre 1,8 y 4 kg.) que le confieren una calidad sin comparación.

DATOS BÁSICOS: En la Asociación para la Promoción del Melón de La Mancha están inscritas 9 empresas (4 cooperativas y 5 empresas privadas), y más de 1.500 productores, con una producción total de aproximadamente 120 millones de kilos, de los que cerca del 3% se comercializa con IGP.

Pataca de Galicia
(Patata de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

Indicación Xeográfica Protexida
Pataca de Galicia

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la patata de consumo protegida por la IGP Pataca de Galicia abarca una extensión de 610 hectáreas de las comarcas gallegas de Bergantiños, Terra Chá-A Mariña, Lemos y A Limia, con un total de 30 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la Kennebec, de carne blanca y piel amarilla clara, lisa y fina. Los rendimientos máximos admitidos son de 22.000 kilos/hectárea en secano y 35.000 kilos/hectárea en regadío. La presentación se realiza en envases de 3, 4, 5, 10 y 15 kilos y, excepcionalmente, de 25 kilos para restauración. El calibre mínimo es de 35 milímetros y el máximo de 80.

DATOS BÁSICOS: Hay inscritos 732 productores y 13 empresas de comercialización, y la producción anual llega a los 20 millones de kilos, de los que 6,32 millones están amparados por la IGP.

Patates de Prades
(Patatas de Prades)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

PATATES DE PRADES
INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la patata de consumo protegida abarca una extensión de 125 hectáreas de los municipios de Prades, Capafonts, La Febró i Arbolí, todos ellos de la comarca del Baix Camp en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la Kennebec, con carne de color blanquecino, textura consistente, sabor dulce y olor ligeramente acastañado. Estas patatas, que presentan un calibre comprendido entre 40 y 80 milímetros, se recolectan pasados quince días de la muerte natural de la planta, momento a partir del cual se ha completado la formación de la piel.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad existen 11 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que producen anualmente algo más de 57.500 kilos de patatas comercializadas bajo la IGP.

Pemento de Arnoia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

Pemento de ARNOIA
denominación de orixe protexida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado incluye el término municipal de A Arnoia y la parroquia de Meréns, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuun L.,* cultivado tradicionalmente en la zona de producción, destinándose al consumo humano tanto en fresco como en conserva. Este pimiento es un ecotipo local cultivado desde tiempos inmemoriales por los agricultores de esta área geográfica perteneciente a la comarca de O Ribeiro.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

Pemento de Herbón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Pemento de HERBÓN
denominación de orixe protexida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los siguientes municipios: Padrón, Dodro, Rois y Pontecesures, de A Coruña, y Pontecesures y Valga, de Pontevedra. El nombre de la denominación, Herbón, es el topónimo de la parroquia del ayuntamiento de Padrón.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuun L.,* variedad comercial Padrón, y ecotipos locales de este pimiento, siempre que procedan de parcelas inscritas en el correspondiente registro gestionado por el órgano de control.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 25 productores y 9 almacenistas/envasadores con una superficie inscrita de 21,5 Ha las cuales comercializan unos 86.000Kg de pimiento certificado.

Pemento de Oímbra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca orensana de Verín.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuun L.,* cultivado tradicionalmente en la zona de producción. La especificidad del pimiento de Oímbra proviene de una conjunción de muchos factores, entre los que están el material vegetal, la tierra y el microclima de los valles productores. El pimiento de Oímbra encuentra en estos valles condiciones edafológicas y climáticas idóneas, adaptándose muy bien su cultivo a las pequeñas explotaciones existentes.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 13 productores y 2 envasadores con una superficie inscrita de 13 Ha las cuales comercializan unos 4.910 Kg de pimiento certificado.

Pemento do Couto

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca coruñesa de Ferrol. El nombre de la denominación, O Couto, es un nombre geográfico que se corresponde con el lugar donde se ubica el monasterio conocido popularmente por ese mismo nombre, al que se vincula el inicio de la selección y cultivo de estos pimientos.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuun L.,* ecotipo local conocido por ese mismo nombre. El pimiento de O Couto es un ecotipo local cultivado desde tiempos inmemoriales por los agricultores de la comarca de Ferrol.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

Pimiento Asado del Bierzo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de cultivo se localiza en 17 municipios de la comarca del Bierzo, al noroeste de la provincia de León. Las cotas de cultivo oscilan entre los 400 y los 700 metros. El clima es mediterráneo.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son de forma triangular alargada, ápice en punta roma, con 3 lóbulos como máximo y una carne de espesor medio. La recolección se realiza manualmente y de forma escalonada en varias pasadas. Una vez asado se realiza el proceso de descorazonado, pelado y eliminación de semillas, de forma manual y artesana, sin que en ningún momento los frutos sean sumergidos en agua o soluciones químicas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 16 hectáreas de cultivo, 29 agricultores y 10 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 108.767 kilos y 127.000 unidades certificadas.

Pimiento de Fresno-Benavente

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción agrícola se sitúa al noroeste de Castilla y León, ocupando 33 municipios del sureste de la provincia de León, 55 municipios del norte de Zamora y un municipio de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: Es el fruto de la planta de pimiento *Capsicum annuum L.,* del ecotipo o variedad local "de Fresno", fruto de una selección del pimiento tipo "morro de vaca" o "morrón" para su consumo en fresco. Es un pimiento grande, entre otras características su peso unitario es superior a 300 gramos, forma rectangular más alto que ancho, anchura mínima 10 centímetros, espesor de la carne superior a 8 mm. y presenta 3, 4 ó 5 lóbulos. Los niveles de potasio son menores de 3 g./100g. Es muy jugoso y de piel poco dura. Su sabor es de dulzor medio, poco amargo y no picante. Tras la masticación e ingestión quedan pocos restos de piel en el interior de la boca.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Pimiento de Gernika (Gernikako Piperra)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción está situada principalmente en las comarcas del Txoriherri, Mungia y Busturia, en la provincia de Vizcaya.

CARACTERÍSTICAS: El pimiento de Gernika pertenece a la variedad local Pimiento de Bizkaia, resultado de la adaptación a las condiciones climáticas de la zona que ha experimentado la especie originaria de América. Su color es verde intenso y su forma alargada y puntiaguda. Presenta un pedúnculo largo y su tamaño oscila entre los 6 y los 9 centímetros. Al paladar su carne resulta fina y suave, y no pica. En el mercado aparece envasado en bandejas de plástico de 12 unidades.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Pimiento Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de pimiento protegido abarca una extensión de 25 hectáreas en los municipios de la comarca de Nájera y en la localidad de Alfaro, en la Comunidad Autónoma de La Rioja. La IGP ampara tanto la producción en fresco como la destinada a conserva.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la del pimiento Najerano, de fruto grueso y largo, de 16-18 centímetros de longitud, 8 milímetros de grosor y 200-300 gramos de peso. De color rojo intenso, con forma cónica y acabada en pico, de superficie rugosa, carne fina y no pican. Su sabroso y peculiar sabor es consecuencia del clima de la zona, el suelo, la calidad de las aguas de riego y unos métodos de elaboración artesanal que se remontan al siglo XIX.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 17 productores y 4 conserveras que producen una media anual de 500.000 kilos de pimiento riojano, de los que se comercializan 70.000 kilos con IGP.

Pimiento del Piquillo de Lodosa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Pimiento del Piquillo de Lodosa ampara los terrenos de producción ubicados en los municipios de Andosilla, Azagra, Cárcar, Lerín, Lodosa, Mendavia, San Adrián y Sartaguda; todos ellos en el suroeste de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: La variedad del Pimiento del Piquillo de Lodosa se caracteriza por su forma plana-triangular en dos caras, punta incisiva ligeramente curva, color rojo y fruto poco pesado y pequeño. La textura es turgente y suave al paladar. El proceso utilizado para las conservas es completamente artesanal. La comercialización con DO se reserva para las categorías Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 185 hectáreas –casi la mitad en el municipio de Mendavia–, 88 agricultores y 12 empresas elaboradoras. La comercialización con Denominación de Origen asciende a 1,5 millones de kilos anuales.

Tomate de La Cañada-Níjar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El tomate La Cañada-Níjar es cultivado en los términos municipales de Almería, Níjar, Viator, Pechina, Huercal y los parques naturales de Cabo de Gata y Sierra Nevada, en la provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS: El tomate La Cañada-Níjar cuenta con excelentes propiedades naturales, como el alto contenido en azúcares y ácidos orgánicos, resultado de su cultivo en suelos salinos y de las excelentes condiciones climáticas a las que se expone durante su cultivo. La influencia de este ecosistema se refleja además en las características organolépticas y en el alto contenido en licopeno, responsable del color rojo intenso que alcanzan los tomates.

DATOS BÁSICOS: El tomate cultivado en la comarca almeriense es el primero en conseguir el distintivo Indicación Geográfica Protegida en España. Produce alrededor de 70.000 toneladas de tomate en sus cuatro variedades: redondo liso, asurcado, oblongo o alargado y cereza, y cuenta con un total de seis empresas comercializadoras.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PASAS DE MÁLAGA ****

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- ALMENDRA DE MALLORCA *

DENOMINACIÓN DE CALIDAD MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

- ALMENDRA MALLORQUINA

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- AVELLANA DE REUS ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- FRUTOS SECOS

EXTREMADURA

FRUTOS SECOS

- CACAHUETE

LA RIOJA

MARCA COLECTIVA

- NUEZ DE PEDROSO

** Denominación en tramitación*
*****Protección Nacional Transitoria*
✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Castaña de Galicia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de producción de la indicación geográfica protegida Castaña de Galicia comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia delimitado al oeste por la Dorsal Galega y por la Serra do Xistral hacia el norte.

CARACTERÍSTICAS: Las principales características generales de la castaña gallega destacan por su pericarpio fino, de color marrón claro y brillante, un epispermo (membrana) fino que penetra ligeramente en la semilla y que se separa fácilmente al mondar la castaña, con un sabor dulce y textura firme no harinosa su fruto cuenta con una humedad una vez recolectado entre el 50 y el 60% de humedad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 143 productores, 9 envasadores, 6 industrias de procesado que cuentan con una superficie sementada de 1.040 hectáreas y con una producción de castaña certificada de unos 240.902kg, con un valor económico de 555.940 Euros.

Avellana de Reus✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

CARACTERÍSTICAS: Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

DATOS BÁSICOS: En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 8.000 hectáreas, 1.650 productores y 8 industrias elaboradoras, que comercializan una media de 150.000 kilos de avellana amparada por la DOP.

Pasas de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se encuentra próxima a las 1.800 hectáreas de viñedo, repartidas entre 32 municipios de la comarca de La Axarquía y 3 de la comarca de Manilva, todos ellos en la provincia de Málaga.

CARACTERÍSTICAS: Las pasas de Málaga son un producto de carácter y elaboración tradicional. Prácticamente el 100% de la producción corresponde a uva Moscatel, que es la variedad que mejor se adapta al proceso de pasificación. Por cada 3 kilos de uvas se obtiene uno de pasas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.200 agricultores y 6 empresas envasadoras. La producción media anual es de los que 150.000 kilos que se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

La leche es una de las principales producciones ganaderas de España y su importancia económica sólo está por detrás del porcino y el vacuno. Si bien la producción de leche en España ha ido perdido peso a lo largo de los años, su importancia es aún muy grande no sólo desde el punto de vista económico, sino también social ya que está presente en todas las comunidades autónomas.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2018 la producción de leche aumentó en volumen un 1,2% respecto a 2017, encadenando así cuatro años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios subieron un 1,8% (también subieron en 2017), con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 2,9% al generado un año antes.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2018 supuso el 15,9% de la Producción Final Ganadera y el 5,73% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.059 millones de euros a precios básicos, 88 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector también creció.

Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el 13% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra.

En España, además de estas tres producciones de leche existe también una muy minoritaria de leche de búfala, que en otros países de Asia e incluso en Italia está muy extendida.

En la Unión Europea, la producción láctea ha estado durante tres décadas, limitada por un sistema de cuotas de producción, según el cual se asignaba un volumen máximo a cada Estado miembro por el periodo de cuota, que se extendía desde el 1 de abril de un año determinado hasta el 31 de marzo del año siguiente. La última campaña con limitación de la producción por el sistema de cuotas fue la 2014/2015, y a partir de abril de 2015 la producción de leche de vaca dejó de estar contingentada.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
VACUNO*	6.793	6.886	7.021	7.118
OVINO*	441	497	512	514
CAPRINO*	418	460	478	481

**Entregas declaradas por los compradores*

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA Y PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA (no mezcla)	2016	19.554	9.695	224
	2017	20.178	10.200	262
	2018	20.538	10.160	244
MANTEQUILLA	2016	10.031	2.345	41
	2017	10.226	2.400	47
	2018	10.494	2.375	49,3
LECHE ACIDIFICADA (YOGUR)	2016	42.000	8.104	995
	2017	43.000	8.200	1.022
	2018	41.000	8.153	1.012
LECHE CONCENTRADA	2016	4.551	720	35
	2017	4.728	760	31
	2018	4.707	730	33,5
OTRAS LECHES EN POLVO	2016	4.740	1735	52
	2017	4.765	1.725	26
	2.018	4.765	1.795	27

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

LECHE EN LA UE

El grueso de la producción láctea comunitaria procede de las vacas, aunque cuentan con producciones minoritarias

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	583.865	595.577	605.380
UE-28	155.500	156.000	157.350
ESPAÑA	**6.886**	**7.021**	**7.118**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016/2017	2017/2018	2018/2019
ANDALUCÍA	523,5	547,1	547,7
ARAGÓN	142	146,2	151,3
ASTURIAS	562,2	559,7	560,4
BALEARES	58	55,4	51,6
CANTABRIA	440	443,1	430,3
CASTILLA-LA MANCHA	261,5	267,8	268
CASTILLA Y LEÓN	866,2	894,5	909,2
CATALUÑA	735,7	746,3	742,5
COMUNIDAD VALENCIANA	70	73,2	78,8
EXTREMADURA	29,2	28,1	27,5
GALICIA	2.603	2.660,8	2.730
LA RIOJA	18,8	20,4	22
MADRID	57,5	55,2	59,8
MURCIA	60	59,6	63,2
NAVARRA	247,1	246,3	249,5
PAÍS VASCO	174,3	175,7	173
OTRAS CC.AA	37	42	53
TOTAL ESPAÑA	**6.886**	**7.021**	**7.118**

FUENTES:MAPA

de leche de cabra, oveja y búfala. Los principales países productores de leche son por orden, Alemania, Francia, Reino Unido, Polonia, Holanda, Italia y España. Entre todos suponen el 75% de toda la producción de leche comunitaria.

La producción láctea en la UE supuso en 2018 el 14,6% de la Producción Final Agraria y del 33,2% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ligeramente menores que en el año precedente.

Es el subsector ganadero que más aporta a la Producción Agraria Final, con un valor estimado en 2018 de 53.090 millones de euros, según datos de la Comisión Europea calculados a efectos de sumar la renta agraria anual. El valor generado por este subsector resultó inferior en casi 2 millones de euros al valor que generó en 2017.

La producción láctea en la UE supuso en 2018 el 14,6% de la Producción Final Agraria y del 33,2% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ligeramente menores que en el año precedente

En 2016, el primer año natural sin cuotas lácteas, la producción de leche comunitaria se incrementó en volumen un 0,4% respecto al año anterior, según los datos del Observatorio Europeo del Mercado de la Leche.

Por su parte, en 2018 la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 160,8 millones de toneladas, de las cuales el grueso correspondió a la leche de vaca.

LECHE DE VACA

España es el séptimo país productor de leche de vaca de la Unión Europea. En general, los rendimientos que se obtienen en las granjas de vacuno de leche europeas son muy altos, superiores a los de las granjas españolas.

En 2018, España contaba de 817.000 vacas de ordeño, cifra de nuevo inferior a la del año precedente. La Comunidad Autónoma con mayor censo de vacas lecheras fue Galicia (39% del total en 2018), seguida de Castilla y León (11%) y Cataluña (10%). También fueron importantes las cabañas de vacas lecheras de Asturias (9%), Andalucía (7%) y Cantabria (6%).

Al acabar el año había registrados 13.630 ganaderos de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supone un descenso del 6% con respecto al año anterior. Si en 2015 la cifra de ganaderos lácteos parecía estabilizarse, en 2016 se comprobó que su número se está reduciendo de manera significativa y esa tendencia a la baja va en aumento de año en año.

Las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2018 a 7.117.742 toneladas, un 1,4% más que en el año anterior, cuando el nivel de entregas creció un 1,6%. La región que más entregas realizó a la industria láctea fue Galicia (38%), seguida de Castilla y León (13%).



Además, en 2018 se declararon 54.899 toneladas de leche de vaca que se vendieron directamente al consumidor por parte de los ganaderos, un volumen inferior al del año precedente.
En los tres años previos también se produjeron crecimientos similares, de lo que se puede deducir que tras la eliminación del régimen de cuotas lácteas la producción de leche en España se ha mantenido al alza. ○

LECHE DE VACA EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la producción de leche de vaca es la más importante dentro del sector lácteo, que a su vez es el sector que más aporta a la producción ganadera.
El censo de vacas lecheras al terminar el año 2018 era de 22,9 millones de cabezas, cifra inferior en 1,6% a la del año precedente. La cabaña más numerosa era la de Alemania, con 4,1 millones de cabezas, a pesar de que en los últimos años este país ha visto como ha descendido el número de animales. Por detrás de Alemania se encuentran Francia (3,5 millones de vacas), Polonia (2,2 millones) e Italia (1,9 millones), Reino Unido (1,8 millones) e Irlanda (1,3 millones).
Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total se situó finalmente en 157,3 millones de toneladas, frente a los 156 millones de toneladas de 2017.
En la última década la producción comunitaria se ha incrementado gracias a una mejora de los rendimientos por explotación.
La producción de leche ecológica en la UE es todavía muy minoritaria, aunque va creciendo de año en año. El país con mayor producción ecológica es Alemania (900 millones de litros anuales), seguido de Francia.
A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2017 a cerca de 605 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. Además de la Unión Europea, que produce en torno al 24% del total, otros países con gran producción son Estados Unidos, India, Brasil y China. También son grandes productores de leche Rusia, Nueva Zelanda, México y Australia.
En el mundo, tras la producción de leche de vaca la segunda en importancia es la de búfala. ○

BALANZA COMERCIAL Y CONSUMO

Lo que diferencia a España de otros países dentro de la UE es su importante déficit de producción respecto al consumo interno, lo que obliga a importar grandes cantidades de estos productos.
En España, la balanza comercial del sector lácteo es claramente deficitaria, pero en los últimos años exportaciones e importaciones se van acercando.
De acuerdo con los datos del Departamento de Aduanas, el valor de las exportaciones de leche y productos lácteos (quesos y yogures incluidos) en el año 2018 se elevó a 1.117,2 millones de euros, cifra inferior en un 3% a la del año precedente.
Por su lado, el valor de las importaciones fue de 1.703,4 millones de euros, un 1% más que en el año anterior. Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo superior a los 586 millones de euros, cifra superior a la del año precedente que indica que el saldo negativo se va ampliando.
El grueso de las importaciones de leche y lácteos (casi el 98%) procedió de otros países europeos, entre los que destacan Francia y Portugal, mientas que los mercados de destino prioritarios de las exportaciones españolas de estas producciones fueron también otros países de la UE.
Por su parte, en España el consumo de leche y productos lácteos tiene una estructura diferente al del resto de países de la UE, pues el consumidor español prefiere, más que los europeos, la leche de consumo de larga duración, así como también los yogures y los quesos. Por el contrario, a nivel nacional el consumo de mantequilla medio

es muy inferior a la media comunitaria, pues en la UE se utiliza mucho la mantequilla para freír alimentos.

LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

La producción de leche de oveja y cabra en el año 2018 representó en torno a un 25% del valor de la producción láctea nacional, lo que supone un total de 750 millones de euros generados, según estimaciones. De este valor, cerca del 60% lo aportaría la producción de leche de oveja.

Continuando con la tendencia de recuperación de años anteriores, la producción de leche de oveja y de cabra siguió creciendo en 2018. En concreto, en el primer caso la producción se elevó a 514.000 toneladas y en el segundo a 481.000 toneladas (un 1% más que en el año anterior respectivamente).

En producción de leche de cabra destacaron Andalucía como la comunidad con una mayor producción y mayor crecimiento en el último año (46% del total en 2018), seguida de Castilla-La Mancha (17%), Murcia (11%) y Extremadura (8%).

En cuanto a la producción de leche de oveja, en 2018 destacaron Castilla y León (57%), Castilla-La Mancha (28%) y Madrid (2%).

Prácticamente el 10% de la leche de oveja se destina a la elaboración de quesos artesanales en las propias explotaciones y el 90% restante pasa a la industria. Asimismo, también le leche de cabra se destina en un pequeño porcentaje a la elaboración de quesos artesanales, si bien más del 80% de la leche va a parar a las queserías.

LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

La producción comunitaria de leche de oveja se incrementó un 2% en 2018, hasta llegar a superar los 2,8 millones de toneladas. La producción española representó el 19% de la comunitaria.

Por su lado, la producción de leche de cabra se situó en torno a los 2,3 millones de toneladas en la UE, lo que supuso un aumento del 2% con relación a la producción del año 2017. En este caso, la producción española supuso el 20% del total.

En la UE, la producción media anual de leche por cabra lechera productiva puede estimarse en 250-260 litros, si



bien en países como Francia la productividad es mucho mayor que la media.

QUESOS

Desde tiempos inmemoriales, para poder aprovechar y conservar mejor la leche se han buscado alternativas que van desde su transformación en quesos, yogures o cuajadas, al uso de las más modernas técnicas industriales, basadas en la aplicación de procedimientos químicos o físicos para retrasar el inicio de la actividad de los microorganismos en la leche líquida.

Para la elaboración de un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9-10 litros de leche, mientras que bastan solamente 8-9 kilos de leche de cabra y 5-6 de leche de oveja.

En España, la producción de quesos de leche de vaca (sin mezclar con otras leches) en el año 2018 se redujo hasta colocarse en casi 244.000 toneladas frente a las 262.000 toneladas del año 2017, según datos de la encuesta láctea del Ministerio de Agricultura.

A esta producción de queso de vaca hay que añadirle los datos de los quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En total, la producción ronda las 400.000 toneladas anuales.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	197	176,2	223,3
ARAGÓN	0,8	0,8	0,7
CANARIAS	23,6	23,7	26,5
CASTILLA Y LEÓN	26,4	40,6	28,1
CASTILLA-LA MANCHA	86	85,6	83,3
CATALUÑA	4,3	5,3	5,4
COMUNIDAD VALENCIANA	10	18,7	11
EXTREMADURA	37,8	25,9	38,3
MADRID	6,5	15,3	5,6
MURCIA	63,6	61,1	52,1
OTRAS CC.AA.	4	24,8	6,6
TOTAL ESPAÑA	**460**	**478**	**481**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE CABRA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	17.897	18.656	18.800
UE-28	1.928	2.300	2.350
ESPAÑA	**460**	**478**	**481**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

En la UE-28, la producción de quesos de vaca se elevó a 10,1 millones de toneladas frente a los 10,2 millones de toneladas del año anterior y a nivel mundial, la producción superó los 20 millones de toneladas.

OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Las producciones de leche en polvo y mantequilla aumentaron empujadas por la buena marcha de los mercados mundiales. La mantequilla se obtiene batiendo la nata y eliminando parte del agua que todavía contiene esa emulsión. Este producto lácteo tiene un contenido graso del orden del 80%, pero suele quedarle entre el 15 y el 18% de agua y en muchos países se utiliza para freír y cocinar. En 2018 se produjeron en España 49.300 toneladas de mantequilla (casi 2.000 más que un año antes) y también 27.000 toneladas de leche en polvo (incluye la desnatada) y 33.500 toneladas de leche concentrada (2.000 toneladas más).

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018
Exportaciones				
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	186	210	190	208
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	44,4	41,4	69	54,7
YOGUR	89,2	85,6	83,7	83
QUESOS	81,2	88	99,2	100
Importaciones				
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	335,2	190	180,7	144,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	87,2	78,3	88,2	89,7
YOGUR	157,6	153,6	146,3	160,5
QUESOS	257	278,2	291,2	297,2

FUENTE: DG Aduanas.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	7,3	3,6	5,8
ARAGÓN	3,9	1,9	3,1
CANARIAS	0,4	0,4	0,6
CASTILLA Y LEÓN	289	301,4	297
CASTILLA-LA MANCHA	150,5	141,6	145,5
CATALUÑA	2,7	0,8	0,9
EXTREMADURA	10,2	9,2	11,7
LA RIOJA	3,5	3,5	2
MADRID	12,8	13,3	12,5
NAVARRA	10,3	11,9	12
PAÍS VASCO	3,9	2,9	3,7
OTRAS CC.AA.	3,2	21,5	19
TOTAL ESPAÑA	**497**	**512**	**514**

FUENTES: MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE OVEJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018
MUNDO	10.332	10.401	10.500
UE-28	2.970	2.800	2.850
ESPAÑA	**497**	**512**	**514**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

NUESTRO COMPROMISO CERTIFICADO



AQUÍ NO HAY SECRETOS; CUIDAR CON ESMERO AL GANADO Y VELAR POR SU SALUD Y BIENESTAR, UNA ALIMENTACIÓN NATURAL BASADA EN PASTOS Y TODA LA PROFESIONALIDAD DE LOS GANADEROS DE CENTRAL LECHERA ASTURIANA, QUE SE HA IDO FORJANDO DURANTE MÁS DE 50 AÑOS DESDE NUESTROS PRINCIPIOS COOPERATIVOS.

A partir de la leche de vaca se obtienen, también, otros productos como la nata de consumo directo o los yogures (más de un millón de toneladas en 2018).
Asimismo, se producen helados, postres lácteos, batidos de leche, flanes, natillas, leches preparadas y enriquecidas, etc.
Finalmente, la industria de la bollería y la pastelería utilizan leche, suero, nata y mantequilla para la elaboración de galletas dulces, bollos, chocolates y numerosos productos derivados de la leche.

Como en el caso de España, buena parte de la producción de leche en la Unión Europea se destina a la producción de derivados lácteos.
Por su lado, la producción comunitaria de mantequilla alcanzó en 2018 los 2,3 millones de toneladas, un 2% menos que en 2017, mientras que la de leche en polvo ascendió a 1,8 millones de toneladas. En 2018 también se produjeron en la UE algo más de 8,1 millones de toneladas de yogures, así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector lácteo en España tiene una importancia estratégica y se encuentra inmerso en un gran dinamismo en lo relativo a la puesta en marcha de nuevos proyectos industriales. Las principales empresas del sector están entrando en nichos de mercado hasta ahora poco explotados, ampliando sus ofertas. La facturación global de todo el sector se sitúa en torno a los 13.000 millones de euros anuales, mientras que el volumen de negocio de las industrias lácteas alcanza unos 9.500 millones de euros, lo que representa el 2% de la producción industrial de todo el país. Estas industrias generan unos 30.000 puestos de trabajo directos (8,5% de todo el sector agroalimentario), mientras que el sector lácteo en su conjunto emplea a unas 60.000 personas.
En la base de la cadena productiva aparecen unos 23.000 ganaderos que realizan entregas de leche. De ellos, el 60,7% produce leche de vaca, el 23,1% leche de cabra y el restante 16,2% leche de oveja. La mayoría de las explotaciones de vacuno de leche están radicadas en Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Andalucía. Por su parte, Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura ocupan los primeros lugares en el caso de las explotaciones de leche de cabra y Castilla y León y Castilla-La Mancha en el de la leche de oveja.
En España hay más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche, pero únicamente unos 600 pueden ser considerados como industrias lácteas. La Federación Española de Industrias Lácteas (FeNIL) está compuesta por 60 empresas que transforman el 95% de la leche producida en nuestro país. El principal grupo lácteo que opera en España registra unas ventas de 1.250 millones de euros, con un incremento interanual del 4,5%.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A. *	1.200,00
Danone, S.A. *	835,00
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa)	659,54
Calidad Pascual, S.A.U. *	675,00
Indust. Lácteas Asturianas, S.A. (ILAS) - Grupo	615,00
Mondelez España – Grupo *	560,00
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches	441,00
Lácteas Garcìa Baquero, S.A.	395,00
Schreiber Foods España, S.L.	330,00
Grupo TGT	325,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

Se trata de la filial española de una importante multinacional de origen francés, que presenta una facturación total de 17.700 millones de euros. El segundo grupo se queda en 796 millones de euros (-5,9%), el tercero ronda los 714 millones de euros (+10,6%), el cuarto se sitúa en los 675 millones de euros (+2%) y el quinto alcanza los 642 millones de euros (+5,9%). Entre los 110 y los 395 millones de euros de facturación anual aparecen otros quince operadores. Entre estas grandes empresas aparecen algunos especialistas españoles, a menudo provenientes del sector cooperativo, junto a enormes compañías multinacionales. El primer grupo lácteo de capital exclusivamente español tiene unas ventas treinta veces menores que el líder mundial. ○

COMERCIO EXTERIOR

El saldo del comercio exterior de productos lácteos es claramente desfavorable para nuestro país. Durante 2018, las importaciones superaron los 1.914,9 millones de euros, con un incremento interanual del 4,5, mientras que las exportaciones llegaron hasta los 1.267,2 millones de euros, una cifra ligeramente superior a la del ejercicio precedente. La diferencia entre exportaciones e importaciones arroja un balance negativo para España de 647,7 millones de euros y una tasa de cobertura del 66,2%, dos décimas menos que en el año anterior.

Los principales proveedores de productos lácteos para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia (28,5% del total), Alemania (20,3%), Holanda (14,2%), Italia (9,1%), Dinamarca (5,2%), Bélgica, Portugal, Irlanda, Reino Unido y Polonia. Estos diez países acaparan el 94,7% de todas las importaciones de productos lácteos que efectúa nuestro país. Los quesos son la principal partida importada en volumen, representando el 36,2% del total. En segundo lugar se sitúan las importaciones de yogures y leches fermentadas (24,7%).

En el caso de las exportaciones, los mercados de destino son, en la mayor parte de los casos, otros países de nuestro entorno, con las dos excepciones de Estados Unidos y China. Así el primer lugar en cuanto al valor de las exportaciones es ocupado por Francia, con el 20,3% del total, seguida por Portugal (19,4%), Italia (13,1%), Reino Unido (7,5%), Estados Unidos (6,9%), Holanda, Alemania, China, Bélgica y Andorra. Las exportaciones dirigidas a estos diez países suponen el 82,6% del total exportado. La principal partida exportada en volumen es la de los yogures y leches fermentadas (27,7%), seguida por las de los quesos (19,5%) y la nata (17,6%).





LECHE LÍQUIDA

Durante 2018 se entregaron en España 7.117.700 toneladas de leche de vaca, a las que hay que añadir otras 513.745 toneladas de leche de oveja y 481.210 toneladas de leche de cabra, lo que significa que la industria láctea española absorbe 8.112.655 toneladas de leche líquida producida en nuestro país. La producción española de leche de vaca apenas supone el 5% del total comunitario, mientras que ese porcentaje se incrementa hasta el 15% en el caso de la leche de oveja y al 20% en el de leche de cabra.

Durante los últimos años, la producción de leche de vaca no ha hecho sino crecer en España. Así, en 2010 se produjeron algo menos de 6 millones de toneladas, mientras que en 2015 se rondaron los 6,8 millones de toneladas. El crecimiento interanual durante el pasado ejercicio ha sido de un modesto 1,2%. El mercado español de leche líquida ronda los 3,2 millones de litros y muestra una constante tendencia a la baja (-0,3% durante el último ejercicio computado). La partida comercializada más importante es la de leche semidesnatada, con el 47,3% del total en volumen y valor. A continuación se sitúa la leche desnatada, con cuotas respectivas del 27,7% y del 27,9% y la leche entera, que supone el 25% del total en volumen y el 24,8% en valor.

Las leches esterilizadas suponen el 96,8% de todas las leches comercializadas en volumen, seguidas por las pasteurizadas (2,7%) y las crudas (0,5%). Dentro de las leches especiales destaca el importante crecimiento de las leches sin lactosa, que suponen ya más del 50% de todo el valor de ese segmento. En 2018 se vendieron unas 370.000 toneladas de leches sin lactosa. Aparte se comercializan unas 175.250 toneladas de leches vegetales, por un valor de más de 225,5 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En septiembre de 2018 había algo más de 13.900 ganaderos que efectuaban entregas de leche de vaca. El 55% de esos ganaderos estaba radicado en Galicia. A continuación aparecen Asturias (13%), Cantabria (9%), Castilla y León (8%), Andalucía (4%), Cataluña (3%), País Vasco (2%) y Castilla-La Mancha y Navarra con cuotas respectivas en torno al 1%. El número de ganaderos lácteos disminuye de año en año. Durante el último ejercicio, el descenso ha sido de un importante 5,8%. En el siguiente eslabón productivo aparecen unos 1.500 centros de recogida de leche, de los que únicamente unos 600 son industrias lácteas. Entre estas, la concentración es bastante significativa, ya que el 2% acapara el 46% de toda la leche que se produce en España.

La principal empresa elaboradora de leche de larga vida y pasteurizada produce unos 652 millones de litros, mientras que la segunda llega hasta los 635 millones de litros, la tercera ronda los 560 millones de litros, la cuarta se acerca a los 420 millones de litros y la quinta alcanza los 350 millones de litros. Entre estos grandes grupos aparecen algunas filiales de algunas importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen su origen en antiguas cooperativas de ganaderos. Aunque durante los últimos años se detecta una clara tendencia hacia la concentración, se estima que los grupos españoles tienen todavía unas dimensiones pequeñas para poder competir en los mercados internacionales. Las principales empresas del sector están intentando certificar que sus procesos productivos garantizan el bienestar animal.

El mercado de la leche líquida está controlado por las marcas de distribución, ya que alcanzan unos porcentajes cercanos al 50% en volumen y valor, mientras que la primera oferta con marca propia llega hasta el 15% en volumen y el 16,5% en valor. ○

PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	PRODUCCIÓN Mill. de Litros
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A.	651,60
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	635,00
Iparlat, S.A.	560,00
Leche Celta, S.A.	413,70
Calidad Pascual, S.A.	350,00
Coop. Gan. Valle de los Pedroches (COVAP)	310,00
Leite Río, S.L.	237,70
Cooperativas Lácteas Unidas, S.C.G, (CLUN)	106,00
Kaiku Corporación Alimentaria, S.A.	100,00
Industrias Lácteas Asturianas, S.A.	50,00

Datos de 2017

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

COMERCIO EXTERIOR

España es importadora neta de leche y productos lácteos ya que su producción es claramente insuficiente para abastecer a las demandas internas. Como dato positivo, se detecta menor dependencia de las importaciones, aunque el balance comercial continúa siendo negativo. En 2018 continúa esa tendencia

Las importaciones de leche líquida se quedaron en unas 98.630 toneladas, lo que supuso una importante reducción interanual del 27%, mientras que las exportaciones llegaron hasta las 79.425 toneladas, un 7% más que en el ejercicio anterior. A estas cantidades, hay que añadir otras 34750 toneladas importadas de leches concentradas y 394.000 toneladas de leches en polvo. Por su parte, las exportaciones de esas partidas, llegaron a las 71.430 toneladas de leches concentradas y las 114.180 toneladas de leches en polvo. En relación al valor económico del comercio exterior, se ha registrado un descenso del 61% en el caso de las exportaciones principalmente como consecuencia de un descenso muy acusado de las exportaciones de leche en polvo Por su parte, las importaciones descienden un 38% debido principalmente a la caída de las importaciones de leche a granel.

La mayor parte de este comercio exterior se realiza entre países que forman parte de la Unión Europea. Los principales proveedores de leche para el mercado español son Francia, Portugal y Alemania, mientras que las exportaciones se han diversificado durante los últimos tiempos, ya que aparte de mercados tradicionales europeos, se ha comenzado a tener una presencia significativa en otros países, como los Emiratos Árabes, Catar o China. Se estima que algo más del 10% de la facturación total del sector lácteo se obtiene gracias a las ventas en el exterior. ○

CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 3.196,8 millones de litros de leche y gastaron 2.206,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 69,8 litros de consumo y 48,2 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (32,9 litros por persona y año), seguido de la leche desnatada (18,9 litros per cápita) y de la leche entera (17,7 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 47,3%, con un total de 22,8 euros por persona, la leche desnatada el 27,1% con un total de 13,1 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 25,3% y 12,2 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL LECHE LÍQUIDA	**3.196,8**	**69,8**	**2.206,6**	**48,2**
LECHE PASTERIZADA	88,4	1,9	75,1	1,6
LECHE ESTERILIZADA	3.093,9	67,6	2.124,2	46,4
LECHE CRUDA	14,5	0,3	7,4	0,2
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,4	0,0	0,7	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	313,1	6,8	246,1	5,4
LECHE CARTÓN	2.866,8	62,6	1.950,9	42,6
LECHE BOLSA	2,1	0,0	1,6	0,0
LECHE ENVASADA	3.182,4	69,5	2.199,3	48,0
LECHE ENTERA	810,0	17,7	557,0	12,2
LECHE DESNATADA	865,5	18,9	597,6	13,1
LECHE SEMIDESNATADA	1.506,9	32,9	1.044,6	22,8
LECHE ENRIQUECIDA	449,0	9,8	358,4	7,8
CON CALCIO	159,1	3,5	131,4	2,9
CON VITAMINAS	119,9	2,6	90,4	2,0
CON OTROS ADITIVOS	170,1	3,7	136,7	3,0
BIFIDUS+FIBRA	6,4	0,1	7,5	0,2
RESTO OTROS ADITIVOS	163,7	3,6	129,2	2,8
TOTAL OTRAS LECHES	**29,3**	**0,6**	**213,0**	**4,7**
LECHE CONDENSADA	15,2	0,3	41,4	0,9
LECHE EN POLVO	9,8	0,2	158,6	3,5
LECHE EVAPORADA	4,4	0,1	13,0	0,3



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

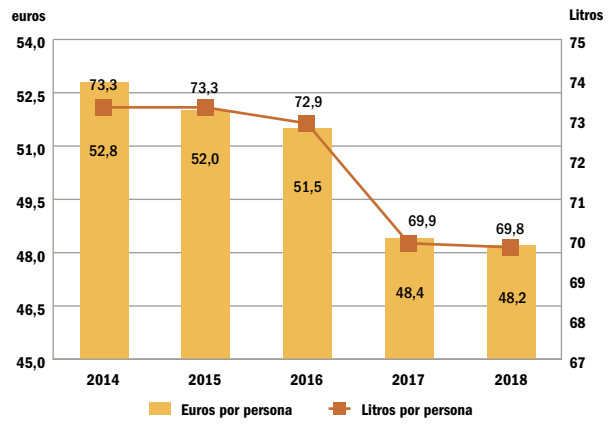
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de leche, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de leche es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de leche es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de leche, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.*
- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de leche, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Región de Murcia, Cataluña y Andalucía.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

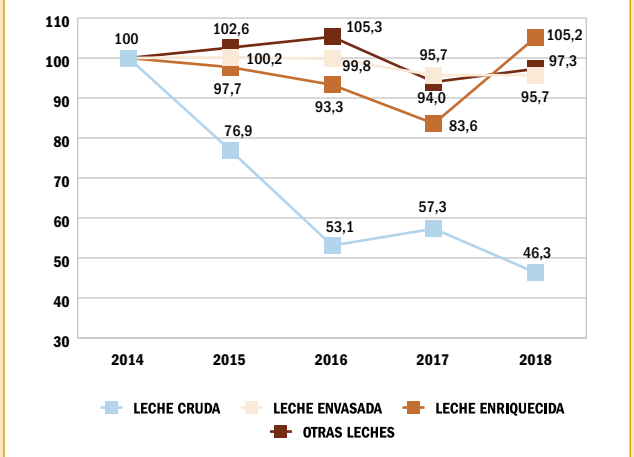
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche ha caído 3,5 litros por persona y el gasto ha descendido 4,6 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en los años 2014 y 2015, con 73,3 litros, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2014 (52,8 euros por consumidor).

En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, crece la demanda de leche enriquecida y, por el contrario, en el consumo de leche envasada, otras leches y leche cruda se produce un descenso.

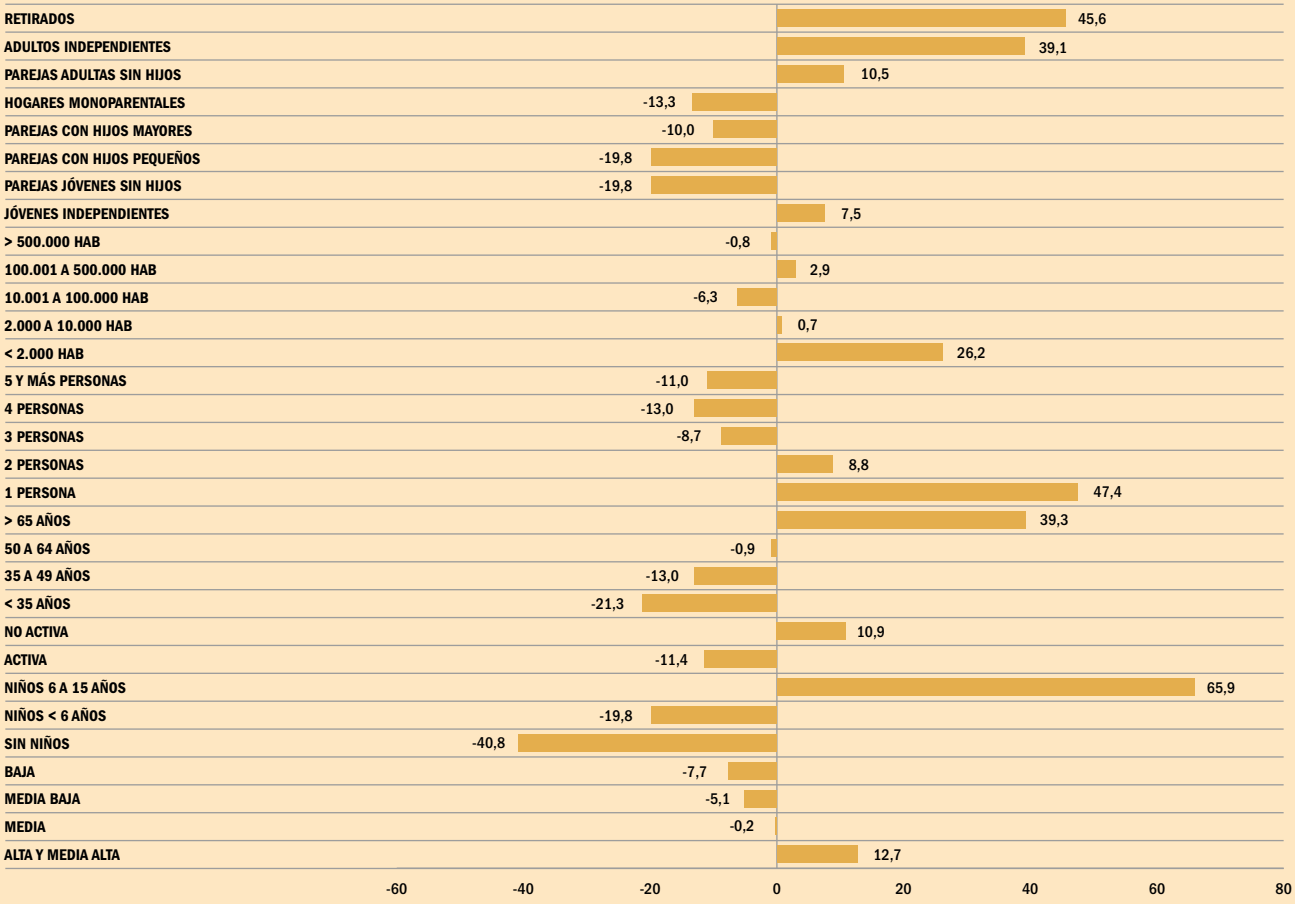
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2014=100), 2014-2018

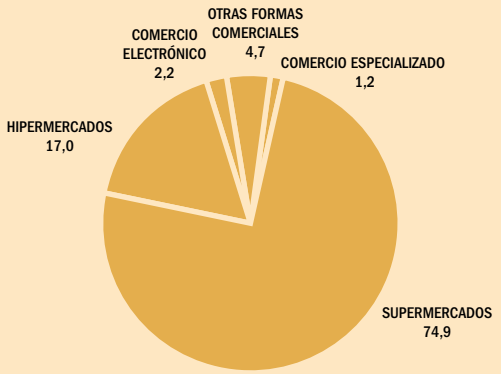


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LECHE LÍQUIDA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 69,8 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE LÍQUIDA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (74,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 1,2%. El comercio electrónico llega al 2,2% de cuota mientras que el resto de formas comerciales acaparan el 4,7% restante.

PRODUCTOS LÁCTEOS

El mercado español de productos refrigerados lácteos, incluyendo yogures, postres lácteos, gelatinas, profiteroles, tiramisú y petit suisse, superó durante el pasado año las 985.350 toneladas, por un valor de casi 2.272 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 1,5% en volumen y del 1% en valor. El segmento de los yogures fue el que experimentó un mejor comportamiento, ya que sus ventas crecieron un 2,5% en volumen, llegando hasta las 759.456 toneladas, mientras que su aumento en valor fue de un más modesto 1,9%, quedando en algo menos de 1.692 millones de euros. Los postres lácteos, por su parte, llegaron hasta las 167.890 toneladas, un 2% menos que en el ejercicio precedente, y los 434 millones de euros (-1,4%). Dentro de los yogures, los sólidos acaparan el 77,5% de todas las ventas en volumen y el 73,7% en valor, mientras que los restantes 22,5% en volumen y 26,3% en valor son los porcentajes que corresponden a las presentaciones líquidas. Dentro de los yogures sólidos, la partida más importante es la de los básicos enteros (325.657 toneladas y 615,4 millones de euros), seguidos por los especiales desnatados (110.480 toneladas y 296 millones de euros), los básicos desnatados (92.080 toneladas y 157,5 millones de toneladas) y los especiales enteros (60.585 toneladas y 177 millones de euros). En el caso de los yogures líquidos, son los especiales enteros los más demandados (76.718 toneladas y 276 millones de euros). A continuación aparecen los básicos enteros (66.890 toneladas y 92 millones de euros), los especiales desnatados (15.185 toneladas y 59 millones de euros) y los básicos desnatados (11.860 toneladas y 17,5 millones de euros). Las ofertas con mayor dinamismo son las de los yogures ecológicos, kéfir, skyr, yogures proteínicos, con semillas y las alternativas vegetales, mientras que han caído las ventas de los bifidus y los L casei. Dentro de los postres lácteos, la partida más importante es la de las natillas (64.780 toneladas y 145 millones de euros), seguida por las de los flanes (52.470 toneladas y 138 millones de euros), las gelatinas (25.270 toneladas y 42 millones de euros), las copas (17.600 toneladas y 40 millones de euros) y el arroz con leche (12.410 toneladas y 33 millones de euros).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	831,94
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	695,00
Lactalis Puleva, S.L.U. *	635,00
Leche Celta, S.L. *	246,28
Idilia Foods, S.L. *	173,79
Grupo Cacaolat, S.L.	62,00
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	12,00
Horchata Panach, S.L. – Grupo	7,50
Fartons Polo, S.L. *	7,00
La Chufera, S.A.	3,60

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadores de postres lácteos se caracteriza por una gran concentración y por la fuerte penetración de capitales internacionales. Los principales grupos del sector son filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital preferentemente español que tienen su origen en la recogida y producción de leche líquida y que han diversificado sus ofertas en los distintos segmentos del sector lácteo.

La empresa líder en el mercado de los yogures es una multinacional francesa que acapara el 53% de todos los ingresos de ese segmento, aunque en el pasado ejercicio sus ventas cayeron en un 5,9% debido a la disminución de la demanda de algunas de sus referencias más consolidadas y a la importancia de las marcas de distribución. De todas maneras, parece que las últimas cifras indican que esa situación ha sido superada y su facturación ha vuelto a crecer. Durante el último ejercicio computado puso en el mercado 283.000 toneladas de yogures, con unas ventas de 716,5 millones de euros. El segundo operador llegó hasta las 205.000 toneladas y los 225 millones de euros, el tercero se situó en 108.000 toneladas y 146 millones de euros, el cuarto rondó las 50.000 toneladas y los 53 millones de euros y el quinto se acercó a las 24.500 toneladas y los 21 millones de euros.

Dentro del mercado de los postres lácteos frescos, el principal operador produce 76.400 toneladas anuales y factura 1.130 millones de euros, mientras que el segundo llega a 36.000 toneladas y 53 millones de euros, el tercero alcanza las 34.800 toneladas y los 80 millones de euros, el cuarto ronda las 27.000 toneladas y los 39 millones de euros y el quinto se sitúa en 19.000 toneladas y 40 millones de euros.. Los dos primeros y el cuarto tienen su principal fortaleza en las marcas de distribución.

Tanto en yogures como en postres lácteos, las marcas blancas tienen una gran importancia. En el primero de los casos acaparan el 64,9% de todas las ventas en volumen y el 55% en valor, mientras que en el segundo llegan hasta el 63,4% y el 44,9% respectivamente.



PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE POSTRES LÁCTEOS FRESCOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Postres y Dulces Reina (Grupo)	130,00
Schreiber Foods España	53,00
Danone	79,60
Postres Lácteos Romar	39,30
Lactalis Nestlé P. Lác. R. Iberia	40,00
Andros – Dhul	40,00
Calidad Pascual	11,60
Clesa (Acolat)	7,60
Kaiku Corp. Alimentaria	7,40
Ehrmann Lácteos España	2,30

Datos de 2017
FUENTE: Alimarket Gran Consumo

PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS Y COMERCIALIZADORAS DE YOGURES

EMPRESA	VENTAS TONELADAS
Danone	716,50
Schreiber Foods España	225,00
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refreg. Iberia	146,00
Andros	53,00
Clesa (Acolat-Clun)	20,60
Capsa (Corp. Aliment. Peñasanta)	26,60
Kaiku Corp. Alimentaria	37,20
Celgán – José Sánchez Peñate	16,00
Calidad Pascual	17,00
La Fageda	14,30

Datos de 2017
FUENTE: Alimarket Gran Consumo

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de yogures y leches fermentadas llegaron, durante el último ejercicio computado, a las 179.710 toneladas, a las que hay que añadir otras 19.810 toneladas de mantequilla y 14.400 toneladas de nata. Estas cifras indican unas disminuciones interanuales del 2,5% en el caso de yogures y leches fermentadas y del 5,3% en la mantequilla y un importante aumento del 33% en la nata. Los principales proveedores de postres lácteos para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Francia, ya que acapara más del 50% de todas las importaciones de yogures y un porcentaje ligeramente superior de postres. A continuación se sitúan Alemania y Austria.

Por lo que hace referencia a las exportaciones, estas superaron las 123.700 toneladas de yogures y leches fermentadas, con un incremento interanual del 8,4%, a las que hay que añadir 82.720 toneladas de nata y 13.640 toneladas de mantequilla. En el caso de la nata, el crecimiento interanual es muy importante, en torno al 48%, mientras que en la mantequilla se registra una reducción del 3,4%.



El principal mercado de destino de estas exportaciones es Portugal, aunque alrededor de un tercio de todas las ventas españolas en el exterior de productos lácteos se dirige hacia países fuera de la Unión Europea, lo que indica los esfuerzos de las empresas españolas para internacionalizar sus negocios. Algunos de los principales operadores del sector han internacionalizado sus plantas de producción para facilitar el acceso a otros mercados. Así el cuarto operador sectorial y líder en el mercado de postres ha abierto dos plantas en Portugal y una en Estados Unidos, con una capacidad de producción de 25.000 toneladas. ○

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

ANDALUCÍA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- LECHE PASTERIZADA

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- MANTEQUILLA DE SORIA ✪

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA CERDANYA ✪ (MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Mantequilla de Soria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Mantequilla de Soria ampara la producción elaborada con leche de vaca de las razas Frisona y Pardo-Alpina, o del cruce de ambas, recogida en 169 municipios de esta provincia.

CARACTERÍSTICAS: El producto obtenido tiene un color blanco, suave al paladar y un sabor muy dulce; esponjosa, parecida a una crema, por lo que puede moldearse y aparecer en el envase con la forma característica de la manga pastelera. Se elaboran tres tipos de mantequilla: natural, dulce y salada. La mantequilla natural se presenta en bloques de 1,4 a 14 kilos de peso para uso industrial; la dulce, en envases transparentes con adornos en la parte superior; y la salada, en rollos y latas de 250 a 500 gramos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 2 ganaderías inscritas, 1 industria láctea y 5 industrias pasteleras. La producción de leche alcanza los 1,8 millones de litros y se comercializan 73.000 kilos de mantequilla con DOP.



Leche Certificada de Granja

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de Leche Certificada de Granja se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse en explotaciones de ganado vacuno pertenecientes a razas puras e inscritas en el libro genealógico correspondiente y con el título de "Ganadería diplomada" o de sanidad comprobada.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración se limita como máximo a un proceso de pasteurización y a un envasado, haciendo pasar la leche en circuito cerrado y de forma continua, realizándose en la propia explotación estas operaciones y elaborándose únicamente la leche producida en la misma. Dependiendo de los procesos a que sea sometida se obtendrá leche certificada pasteurizada o leche certificada de granja cruda.

Mantega de L'Alt Urgell i La Cerdanya (Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya)*

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y elaboración de mantequilla en la comarca de L'Alt Urgell y La Cerdanya, al norte de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: En la elaboración de la mantequilla pueden utilizarse materias primas como la nata de leche pasteurizada y fermentos lácticos, pero no se admite ningún tipo de colorante. El proceso incluye la pasteurización y el desgasificado de la nata, que a continuación se somete a enfriamiento para, posteriormente, iniciar la fase de maduración. La mantequilla se comercializa en bloques o formatos de cualquier medida, con un peso igual o superior a 15 gramos netos, envuelta con papel metalizado y sulfurizado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas casi 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen más de 8 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Se comercializan 400.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya.

HELADOS

La producción española de helados ronda los 320 millones de litros y muestra una tendencia creciente. El mercado interno absorbe unos 270 millones de litros, registrando un incremento interanual que ronda el 3%, mientras que las ventas llegan hasta los 1.938 millones de euros. Todas las estimaciones muestran que existe un elevado potencial de crecimiento, ya que todavía los niveles de consumo se encuentran por debajo de otros países de nuestro entorno. Dentro de la Unión Europea los principales países productores de helados son Italia (595 millones de litros), Alemania (515 millones de litros) y Francia (454 millones de litros), seguidos a bastante distancia por España.

Las ventas de helados en la distribución organizada en el pasado ejercicio llegaron hasta los 161 millones de litros, por un valor de 568 millones de euros. Dentro de este segmento, las presentaciones más demandadas son las de los helados multipack, con una cuota en volumen del 62% del total y del 69,5% en valor. A continuación se sitúan los helados a granel (25,5% y 23,2% respectivamente), seguidos por las tartas (6,1% y 4,4%), los bloques (6,2% y 2,2%) y los helados de impulso (02% y 0,8%). Por sabores, el predilecto es el chocolate, seguido por la vainilla, la nata, el limón y la fresa. Las ofertas que más crecen son las de los helados artesanales, los yogures helados, los helados veganos, sin gluten y los bajos en grasa. La desestacionalización es vista como el gran desafío que tiene el sector.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores, muchos de ellos creados en los últimos tiempos, junto a la presencia de unos pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales, que son los que tienden a controlar el mercado.

Seis de cada diez empresas fabricantes de helados han sido creadas después de 2008 y cuatro de cada diez tienen menos de 5 años. Además, un 71% de esas empresas es catalogado como microempresa y un 24% como pequeña empresa. Las empresas de dimensión mediana apenas son el 3% del total y las grandes empresas apenas suponen el 2%. Andalucía es la comunidad donde se encuentra mayoría de las empresas heladeras (21% del total), seguida por la Comunidad Valenciana (18%), Cataluña (16%) y las islas Baleares (8%). Las diez empresas más importantes del sector controlan alrededor del 85% de todas las ventas en valor y en volumen. El grupo líder es una filial de una gran compañía multinacional y registra una facturación de 620 millones de euros, con una plantilla de 850 trabajadores. El segundo operador genera unos 950 puestos de trabajo y alcanza unas ventas ligeramente por debajo de los 150 millones de euros, mientras que el tercero (340 trabajadores) llega a los 100millones de euros, el cuarto (290 trabajadores) se sitúa en torno a los 84 millones de euros y el quinto (840 trabajadores) ronda los 65 millones de euros anuales.

La empresa más importante en el segmento de los yogures helados es una compañía española creada en 2009 y que en la actualidad cuenta con más de 200 locales en 23 países. En el último ejercicio computado vendió unos 4,2 millones de tarrinas y registró unas ventas cercanas a los 70 millones de euros. La innovación constante y la presentación de ofertas más saludables, adaptadas a los nuevos gustos de los consumidores, constituyen las principales estrategias para arañar cuotas de mercado.

Dentro de la distribución organizada, las marcas blancas tienen una gran importancia, controlando en torno al 81% de todas las ventas en volumen y más del 60% en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante se queda en el 10% en volumen y el 22% en valor y la segunda ronda el 5,5% y el 11% respectivamente.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. - Grupo *	607,00
Froneri Iberia, S.L.	207,00
Ice Cream Factory Co Marker, S.A.	108,30
Aiadhesa, S.A.	84,09
Grupo Kalise, S.A. *	77,00
Helados Estiu, S.A. *	51,00
Grupo Farga – Grupo *	40,00
Crestas La Galeta, S.A.	33,70
Lacrem, S.A. *	26,00
Casty, S.A.	21,40

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

Es casi imposible proporcionar unas cifras contrastadas sobre el comercio exterior de helados. En términos muy generales, se considera que las exportaciones pueden rondar el 13% de la producción española total de helados, lo que supone en torno a 41,7 millones de litros. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan, por este orden, Portugal, Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y Holanda. De todas formas, muchos movimientos entre distintas filiales de una misma compañía no quedan reflejadas en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho más importantes. Muchas de los grandes operadores del sector apuestan también a internacionalizar sus plantas de producción para situarlas cerca de los grandes mercados de destino.

Por lo que hace referencia a las importaciones de helados, las cifras disponibles son todavía menos claras. Al parecer, las principales partidas importadas están vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de la distribución alimentaria y pueden cifrarse en algo más de unos 170 millones de euros anuales. Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido aparecen como los principales proveedores de helados para el mercado español. La mayor importadora de helados del mundo es Alemania, seguida por Francia y Reino Unido.



QUESOS

La producción de quesos en nuestro país está aumentando de una manera muy significativa y en la actualidad ya supera las 470.000 anuales, lo que supone el 4% de la producción total de la Unión Europea. Por encima de nuestro país se sitúan Francia (con cerca del 22% de la producción total), Alemania (21%), Italia (13%), Holanda (8%) y Polonia (8%). Los quesos de vaca españoles constituyen algo más del 44% de la producción total, mientras que los elaborados con una mezcla de leches llegan al 30,3%. Donde España ocupa un lugar muy destacado es entre los quesos de leche de oveja, ya que su producción supone el 35% del total de la Unión Europea, seguida por las de Italia (31%) y Francia (28%). En el caso de los quesos de cabra, la producción española representa algo más del 25% del total europea, aunque Francia controla una cuota mucho mayor, cercana al 52% del total comunitario.

El mercado español de quesos llegó durante el último ejercicio computado hasta las 349.480 toneladas y los 2.580 millones de euros. Por categorías, los quesos más vendidos fueron los frescos, con el 27,6% del total en volumen. A continuación se sitúan los quesos semicurados (23,2%), los quesos fundidos (11,2%), los frescos light (9,8%), los tiernos (6,4%), los de oveja (5,5%), los curados (5,3%), los quesos de cabra (3,6%), los de bola (1,8%), los Emmental/ Gruyere (1,2%), los quesos frescos bajos en sal (1,1%), los quesos azules (0,9%) y los quesos frescos con calcio y vitaminas (0,4%).

Donde España ocupa un lugar muy destacado es entre los quesos de leche de oveja, ya que su producción supone el 35% del total de la Unión Europea, seguida por las de Italia (31%) y Francia (28%)

Las ventas en la distribución organizada registraron un importante incremento interanual del 7% en valor. Las dos partidas principales en este canal son las de quesos frescos y quesos de pasta prensada nacional, ya que entre ambas acaparan algo más del 55% de todas las demandas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El crecimiento registrado y las buenas perspectivas del mercado quesero en nuestro país han provocado profundos cambios en el sector empresarial de productores y comercializadores de quesos. Hasta hace poco tiempo, se trataba de un sector muy atomizado, formado por un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter semiartesanal y con una incidencia limitada a los mercados locales. Esa realidad ha saltado por los aires, produciéndose fuertes procesos de modernización y concentración que han acabado configurando algunos grandes grupos que, a menudo, basan sus estrategias en el comercio exterior. La penetración de capitales internacionales, sobre todo franceses e italianos, es bastante acusada entre esos líderes sectoriales aunque, junto a ellos, aparecen algunas empresas de capital básicamente español que han consolidado unos elevados niveles de producción y que han comenzado a importar una parte significativa de su oferta.

La principal empresa del sector es fundamentalmente una importadora de quesos europeos y registra una producción de 119.000 toneladas. La segunda llega a las 60.000 toneladas, la tercera alcanza las 50.000 toneladas, la cuarta se sitúa en 30.000 toneladas y la quinta ronda las 28.000 toneladas. Entre 10.500 y 26.650 toneladas de producción anual aparecen otros doce fabricantes. Con producciones entre 5.000 y 9.500 toneladas anuales se sitúan otras doce empresas.

Las marcas de distribución son muy importantes en el libreservicio ya que acaparan el 48% de todas las ventas en volumen de los quesos de pasta prensada nacional, el 49,5% de las de quesos de peso variable, el 60,9% de las de quesos frescos, el 77,1% de las de quesos rallados y el 40,7% de las de quesos de pasta blanda. ○

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES E IMPORTADORAS DE QUESOS

EMPRESA	PRODUCCIÓN TONELADAS
Grupo TGT	119.000
Queserías Entrepinares	60.000
Lácteas García Baquero	50.000
Grupo Lactalis Forlasa	30.000
Mondelez España Comercial	28.000
Quesería Lafuente	25.650
Mantequerías Arias	20.000
Arla Foods	19.000
Grupo Friesland Campina	18.000
Central Quesera Montesinos	17.500

Datos de 2017

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de quesos es claramente desfavorable para nuestro país, como ocurre con prácticamente todos los productos lácteos. De todas formas, en los últimos tiempos la balanza comercial ha tendido a equilibrarse, ya que las exportaciones han crecido a buen ritmo. El comercio exterior general de la partida de quesos y helados, donde los primeros ocupan el lugar predominante, refleja unas exportaciones durante 2018 de 612,9 millones de euros, frente a unas importaciones de 1.219,5 millones de euros, lo que arroja un saldo desfavorable para nuestro país de casi 606,6 millones de euros y una escasa tasa de cobertura del 50,3%. Hay que tener en cuenta que las exportaciones tuvieron un incremento interanual del 6,2%, mientras que las importaciones lo hicieron en un más moderado 1,8%. De esta forma, el saldo comercial negativo se redujo en un 2,2% y la tasa de cobertura aumentó en un 2,1%.

Tanto las exportaciones como las importaciones tienen un origen y destino europeos. En el caso de las importaciones, nuestros principales proveedores son Alemania (70.000 toneladas), Francia (66.300 toneladas), Holanda (49.000 toneladas), Italia (21.000 toneladas) y Dinamarca (20.000 toneladas), seguidas por Bélgica; Reino Unido; Polonia; Irlanda, Portugal y Luxemburgo. Aunque las importaciones provenientes de países no europeos están creciendo significativamente, tienen todavía un peso poco importante. Los mercados de destino prioritarios para las exportaciones españolas de quesos son Italia, Portugal, Francia, Alemania; Reino Unido y Holanda, aunque también comienzan a diversificarse hacia otros destinos más lejanos. En los últimos 6 años las exportaciones españolas de quesos han aumentado un 95%. ○


¡Única!
Torta del Casar
Denominación de Origen Protegida
Queso elaborado a base de
Leche cruda de oveja,
cuajo vegetal natural y sal
Torta del Casar
Torta del Casar
"El mejor queso que probar se puede."
Camilo José Cela
www.tortadelcasar.eu
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales
JUNTA DE EXTREMADURA

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	**1.623,9**	**35,5**	**5.701,5**	**124,5**
BATIDOS DE LECHE	119,8	2,6	148,8	3,2
BATIDOS DE YOGUR	58,5	1,3	95,4	2,1
LECHES FERMENTADAS	666,9	14,6	1.463,6	32,0
YOGUR	450,9	9,8	825,1	18,0
YOGUR CON ADITIVOS	124,7	2,7	308,6	6,7
YOGUR SIN ADITIVOS	326,3	7,1	516,5	11,3
YOGUR NATURAL	82,7	1,8	109,5	2,4
YOGUR SABORES	92,5	2,0	125,0	2,7
YOGUR FRUTAS	21,9	0,5	49,2	1,1
YOGUR DESNATADO	145,7	3,2	253,2	5,5
YOGUR ENRIQUECIDO	6,9	0,2	27,1	0,6
OTROS	101,2	2,2	261,3	5,7
YOGUR CON BIFIDUS	128,4	2,8	330,2	7,2
OTRAS LECHES FERMENTADS	87,6	1,9	308,3	6,7
MANTEQUILLA	15,6	0,3	114,3	2,5
MANTEQUILLA LIGHT	2,3	0,0	15,7	0,3
MANTEQUILLA NORMAL	13,3	0,3	98,6	2,2
QUESO	354,4	7,7	2.617,0	57,2
QUESO FRESCO	97,1	2,1	501,9	11,0
FRESCO LIGHT	34,0	0,7	125,1	2,7
FRESCO SIN SAL	0,5	0,0	3,3	0,1
FRESCO BAJO SAL	3,7	0,1	27,6	0,6
FRESCO CALCIO	0,9	0,0	2,6	0,1
QUESO FUNDIDO	39,9	0,9	229,7	5,0
QUESO TIERNO	23,8	0,5	173,8	3,8
QUESO SEMICURADO	81,8	1,8	708,8	15,5
QUESO CURADO	18,1	0,4	175,3	3,8
QUESO OVEJA	19,6	0,4	200,3	4,4
QUESO CABRA	13,3	0,3	145,2	3,2
QUESO DE BOLA	7,1	0,2	68,3	1,5
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,5	0,1	34,4	0,8
QUESO TIPO AZUL	3,5	0,1	38,5	0,8
OTROS TIPOS QUESO	45,7	1,0	340,8	7,4
HELADOS Y TARTAS	156,4	3,4	600,6	13,1
HELADOS	133,1	2,9	478,7	10,5
TARTAS	23,3	0,5	121,9	2,7
NATA	47,4	1,0	139,8	3,1
NATILLAS	41,7	0,9	88,3	1,9
FLANES PREPARADOS	47,7	1,0	124,6	2,7
CUAJADAS	8,3	0,2	23,7	0,5
CREMA DE CHOCOLATE	19,7	0,4	44,0	1,0
CREMA CATALANA	1,4	0,0	6,8	0,1
POSTRES CON NATA	17,8	0,4	39,0	0,9
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	68,2	1,5	195,4	4,3

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 1.623,9 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 5.701,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 35,5 kilos de consumo y 124,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (9,8 kilos por persona), seguido del queso, con 7,7 kilos per cápita al año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo de 3,4 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 45,9%, con 57,2 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (15,5 euros) y del fresco (11,0 euros). Por su parte, el yogur supone el 14,5% del gasto total en este tipo de productos, con 18,0 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 10,5%, con 13,1 euros per cápita anuales.



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

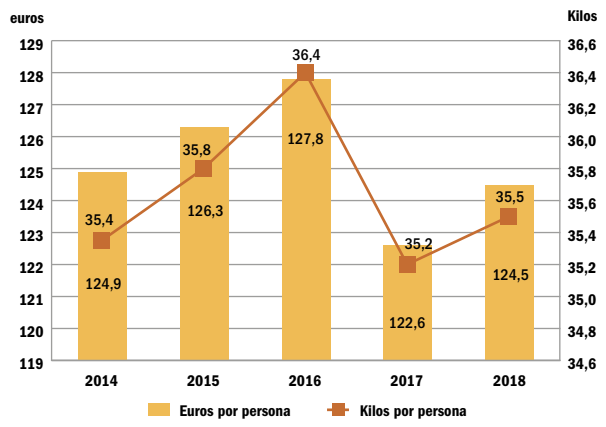
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de derivados lácteos es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de derivados lácteos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de derivados lácteos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Cantabria y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Castilla y León y Castilla-La Mancha.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

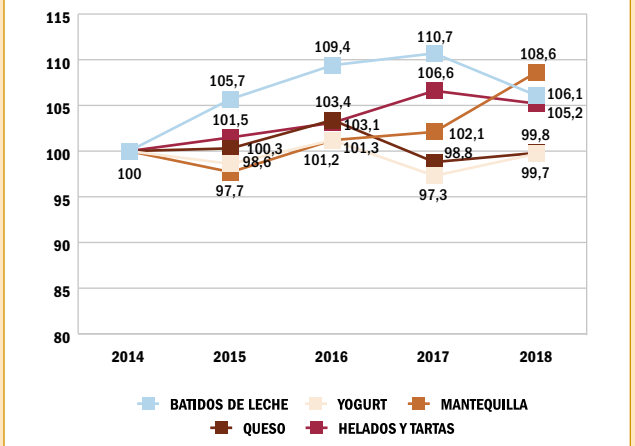
Durante los últimos cinco años, tanto el consumo como el gasto de derivados lácteos se ha mantenido estable en términos per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2016 (36,4 kilos y 127,8 euros por consumidor).

En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de batidos de leche, helados, tartas y mantequilla aumenta, mientras que en el caso del yogurt y del queso se produce un ligero descenso.

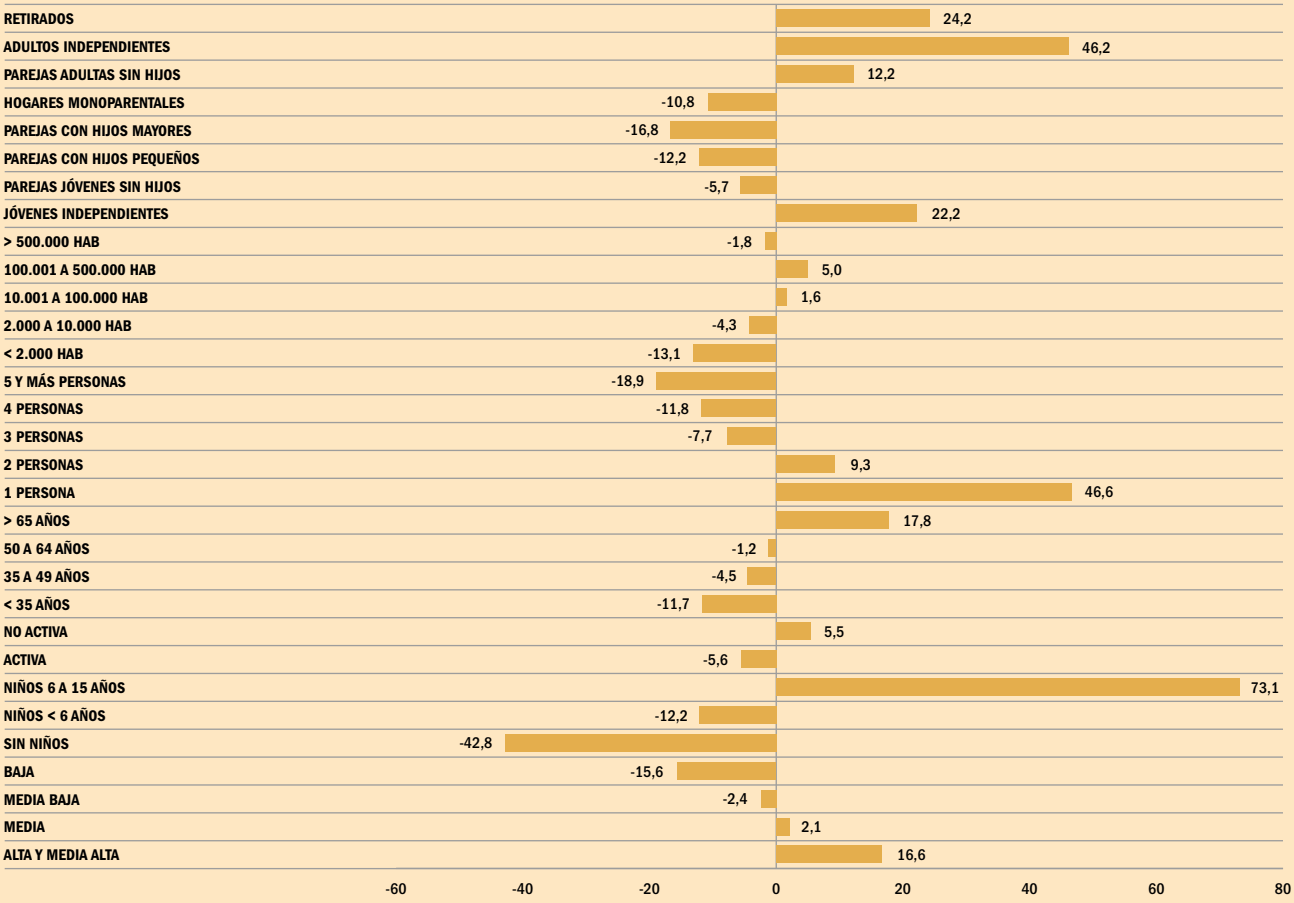
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE DERIVADOS LÁCTEOS (2014=100), 2014-2018

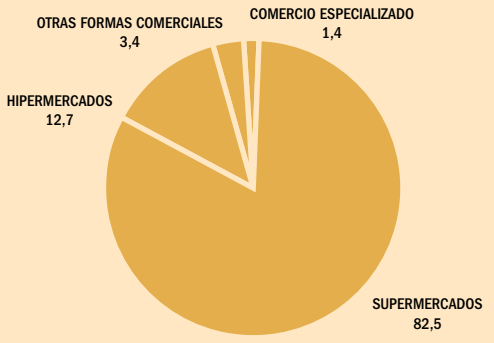


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 35,2 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados lácteos a los supermercados (82,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 12,7% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. Otras formas comerciales alcanzan la cuota del 3,4% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

- QUESO FRESCO
- QUESO MADURADO

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- AFUEGA'L PITU ✪
- CABRALES ✪
- GAMONEDO (GAMONEU) ✪
- QUESO CASÍN ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- QUESO LOS BEYOS **/ ✪

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- MAHÓN-MENORCA ✪

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- QUESO FLOR DE GUÍA Y QUESO DE GUÍA ✪
- QUESO MAJORERO ✪
- QUESO PALMERO ✪

CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- PICÓN BEJES-TRESVISO ✪
- QUESO-NATA DE CANTABRIA ✪
- QUESUCOS DE LIÉBANA ✪

MARCAS "CALIDAD CONTROLADA"

- QUESO DE OVEJA CURADO

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- QUESO MANCHEGO ✪

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- QUESO ZAMORANO ✪

MARCA DE GARANTÍA

- QUESO ARRIBES DE SALAMANCA
- QUESO CASTELLANO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- QUESO DE VALDEÓN ✪
- QUESO LOS BEYOS **/ ✪

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCAS DE GARANTÍA

- QUESO CASTELLANO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA CERDANYA ✪ (QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

- FORMATGE (QUESO)

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV"

- QUESO BLANQUET
- QUESO DE CASSOLETA
- QUESO DE SERVILLETA
- QUESO DE LA NUCÍA
- QUESO TRONCHÓN



EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- QUESO DE LA SERENA ✪
- QUESO IBORES ✪
- TORTA DEL CASAR ✪

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDA

- QUEIXO TETILLA ✪ (QUESO TETILLA)
- CEBREIRO ✪
- SAN SIMÓN DA COSTA ✪
- ARZÚA-ULLOA ✪

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN CALIFICADAS

- QUESO CAMERANO ✪

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- QUESOS

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- QUESO DE CABRA DE MADRID
- QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- QUESO DE MURCIA ✪
- QUESO DE MURCIA AL VINO ✪

MARCAS DE GARANTÍA

- QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- IDIAZÁBAL **/ ✪
- RONCAL ✪

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- IDIAZABAL **/ ✪

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Afuega'l Pitu

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que integran esta denominación de origen son: Morcín, Riosa, Santo Adriano, Grado, Salas, Pravia, Tineo, Belmonte, Cudillero, Candamo, Las Regueras, Muros del Nalón y Soto del Barco, todos en Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso graso que puede ser fresco o madurado, elaborado con leche entera pasteurizada de vacas sanas de la raza Frisona y Asturiana de los Valles. De pasta blanda, de color blanco o bien anaranjado rojizo si se le añade pimentón. Los quesos que tengan un periodo de maduración de 60 días no será requisito la pasteurización de la leche. De forma troncónica o de calabacín con un peso entre 200 y 600 gramos, tiene corteza natural y consistencia variable según el grado de maduración. Se elaboran cuatro variedades, según la forma y si se adiciona o no pimentón: Atroncau Blancu, Atroncau Roxu, Trapu Blancu y Trapo Roxu.

DATOS BÁSICOS: Se producen en torno a 900.000 litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 8 queserías que comercializan más de 120.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

Cabrales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 18 términos municipales de la comarca de Cabrales y 3 municipios de Peñamellera Alta, en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche cruda de vaca o con mezcla de leche de oveja y cabra. El proceso de maduración oscila entre 3 y 6 meses y se efectúa en cuevas naturales de la comarca de Cabrales. De forma cilíndrica, su peso es de 1 a 2,5 kilos, de corteza blanda, untuosa, de color amarronado anaranjado, despide un fuerte olor muy característico. Mantecoso al paladar, ligeramente picante y con un intenso retrogusto de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Están censadas más de 3.500 cabezas de ganado en 41 explotaciones ganaderas que producen 5 millones de litros de leche al año. Las 32 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 500.000 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional, excepto un pequeño porcentaje que se exporta a la UE y países de América.

Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El territorio de producción de leche y elaboración del tradicional "queso gallego" amparado por la DOP comprende 32 municipios de la Galicia central.

CARACTERÍSTICAS: se elabora con leche entera, cruda o pasteurizada, de vacas de razas Rubia Gallega, Frisona, Pardo Alpina y sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días. Su forma es lenticular o cilíndrica, con los bordes redondeados, y su peso oscila entre 0,5 y 3,5 kg. La corteza es fina y elástica, de color amarillo, brillante, limpia y lisa. La masa es de color uniforme, entre blanca marfil y amarillo pálido, de aspecto brillante, sin grietas, y puede presentar ojos en número reducido. Su aroma es lácteo, intenso a mantequilla, con matices de yogur, y también nata y nuez, de intensidad débil. Su sabor es elemental de leche, ligeramente salado y de acidez media. La textura es fina, poco húmeda, poco firme y con elasticidad baja. En la boca es fundente y soluble. Se ampara también un Arzúa-Ulloa Curado, con un período de maduración mínima de 6 meses.

DATOS BÁSICOS: están inscritas más de 1400 explotaciones ganaderas con más de 30.000 vacas productoras, y 21 queserías que elaboran una media anual de 3,4 millones de kilos de Arzúa-Ulloa, lo cual significa que esta DOP es la segunda de las de los quesos españoles, y la primera entre las que amparan quesos de leche de vaca. Más del 80% se consume en Galicia, donde popularmente se le conoce también como "el queso del país".

Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El período de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

Formatge de L'Alt Urgell i La Cerdanya

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de las provincias de Lleida y Girona.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen aproximadamente 2,5 millones de litros de leche destinada a la elaboración de queso protegido. Se comercializan aproximadamente 300.000 kilos de queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

Gamoneu (Gamonedo)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

Idiazábal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazábal se extiende por todo el País Vasco y Navarra (excepto la zona del valle del Roncal).

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Carranzana. El período de maduración mínimo es de 2 meses. Se producen quesos ahumados y sin ahumar y el peso puede oscilar entre 1 y 3 kilos. De sabor intenso, amplio, limpio y consistente, resulta un queso equilibrado y con una marcada y definida personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas unas 500 explotaciones, que producen una media anual de 8,4 millones de litros de leche. Las 115 queserías que producen aproximadamente unas 1.200 toneladas de queso Idiazábal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

Mahón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos. Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor acídulo; Semicurado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a mantequilla y avellanas; y Curado, con más de cinco meses de maduración, sabor y aroma intensos, persistencia bucal larga, recuerdos a madera envejecida, cuero curtido o cava de maduración y suave aparición picante; se le considera el "parmesano" español.

DATOS BÁSICOS: 7.913 vacas y 131 explotaciones ganaderas producen 48,5 millones de litros de leche al año, mientras 48 queserías comercializan más de 2,4 millones de kilos de queso, que se venden en el mercado nacional, salvo un 13,3% que se destina a la exportación.

Picón Bejes-Tresviso

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida ampara varios términos municipales de la comarca de Liébana, con Bejes, Tresviso y Turieno como principales núcleos queseros, localizados al sudoeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo-Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración en cuevas naturales es de al menos 2 meses. De forma cilíndrica, corteza blanda, delgada y untuosa de color gris con zonas amarillas. La pasta es compacta, con ojos de color blanco y zonas con vetas de color azul-verdoso. El sabor es levemente picante, más acusado cuando está elaborado con leche de oveja o cabra, o en mezcla.

DATOS BÁSICOS: Hay censadas 1.269 cabezas de ganado y 15 explotaciones ganaderas que producen 475.038 litros de leche al año; 4 queserías comercializan anualmente algo más de 51.230 kilos de queso destinados al mercado nacional.

Queso Camerano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de leche apta para la elaboración de los quesos amparados por la Denominación está constituida por todos los municipios de las comarcas de La Rioja Alta y Sierra de Los Cameros. La zona de elaboración, maduración y conservación pertenece a La Rioja Media y Baja.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche de cabra de las razas Serrana, Murciano-Granadina, Malagueña, Alpina y sus cruces. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 200 y 1.200 gramos y se producen cuatro variedades: frescos, tiernos, semicurados y curados.

DATOS BÁSICOS: En La Rioja existen 270 explotaciones de ganado caprino con unos 10.000 animales, de los que 4.646 son para la producción de leche, que se sitúa en torno a los 800.000 litros anuales. De ellos, 250.000 se destinan a la elaboración del Queso Camerano, lo que se traduce en unos 25.000 kilos de queso al año. En la actualidad hay 2 queserías que elaboran este producto.

Queso Casín

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona que delimita esta DOP comprende los concejos de Caso, Sobrescobio y Piloña en el Principado de Asturias. El Queso Casín es uno de los más antiguos de España.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de leche de vaca entera cruda de vaca, de las razas Asturiana de la Montaña o Casín, Asturiana de los Valles, Frisona y sus cruces. Es característica su peculiar técnica de amasado de la cuajada: se amasa varias veces en la "máquina de rabilar". De aroma potente y punzante, su sabor es picante, fuerte y persistente, aumentando en intensidad al incrementar el número de amasados. Su forma es cilíndrica-discoidal irregular, con un peso de 250 a 1.000 gramos, tiene color amarillo cremoso oscuro y presenta una de las caras grabadas con motivos ornamentales exclusivos para cada elaborador.

DATOS BÁSICOS: Se producen más de 100.000 litros de leche con destino a la elaboración de este producto. El Consejo Regulador cuenta con cuatro queserías registradas que comercializan aproximadamente 40.000 unidades de Queso Casín, distribuidas preferentemente en el mercado nacional.

Queso Los Beyos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración se encuentra ubicada en la vertiente atlántica de la cordillera Cantábrica, en su sector centro-oriental, coincidiendo con la cuenca alta del río Sella, que discurre, en este tramo, a través del desfiladero de Los Beyos, del que toma su nombre el queso.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de un queso madurado, de coagulación predominante láctica, de pequeño tamaño, cilíndrico, de diámetro ligeramente superior a la altura, con un peso entre 250 y 500 gramos; de corteza fina y rugosa; de pasta semidura a dura, cerrada y desmenuzable al corte; de textura firme y friable, poco o nada elástica; con aroma y sabor característicos, agradables y equilibrados, que recuerdan a la leche de la que procede.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador es el encargado de garantizar, tanto en el proceso como en el producto, a través de su estructura de control, el cumplimiento de los requisitos establecidos para poder ser amparados por la IGP Los Beyos. Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Queso-Nata de Cantabria ®

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de este queso, conocido como queso de nata, se extiende por todo el territorio de Cantabria, a excepción de las cuencas hidrográficas de los ríos Urdón y Cervera y los municipios de Tresviso y Bejes.

CARACTERÍSTICAS: En su elaboración se utiliza exclusivamente leche entera de vaca de la raza Frisona. El período mínimo de maduración es de 7 días a partir de la fecha de finalización del proceso de salado. El peso oscila entre 400 gramos y 2,8 kilos, con un color levemente amarillo y de corteza lisa, blanda y natural; resulta un queso graso, de pasta compacta, semicocida, con textura mantecosa y sabor suave, olor aromático y fresco.

DATOS BÁSICOS: Las 3.418 cabezas de ganado vacuno censadas en 75 explotaciones ganaderas producen 1.498.558 litros de leche al año. Las 5 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 124.357 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

Queixo Tetilla ® *(Queso Tetilla)*

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende las cuatro provincias de la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche entera de vaca de las razas Frisona, Pardo Alpina y Rubia Gallega. El tiempo mínimo de maduración es de 8 días después del proceso de salado. De aroma suave, su sabor es láctico, mantecoso, ligeramente ácido y salado suave.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas cerca de 43.100 vacas y 1.900 explotaciones ganaderas que producen unos 13 millones de litros de leche. Las 35 queserías registradas producen una media anual de 1,5 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 98% en el mercado nacional y el 2% restante se destina a la exportación.



Queso de Flor de Guía y Queso de Guía

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Se produce en el noroeste de Gran Canaria, en los municipios de Santa María de Guía, Gáldar y Moya.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso elaborado con leche de oveja o mezcla de esta con leche de vaca canaria y sus cruces o cabra de cualquiera de las razas canarias. Para su fabricación, totalmente artesanal, se utiliza cuajo vegetal, obtenido de la flor de cardo azul, de ahí su nombre. Su corteza, de color amarillo-blanquecino, resulta ligera, y el interior es compacto, aunque con pequeñas galerías de origen fermentativo. De graso a extragraso, su forma cilíndrica es bastante aplanada, con los bordes redondeados y las caras con estrías. Su tamaño es medio y el peso supera los 2 kilos. En el paladar resulta mantecoso y fundente, con un sabor característico, suave aunque bastante desarrollado y en el que se mezclan componentes tanto dulzones como amargos.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Queso de Valdeón ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración se localiza en ocho municipios del Valle de Valdeón, situado al noroeste de la provincia de León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche pasteurizada de vaca de la variedad Parda Alpina y leche de cabra de las variedades Alpina y del País. El proceso de maduración oscila entre 45 y 60 días y se puede realizar de forma artesanal en cuevas naturales o por procedimientos industriales. El producto resultante es un queso graso con una corteza apenas definida, de forma cilíndrica y un peso aproximado de 2,4 kilos. También se comercializa en tarrinas de 500 y 200 g para untar y en cuñas de 100 a 200 g. Su sabor es intenso, láctico, definido y picante.

DATOS BÁSICOS: La producción actual es de unos 300.000 kilos anuales, de los que el 40% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Queso de La Serena ✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de queso abarca 21 municipios de la comarca de La Serena, en la provincia extremeña de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Para la elaboración del queso se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de raza Merina. El período de maduración mínimo es de 2 meses y el peso oscila entre 700 gramos y 2 kilos. Su cremosidad depende del grado de maduración, denominándose "Tortas" a los que presentan una pasta blanda, fluida y mantecosa, persistente al paladar. Cuando es añejo presenta una pasta y corteza duras y un ligero aunque exquisito sabor picante.

DATOS BÁSICOS: 126.000 ovejas y 115 explotaciones ganaderas producen más de 1,1 millones de litros de leche al año. Las 13 queserías registradas producen una media anual de más de 200.000 kilos de queso; el 60% se comercializa en el mercado regional, el 35% en el nacional y el 5% restante se destina a la exportación.

Queso de Murcia ✪ *Queso de Murcia al Vino* ✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El Consejo Regulador ampara dos Denominaciones de Origen Protegidas: Queso de Murcia y Queso de Murcia al Vino. La zona de elaboración y producción abarca toda la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de cabra de la raza Murciana. Tiene un tiempo mínimo de curación de 45 días. Es un queso semiduro, de textura cremosa y elástica, suave, agradablemente ácido y poco salado. El Queso de Murcia puede ser fresco, de color blanco con marcas de pleita, o curado, con cuatro meses de maduración como mínimo, resultando un queso de pasta firme, con aroma y sabor agradable.

DATOS BÁSICOS: La cabaña suma 71.200 cabras. En 2017 hubo 155 explotaciones caprinas de raza Murciana y 8 queserías inscritas los registros del Consejo Regulador. La producción total de queso DOP alcanzó la cifra récord de 601.000 kilos, destinados en un 70 % a la exportación y el resto al mercado nacional.

Queso Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca las comarcas naturales de Ibores, Trujillo, La Jara y Villuercas, situadas en el sureste de Cáceres (Extremadura).

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche cruda de cabra Serrana, Verata, Retinta y sus cruces. Al término de su proceso de maduración, el queso presenta un color amarillo céreo a ocre oscuro, siendo tradicional la presentación pimentonada, así como untados en aceite. Se trata de un queso graso, de irresistible sabor, mantecoso al paladar, moderadamente picante, suavemente caprino en el retrogusto y con aromas a leche cruda.

DATOS BÁSICOS: 18.007 cabras censadas en 56 explotaciones ganaderas extensivas y familiares producen leche de calidad, que elaboran las 8 queserías inscritas productoras de Queso Ibores. Durante la última campaña se comercializaron en torno a 140.000 kilos de Queso Ibores.

Queso Majorero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de queso se extiende por todo el territorio de la isla de Fuerteventura, en la comunidad autónoma de Canarias.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche de cabra de la raza Majorera. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 1 y 6 kilos y se fabrican tiernos, semicurados, curados, con pimentón y con gofio. El queso es de color blanco en los tiernos y ceroso en los curados, de textura cremosa y sabor acídulo y algo picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas más de 29.981 cabras y 70 explotaciones ganaderas, que producen 2.113.945 litros de leche al año. Las 16 queserías inscritas producen y comercializan una media anual de 305.548 kilos de Queso Majorero, que se consumen en un gran porcentaje en el mercado insular canario y el resto en el mercado peninsular y extranjero.



Queso Manchego

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción se extiende por 399 municipios de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche cruda o pasteurizada de oveja Manchega. La maduración mínima es de 30 días para quesos con peso igual o inferior a 1,5 kg. y de 60 días para el resto de formatos. La maduración máxima es de 2 años. Su peso oscila entre 0,4 y 4 kg. Puede ser semicurado o curado y también en aceite. De pasta firme y compacta, de color amarillento o pardo oscuro, el sabor es fuerte, sabroso, de buen bouquet y retrogusto. Está considerado como uno de los mejores quesos de oveja del mundo.

DATOS BÁSICOS: 700 ganaderías y más de 550.000 ovejas producen más de 80 millones de litros de leche al año; 67 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 15,5 millones de kilos de queso, de los que un 60% se destina a los mercados de exportación.

Queso Palmero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en todos los municipios de la isla de San Miguel de la Palma, en la provincia de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche de cabras de la raza Palmera, alimentadas aprovechando los recursos forrajeros de la zona de producción. Los quesos pueden ser ahumados con el humo de cáscaras de almendras, tunera seca y pino canario o madurados untados con aceite, gofio y harina. El producto resultante es de forma cilíndrica, un peso entre 0,75 y 15 kilos, de corteza blanca-amarillenta o parda, de pasta brillante o marfil, de textura firme y mantecosa, sabor ligeramente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 2.616 cabezas de ganado y 17 explotaciones ganaderas que producen algo más de un millón de litros de leche al año, de los que cerca de 238.000 están destinados a la elaboración de queso protegido. Las 17 queserías artesanales inscritas comercializan una media anual de 34.000 kilos de queso con DOP, que se destinan todos al mercado nacional.

Queso Zamorano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca toda la provincia de Zamora, en la comunidad autónoma de Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche de oveja de la razas Churra y Castellana. El proceso de maduración nunca es inferior a 100 días y el peso puede alcanzar hasta 4 kilos. Puede ser curado o viejo, de pasta firme, compacta, de color variable desde el blanco hasta el amarillo marfil, con un sabor y aroma característicos, bien desarrollados, intensos y persistentes al paladar.

DATOS BÁSICOS: Están censadas 60 explotaciones ganaderas, con 39.696 ovejas, que producen 1,7 millones de litros de leche al año, y 9 queserías artesanales e industriales que comercializan una media anual de 330.000 kilos de queso, de los que el 85% se destina al mercado nacional y el resto a la exportación.

Quesucos de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 8 términos municipales de la comarca de Liébana, al oeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elaboran con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración es de 2 meses cuando se utiliza leche cruda e inferior cuando es con leche pasteurizada. El peso oscila entre los 400 y los 600 gramos y pueden elaborarse ahumados, resultando de color amarronado, con un ligero sabor y olor a humo. Sin ahumar son quesos de pasto firme y compacto y de color ligeramente amarillento.

DATOS BÁSICOS: Las 1.397 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 23 explotaciones ganaderas producen 417.749 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 44.461 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

San Simón da Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en la comarca de Terra Chá, al norte de la provincia de Lugo, en Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche de vaca procedente de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona y sus cruces. El proceso de maduración es de 60 días y después se procede al ahumado con madera de abedul. El queso presenta una forma entre peonza y bala, su corteza es de color amarillo- ocre y algo grasienta. La pasta es de textura fina, grasa, semidura, de color entre blanco y amarillo, y suave al corte. Se comercializa en formato ordinario de 0,8 a 1,5 kilos y en formato bufón de 400 gramos a 800 gramos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 11.916 cabezas de ganado, 346 explotaciones ganaderas y 10 empresas queseras, que comercializan una media anual de 480.680 kilos de queso con DOP, destinados principalmente al mercado nacional.

Roncal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de queso con Denominación de Origen Protegida se localiza en los 7 municipios que conforman el Valle del Roncal, en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Rasa. El período de maduración mínimo es de 4 meses. El queso es de formato cilíndrico, bien cortezado, compacto y de corte frágil. De color blanco marfil, tirando a amarillo pálido, posee un sabor recio, pronunciado, ligeramente picante, muy definido y mantecoso al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas 52.905 ovejas en 206 explotaciones ganaderas, que producen 2,5 millones de litros de leche al año. Las 5 queserías registradas elaboran y comercializan una media anual de 413.144 kilos de queso, que se venden en más del 90% en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.



Torta del Casar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA Y CARACTERÍSTICAS: Los quesos Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar se elaboran en 36 municipios de la provincia de Cáceres, a base de leche cruda de oveja, cuajo vegetal natural procedente de la flor del cardo *Cynara cardunculus* y sal. De pasta untable de color blanco a marfil, textura blanda y fundente al paladar, presenta un aroma intenso y sabor desarrollado, apenas salado y ligeramente amargo, característica esta debida al uso del cuajo vegetal.

IDENTIFICACIÓN: La Torta del Casar resulta muy apreciada y, por supuesto, muy imitada. Es por ello que es fundamental destacar que los quesos certificados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar vienen rodeados por una exclusiva etiqueta de control rojo y oro, y numeradas individualmente, lo que constituye el elemento común que hace que se diferencie de cualquier otro queso de características parecidas

DATOS BÁSICOS: Actualmente el Consejo Regulador tiene inscritas 29 ganaderías con 18.900 ovejas que han producido en 2018 un total de 3.191.000 litros. Por su parte, las 7 industrias queseras certificadas produjeron 350.000 kilos que se están comercializando en tres formatos de aproximadamente 350 g, 600 g y 900 g, con un fuerte incremento de las ventas de los dos primeros. El principal mercado es nacional (96%), siendo las principales áreas comerciales Extremadura y Madrid, mientras que en el exterior es la Unión Europea el mercado principal.

CARNES

A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2018 un total de 14.640,8 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 3,5% a la del año precedente, según los datos del Ministerio de Agricultura.

De acuerdo con las mismas fuentes, el subsector cárnico-ganadero representó en 2018 el 27,4% de la Producción Final Agraria y el 76,2% de la Producción Final generada por todo el sector animal, de lo que se deduce su importancia por encima de las producciones de origen animal como la leche o los huevos.

A grandes rasgos, en 2018 se registraron aumentos de producción en los subsectores de la carne de bovino, carne de porcino, carne de ovino-caprino y carne de aves. Por el contrario, al igual que en los años precedente bajaron las producciones de carne de equino y de conejo.

Sin embargo, respecto a los precios bajaron para todas las subespecies ganaderas, excepto para los conejos y las aves, según datos del Ministerio de Agricultura.

En concreto, la producción de carne a efectos de calcular la renta agraria anual se incrementó en volumen un 0,7% (en el año precedente la subida fue mucho menor), mientras que los precios bajaron una media del 3,2% (un año antes habían subido).

De todos los subsectores, la mayor subida de la producción fue la del porcino, que también registró la mayor caída de precios en ese año.

En la Unión Europea, por su lado, el conjunto de las producciones cárnicas generó un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de 94.733 millones de euros en el año 2018, un 2% menos que un año antes. Este subsector representaba el 59,3% de toda la Producción Ganadera final de la UE en 2018 y también el 26% de la Producción Agraria final.

PRODUCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018
AVES	1.526,6	1.528,8	1.624,5
CAPRINO	9,9	10,70	10,9
CONEJOS	59,6	57,3	53,02
OVINO	117,1	115,2	118,6
PORCINO	4.181	4.298,8	4.521,60
VACUNO	637,7	643,8	666,6
*OTRAS CARNES	13,7	12	11
TOTAL	**6.407**	**6.626**	**6.995,2**

FUENTE: MAPA.

**Equino y cerdo ibérico principalmente.*

COMERCIO DE CARNES

En su conjunto, las exportaciones cárnicas alcanzaron en 2018 la cifra de 5.589 millones de euros, un 0,3% menos que en el año anterior, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. El grueso de estas ventas se produjo a los países de la UE. En 2017 se alcanzaron unas exportaciones récord de carne.

Las exportaciones de carne y productos elaborados durante 2018 registraron un notable incremento tanto en valor como en volumen. Según datos de la Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas (FECIC), se vendieron en el exterior 2,4 millones de toneladas de estos productos, un 5% más que en el año precedente.

El principal producto que se exporta en volumen es el porcino y sus derivados. En 2018, según FECIC se exportaron 1,9 millones de toneladas, principalmente a países asiáticos como China, Corea del Sur y Japón. Por su lado, en la UE se comercializa tanto porcino como vacuno.

El sector de la industria cárnica en España cuenta con unas 3.000 empresas, el 21% de todo el sector de la industria agroalimentaria, que facturan unos 22.000 millones de euros al año.



PORCINO

Por su aportación económica, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2018, el sector del porcino supuso el 38,6% de la Producción Final Ganadera y el 13,9% de la Producción Final Agraria (porcentajes similares a los del año anteriores).

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2018 ascendió a 7.417,2 millones de euros, 65 millones de euros menos que en el año 2017.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 6% (el año anterior había aumentado un 1,1%) y los precios bajaron un 6,5% (en 2017 habían subida hasta un 10%), dos hechos que propiciaron una reducción del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 0,9%.

Al igual que en los dos años anteriores, el número de explotaciones dedicadas al porcino disminuyó también en 2018. Según los datos del Ministerio de Agricultura, se registraron 86.360, un 0,3% menos. El grueso de estas explotaciones eran granjas de crianza intensiva de cerdos, mientras que el resto eran establecimientos de producción mixta (intensiva-extensiva) o directamente extensiva.

Por el número de explotaciones registradas, en 2018 destacaron un año más Galicia (33%), Extremadura (16%), Andalucía (14%) y Castilla y León (11%), mientras que por número de cabezas en las granjas sobresalieron Cataluña, Aragón, Castilla y León y Castilla-La Mancha. Esta falta de coincidencia entre las regiones con más explotaciones y las que tienen más ganado se debe a que en las últimas priman las granjas intensivas de mayor tamaño.

Al acabar 2018 el censo de porcino de producción cárnica rondaba los 30,8 millones de cabezas, frente a los 30,1 millones del año 2017. De este censo total, 12,8 millones eran cerdos de cebo y 8,5 millones eran lechones (en ambos casos, cifras superiores a las del año anterior).

Por su parte, el número de animales sacrificados en 2018 ascendió a 52,4 4millones de cabezas (6% más que en 2017), con una producción de algo más de 4,52 millones de toneladas de carne, un volumen superior al del año anterior en un 5,1% Con estas cifras, España se situó en el cuarto puesto en el ranking mundial de producción de carne de porcino, por detrás de China, Estados Unidos y Alemania.

La producción de carne de porcino en 2018 se concentró en Cataluña (41%), Castilla y León (14%), Aragón (14%) y Castilla-La Mancha (8%). Por detrás de estas regiones quedaron Andalucía y Murcia, que producen cada una en torno al 7% de la producción de carne.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	2017	2018
ANDALUCÍA	307,1	311,1
ARAGÓN	567,6	640
ASTURIAS	4,3	4,8
BALEARES	3,7	3,6
C. VALENCIANA	118,2	123,8
CANARIAS	5,9	5,6
CASTILLA LA MANCHA	342,6	364,8
CASTILLA y LEÓN	580,6	632,3
CATALUÑA	1.796,8	1.868,3
EXTREMADURA	77,6	81,3
GALICIA	87,2	92,3
LA RIOJA	1,5	1,5
MADRID	82,2	66,4
MURCIA	320,1	321,8
NAVARRA	2,1	2,1
OTRAS COMUNIDADES	1,3	1,5
TOTAL	**4.298,8**	**4.521,60**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	112.008	111.394	112.114	113.081
UE	22.917	23.876	23.673	23.835
ESPAÑA	**3.855**	**4.181**	**4.298,8**	**4.521,60**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

Respecto al comercio exterior, al contrario que en el año anterior en 2017 en 2018 bajaron las importaciones y subieron las exportaciones. Sumando el comercio intracomunitario y el comercio con países terceros, las exportaciones de carne y productos cárnicos sumaron 2,65 millones de toneladas (un 3% más). Por su lado, las importaciones ascendieron a 221.000 toneladas, unas 30.000 toneladas menos que en el año anterior.

A estas cantidades de carne y despojos exportadas hay que sumar los datos del comercio de animales vivos, que también se comercializaron.

El grueso de las ventas de carne (1,4 millones de toneladas) se produjeron al mercado comunitario y el resto a

países terceros. Prácticamente el 70% del porcino que España exportó a la UE en 2018 fue carne y el resto despojos, lechones, etc. Asimismo, el país al que más se exportó fue Francia.
Fuera de la UE, también el grueso de las exportaciones (65%) fue carne. Los destinos de la carne de cerdo procedente de España fueron principalmente China (25%), Japón (15%) y Corea de Sur (11%).
En cuanto a las importaciones, la mayor partida (casi el 95%) procedió también de los países comunitarios.

PORCINO EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria disminuyó considerablemente en 2018. Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo alcanzó un valor de 33.550 millones de euros, un 8% menos que en el año anterior, cuando el valor de estas producciones creció en el mismo porcentaje).
El sector representaba en 2018 el 21% de toda la Producción Ganadera final de la UE, así como también el 9% de la Producción Agraria total (porcentajes inferiores a los de un año antes).
A nivel comunitario, el censo de porcino en 2018 descendió a los 148,4 millones de cabezas frente a los 150,2 millones del año anterior. De este total, el 20% estaban en España y el 18% en Alemania, que perdió su posición de líder en el censo comunitario de porcino en el año 2016. Otros países que destacaron por su censo de porcino fueron Francia (9,2%), Dinamarca (8,5%), Holanda (8,2%) y Polonia (7,4%).
En cuanto a la producción de carne, el volumen producido a nivel comunitario fue mayor que el de 2017 (23,8 millones de toneladas, un 1% más). Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2018 fueron Alemania (22%), España (19%), Francia (9,2%) y Polonia (8,7%), según datos de la Comisión.
A nivel mundial también se incrementó la producción, que rondó los 113,1 millones de toneladas de carne, un millón más que en 2017. China, con el 47,8%, fue el país con mayor producción del mundo, seguido de la Unión Europea (21%) y de Estados Unidos (10,5%). Otros países con gran producción de carne de porcino son Brasil, Rusia y Vietnam, con porcentajes muy inferiores.

CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	2.611	2.624,6
ARAGÓN	7.762	8.073,1
CASTILLA-LA MANCHA	1.624	1.733,4
CASTILLA Y LEÓN	4.007,8	4.120,7
CATALUÑA	7.754,3	7.779
COMUNIDAD VALENCIANA	1.161,8	1.135
EXTREMADURA	1.158,2	1.280,6
GALICIA	1.096,9	1.200,7
MURCIA	1.870	1.962,6
OTRAS CC.AA.	925	894
TOTAL ESPAÑA	**29.971**	**30.804**

FUENTE: MAPA

PORCINO IBÉRICO

Además del porcino de capa blanca, en España hay también una importante producción de cerdo ibérico. En 2018 el censo de ganado porcino ibérico se sitúa en unos 3,287 millones cabezas, continuando con la tendencia alcista de los últimos cinco años. El censo de porcino ibérico supuso en 2018 el 10% del total.
La producción de carne de cerdo ibérico se elevó a 92.000 toneladas en canal, un volumen muy superior al del año precedente.
Extremadura fue la región con mayor número de efectivos (38% del total), seguida de Andalucía (29%), Castilla y León (28%) y Castilla-La Mancha (5%).
El aumento de la producción de cerdos ibéricos, tanto en régimen extensivo como en condiciones intensivas, (ibérico "de cebo"), alcanzó su máximo a finales de la década del 2000, ocasionando un exceso de oferta, que ocasionó una disminución de los precios.
La caída afectó en mayor medida a los productos de mayor calidad (como por ejemplo "ibérico de bellota"). En años posteriores, la recuperación de la dimensión de la producción, ha favorecido la recuperación de los precios de los animales ibéricos.
La calidad de los jamones y embutidos españoles ha sido reconocida en los mercados exteriores.

VACUNO

En España, el subsector del vacuno de carne es el segundo dentro del sector ganadero en importancia económica, por detrás del porcino, y por delante del lácteo y el avícola.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó un 3%, confirmando la tendencia al crecimiento que se inició en 2015. Asimismo, los precios se mantuvieron estables, con lo que el valor generado por este subsector creció también hasta llegar a 3.363,2 millones de euros, expresados en valores corrientes (en 2017 la cifra fue 3.263,9 millones de euros).

El sector de vacuno de carne español representaba en 2018 el 17,6% de la Producción Final Ganadera y el 6,3% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos similares a los del año pasado.

En 2018, el censo se elevó a 6,6 millones de cabezas (un 0,5% más), de las que menos de 841.000 eran vacas lecheras.

Por Comunidades Autónomas, el primer lugar en el censo total de vacuno de carne en número de efectivos lo ocupaba Castilla y León (21%), seguido de Galicia (14%), Extremadura (13%), y Cataluña (11%).

Por su lado, en 2018 la producción de carne de vacuno en España aumentó por cuarto año consecutivo. Así, la producción ascendió a 666.632 toneladas, 25.000 toneladas más que en el año anterior.

El sector de vacuno español de carne está integrado por dos grandes subsectores: el de las vacas madres y el sector del cebo. A diferencia de la Europa del norte, donde son frecuentes las explotaciones de ciclo cerrado, en España, las dos fases se dan en explotaciones diferentes y de localizaciones geográficas normalmente alejadas. La etapa o fase más cara y delicada es el de la vaca de cría o vaca nodriza como normalmente se denomina a las hembras reproductoras en el argot comunitario, que adquieren este nombre por el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia gallega) aunque también existen razas importadas como la charolesa y limusine y los cruces de éstas con las razas autóctonas.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas vacas lecheras)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	529,5	533,3
ARAGÓN	371,3	384,3
ASTURIAS	392,8	391
BALEARES	27,6	27,2
CANARIAS	19,3	20
CANTABRIA	282,3	272,7
CASTILLA-LA MANCHA	460,4	470,2
CASTILLA Y LEÓN	1.414,60	1.422,70
CATALUÑA	643,3	664,8
COMUNIDAD VALENCIANA	54,8	58,5
EXTREMADURA	850,4	842,3
GALICIA	941,1	934,7
LA RIOJA	45,2	45,4
MADRID	93,7	101,2
MURCIA	79,8	84,9
NAVARRA	122,3	122,8
PAÍS VASCO	137,4	134,6
TOTAL ESPAÑA	**6.466**	**6.510,6**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	59.659	60.651	62.193	63.623
UE	7.585	7.800	7.803	7.929
ESPAÑA	**626**	**637,7**	**643,8**	**666,6**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

Las vacas nodrizas se encuentran fundamentalmente en Castilla y León, Extremadura y Andalucía, seguidas por Galicia, Asturias y Cantabria. La producción se localiza en tres zonas: Dehesas del oeste y suroeste, Galicia y áreas de Montaña (Cantábrico, Pirineos, Sistema Central y Sistema Ibérico). Salvo en la zona de dehesa, las explotaciones suelen contar con un número bajo de animales (15-16 de media). En todos los casos, alimentan el ganado con los recursos propios de la explotación y complementan con paja y sus propios forrajes conservados y algo de concentrado, en determinados meses del año en los que los recursos pastables se han agotado.

Las explotaciones de cebo, en cambio, son totalmente intensivas y salvo en zonas concretas como pueda ser Galicia, no cuentan con superficies forrajeras para hacer esta fase y la alimentación se realiza con piensos compuestos en los que los cereales son mayoritarios.
Los grandes cebaderos se ubican en zonas próximas a concentraciones de población como Madrid o Barcelona, de ahí que destaquen zonas puntuales de gran producción como Lleida, Toledo o Segovia. ●

COMERCIO Y PRECIOS

La balanza comercial en el sector del vacuno es tradicionalmente negativa, si se tienen en cuenta todas las importaciones y exportaciones del sector (carne fresca, congelada, animales vivos y despojos). En los últimos años, esa balanza se está equilibrando por el auge de la exportación.
Así, en 2018 el valor de las importaciones (carne fresca, congelada y el resto de los productos derivados) se elevó a 233.185 toneladas, un 1,9% más que en el año anterior, por un valor superior al millón de euros (un 2% más). El grueso de las importaciones procedió de los países de la UE.
Por su lado, las exportaciones ascendieron a 319.376 toneladas, un 6,6% más, por un importe de 1,05 millones de euros, un 10% más. Casi el 90% de estas exportaciones tuvo como destino la UE, principalmente países como Portugal (43%), Italia (12%), Francia (10%) y Holanda (10%). Solo un 10% de las partidas traspasaron las fronteras comunitarias, hacia países como Argelia, Hong-Kong y Marruecos.
En cuanto a las importaciones, los países extracomunitarios que más vendieron a España fueron Brasil y Uruguay, mientras que los países comunitarios fueron Polonia y Países Bajos.
Respecto al comercio de animales vivos, en 2018 representaron el 41% del volumen total exportado, mientras que la carne fue el 40% (el resto fueron despojos, preparados, etc.). ○

VACUNO EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la aportación del sector del vacuno de carne a la renta agraria es superior a la de España. Este sector generó en 2018 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 31.645 millones de euros, lo



PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	24,7	26,4
ARAGÓN	33,2	35,7
ASTURIAS	14,2	15,3
BALEARES	2,4	2,1
C. VALENCIANA	62,0	66,3
CANARIAS	2,7	2,9
CANTABRIA	10,9	10,5
CASTILLA LA MANCHA	49,5	52,7
CASTILLA y LEÓN	110,0	111,2
CATALUÑA	130,7	136,6
EXTREMADURA	36,4	35,8
GALICIA	95,7	91,1
LA RIOJA	3,6	4
MADRID	29,1	33,8
MURCIA	20,9	24
NAVARRA	5,5	5,4
PAÍS VASCO	12,3	12,6
TOTAL	**643,8**	**666,6**

FUENTE: MAPA

que supuso el 19,8% de la Producción Final Ganadera y también el 8,6% de la Producción Final Agraria de la UE.
El censo de vacuno en la UE empezó a crecer en 2011 tras varios años de continuadas caídas. Tocó techo en 2015 y desde ese año no ha dejado de bajar. En 2018, el censo cayó un 1,5% hasta 87 millones de cabezas.
La cabaña comunitaria está liderada por Francia (21% del total en 2018), a pesar de que en los últimos años ha visto como se reducía su censo. El segundo país por número de cabezas de bovino es Alemania (13,7%), seguido de Reino Unido (11%), Irlanda (7,5%) y España, que en 2018 pasó a ocupar la quinta posición, por delante de Italia.
La producción de carne de vacuno en la UE se elevó en 2018 a 7.929 millones de toneladas, un 1,6% más que en 2017. A esa producción, Francia el 18,4%, Alemania el 13,9% y Reino Unido el 11,6% e Italia (10%). España ocupó el quinto lugar en el ranking comunitario.
Con respecto a la balanza comercial, la UE importó en 2018 por encima de las 217.600 toneladas, entre carne, animales vivos y despojos, e exportó unas 836.515 toneladas. Con respecto al año precedente, las importaciones aumentaron, mientras que las exportaciones descendieron.
Los Países Bajos fueron los que más importaron (37% del total), seguidos de Italia, Alemania y Reino Unido. España se situó en el quinto lugar de los 28 Estados miembros en importación de carne y despojos de vacuno.
Sin embargo, fue el país que más exportó en 2018 (16,7% del total), seguido de Alemania e Irlanda. Esas exportaciones tuvieron como destinos principales Turquía, Líbano y Hong-Kong.
A nivel mundial, la producción de carne de vacuno en 2017 aumentó ligeramente hasta alcanzar cerca de 63,6 millones de toneladas, según estimaciones.
La exportación mundial de carne de vacuno en 2018 rondó las 9,3 millones de toneladas y las importaciones los 9 millones de toneladas. Estados Unidos fue el país que más carne importó a nivel mundial (11%), mientras que los países que más exportaron fueron India (14% del total), Brasil (13%) y Australia (11%). ○

OVINO Y CAPRINO

El sector de la producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganaderos, leche y huevos incluidos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino creció en volumen un 3,5%, mientras que sus precios bajaron un 0,6%. Con todo ello, el valor generado por este subsector creció un 2,9% con respecto al año precedente.
El sector ovino-caprino representaba en 2018 el 2,36% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,55% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos similares a los que representó en el año 2017 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.258 millones de euros, 35 millones de euros más que en el año 2017, en el que también aumentó el valor generado por este subsector.
La cabaña total de ovino volvió a descender en 2018 (un 0,6%) hasta las 16,7 millones de cabezas, de las que el 57% eran animales destinados a la producción de carne.
Por su censo de ovino destinado a la producción de carne destacaron en 2018 regiones como Extremadura (22% del total),

CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	2.215	2.208
ARAGÓN	1.719	1.670,7
ASTURIAS	46	69,1
BALEARES	289,9	285,6
CANARIAS	58,7	48,3
CANTABRIA	63,9	46,4
CASTILLA-LA MANCHA	2.300,8	2.382,4
CASTILLA Y LEÓN	3.021	2.900,8
CATALUÑA	514	524,3
COMUNIDAD VALENCIANA	295,5	288,2
EXTREMADURA	3.682,60	3.673,1
GALICIA	207,1	203,6
LA RIOJA	116,6	111,8
MADRID	100	108,9
MURCIA	594,2	619,8
NAVARRA	498,2	480,2
PAÍS VASCO	239,3	229,8
TOTAL ESPAÑA	**15.963**	**15.852**

FUENTE: MAPA

Castilla y León (18%) y Castilla-La Mancha (16%). Sin embargo, el censo de ovejas destinadas a la producción de leche lo encabezó Castilla y León, con más del 48% del total.

Asimismo, la producción de carne de cordero rondó las 118.600 toneladas, un volumen muy superior al del año 2017.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	9.260	9.311	9.470	9.400
UE	713	714	825	812
ESPAÑA	**116**	**117,1**	**115,2**	**118,6**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	1.106	1.029,6
ARAGÓN	55,7	54,9
ASTURIAS	31	45,3
BALEARES	14,2	14,2
CANARIAS	263	210,8
CANTABRIA	26	23,6
CASTILLA-LA MANCHA	594	435,5
CASTILLA Y LEÓN	153,8	151,7
CATALUÑA	72,3	74,7
COMUNIDAD VALENCIANA	76,5	78,7
EXTREMADURA	306,5	284,4
GALICIA	56,2	50,5
LA RIOJA	14,2	12,7
MADRID	35,4	36,4
MURCIA	214,7	221,8
NAVARRA	13	12,9
PAÍS VASCO	27,4	26,7
TOTAL ESPAÑA	**3.059**	**2.764,80**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	5.527	5.622	5.750	5.700
UE	52	44	56,3	57,2
ESPAÑA	**9,2**	**9,9**	**10,70**	**10,9**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

Respecto al subsector caprino, el censo continuó bajando en 2018 hasta superar los 2,92 millones de cabezas en total, de las cuales 1,8 millones estaban destinados a la producción de carne y el resto a la de leche.

En el censo de caprino para carne destacó Andalucía (38% del total), seguida de Castilla-La Mancha (15%) y Extremadura (10%). En el de leche, la primera región por censo fue también Andalucía, con el 39%.

En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, en 2018 se registró un ligero aumento y quedó en 10.900 toneladas.

El consumo de carne de ovino-caprino en España ha ido disminuyendo de año en año desde principios de siglo. En 2018, el consumo per cápita rondaba los 1,6 kilogramos.

La demanda nacional de cordero se centra en animales de edad inferior a 4 meses, que se consumen mayoritariamente en el centro del país. En cuanto al caprino, el consumo se concentra principalmente en las regiones este y sureste del país.

La balanza comercial en el sector del ovino-caprino tuvo un saldo muy positivo en 2018, como es habitual.

Las exportaciones de carne y despojos comerciales de ovino y caprino ascendieron a 41.960 37.175 toneladas, un 13% más que en el año anterior, en el que también se incrementó la exportación en un porcentaje importante.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	7,34	6,7
ARAGÓN	10,90	13,4
BALEARES	1,66	1,5
C. VALENCIANA	9,08	9,6
CANARIAS	0,10	0,13
CASTILLA LA MANCHA	16,44	16,5
CASTILLA y LEÓN	28,73	28,57
CATALUÑA	16,50	17,7
EXTREMADURA	3,25	3,2
GALICIA	0,37	0,32
LA RIOJA	3,63	3,59
MADRID	1,49	1,2
MURCIA	11,73	11,7
NAVARRA	3,26	3,34
PAÍS VASCO	0,48	0,45
OTRAS COMUNIDADES	0,13	0,1
TOTAL	**115,2**	**118,6**

FUENTE: MAPA

De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales. El valor de estas exportaciones ascendió a 180 millones de euros, un valor por encima del año precedente.
En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendieron a 8.444 toneladas, un 1% más que en 2017. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de la UE. El valor de estas compras ascendió a 51,9 millones de euros, 3 millones por encima del valor de las importaciones del año anterior.
Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales exportados sumaron 45.483 toneladas frente a las 54.000 de 2017, por un valor de 129 millones de euros, por debajo del valor de 2017.
En cuanto a las importaciones de animales vivos, su peso rondó las 84.323 toneladas (por debajo del año 2017) y su valor los 14 millones de euros (un millón por debajo del valor del año precedente).

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2017	2018
ANDALUCÍA	3,51	4
ARAGÓN	0,20	0,21
ASTURIAS	0,02	0,03
BALEARES	0,03	0,03
C. VALENCIANA	0,14	0,24
CANARIAS	1,89	1,93
CASTILLA LA MANCHA	1,28	1,1
CASTILLA y LEÓN	0,92	0,89
CATALUÑA	0,60	0,55
EXTREMADURA	0,23	0,17
GALICIA	0,06	0,05
LA RIOJA	0,12	0,12
MADRID	0,25	0,26
MURCIA	1,35	1,37
NAVARRA	0,04	0,03
OTRAS COMUNIDADES	0,02	0,01
TOTAL	**10,70**	**10,9**

OVINO-CAPRINO EN LA UE

El valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea durante 2018, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a cera de 5.491 millones de euros, un 1,2% más que en el año anterior.
Este subsector representó el 3,4% de la Producción Ganadera final y también el 1,5% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos ligeramente superiores a los del año 2017 y que rompen la tendencia a la pérdida de peso del subsector en la economía ganadera comunitaria.
No obstante, el subsector ganadero es el que menos aporta al conjunto (sin contar el equino y los conejos), y con la salida del Reino Unido de la UE, si se produce finalmente, su peso será todavía menor.
El censo total (ovino-caprino) de la UE en 2018 se elevó a 95,9 millones de cabezas, de las que 84 millones eran ovejas y 11,8 millones cabras. Tanto en un censo como el otro, las cifras del año 2018 fueron mucho más bajas que las del año 2017 y 2016.
La primera potencia comunitaria en censo de ovino es Reino Unido con cerca del 14% del total, seguido de España (20%) y Rumania (13%). Por su lado, en censo de caprino destacó en 2018 Grecia (33%), seguida de España (23%) y de Rumania (16%).

Desde hace más de una década la producción de carne de ovino y caprino en la UE ha ido perdiendo peso, a pesar de la incorporación de grandes países productores como Rumanía y Bulgaria.
En todo caso, en 2018 la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 860.000 toneladas, según estimaciones, de las que un 94% correspondieron al ovino. Por países, el que más aportó a la producción anual de carne de ovino (29% del total) fue Reino Unido, seguido de España (19%), Rumanía (12%), Grecia (9%) y Francia (8%). Por su lado, en la producción de carne de caprino destacó Grecia (35%), España (24%), Rumanía (16%) y Francia (12%).
El consumo aparente se estimó, según la Comisión, por encima del millón de toneladas, lo que supone que la UE tiene que comprar carne en el exterior. En este sentido, la UE es claramente deficitaria en carne de ovino-caprino, que importa principalmente desde Australia y Nueva Zelanda. En 2018 se importaron 182.000 toneladas de carne y productos derivados del ovino y del caprino.
En los últimos años, la UE también está exportando animales vivos a países de Oriente Medio y de África. En 2018 se exportaron 2,5 millones de animales ovinos vivos, entre corderos y animales adultos.

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2018 el 4,40% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,2% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, porcentajes muy por debajo de los de 2017.

Al igual que sucedió un año antes, la cantidad de carne producida en 2018 aumentó (5,5%), al tiempo que los precios subieron (un 1,7%). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2018 se incrementó un 2,9% y se situó en 2.348 millones de euros, según el Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,62 millones de toneladas, un 6,2% más que en 2017. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,25 millones de toneladas, por debajo del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo.

Por regiones, la mayor producción de carne de aves se concentró en Cataluña (24%), seguida de Andalucía (21%), Comunidad Valenciana (12%) y Galicia (13%).

En España había al acabar 2018 un total de 19.4079 explotaciones avícolas (un 3% más que en 2017), de las que 7.628 eran granjas de pollos. El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas, ocas, entre otras aves.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC.AA.	2017	2018
ANDALUCÍA	322,9	373,5
ARAGÓN	1,9	2,3
BALEARES	0,2	0,2
C. VALENCIANA	188,5	174,1
CANARIAS	12,1	12,2
CASTILLA LA MANCHA	48,1	55,4
CASTILLA y LEÓN	115,7	121,3
CATALUÑA	365,3	391,3
EXTREMADURA	74,9	82,2
GALICIA	197,6	201,8
MADRID	48,5	54,4
MURCIA	29,6	33,1
NAVARRA	94,3	93,5
OTRAS COMUNIDADES	29,1	28,9
TOTAL	**1.528,8**	**1.624,5**

FUENTE: MAPA

Estos datos dan una idea clara de la importancia que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español, a pesar de que en 2018 el aumento del número de explotaciones de debió fundamentalmente a que crecieron las dedicadas a la cría de pavos.

Por comunidades, el mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encontraban en Andalucía, Galicia y Comunidad Valenciana.

El precio medio del pollo se situó en 165 euros/100 kg., similar al del año anterior. Además, los precios medios de los pollos en España estuvieron muy por debajo de la media de la Unión Europea.

Con respecto al comercio exterior, en 2018 se importaron 233.972 toneladas en total (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un retroceso del 6% respecto al año precedente. Por su parte, se exportaron 267.819 toneladas, un 13% más.

La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea.

PAVO Y OTRAS PRODUCCIONES AVÍCOLAS

En España hay también pequeñas producciones avícolas. En concreto, existen numerosas explotaciones dedicadas a la cría de pavos, patos, perdices, codornices, palomas, pintadas, etc. A nivel nacional, el mayor número de granjas por detrás de las de pollos, correspondió a la perdiz, que se cría especialmente para ser destinada a los cotos de caza.

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las aves es la de pavo. En los últimos años se ha disparado en España la instalación de granja para la cría de estas aves, para satisfacer la creciente demanda de carne.

En 2018, la producción nacional de carne de pavo se elevó a 233.806 toneladas, el mayor volumen de producción de la última década y también un 17% más que lo producido en 2017, lo que da idea del auge que ha adquirido en los últimos años. Una década antes, en 2009, sólo se producían en España 132.000 toneladas.

A nivel de la UE, la carne de pavo tiene más importancia dentro de la producción ganadera. En 2018 la producción total de estas carnes rondó los 2 millones de toneladas.

El país con mayor producción de carne de pavo de la UE fue Alemania (372.000 toneladas en 2018), seguido de Francia (367.000 toneladas) e Italia (300.000 toneladas).
A nivel mundial la producción de carne de pavo ronda los 6 millones de toneladas y el país que más produce es Estados Unidos.
Además de las granjas de pavos, y aunque es muy reducida su presencia, existen también explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne.
La producción anual de carne de avestruz no llega a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto imposibilitan su expansión.

AVES EN LA UE Y EN EL MUNDO

A efectos de calcular la renta agraria de la UE, la Comisión Europea publicó que el valor generado por la producción de carne de aves se elevó de manera considerable respecto al año precedente, hasta alcanzar 20.705 millones de euros. El sector aportó en 2018 el 13% de la Producción Ganadera final, así como también el 5,6% de la Producción Agraria final.
En la Unión Europea, la producción de aves (pollo, pavo, perdiz, etc.) en 2018 se elevó a 15,6 millones de toneladas. Francia (con el 12%) y Alemania (11%) fueron los dos países con mayor producción indígena bruta de aves, por delante de España (10%).
Por su lado, la producción de carne de pollo ascendió a 12,2 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente en casi 360.000 toneladas. La producción de la UE en 2018 supuso el 12,8% de la producción de carne de pollo a nivel mundial.
Los precios medios del pollo fueron más altos que los pagados en España y también estuvieron por encima del nivel de 2017 (186 €/100 kilogramos para el pollo 65%),
Respecto a la producción mundial de carne de aves en 2018 superó los 108,5 millones de toneladas, algo más que la producción del año precedente.
El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2018 a 95,5 millones de toneladas frente a los 93,6 millones de toneladas del año anterior.
El país que más carne de pollo produjo en 2018 fue Estados Unidos, con un 20,3% del total, seguido de Brasil con un 14% y de China con un 12,3%. Por detrás vendría la Unión Europea (12,8%) y a muy larga distancia, otros países como India (5%), Rusia (5%), México (3,6%), Tailandia (3,3%), Argentina (2,2%) y Turquía (2,3%).

PRODUCCIONES DE CARNE DE AVES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	103.801	107.143	108.045	108.500
UE	13.787	14.495	15.090	15.565
ESPAÑA	**1.446**	**1.524**	**1.528,8**	**1.624,5**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIONES DE CARNE DE POLLO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	91.351	92.252	93.622	95.500
UE	11.047	11.663	12.464	12.779
ESPAÑA	**1.203**	**1.269,5**	**1.260,0**	**1.320**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat



CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne se redujo en 2018 en volumen un 7%, mientras los precios subieron un 5,6% (en 2017 la evolución fue similar).

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2018 el 0,3% y con respecto a la Producción Animal, el 1% (en ambos casos muy por debajo de las cifras de 2017).

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 182,4 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), muy por debajo de los 185,7 millones de 2017. Asimismo, el valor generado por el sector de la carne de conejo a efectos de calcular la renta agraria anual fue el más bajo de la década, según los datos del MAPA, lo que confirma la difícil situación que atraviesa este subsector ganadero.

La producción de carne estimada fue 53.022 toneladas (un 6,6% por debajo de los datos del año precedente). La comunidad con mayor producción fue Cataluña (25%), seguida muy de cerca por Galicia (22%) y Castilla y León (22%).

El número de granjas al acabar el año rondaba las 3.862, de las cuales el 19% estaba en Cataluña, el 17% en Andalucía y el 13,3% en Castilla-La Mancha. Asimismo, el censo español de 2018 (cabezas con estado de alta) rondaba los 5,7 millones de animales, muy por debajo del nivel que había un año antes. Cataluña contaba con el 24% de esos animales y Castilla y León con el 23%.

Por lo que respecta al consumo de carne de conejo, en España lleva muchos años estancado en torno a 1 kilo por habitante y año, a pesar de las campañas de promoción que se han puesto en marcha tanto desde la Administración como desde el sector.

El balance comercial del sector de la carne siguió teniendo un saldo positivo en 2018 pues las exportaciones superaron a las importaciones con creces, aunque estas últimas aumentaron mientras las primeras descendían. Así, en 2018 se importaron 1.512 toneladas de carne (1.646 un año antes), mientras que también se exportaron 5.373 toneladas de carne, un 20% menos.

Portugal fue el principal destino de las exportaciones españolas de conejo, seguido de Francia, que es precisamente el país al que más conejo compra España anualmente.

Prácticamente el 98% de las ventas y de la compras de carne de conejo se hacen con los países la Unión Europea. Portugal es el principal destino de nuestras exportaciones (de animales vivos y de carne), así como también el principal proveedor de carne.

Además de comercio de la carne existen también intercambios de animales vivos. Como en el caso de la carne, las exportaciones son muy superiores a las importaciones.

Por otro lado, en la UE la producción se acercó a las 197.000 toneladas, frente a las 210.000 toneladas que se produjeron en 2017. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE y aportó en 2017 el 35%. Por detrás se situaron España (25%) e Italia (23%).

En otros países como Portugal o la República Checa las producciones son muy minoritarias y hay incluso dentro de la UE estados que no tienen producción.

El sector de la producción de carne de conejo en la UE representó en 2018 el 1,3% de la Producción Ganadera final, así como también el 0,6% de la Producción Agraria final. El valor generado por este subsector se estimó en 2.152 millones de euros en 2018, cifra por debajo del valor de 2017.

A nivel mundial, la producción de carne de conejo superó en 2018 los 1,3 millones de toneladas, un 3,7% menos que en el año anterior, según estimaciones.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2017	2018
ANDALUCÍA	0,09	0,09
ARAGÓN	4,31	3,12
C. VALENCIANA	3,04	3,34
CANARIAS	0,19	0,17
CASTILLA LA MANCHA	3,86	4,15
CASTILLA y LEÓN	11,45	11,29
CATALUÑA	13,71	13,16
GALICIA	14,13	11,42
MURCIA	0,65	0,53
OTRAS COMUNIDADES	5,92	6
TOTAL	**57,3**	**53,02**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CARNE DE CONEJO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	1.370	1.428	1.356	1.300
UE	242,6	216	210	197
ESPAÑA	**63,5**	**59,7**	**57,3**	**53**

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

CBL informática

CONTROL de ACCESOS de VEHÍCULOS



PKCAV es el Software de control y gestión de accesos, desarrollado por CBL Informática, para cualquier tipo de vehículo que, entre otros recursos, incorpora:

- **Lectura de matrículas** • Identificación y tarifas por tipo de vehículo • **Pesajes automáticos en báscula**
- Gestión de viales reversibles • **Control de Abonados**
- Gestión de cobros automáticos o manual
- **Interface con cualquier ERP instalada en el cliente**

... y mucho más ...

Instalado con éxito en Mercagranada desde 2017.



Descúbrelo en:

Avda. Cervantes, 51 - Edificio Cervantes Nº 10. Pta. 4ª. Dpto. 4º - 48970 – Basauri - Vizcaya
Tlf: 944 735 005 - info@cbl.es www.cbl.es

CARNE DE EQUINO

En España hay también otras producciones ganaderas minoritarias que tienen cada vez más aceptación entre los consumidores. Una de ellas es la carne de equino, cuya producción se disparó en los años de la crisis económica, cayó en 2013 y 2014, y volvió a recuperarse en 2015 y 2016. Sin embargo, en 2017 el sector volvió a perder peso y en 2018 la producción descendió un 9,4%, mientras los precios bajaron un 3% (en el año anterior subieron). El valor generado por este subsector se redujo con respecto a un año antes un 12,2%, hasta los 71,2 millones de euros (valores a precios básicos).
Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2018 el 0,13% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,37%.
En 2018 había en España unas 180.000 explotaciones equinas (caballos y mulos, para reproducción, cría, etc.), cifra inferior a la del año anterior. Casi la mitad de estas explotaciones estaba en Andalucía, seguida de Galicia. De esta cifra total de explotaciones, sólo el 10% eran explotaciones dedicadas a la producción de carne.
En 2018 se sacrificaron unos 40.400 animales (un 9% menos que en 2017) y la producción de carne se situó en cerca de 10.073 toneladas, 1.000 toneladas menos que la producción del año precedente.
La región con mayor producción de carne de equino en 2017 fue Navarra, con algo más del 25% del total nacional.
En cuanto al comercio exterior, en 2018 se importaron 392 toneladas de carne y despojos de animales de la especia caballar (un 31% menos que en el año anterior) y se exportaron 7.812 toneladas (800 más), según los datos de la Dirección General de Comercio).

CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de Toneladas)

CC.AA.	2017	2018
ANDALUCÍA	0,14	0,14
ARAGÓN	2,18	1,91
C. VALENCIANA	1,57	1,45
ASTURIAS	0,54	0,42
CANTABRIA	0,60	0,23
CASTILLA y LEÓN	0,84	1,31
CATALUÑA	1,23	1,07
LA RIOJA	0,11	0,11
NAVARRA	3,72	3,20
OTRAS COMUNIDADES	0,10	0,10
TOTAL ESPAÑA	**11,00**	**10,00**

FUENTE: MAPA

Además de la carne, también se importaron animales vivos de esta especie. Tanto en lo que respecta a las importaciones, como en las exportaciones, la mayor parte de los intercambios se realizaron con países de la UE, entre los que destacaron Portugal, Alemania y Francia.
La carne de equino en la Unión Europea generó en 2018 un valor de 1.190 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria anual. Este valor fue superior en 49 millones de euros al generado por el sector en 2017.
Respecto al valor de la Producción Ganadera final, el sector de equino representó el 0,7%, mientras que con relación a la Producción Agraria final, su porcentaje fue del 0,3%.

CARACOLES

Aunque no se considera una producción cárnica, existe también en España una producción ganadera que va ganando peso de año en año: la cría de caracoles.
Si bien el consumo de caracoles es muy tradicional en ciertas zonas de España, su comercialización regulada no ha sido efectiva hasta fechas muy recientes.
Según varios estudios de mercado, el consumo de caracoles en España ronda los 400 gramos por persona, lo que supondría unos 16 millones de kilos anuales. La comunidad donde más caracoles se consumen es Cataluña, con Lleida a la cabeza, donde este producto es una de sus referencias gastronómicas.
De la producción total de caracoles, sólo en torno a un 5% del total comercializado procede de granjas de crianza, que cada vez son más numerosas. Esta producción está muy concentrada en las zonas en las que hay más consumo: Cataluña, Galicia y Aragón.
A este respecto, en España hay más de cien explotaciones helicícolas (dedicadas a la cría de caracol) en estado de alta.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La industria cárnica española ocupa la cuarta posición dentro de todo el sector industrial, por detrás de las industrias de automóviles, del petróleo y de combustibles y de la producción y distribución de energía eléctrica, mientras que aparece como la primera industria dentro del sector de alimentos y bebidas.

Conforman el sector unas 3.000 empresas, entre las que aparecen mataderos, salas de despiece e industrias de elaborados, radicadas preferentemente en áreas rurales de todo el país. Existe una base conformada por muchas pequeñas y medianas empresas, pero en los últimos tiempos se han consolidado algunos grandes grupos que ocupan un lugar predominante a nivel europeo.

La facturación de todo este sector ronda los 24.000 millones de euros, lo que supone el 22,3% de todo el sector alimentario español y el 2,2% del PIB total español, el 13,6% del PIB de la rama industrial y el 4,1% de la facturación total de toda la industria española. Todas las empresas del sector generan unos 85.706 puestos de trabajo, el 24,3% de la ocupación total de la industria alimentaria española. Durante el pasado año, la industria cárnica española ha seguido creciendo y todas las previsiones apuntan a que este ciclo expansivo continuará a lo largo del ejercicio. Más del 42,2 % de las empresas ha registrado un crecimiento de su cifra de negocio durante 2018. Un 65,3% de las empresas se identifican como exportadoras.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CÁRNICOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Campofrío Food Group, S.A. - Grupo *	2.001,95
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (Bonàrea) *	1.674,00
Elpozo Alimentación, S.A.	1.129,00
Jorge, S.L. - Grupo *	1.036,11
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.033,00
Casa Tarradellas, S.A. *	880,00
Industrias Cárnicas Loriente Piqueras, S.A. (Incarlopsa)	678,50
Comapa 2001, S.L. – Grupo	457,04
Frigorifics Costa Brava, S.A.	450,00
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches - Covap	441,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA Y CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. *	1.674,00
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.033,00
Grupo Sada P.A., S.A. - Grupo *	381,00
Uve, S.A. - Grupo UVESA*	376,63
Grupo Padesa - Grupo	275,00
Procavi, S.L.	267,00
Avinatur Producciones Avícolas, S.L.	188,32
An Avícola Melida, S.L.	155,72
Grupo de Gestión y Desarrollo Avícola VMR, S.L.	93,60
Avícola de Lleida, S.A.	92,50

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

También parece haber crecido el empleo en el sector, ya que más del 25% de las empresas declaran haber aumentado sus plantillas. La principal empresa del sector cárnico tiene una plantilla de 6.800 trabajadores y una facturación anual de casi 2.002 millones de euros, con un incremento interanual del 3,1%. Cuenta con 9 plantas de producción, 2 almacenes reguladores, 20 oficinas comerciales y 1 oficina central. La segunda genera 4.860 puestos de trabajo directos y registra unas ventas de 1.674 millones de euros (+8,5%), la tercera, con casi 4.370 trabajadores, se acerca a los 1.130 millones de euros (+8,5%), la cuarta, con algo menos de 720 trabajadores, supera los 1.036 millones de euros (+22,9%) y la quinta (3.200 trabajadores) alcanza los 1.033 millones de euros (+8,7%). Entre 290 y 880 millones de euros de facturación anual aparecen otros nueve operadores, mientras que entre 140 y 270 millones de euros se encuentran registrados otros dieciséis. La penetración de capitales internacionales no resulta, hasta ahora, muy significativa en este sector.



SOMOS RED MERCASA

mercalicante

MERCALGECIRAS

mercásturias

MERCABADAJOZ

mercabarna

mercaBilbao

mc

Mercagalicia

MERCAGRANADA

Mercairuña

MERCAJEREZ

MERCA laspalmas

mercaleon

mercamadrid

mercamálaga

MERCAMURCIA

mercaPalma

MERCASALAMANCA

merca cantabria

mercasevilla

mercatenerife

mercavalència

mercazaragoza

mercasa.es

SOMOS RED MERCASA

¿Quieres comprar o vender carnes en la Red de Mercas?

Habla con nosotros



Somos la mayor red de mercados mayoristas del mundo

mercasa.es

MERCASA

Red de Mercas.
Compromiso con el desarrollo sostenible

COMERCIO EXTERIOR

El sector cárnico español tiene una fuerte vocación exportadora, ya que las demandas internas no pueden absorber la producción, por lo que el comercio exterior constituye una estrategia de supervivencia para los principales operadores. Un 65,3% de las empresas cárnicas de nuestro país indican que realizan operaciones de exportación y el 37,7% afirma que ha aumentado su volumen de ventas al exterior en el último año. Durante el último ejercicio computado se exportaron 2,33 millones de toneladas de carnes y productos elaborados de todo tipo, cuyo valor llegó hasta los 6.084 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 2,5% en volumen y del 9,4% en valor, lo que significa que aumenta la exportación de productos de mayor valor añadido y precios más elevados.

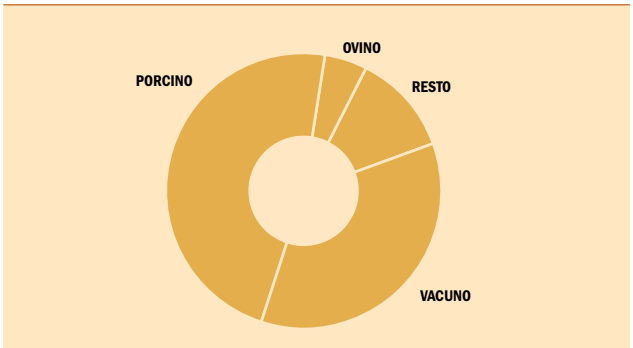
La principal fortaleza de este comercio exterior se encuentra en el sector porcino, donde España es el tercer exportador mundial, por detrás de Alemania y Estados Unidos. Se exportaron más de 1,5 millones de toneladas de carne de cerdo, por valor de 3.608 millones de euros. También se exportaron casi 197.820 toneladas (+8,3%) de productos elaborados, por 1.267 millones de euros (+10,1%). Las exportaciones de carne de vacuno rozaron las 172.000 toneladas (+1,4%), por un valor de 610 millones de euros (+5,3%). La mayoría de este comercio exterior se dirige a otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Portugal e Italia. Las importaciones resultan mucho menos importantes y rondaron durante el último ejercicio computado las 436.840 toneladas, de las que el 41,4% fue de carne de aves, el 28,4% de vacuno, el 27,7% de porcino y el 1,9% de carne de ovino y caprino.

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA. MATADEROS Y MERCADOS DE CARNES EN LA RED DE MERCAS

Durante los últimos años está cobrando una importancia creciente la actividad en la Red de Mercas de los mataderos, con los que cuentan Mercabarna, Mercamurcia, Mercavalencia y Mercazaragoza, los Mercados de Carnes ubicados en Mercamadrid y Mercalaspalmas y las industrias cárnicas en las Zonas de Actividades Complementarias que hay en todos los Mercas. El valor de la comercialización de carnes en las Mercas ascendió en 2018 a unos 2.900 millones de euros y el volumen comercializado fue de unas 690.000 toneladas.

COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2018)

Vacuno	**48%**
Porcino	**36%**
Ovino	**5%**
Resto	**12%**
Avícola	50%
Carne congelada	40%
Casquería y otros	10%



FUENTE: Mercasa.

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2018

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalicante	1.920	8,8
Mercabadajoz	1.056	10,4
Mercabarna	38.085	193,3
Mercacórdoba	442	2,0
Mercagalicia	3.445	15,9
Mercajerez	2.225	10,2
Mercalaspalmas	5.527	25,4
Mercaleón	4.984	22,9
Mercamadrid	407.542	1.894,4
Mercamálaga	38.195	175,8
Mercamurcia	16.743	53,8
Mercapalma	15.696	48,7
Mercasevilla	38.271	118,7
Mercavalencia	69.875	151,7
Mercazaragoza	45.023	161,9
TOTAL	**689.029**	**2.894,0**

FUENTE: Mercasa

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 2.114,8 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 14.145,1 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 46,2 kilos de consumo y 309,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (33,5 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (12,6 kilos per cápita) y al cerdo (10,0 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el 65,8% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (59,3 euros per cápita) y de pollo (54,2 euros).

La carne transformada (11,6 kilos y 100,8 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2018, mientras que la demanda de carne congelada (1,1 kilos y 4,9 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor.

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL CARNE	**2.114,8**	**46,2**	**14.145,1**	**309,0**
CARNE CERTIFICADA	274,8	6,0	2.397,6	52,4
CARNE FRESCA	1.532,8	33,5	9.306,0	203,3
CARNE VACUNO	224,3	4,9	2.148,7	46,9
CARNE POLLO	575,3	12,6	2.481,8	54,2
CARNE CONEJO	44,3	1,0	270,6	5,9
CARNE OVINO / CAPRINO	62,4	1,4	682,6	14,9
CARNE CERDO	457,2	10,0	2.713,3	59,3
CARNE DESPOJOS	40,9	0,9	201,9	4,4
OTRAS CARNES FRESCA	128,5	2,8	807,1	17,6
CARNE CONGELADA	50,4	1,1	225,8	4,9
CARNE TRANSFORMADA	531,5	11,6	4.613,3	100,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

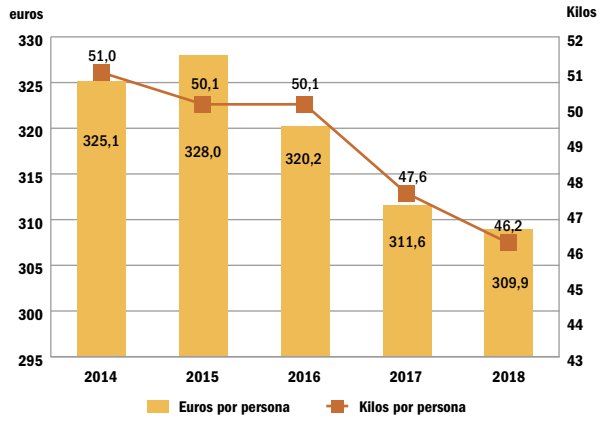
En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de carne y productos cárnicos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en aquellos sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de carne es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de carne es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de carne y productos cárnicos, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de carne, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (de 100.000 a 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre los retirados, los adultos independientes, las parejas adultas sin hijos y las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y en el caso de los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Aragón y Castilla-La Mancha cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Canarias y, sobre todo, a Extremadura.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de carne ha caído 4,8 kilos por persona y el gasto ha descendido 16,1 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produce en el ejercicio 2014 (51,0 kilos por consumidor) y el gasto mayor en el año 2015 (328,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2014-2018

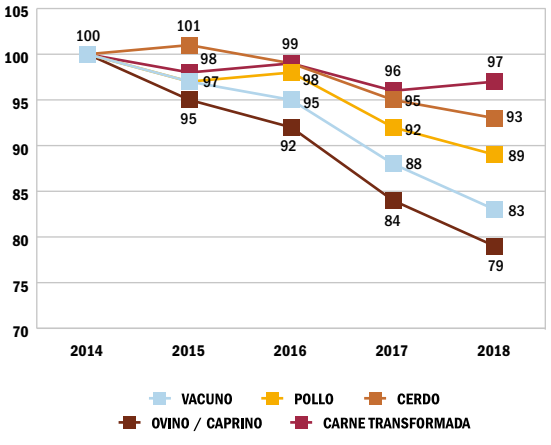






En la familia de carne y productos cárnicos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido similar para todos los productos considerados. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de carne de cerdo, carne transformada, pollo, vacuno y carne de ovino/caprino experimenta desscensos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2014=100), 2014-2018





Uno más de la familia

Contamos con las más exigentes certificaciones.

En ELPOZO sabemos que las familias se construyen a base de confianza y en la nuestra, todo lo que hacemos es para merecer la tuya. Por eso estamos a tu lado para lo que necesites.

En esta familia se mira al futuro con la convicción y la ilusión de quien lleva preparándose para él toda la vida.



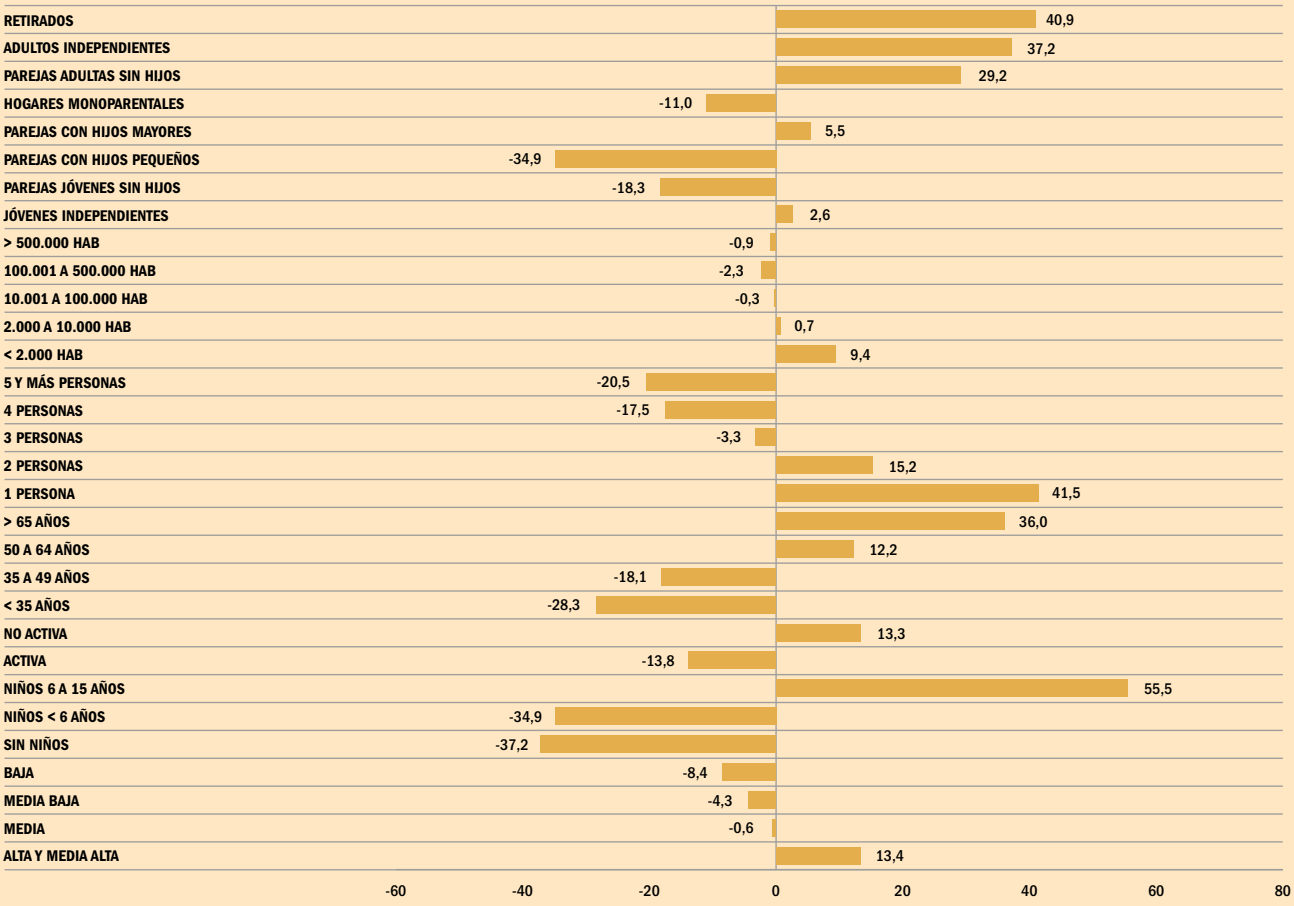
65 AÑOS 1954 • 2019

ELPOZO

Uno más de la familia

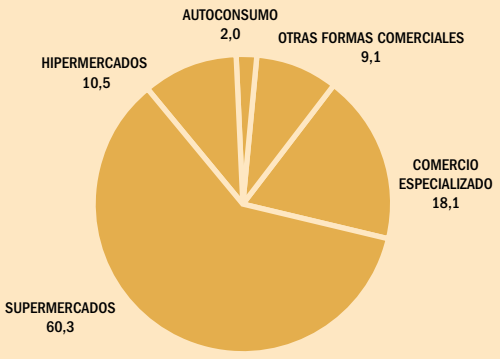
www.elpozo.com

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CARNE EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 46,2 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto a lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (60,3% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 18,1% y el hipermercado llega al 10,5%. El autoconsumo de carne y productos cárnicos supone el 2,0% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 9,1% de la cuota de venta global.

ELABORADOS CÁRNICOS

La producción española de elaborados cárnicos llega a 1.413.000 toneladas, con un incremento interanual del 2,4%. Esta cifra sitúa a nuestro país en el cuarto lugar dentro de la Unión Europea, por detrás de Alemania, Italia y Francia. Atendiendo al volumen producido, la principal partida es la formada por los elaborados cocidos, ya que alcanzan las 429.800 toneladas. A continuación aparecen los jamones y paletas curados, con 299.000 toneladas, los embutidos curados (209.000 toneladas), los productos adobados y frescos (197.000 toneladas), los jamones y paletas cocidos (178.200 toneladas) y los platos preparados, para los que se utilizan unas 100.000 toneladas. Casi todas las partidas experimentaron crecimientos durante el último año, pero destacan los de los embutidos cocidos (+3%) y los del jamón y paleta curados (+4,2%). Únicamente disminuyó ligeramente la producción de jamones y paletas cocidos (-0,5%). Dentro del mercado español de elaborados, que representan alrededor del 30% del valor de los productos comercializados en el libreservicio y establecimientos especializados.

En volumen, los fiambres cocidos ocupan la primera posición, gracias sobre todo al importante incremento de las ventas de fiambre de pavo durante los últimos años. A continuación se sitúan los jamones cocidos, las salchichas y el chorizo.

En los últimos tiempos, el mayor dinamismo se ha concentrado en los formatos loncheados y porciones; así como en los nuevos nichos y segmentos de productos adaptados a las nuevas necesidades de los hogares y consumidores. Se comercializan unas 278.000 toneladas de loncheados, lo que supone un 4,4% más que en el ejercicio precedente y un aumento del 25% durante los últimos cuatro años. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las empresas españolas productoras y comercializadoras de elaborados cárnicos son más de 3.300, muchas de ellas de pequeñas dimensiones y con un carácter semiartesanal, aunque existen ya algunos grandes grupos que tienden a basar sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

La facturación total del sector ronda los 6.900 millones de euros, con un incremento interanual del 1,3%. Los tres grupos más importantes acaparan en torno a una tercera parte de todo este mercado, aunque los niveles de competencia se han agudizado en los últimos tiempos y aparecen nuevos operadores que tienden a arañar cuotas de ventas. La innovación y la presentación de ofertas más saludables son las principales estrategias de las empresas del sector para arañar cuotas de mercado.

La principal empresa del sector produce 145.000 toneladas de elaborados cárnicos, mientras que la segunda llega hasta las 123.000 toneladas y la tercera ronda las 112.000 toneladas. Dentro de los loncheados cárnicos, que resulta la línea de mercado más dinámica, el grupo más importante registra una producción en torno a las 35.000 toneladas, mientras que el segundo se sitúa en 30.600 toneladas y el tercero alcanza las 35.000 toneladas.

Las marcas de distribución han alcanzado una gran importancia en la distribución moderna y controlan un 46,6% de todas las ventas en volumen de los elaborados cárnicos, subiendo cuota en los jamones curados (43,3%), lomo embuchado (58,5%), chorizo (62,3%), salchichón (44,7%), fuet y longaniza (56,8%), fiambres y yorks (64%), fiambres de pavo y pollo (57,7%) y salchichas cocidas (59%). En los patés, foiegras, sobrasada y cremas se quedan en torno a un más modesto 20%. ○

En volumen, los fiambres cocidos ocupan la primera posición, gracias sobre todo al importante incremento de las ventas de fiambre de pavo durante los últimos años. A continuación se sitúan los jamones cocidos, las salchichas y el chorizo

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de elaborados cárnicos llegaron durante el último ejercicio computado hasta cerca de 197.820 toneladas, un 8,3% que en el año anterior. Atendiendo al volumen exportado, destaca la partida de embutidos curados, con casi 59.970 toneladas. A continuación se sitúan los jamones curados, con más de 45.990 toneladas, los embutidos cocidos (14.580 toneladas) y los jamones y paletas cocidos (6.060 toneladas). Todos los otros elaborados cárnicos suponen las restantes 71.215 toneladas. Los mayores incrementos interanuales se registraron en los embutidos curados (+6,4) y en el jamón curado (+9,8%), mientras que cayeron de manera acusada las ventas en el exterior de los embutidos cocidos (-10,5%). La mayor parte de este comercio exterior se dirige hacia otros países de la Unión Europea, con preferencia hacia Francia, Alemania y Reino Unido, durante los últimos son los mercados americanos los que muestran un mayor potencial de crecimiento (México y Estados Unidos básicamente, seguidos por Chile, Brasil, Cuba y República Dominicana). También se detectan muy buenas perspectivas en algunos países asiáticos, en especial China y Japón. La principal empresa española exportadora de elaborados cárnicos vende el 40% de su producción en el exterior, registrando una cifra de negocio que ronda los 120 millones de euros.

Las importaciones de elaborados cárnicos tienen menos importancia y rondan las 58.350 toneladas. La principal partida importada es la formada por los fiambres cocidos, ya que representan el 50% del total en volumen. A continuación aparecen los jamones y paletas cocidos (18,8%), otros cocidos (12,3%), embutidos y pancetas curados (10,6%), jamones y paletas curados (4,1%) y patés (4%). Italia es la principal proveedora de elaborados cárnicos para el mercado español. A continuación se sitúan Alemania, Portugal, Francia, Dinamarca, Rumania, Reino Unido, Bélgica y Holanda.



JAMÓN CURADO



La producción española de jamones y paletas curados llegó hasta las 299.000 toneladas durante el último ejercicio computado, lo que supuso un incremento interanual del 4,2%. El mercado nacional de jamón blanco creció más de un 5% durante 2018, llegando hasta las 83.600 toneladas de jamones y algo más de 8.060 toneladas de paletas. A esas cantidades hay que añadir las ventas de otras 12.680 toneladas de jamones ibéricos y algo más de 7.200 toneladas de paletas ibéricas. En valor, el mercado se incrementó en un 4,8% hasta superar los 1.646 millones de euros, de los que el 58,2% correspondió a los jamones blancos, el 24,4% a los jamones ibéricos, el 12,1% a las paletas ibéricas y el restante 5,3% a las paletas blancas.

Durante los últimos tiempos, han crecido de manera muy destacada las ventas de jamón loncheado. En el libreservicio, se vendieron durante el pasado año casi 59.000 toneladas de jamones y paletas blancos, de las que algo más de 24.910 toneladas fueron de piezas de jamón blanco, cerca de 19.900 toneladas de jamones loncheados y otras 9.110 toneladas de otros cortes. Además, se vendieron 3.325 toneladas de paletas loncheadas, algo menos de 1.540 toneladas de piezas de paleta y cerca de 170 toneladas de otros cortes de paleta. En valor, las partidas más importantes fueron las de jamones loncheados (315 millones de euros) y las piezas de jamones (146 millones de euros). En el caso de los jamones ibéricos las ventas de piezas fueron las más importantes en volumen y valor (4.900 toneladas y casi 92 millones de euros), mientras que las presentaciones loncheadas superaron las 1.280 toneladas, acercándose a los 71 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La base del sector español de empresas productoras y comercializadoras de jamones curados está formada por un grupo muy numeroso de pequeños y medianos operadores, pero, en los últimos tiempos, se han consolidado algunos grandes grupos que registran elevados niveles de producción y basan sus estrategias de sostenibilidad en los mercados exteriores y en las presentaciones más elaboradas que se comercializan en las grandes cadenas de distribución alimentaria.

La principal empresa de jamones blancos alcanza una producción de 36.000 toneladas, la segunda se acerca a las 34.600 toneladas y otros dos grupos se sitúan en torno a 17.000 toneladas. En el caso de las presentaciones loncheadas, el líder sectorial registra una producción de 11.450 toneladas, el segundo supera las 10.500 toneladas y el tercero ronda las 10.100 toneladas.

Dentro del cerdo ibérico, el principal grupo registra unas ventas de 130 millones de euros, el segundo se sitúa en 114 millones de euros y el tercero llega a 108 millones de euros. Un elemento importante dentro de este sector es el formado por los secadores a maquila que trabajan para las empresas productoras y comercializadoras. El más importante expendió durante el año pasado 2,65 millones de piezas, mientras que el segundo llegó a 1,55 millones de piezas y el tercero superó los 1,2 millones de piezas. ○





COMERCIO EXTERIOR

Los principales grupos comercializadores de jamones y paletas curados han apostado de una manera muy decidida por el comercio exterior, ya que la demanda interna es completamente insuficiente para absorber el volumen de producción alcanzado. El jamón español va siendo un elemento importante en muchos mercados fuera de nuestro país. Durante 2018 las exportaciones se incrementaron en un 14,5%, el mayor crecimiento registrado desde 2013, hasta superar las 52.305 toneladas, de las que más de 40.180 toneladas fueron de jamones deshuesados, 11.530 toneladas de jamones curados con hueso y las restantes 590 toneladas de paletas curadas con hueso. En valor, el incremento logrado fue de un 10,7%, alcanzado los 448,6 millones de euros. La principal partida en valor fue también la de los jamones curados deshuesados (casi 349 millones de euros), seguida por las de los jamones curados con hueso (94,1 millones de hueso) y las paletas curadas con hueso, con algo menos de 5,6 millones de euros.

El principal mercado de destino de estas exportaciones fue Francia, con el 23,3% del total en volumen y el 23% en valor, seguida muy de cerca por Alemania (23,2% y 20,7% respectivamente). A continuación se sitúan Portugal (10% en volumen y 6,4% en valor), Italia (7,5% y 6,1%), Reino Unido (3,3% y 4,5%), Holanda (3,1% y 3,3%), México (2,5% y 3,3%), Bélgica (2,4% y 2,9%), Dinamarca (2,2% y 2,5%) y Estados Unidos (2,2% y 3,6%). En el pasado ejercicio destacaron los incrementos de ventas dirigidos hacia China (+258%), Estados Unidos (+66%), Australia (+58%) y Japón (+49%). ○

PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE

El mercado español de productos de casquería y derivados de la carne ronda las 120.000 toneladas anuales, de las que el 60% está formado por menudencias elaboradas, el 25% por menudencias de cerdo, el 15% por menudencias de ternera y el 5% restante por las menudencias de cordero. El valor total de este mercado se estima en torno a 1.260 millones de euros. Un factor importante que ha contribuido a la recuperación del consumo ha sido la llegada a nuestro país de importantes grupos de inmigrantes que tienen muy interiorizado el consumo de estos productos. Además, estos alimentos han recuperado su prestigio, gracias a las campañas de promoción y a la utilización de esta materia prima en algunos restaurantes de alta calidad.

El sector empresarial está compuesto por un gran número de pequeños y medianos operadores. Se encuentran en actividad unas 400 empresas y 1.500 puntos de venta de casquería. Junto a esta base atomizada, han aparecido algunos grupos de dimensiones medianas y grandes que basan su sostenibilidad en la internacionalización. Aparte de los países de nuestro entorno más cercano (Francia, Gran Bretaña e Italia, de manera destacada), las exportaciones españoles de productos de casquería son importantes en algunos países de Europa del Este, como Polonia y Rusia. También han adquirido mucha importancia las exportaciones dirigidas hacia China. ●



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- CORDERO SEGUREÑO **/ ✪

ARAGÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- TERNASCO DE ARAGÓN ✪

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

- POLLOS
- CARNE DE VACUNO
- TERNASCO AHUMADO
- CARNE DE CONEJO

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- TERNERA ASTURIANA ✪

BALEARES

MARCAS DE GARANTÍA

- ANYELL D'E
- FET NOSTRO
- CARNE DE CERDO (PMS)
- CARNE DE CORDERO (MMS)

CANTABRIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE CANTABRIA ✪

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA**/ ✪
- CORDERO SEGUREÑO**/ ✪
- CORDERO MANCHEGO ✪

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA ✪
- LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN ✪
- TERNERA DE ALISTE

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCA DE GARANTÍA

- CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
- COCHINILLO DE SEGOVIA
- TERNERA CHARRA

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT ✪ (POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)
- VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS ✪ (TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)
- GALL DEL PENEDÉS ✪

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

- CAPÓN
- CERDO
- CONEJO
- CORDERO
- POLLO
- TERNERA

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD

- CARNE DE CORDERO GUIRRO
- CARNE DE CONEJO





EXTREMADURA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- TERNERA DE EXTREMADURA ✪
- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- CORDERO DE EXTREMADURA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CAPÓN DE VILALBA
- TERNERA GALLEGA ✪
- VACA Y BUEY DE GALICIA****

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪

MARCAS COLECTIVAS

- LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA.
- TERNOJA

MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA ✪

NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CORDERO DE NAVARRA ✪
- TERNERA DE NAVARRA ✪

PAÍS VASCO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ✪

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)
- EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ✪
- EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)
- EUSKAL BASERRIKO TXERKIA (CERDO DE CASERÍO)

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE
*****Protección Nacional Transitoria*

Capón de Vilalba

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de la Indicación Geográfica Protegida «Capón de Vilalba» comprende la totalidad de la comarca gallega Terra Chá (Tierra Llana del Miño), en el norte de la provincia de Lugo, e incluye los municipios Abadín, Begonte, Castro de Rey, Cospeito, Germade, Guitiriz, Muras, Pastoriza y Vilalba, que es su principal población.

CARACTERÍSTICAS: Ampara la carne fresca de machos de la especie Gallus domesticus castrados. Las aves son de la raza Galiña de Mos o de diferentes estirpes que tienen como rasgo común su rusticidad, lo que permite su cría al aire libre en las condiciones climáticas de la zona. Estas estirpes, al igual que la raza Galiña de Mos, deben ser semipesadas y de crecimiento lento y presentar plumaje de color marrón-rojizo.Los animales se sacrifican con una edad mínima de 150 días, después de un período de cría y engorde de al menos 77 días. El cebo, fase final del engorde, se realiza en recintos confinados durante al menos 25 días. Además se establece una categoría especial, que se comercializa en la época navideña, con la mención adicional «Capón de Nadal», que se aplica a animales que se sacrifican con una edad mínima de 210 días.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Carne de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende por algunas provincias de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Madrid y Valencia. La zona de elaboración se concentra en Castilla y León y Madrid, con una fuerte expansión hacia zonas del País Vasco, el Mediterráneo y la costa andaluza.

CARACTERÍSTICAS: Se amparan las carnes de terneras, añojos y novillos de la raza Avileña Negra Ibérica. Los animales de esta raza, por su constitución, tienen gran adaptabilidad al clima y una enorme facilidad para caminar, cualidad indispensable para los desplazamientos trashumantes por accidentadas orografías y para la búsqueda de su alimentación en régimen extensivo en sierras y dehesas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 609 ganaderías, con 30.847 reproductoras, 211 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 5.033 animales y se comercializan 1,5 millones de kilos de carne.

Carne de Cantabria

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción, crianza y engorde del ganado destinado a la producción de carne apta para ser protegida por la IGP comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: El ganado vacuno de las razas agrupadas en el tronco cántabro bóvido castaño cóncavo (Tudanca, Monchina y Asturiana), Pardo Alpina, integrada por absorción, y la Limusina, adaptada al medio, así como sus cruces, es apto para suministrar carne protegida. Los animales deben estar mamando de sus madres un mínimo de tres meses, en la fase de desarrollo por destete deberán consumir al menos el 50% de sus necesidades alimenticias en forma de forrajes producidos en Cantabria. Se establecen cuatro tipos de animales aptos para ser sacrificados: Ternera, Añojo, Novilla y Buey.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

Carne de la Sierra de Guadarrama

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de carne de añojo y ternera procedente de vacas de la Sierra de Guadarrama (Madrid), repartida en las siguientes zonas de producción: Lozoya, Somosierra, Guadarrama, Colmenar Viejo/Campiña, San Martín de Valdeiglesias o Suroccidental.

CARACTERÍSTICAS: Se protegen las carnes de añojo de razas Avileña, Limusín, Charolés y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 5 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 16 meses y con un peso en canal de 175 a 275 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El período mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

DATOS BÁSICOS: Hay inscritas 230 explotaciones ganaderas con 6.000 animales, 3 mataderos y 9 salas de despiece. Son 160 los establecimientos autorizados a comercializar 1,7 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

Cordero de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y sacrificio coincide con la Comunidad Autónoma de Extremadura, región vinculada a la ganadería ovina y concretamente a la raza Merina.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos destinados a certificación tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa extremeña, todo ello controlado y trazado por su Consejo Regulador (trazabilidad). Los corderos se alimentan a base de leche materna en régimen extensivo hasta llegar a un peso aproximado de 15 kilos, posteriormente son alimentados con concentrados autorizados hasta que alcanzan el peso óptimo, siempre siendo su edad de sacrificio menor de 100 días. Los pesos de las canales van de 9 a 16 kilos. La carne se caracteriza por tener un color rosado y un moderado nivel de infiltración de grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, terneza y jugosidad características muy agradables al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 425 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 326.894 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 4 mataderos y 4 empresas de comercialización, que certifican una media anual de 946.425 kilos de carne de cordero con IGP de un total aproximado de 75.667 corderos sacrificados.

Cordero Segureño

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica definida para la IGP se sitúa en la confluencia de las provincias de Albacete, Almería, Granada, Jaén y Murcia, encuadrando dentro las denominadas Cordilleras Béticas Orientales. Se caracteriza por tener una altitud mínima de 500 metros, siendo a su vez dicha altitud el elemento delimitador de la zona ya que condiciona, de manera definitiva, las características agroclimáticas y, en consecuencia, el sistema de producción.

CARACTERÍSTICAS: De los corderos segureños se han obtenido tradicionalmente canales de un peso comprendido entre los 9 y los 13 Kg., muy bien conformadas cuya carne posee un color rosa pálido o rosa con un nivel de engrasamiento de cobertura e infiltración óptimo, lo que le confiere una gran jugosidad y terneza a la carne.

DATOS BÁSICOS: En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.



Carne de Vacuno del País Vasco (Euskal Okela)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, así como la de elaboración, comprende todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma Vasca. Las razas autorizadas para la producción de Carne de Vacuno del País Vasco o Euskal Okela son: Pirenaica, Pardo Alpina, Limusín, Blonda y sus cruces.

CARACTERÍSTICAS: Los animales son criados de modo tradicional, incidiendo en las condiciones que afectan a su salud y bienestar, y cuidando de un modo especial la alimentación que reciben. La alimentación se basa en los recursos forrajeros naturales (hierba fresca, hierba seca, heno y paja) y, en su caso, en los piensos complementarios autorizados. Las canales autorizadas por la Indicación son los de ternera, carne de animales de edades comprendidas entre los 8 y 20 meses y peso mínimo de 210 kilos para los machos y 160 kilos para las hembras; el vacuno mayor, carne de animales de edades comprendidas entre 21 y 84 meses y peso mínimo de 275 kilos. Y el buey, carne de animales machos castrados de edades comprendidas entre los 21 y 59 meses y peso mínimo de 275 kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 1.439 ganaderías y se sacrifican al año más de 13.500 cabezas de ganado. Las 11 industrias registradas comercializan cada año 4,2 millones de kilos de carne con IGP.

Cordero de Navarra ✪
(Nafarroako Arkumea)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida acoge a los corderos procedentes de las razas Navarra y Lacha en pureza, comercializados como carne fresca. La zona de producción abarca toda la superficie de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos amparados por la IGP procederán de ovejas que realizan su ciclo productivo en régimen extensivo o semiextensivo. Se distinguen dos categorías: el cordero Lechal y el Ternasco. En el sacrificio las canales alcanzan un peso de 9 a 12 kilos. El color de la carne es rosa pálido y la carne es tierna, con inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular, gran jugosidad, textura suave y sabor característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 237 explotaciones ganaderas. Se sacrifican 49.270 cabezas de ganado y se comercializan 397.621 kilos de carne con IGP.

Gall del Penedés ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la IGP, corresponde al ámbito histórico del Penedés, se caracteriza por ser el territorio originario de la raza Penedesenca tradicional y por ser una región fundamentalmente vitivinícola. La Está formada por 73 municipios que corresponden a todos los municipios de las comarcas del Alt Penedès, del Baix Penedès y del Garraf, a 25 municipios de la comarca de l'Anoia i 1 municipio del Alt Camp.

CARACTERÍSTICAS: La Indicación geográfica protegida Gall del Penedès ampara carne fresca de pollo (machos y hembras) de la variedad Penedesenca negra mejorada de la raza Penedesenca tradicional. Es una ave de crecimiento lento, muy rústica, con buena vitalidad, de tipología corporal mediterránea, ligera, y de producción de carne pesada. Se caracteriza por su piel blanca, patas negras con la base de la pata blanca y carne rojiza de gran calidad gustativa y músculos firmes y suculentos.

DATOS BÀSICOS: En el consejo regulador están inscritas 5 explotaciones que sacrifican más de 7.000 animales con destino amparado por la IGP, que suponen unos 20.000 kilos de carne de la IGP Gall del Penedés

Cordero Manchego ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP ampara la producción de carne de cordero en la región natural de La Mancha, en 400 municipios, con una superficie de unos 34.000 km^2 repartidos entre Ciudad Real, Cuenca, Toledo y Albacete.

CARACTERÍSTICAS: Carne de corderos que proceden exclusivamente de la raza Manchega, criados con leche materna durante sus primeros 30 días de vida y posteriormente, tras el destete engordados en estabulación, con piensos concentrados, hasta que alcanzan un peso entre 22 y 28 Kg, con una edad de 60-90 días. Estos corderos dan unas canales de peso 10-14 kg, con un engrasamiento escaso o medio y una conformación óptima. La carne de cordero Manchego es muy tierna y jugosa y posee un inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular que le aporta un sabor suave muy característico.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritas 357 ganaderías de cría, con un total de 276.646 ovejas, 7 explotaciones de cebo, 4 centros de sacrificio, 9 operadores comerciales y 1 sala de despiece. En 2018 se comercializaron 30.151 canales de cordero Manchego, lo que supone un peso de 379.903 Kg.

Lechazo de Castilla y León ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de ovino cuyas canales se consideran aptas comprende 2 comarcas de Ávila, 8 de Burgos, 6 de León, 4 de Palencia, 6 de Salamanca, 3 de Segovia, 5 de Soria, 4 de Valladolid y 5 de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: El tipo de ganado procede exclusivamente de las razas Churra, Castellana y Ojalada y sus cruces. La IGP ampara a los corderos machos y hembras. El peso vivo al sacrificio en el matadero puede oscilar entre los 9 y los 12 kilos, la edad máxima de sacrificio está fijada en 35 días y la alimentación de los lechazos ha de ser en su totalidad con leche materna. El peso canal puede oscilar entre los 4,5 y los 8 kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 422 ganaderías, 20 mataderos y 52 operadores comerciales. La comercialización anual de carne protegida por la Indicación Geográfica Protegida asciende a unos 726.000 kilos.

Pollastre i Capó del Prat

(Pollo y Capón del Prat)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La reglamentación se aplica a las carnes de los pollos y capones de la raza Prat sacrificados, eviscerados y envasados y que hayan sido producidos por explotaciones ubicadas en los términos municipales de Castelldefels, Cornellà de Llobregat, Gavá, Sant Boi de Llobregat, San Climent de Llobregat, Viladecans y Santa Coloma de Cervelló, siendo su principal punto de producción históricamente El Prat de Llobregat.

CARACTERÍSTICAS: Los pollos se distinguen por tener un plumaje rubio oscuro, las patas azules y la piel nacarada. Los huevos para incubar pesan como mínimo 55 gramos. Los pollos y los capones se sacrifican a una edad de 81 y 122 días, respectivamente. La fecha límite para su venta, después del sacrificio, es de 7 días.

DATOS BÁSICOS: Bajo la IGP se sacrifican al año 5.000 animales, que representan más de 10.000 kilos de carne protegida. Se comercializa en su totalidad en el mercado nacional.

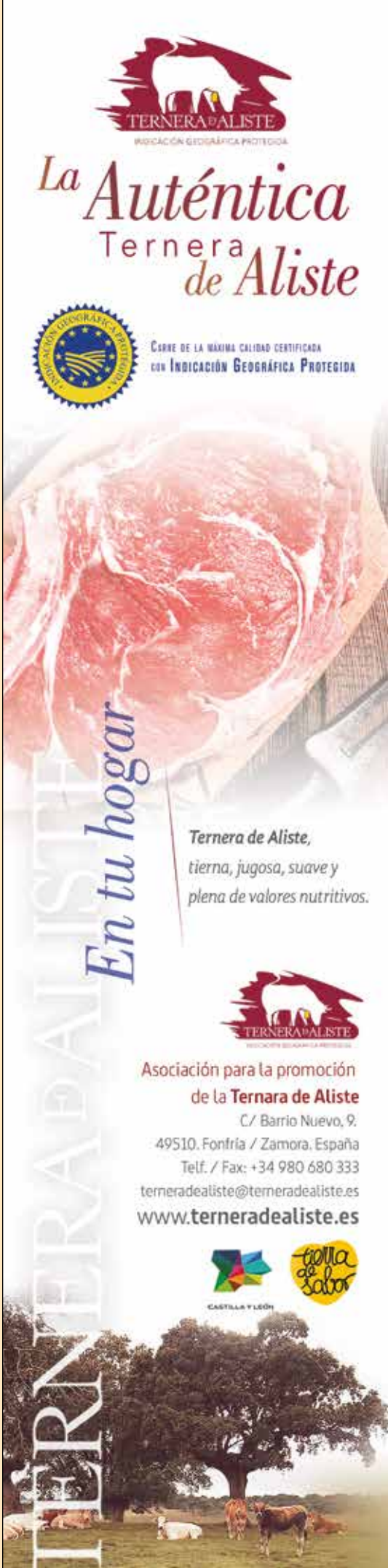
Ternera de Aliste

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: el lejano Oeste de Zamora; comarcas de Aliste, Sayago y Sanabria.

CARACTERÍSTICAS: Carne de ganado vacuno joven, de razas de aptitud cárnica, adaptado a la zona geográfica y producida en base a una alimentación y al manejo tradicional de la zona, con una edad de sacrificio comprendida entre 8 y 12 meses. Basada en la producción de pequeñas explotaciones familiares influenciadas enormemente por la presencia del lobo ibérico (Canis lupus signatus) que condiciona un sistema de manejo consistente en proteger al ternero en el establo desde su nacimiento hasta su sacrificio, basando su alimentación en la lactancia materna, produciendo una carne de color rosa pálido, con alta terneza y jugosidad y suave flavor.

DATOS BÁSICOS: 69 explotaciones, 2.500 vacas nodrizas. 1 matadero. 23 comercializadores. 350.000 kg de carne anuales.



Ternera Asturiana ©

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, crianza y engorde del ganado amparado por la IGP abarca todo el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de la carne protegida por esta IGP serán de las razas Asturiana de los Valles, Asturiana de la Montaña y sus cruces entre sí; serán igualmente admitidos cruzamientos entre machos puros de esas dos razas con hembras procedentes genéticamente de las razas autóctonas asturianas. El amamantamiento de los terneros es obligatorio en los cinco primeros meses, el resto del período alimentario es a base de pastos y concentrados aprobados por el Consejo Regulador. La edad máxima de sacrificio es de un año para los animales de la categoría comercial Ternera y de 18 meses para el Añojo.

DATOS BÁSICOS: En el CR figuran inscritas 5.721 explotaciones, 84.517 vacas madre, 9 mataderos, 14 salas de despiece y 270 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 6,5 millones de kilos.

Ternasco de Aragón ©

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La producción del Ternasco de Aragón se distribuye a lo largo de toda la Comunidad Autónoma de Aragón, en ganaderías registradas en la I.G.P. La crianza se realiza mediante un aprovechamiento tradicional y sostenible del territorio aragonés por parte del ganado, tanto en pastos de montaña y media montaña como en las zonas más áridas del valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las razas que forman parte de la IGP Ternasco de Aragón son: Rasa Aragonesa, Ojinegra de Teruel, Roya Bilbilitana, Ansotana y Maellana. El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida controla las distintas fases desde la producción hasta la canal certificada. Al final del proceso el peso en canal de las piezas oscila entre 8 y 12,5 kilos. La carne es de color rosado, jugosa, grasa blanca, consistente y firme.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 667 ganaderías, con un censo de más de 365.000 ovejas. El número de canales amparadas bajo la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) en el año 2018 ascendió a 207.597.

Ternera de Extremadura ©

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y transformación de la IGP se localiza en las 22 comarcas agrarias de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

CARACTERÍSTICAS: El ganado procede de las razas autóctonas Retinta, Avileña Negra Ibérica, Morucha, Blanca Cacereña, Berrendas en Negro y Colorado y sus cruces, criadas en régimen extensivo de producción. La alimentación se basa en pastos de la dehesa u otros pastos naturales. Los terneros permanecen lactando junto a sus madres un mínimo de cinco meses. Las carnes de ternera son de color rosa brillante, con grasa de color blanco. La carne de añojo es de un color entre rojo claro y rojo púrpura, con grasa blanca también, y la carne de novillo es de color rojo cereza, con grasa de color crema.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 370 ganaderías con un censo de 34.000 vacas madres, 140 cebaderos y 7 industrias, que producen una media de 1,7 millones de kilos de carne al año.



Ternera Gallega

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Ternera Gallega ampara y protege la carne fresca de ganado vacuno procedente de los animales nacidos, criados y sacrificados en Galicia de las razas Rubia Gallega, Morenas Gallegas y sus cruces, e inscritos en los registros de la Indicación Geográfica Protegida.

CARACTERÍSTICAS: Las categorías principales de carne comercializada son Ternera Gallega Suprema y Ternera Gallega (animales sacrificados con menos de 10 meses). La alimentación se basa en el aprovechamiento de los pastos, forrajes y concentrados autorizados, exclusivamente realizados con productos vegetales. En la categoría Suprema, su alimentación principal es la lactancia materna. La carne se caracteriza por un color de rosa claro a rojo suave, con grasa de color blanco nacarado, músculo de grano fino y de consistencia firme. Su textura es suave, de un intenso y agradable sabor, con una extraordinaria terneza y jugosidad.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 8.200 ganaderos, 446 cebaderos y se identifican más de 132.000 terneros. Hay inscritas 100 industrias cárnicas (mataderos y salas de despiece). En 2018 se certificaron 96.500 canales, comercializándose más de 21 millones de kilos de carne.

Ternera de Navarra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción de carne fresca de ganado vacuno procedente de vacas nodrizas nacidas, cebadas y sacrificadas en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: El ganado autorizado procede de las razas Pirenaica, Blonde, Parda Alpina, Charolais y sus cruces. Los terneros protegidos por la Indicación Geográfica Protegida deberán ser amamantados con leche materna durante un período mínimo de cuatro meses. Los terneros de cebo reciben una alimentación a base de materias primas naturales, quedando prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 501 explotaciones y 16.567 cabezas de ganado, así como 4 mataderos y 5 salas de despiece que sacrifican una media anual de 6.622 terneros. Las 185 carnicerías autorizadas venden anualmente más de 1,5 millones de kilos de carne con IGP.



Vedella dels Pirineus Catalans
(Ternera de los Pirineos Catalanes)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Ternera de los Pirineos Catalanes ampara carne de vacuno de animales nacidos y criados en municipios de las comarcas catalanas pirenaicas y prepirenaicas: Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Bages, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Noguera, Osona, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla de l'Estany, Solsonès, Ripollès y Val d'Aran. Como hecho significativo señalar que es una IGP transfronteriza que se extiende por la Cataluña Norte por municipios del Departamento francés de los Pirineos Orientales.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de carne amparada por la IGP son de las razas rústicas Bruna dels Pirineus, Aubrac o Gascona, o del cruce de estas madres con machos de las razas Charolaise, Limousine o Rubia de Aquitània. Son criados en régimen extensivo como mínimo durante los cuatro primeros meses de vida en los que se alimentan a base de leche materna i pastos frescos. Son sacrificados entre los 8 y 12 meses de edad con un peso mínimo de la canal de 160 kg. Para asegurar una buena maduración de la carne, las canales deben reposar un mínimo de 6 días antes de su venta al consumidor.

DATOS BÁSICOS: Las ganaderías inscritas en el Consejo Regulador comercializan anualmente una media de 160.000 kilos de carne de ternera amparada por la IGP.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- GUIJUELO **
- JAMÓN DE JABUGO **/✪
- LOS PEDROCHES ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- JAMÓN DE TREVÉLEZ ✪
- JAMÓN DE SERÓN *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

- JAMÓN SERRANO **

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL ✪

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO **/✪



CASTILLA - LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- GUIJUELO **/✪

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- GUIJUELO **/✪

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

CATALUÑA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- JAMÓN CURADO

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- DEHESA DE EXTREMADURA ✪
- GUIJUELO **/✪
- JABUGO **/✪

LA RIOJA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

MURCIA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

** Denominación en tramitación*

*** Denominación compartida con otras CC AA*

✪ Inscrita en el Registro de la UE

Dehesa de Extremadura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca las dehesas arboladas a base de encinas y alcornoques situadas en las provincias de Badajoz y Cáceres, mientras que la elaboración y maduración de jamones y paletas está delimitada por las comarcas de sierras del sudoeste de Badajoz, Ibor-Villuercas, Cáceres-Gredos Sur, Sierra de Montánchez y Sierra de San Pedro.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura o cruzados con Duroc-Jersey con al menos el 75% de sangre ibérica. El proceso de secado y maduración se prolonga entre 18 y 36 meses. Según la procedencia de la alimentación del ganado, los jamones y paletas se clasifican como Bellota, Recebo y Cebo de Campo.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 2.100 explotaciones de cerdos de cebo y 120 empresas elaboradoras. La producción anual es de 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas con la DOP. La calidad de nuestro producto está avalada por un control estricto por parte de los servicios técnicos veterinarios, desde que el cerdo nace hasta el etiquetado final del jamón o paleta y su posterior salida al mercado.

Guijuelo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de paletas y jamones curados abarca 78 municipios del sudeste de Salamanca, con Guijuelo como principal centro productor. Como zona de producción de ganado porcino registrado se incluyen diversas comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía.

CARACTERÍSTICAS: El ganado es mayoritariamente de la raza Porcina Ibérica, aunque se admiten cruces con Duroc-Jersey. Los cerdos se alimentan de bellotas dentro de las dehesas. Los jamones y paletas se someten a un proceso de curación en secaderos naturales y en bodegas durante un período mínimo de 2 años. Según la alimentación del cerdo, los jamones se clasifican como Ibérico de Bellota o Ibérico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 346 ganaderías y 872 explotaciones, más de 25.656 cerdas reproductoras y 69 empresas elaboradoras. Anualmente se comercializan 82.891 jamones y 89.268 paletas.

Jabugo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de jamones y paletas con DOP Jabugo está constituida por 31 términos municipales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, entre los que se encuentran Aracena, Cortegana, Cumbres Mayores, Corteconcepción, Higuera de la Sierra, Jabugo y Santa Olalla del Cala. La zona de producción comprende las dehesas de encinas, alcornoques y quejigos de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Cuando el cerdo está en la dehesa, y atendiendo a la cantidad de bellota, se identifica con un crotal para poder hacer el seguimiento de su engorde durante la montanera. Cuando el cerdo pasa a ser jamón y paleta, se identifica con dos elementos de control: un precinto de color negro de la DOP que se coloca en la pieza en el momento del sacrificio y una vitola de color negro de la DOP que se coloca en la pieza una vez que ha finalizado su elaboración. Ambos elementos con un mismo número identificativo, así como la añada correspondiente. Estos elementos garantizan al consumidor la trazabilidad de la calidad y el origen.

Finalmente, se coloca la etiqueta de la bodega comercializadora inscrita en el Consejo Regulador de la DOP Jabugo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 39 bodegas comercializadoras, 26.407 cerdos identificados, 94.797 piezas precintadas en matadero, 61.727 jamones certificados con la máxima designación Summum, con un valor económico 15,9 millones de Euros.



Jamón de Serón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La elaboración del «Jamón de Serón» se realizará exclusivamente dentro del término municipal de Serón, provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS: Jamón curado obtenido a partir de los perniles del cerdo (machos castrados y hembras) procedente de alguna de las siguientes razas o cruces entre ellas: Duroc, Large White, Landrace, Blanco Belga, Pietrain y Chato Murciano, y elaborado a través de un proceso de secado-maduración natural, de forma redondeada, conservando la pata, con o sin corteza, siendo en este último caso eliminada mediante un corte con forma de «V». Color rojo y aspecto brillante al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular, carne de sabor ligeramente dulce, poco salada y de aroma de medio a intenso. Grasa de consistencia untuosa, brillante, coloración blanca amarillenta, de sabor dulce y aroma intenso.

Se comercializa bajo dos categorías: Jamón de categoría «S-XVI», de 7 kg de peso mínimo, con un período de elaboración superior a 16 meses. Jamón de categoría «S-XX» de peso mínimo 8 kg, con un período de elaboración superior a 20 meses.

Para ambas categorías, el proceso de secado-maduración natural, bajo las condiciones medioambientales de Serón, debe abarcar al menos 12 meses. Se podrá presentar el producto envasado, bien deshuesado o bien loncheado, siempre y cuando se garantice la calidad y la trazabilidad del mismo

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Jamón de Teruel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Todas las comarcas de la provincia de Teruel están amparadas para la producción de cerdos y la elaboración de jamones con Denominación de Origen Jamón de Teruel, siendo la más antigua DO de jamón de España.

CARACTERÍSTICAS: El porcino autorizado es el procedente de los cruces de las razas Landrace y Large White en madres, y Duroc en padres. El proceso de curación de los jamones se realiza en alturas superiores a los 800 metros y toda la fase de elaboración no es inferior a los 14 meses. Los jamones, de 8 a 9 kilos de peso, ofrecen un aspecto brillante y color rojo al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular. Los jamones van marcados con la clásica estrella de 8 puntas y la marca "Teruel" en la corteza.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 256 explotaciones de cerdos, 35.428 cerdas reproductoras y 53 empresas elaboradoras. La producción media anual alcanza un volumen de 450.065 jamones.

Jamón de Trevélez

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de los jamones protegidos por la Indicación Geográfica Protegida Jamón de Trevélez está constituida por un área natural en la que los factores de altitud, temperatura y humedad, entre otros, dan a los productos unas cualidades propias que tradicionalmente le han caracterizado. Esta zona comprende las partes con altitud superior a 1.200 metros de los términos municipales de Trevélez, Juviles, Busquistar, Pórtugos, La Tahá, Bubión, Capileira y Bérchules. Las actividades de elaboración y maduración de los jamones se limitan a estos municipios de la comarca de la Alpujarra Alta, en la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones se obtienen únicamente de cerdos de las razas Landrace, large-White y Duroc-Jersey. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de macho castrado y hembra de la máxima calidad, poca sal (sin conservantes ni aditivos) y curado de forma natural y bajo métodos tradicionales. El proceso de secado y curado se prolonga por un período que va desde los 14 meses, período a partir del cual el jamón desarrolla todos los aromas y el sabor, hasta los 24 meses de curación.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 7 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual aproximada de 990.000 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez.

Jamón Serrano

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del jamón serrano se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse de cerdos sanos que hayan sido sacrificados cumpliendo todos los requisitos higiénico-sanitarios exigidos por la legislación vigente.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración que incluye las fases de salazón, lavado, reposo, secado y maduración no podrá ser en ningún caso inferior a siete meses desde la introducción de la pieza en sal. El jamón serrano presenta una grasa brillante, untuosa, de coloración entre blanca y amarillenta, aromática y de grato sabor. De color rosa a rojo púrpura, sabor delicado y poco salado, aroma agradable, textura homogénea, poco fibrosa y sin pastosidad. El jamón se presenta comercialmente en corte en V con pata o sin pata, corte redondo con pata y sin pata y deshuesado con piel, corte en V o sin piel y desgrasado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador del jamón serrano español están inscritas 120 empresas de comercialización. Anualmente se comercializan 3 millones de piezas con la etiqueta garantizada en sus tres gamas de curación: Gran Reserva (más de 15 meses), Reserva (mínimo 12 meses) y los Loncheados (mínimo 10 meses).

Los Pedroches

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen Protegida Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y Largue-Black, pero siempre con al menos un 75% de sangre ibérica. Los productos se distinguen según se haya realizado la alimentación del cerdo en montanera o recebo. Los jamones y paletas de cerdos criados en montanera llevan un precinto de color negro y la inscripción “Bellota de Los Pedroches”; los engordados mediante recebo tienen un precinto rojo y la etiqueta “Los Pedroches”.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 151 explotaciones ganaderas que suman unos 7.400 cerdos y 520 reproductoras. Hay 15 industrias adscritas a la Denominación de Origen Protegida que comercializan una media de 17.000 jamones y paletas con DOP.







DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

- CECINA
- CHORIZO
- CONSERVA DE CERDO EN ACEITE
- LOMO EMBUCHADO
- LONGANIZA DE ARAGÓN
- MORCILLA DE ARAGÓN
- PALETA CURADA

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- CHOSCO DE TINEO ✪

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- SOBRASSADA DE MALLORCA ✪

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- BOTILLO DEL BIERZO ✪
- CECINA DE LEÓN ✪
- CHORIZO DE CANTIMPALOS

MARCAS DE GARANTÍA

- CECINA DE VILLARRAMIEL
- CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
- CHORIZO ZAMORANO
- CHORIZO DE LEÓN
- IBÉRICOS DE SALAMANCA
- FARINATO DE CIUDAD RODRIGO
- TORREZNO DE SORIA











CATALUÑA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- LLONGANISSA DE VIC ✪ (SALCHICHÓN DE VIC)

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- EMBUTIDO DE REQUENA *
  - -LONGANIZA
  - -MORCILLA
  - -SALCHICHÓN
  - -SOBRASADA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- BOTIFARRA DE CEBA
- COENT DE BURRIANA
- EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
- LONGANIZA AL AJO
- LONGANIZA DE PASCUA
- LONGANIZA MAGRA
- LONGANIZA SECA
- MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
- MORCILLETA DE CARNE
- MORCILLA DE PAN

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- LACÓN GALLEGO ✪

LA RIOJA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- CHORIZO RIOJANO ✪

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

- PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

** Denominación en tramitación*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Botillo del Bierzo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración comprende los 37 términos municipales que conforman la comarca de El Bierzo, entre los que se encuentran Ponferrada, Cacabelos y Villafranca del Bierzo, y 2 municipios de la comarca de Laciana, todos en la provincia de León.

CARACTERÍSTICAS: La forma exterior es ovalada, de color rojo plomizo. Se embute en tripa de cerdo natural, con un peso que oscila entre 500 y 1.600 gramos. El Botillo del Bierzo es un producto cárnico embutido, elaborado principalmente con costilla y rabo, con su parte de magro correspondiente, pudiendo llevar además lengua, carrillera, paleta y espinazo procedentes del despiece del cerdo, troceados, adobados y embutidos en el ciego del cerdo que posteriormente se ahuma y seca para su comercialización y consumo tras ser cocinado, donde predomina el olor a magro cocido, salazón y especias naturales.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida figuran inscritas 10 empresas que elaboran y comercializan 333.260 kilos de Botillo del Bierzo.

Cecina de León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico protegido por la IGP incluye todos los municipios de la provincia de León. La altitud media es superior a 700 metros, con un clima continental extremo que es excepcional para la elaboración artesanal de la cecina.

CARACTERÍSTICAS: La cecina procede del despiece de los cuartos traseros del ganado vacuno mayor, preferentemente de razas autóctonas de Castilla y León. La materia prima se sala y, tras el lavado y asentamiento de las piezas, se ahuma con leña de roble o encina, todo ello hasta completar un proceso que debe durar un mínimo de 7 meses a partir de la fecha de salado. Las piezas tienen un peso que oscila entre los tres y los cinco kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 21 empresas que producen al año unas 125.000 piezas de tapa, contra, babilla y cadera, y comercializan algo más de 93.000 piezas con IGP.



Chosco de Tineo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido se extiende a los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en el occidente y suroccidente del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chosco de Tineo es un embutido crudo-curado y ahumado en ciego de cerdo. Los ingredientes que se emplean en su elaboración son: 80% como mínimo de cabecera de lomo y 15% como mínimo de lengua, sal, pimentón y ajo. La tripa que se utiliza como cobertura del chosco es el ciego del cerdo, de ahí su forma redondeada e irregular. Su color característico es el rojizo, más o menos intenso según la carne utilizada y la concentración de pimentón. Su sabor es agridulce con un suave toque ahumado. Los choscos pueden comercializarse en piezas enteras, crudos o cocidos, y también en trozos o loncheados.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la puesta en marcha de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de industrias elaboradoras y cantidad de producto comercializado, aunque en la actua- lidad hay 8 industrias cárnicas, que elaboran Chosco de Tineo y venden su producciónen Asturias, que podrían recibir autorización para comercializar el producto con la IGP.

Chorizo de Cantimpalos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido comprende 64 municipios de la provincia de Segovia, que se extienden por un territorio geográfico que abarca desde la Sierra de Guadarrama a Carbonero y de Riaza a Villacastín con una superficie de 2.268 kilómetros, con el municipio de Cantimpalos como núcleo principal de producción.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chorizo de Cantimpalos es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado básicamente con cebada y cuya área de producción se sitúa a unos 1.000 metros de altitud, lo que constituye un medio excepcional para la curación natural del chorizo, proporcionándole su aroma y sabor característicos. Su composición comprende un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, 2% de sal, 2% de pimentón, ajo y orégano. Este chorizo, que se consume crudo, frito o cocido, se presenta en tres formatos: sarta o herradura, de calibre fino y con un peso de 400 gramos; achorizado, en ristra de cinco piezas atadas de unos 700 gramos, y cular, embutido en tripa natural y de 1,2 kilos de peso medio.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 6 granjas, 4 salas de despiece, 4 mataderos y 19 empresas cárnicas, que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos al año con IGP.



Chorizo Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del chorizo riojano se centra en toda la comunidad autónoma de La Rioja.

CARACTERÍSTICAS: De forma sarta o herradura, con un diámetro de 30-40 milímetros y un peso mínimo de 200 gramos, es uno de los alimentos más típicos de La Rioja, este chorizo es de consistencia firme y compacta, presenta un aroma equilibrado e intenso en el que domina el pimentón y las notas de ajo, con una textura agradable al paladar y un sabor intenso, persistente y picante en ocasiones. Las técnicas tradicionales de elaboración se plasman ahora en una industria cárnica que conjuga estos conocimientos heredados generación tras generación con las más modernas tecnologías.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 6 empresas, que producen una media de 1.469.528 piezas de chorizo riojano.

Embutido de Requena

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de embutidos se localiza en el municipio valenciano de Requena.

CARACTERÍSTICAS: Los embutidos se elaboran a partir de carne de cerdo y los productos protegidos son: salchichón, chorizo, perro, longaniza, morcilla, güeña y sobrasada. La elaboración tradicional de productos de la matanza destaca con personalidad en el Embutido de Requena. Las artes empleadas en el acondicionamiento de las carnes y demás productos derivados del cerdo, el especiado y maduración de las pastas, así como el embutido y curado de las piezas, junto a las condiciones ambientales influyentes en los procesos de secado, oreado y afinado de los productos, son determinantes de su peculiar calidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 11 empresas que elaboran y comercializan Embutido de Requena con Indicación Geográfica Protegida.

Lacón Gallego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción y elaboración de Lacón Gallego en toda la Comunidad Autónoma de Galicia, siempre y cuando se cumpla la normativa prescrita.

CARACTERÍSTICAS: El ganado apto para producir lacones es de las razas Celta, Large White, Landrace, Duroc y sus cruces. La alimentación puede ser tradicional (cereales, bellotas, castañas y tubérculos) o con piensos controlados. Los machos son castrados antes de su entrada al cebadero. Los cerdos para sacrificio tendrán, como mínimo, 6 meses de edad y 90 kilos de peso vivo.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 191 explotaciones, 7 mataderos, 9 salas de despiece y 8 industrias cárnicas. Anualmente se comercializan cerca de 1.550 piezas amparadas por la Indicación Geográfica Protegida, cuyo peso se aproxima a los 6.000 kilos.

Sobrassada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción y elaboración de la IGP comprende todas las comarcas de la isla de Mallorca, en el archipiélago balear.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utilizan carnes picadas (magro y tocino) de cerdo blanco o negro que se aderezan con pimentón, sal y especias. Atendiendo a la raza del cerdo, se distinguen dos tipos de sobrasada: Sobrassada de Mallorca, que se comercializa en piezas o en tarrinas, y Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro, elaborada a partir de una raza autóctona mallorquina, que se comercializa en piezas de 500 gramos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se hallan registradas 21 industrias elaboradoras de Sobrassada de Mallorca y 14 de Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro. La producción de Sobrassada de Mallorca protegida es de 2,3 millones de kilos anuales, mientras que la de Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro asciende a más de 140.645 kilos.

Llonganissa de Vic (Salchichón de Vic)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los cerdos aptos para la elaboración de este embutido incluye toda la comarca de Osona, mientras que la zona de elaboración reconocida se extiende a toda la Plana de Vic, en Barcelona.

CARACTERÍSTICAS: El Salchichón de Vic presenta unos rasgos específicos en su aspecto que también ayudan a distinguirlo de los salchichones que no tienen el distintivo de calidad.

El color rojo intenso y brillante en el corte deja perfectamente visible los pequeños dados de grasa y la pimienta en grano que integran la tradicional composición de este producto. Externamente destaca la flora que durante el proceso de secado se ha asentado en las tripas naturales que han servido para embutir las carnes de cerdo seleccionadas.

Este producto se elabora con carnes magras de cerdo seleccionadas, sal y pimienta negra, en empresas ubicadas en los municipios que integran la Plana de Vic y que están inscritas en los registros del Consejo Regulador de la IGP Salchichón de Vic.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 6 empresas elaboradoras, que comercializan anualmente más de 500.000 piezas de Salchichón de Vic, cuyo peso aproximado es de 175.614 kilos. Más del 89% se destina al mercado interior.



HUEVOS

España ocupa el cuarto puesto dentro de la Unión Europea en el ranking de países productores de huevos, por detrás de Italia, Alemania y Francia.

La producción nacional de huevos representó en 2018 el 6,5% de la Producción Final Ganadera y el 2,3% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

En 2018, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.253,4 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra superior en un 8% a la del año anterior (en 2017 se produjo un notable incremento).

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de huevos aumentó en cantidad un 7% en 2018, mientras que los precios crecieron un 1,8%. En el año anterior también subieron la producción y los precios, aunque en porcentajes mucho mayores.

En los últimos años se ha ido incrementando el número de granjas dedicadas a la producción de huevos en España. El número de explotaciones avícolas al acabar 2018 se elevaba hasta las 10.079, un 3,23% más que en 2017 y en esta cifra están incluidas las granjas de perdices, patos, ocas, pintadas, codornices, pavos y faisanes.

De esta cifra total, 7.628 eran explotaciones de la especie Gallus (tanto de puesta como de carne) y de esa cifra, al acabar el año había registradas 1.718 explotaciones de aves de puesta, lo que suponía un incremento del 2% respecto a la cifra del año 2017.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
HUEVOS DE GALLINA	807	814	762	847
OTROS HUEVOS	4	4	4	3
TOTAL	**811**	**818**	**766**	**850**

FUENTE: MAPA

MÁS GRANJAS ALTERNATIVAS

El censo de gallinas ponedoras en 2018 descendió un 6,7% en 2018, hasta llegar 43,5 millones de animales. Esta caída es consecuencia del incremento de los sistemas de cría de gallinas alternativos, que tienen una menor capacidad de producción. En solo un año, de 2017 a 2018, el número de granjas alternativas ha pasado de representar el 12% a casi el 18% del total.

Como ya sucediera en el año anterior, la comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras en 2018 fue Castilla-La Mancha, con el 27% del total. Le siguieron Castilla y León (18%), Aragón (11,4%) y Cataluña (8,5%).

En cuanto a los sistemas de producción, aunque las jaulas siguen siendo el sistema más extendido (82% del total), es de destacar que en 2018 se produjo un gran avance de la producción ecológica, que se alcanzó por la caída de las producciones de huevos de otros sistemas alternativos (camperas y en suelo).

Las explotaciones alternativas destinadas a la producción de huevos supusieron en 2018 el 18% del total, un porcentaje muy por debajo de la media de la Unión Europea.

Por su lado, la producción de huevos puestos por estas gallinas superó los 1.089 millones de docenas, un 3,2% menos que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura. En 2017, el crecimiento de la producción de huevos en España fue mucho más alto.

Castilla-La Mancha encabezó la producción de huevos, con el 26,3% del total, seguida de Castilla y León con el 18%.

COMERCIO EXTERIOR

En los últimos años, la balanza comercial del sector de los huevos ha tenido un saldo positivo ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones. En 2018 se produjo un aumento tanto de las importaciones como de las exportaciones.

Según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, las importaciones totales (a países de la UE y extracomunitarias) sumaron 92.619 toneladas (equivalente a huevo cáscara), lo que supuso un aumento general del 86%. De esta cifra total, 92.153 toneladas correspondieron a las compras desde países de la UE, que casi duplicaron la cifra del año precedente.

Respecto a las exportaciones, en 2018 España vendió en total 215.842 toneladas, un 50% más que en la campaña anterior. De la cifra total, 183.656 toneladas fueron exportaciones a la UE y el resto a países terceros.

El país que recibió la mayor parte de los huevos españoles exportados fue Francia (que incrementó sus compras un 3%), seguida de Italia (con un aumento del 23% en 2018) y Países Bajos (que redujo sus compras). Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron fueron Israel, Mauritania y Filipinas.

PRODUCCIONES DE HUEVOS (INCUBAR Y CONSUMO) EN LA UE (Miles de toneladas)

PAÍS	2016	2017	2018
ALEMANIA	880	890	899
AUSTRIA	115,2	133	134
BÉLGICA/LUXEMBURGO	200	200	198
BULGARIA	94	94	94
CHIPRE	11	10	10
CROACIA	36	43	44
DINAMARCA	82	89	90
ESLOVAQUIA	71	71	71
ESLOVENIA	20,4	21	21
ESPAÑA	**814**	**762**	**847**
ESTONIA	9,8	10	10
FINLANDIA	72	74	76
FRANCIA	956	995	1.011
GRECIA	129	128	128
HOLANDA	716	684	703
HUNGRÍA	147,3	149	150
IRLANDA	45	70	73
ITALIA	840	808	811
LETONIA	42	42,2	42
LITUANIA	52	50	51
POLONIA	604	612	625
PORTUGAL	134	135	136
REINO UNIDO	782	667	684
REPÚBLICA CHECA	162	175	175
RUMANIA	360	397	397
SUECIA	134	147	148
TOTALES	**7.509**	**7.456**	**7.628**

FUENTES: EUROSTAT y MAPA

EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE GALLINAS PONEDORAS Y DE LA PUESTA MEDIA POR GALLINA EN ESPAÑA

AÑO	NÚMERO DE GALLINAS EN PUESTA (Miles de unidades)	HUEVOS PUESTOS AL AÑO (Miles docenas)	HUEVOS PUESTOS AL AÑO POR GALLINA (Unidades)
2015	41.266	1.065.205	309
2016	43.612	1.098.619	302
2017	46.733	1.125.284	301
2018	43.583	1.089.000	299

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	76.679	78.961	80.088	81.900
UE-28	7.047	7.509	7.456	7.628
ESPAÑA	**807**	**814**	**762**	**847**

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIÓN DE HUEVOS EN LA UE

En la Unión Europea, la producción de huevos, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, supuso cerca del 2,6% de la Producción Final Agraria y el 6% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ambos similares a los del año 2017.

Según datos de la Comisión Europea, se estima que el valor de la producción de huevos rondó los 9.519 millones de euros, un 18% más que el valor del año 2016.

En los 28 Estados Miembros, la producción de huevos en 2017 se elevó hasta los 7,6 millones de toneladas (incluidos no sólo los huevos para consumo, sino también para incubar), un 0,8% más que en el año anterior, en el que por otro lado la producción aumentó ligeramente.

Asimismo, el censo de gallinas ponedora de la UE rondaba los 397 millones de aves, una cifra similar a la del año precedente. Del censo total de la UE, un 49,6% eran gallinas fuera de jaulas (sistemas alternativos de producción).

Además de España, cuyo censo representaba en 2018 el 11% del total comunitario (un punto porcentual más que un año antes), destacaron por su cabaña de galli-





nas Alemania (13,5%), Polonia (12,2%), Reino Unido (11,7%), Francia (11%), Holanda (8,3%) e Italia (7,7%).
En 2018 el saldo de la balanza comercial de la UE en el sector del huevo fue positiva, a pesar del aumento tanto de las importaciones como de las exportaciones. Sin incluir los huevos para incubar, se exportaron a países terceros un total de 331.674 toneladas de huevos equivalente huevo coeficiente GATT (un 11,7% más que en 2017) y se importaron algo más de 29.000 toneladas (un 33% más).
El país que más huevos importó en 2018 fue Dinamarca y el que más exportó Holanda (27% del total), seguida de Italia (19%).
Por países, las importaciones de huevos de la UE procedieron en 2018 de Ucrania (51%), Estados Unidos (24,1%), Argentina (7,2%) y Albania (3,6%). Por su lado, desde la UE se exportaron huevos principalmente a Japón (28,4%), Suiza (18%) e Israel (8,7%). ○

PONEDORAS SELECTAS

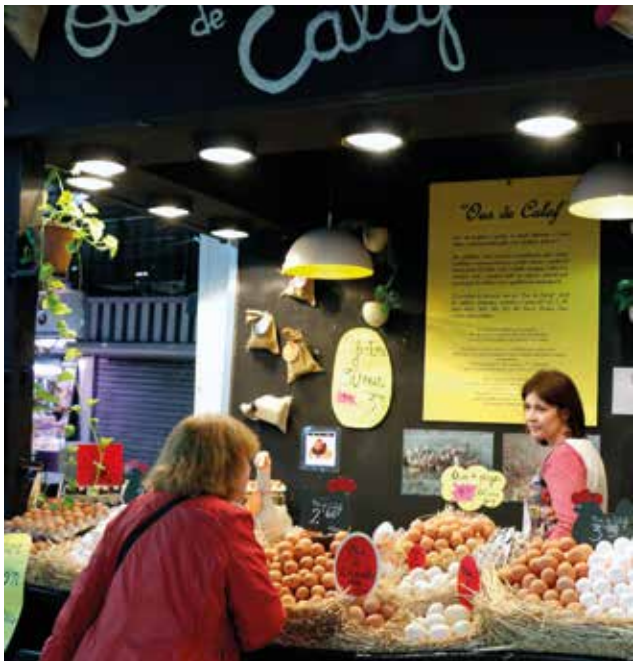
La gran mayoría de los huevos que se comercializan en España proceden de gallinas ponedoras, aunque hay también un porcentaje muy pequeño de la producción nacional que procede de otro tipo de aves de puesta (codorniz, pava, pata, oca y avestruz).
Las gallinas ponedoras selectas (el 88% del censo total de gallinas) suelen explotarse en granjas industriales mediante regímenes intensivos, que a veces no requieren superficie agraria o necesitan muy poca.
Las gallinas camperas (el 5% del total de gallinas) tienen menos limitaciones de espacio y su alimentación no es tan intensiva como las de las baterías industriales, aunque complementan la comida que encuentran en el campo con granos y eventualmente otros piensos que les suministra el avicultor.
En los últimos años las gallinas camperas, cuya producción individual viene a ser el 62% de una gallina en régimen intensivo, están obteniendo bastante aceptación entre los consumidores de alimentos biológicos.
Al igual que un año antes, en 2018 sólo un 1% del censo total de gallinas ponedoras (391.505 cabezas) se destinaban a producir huevos ecológicos; un 7% eran gallinas camperas y un 10% del censo ponían sus huevos en el suelo, según datos del Ministerio de Agricultura.
La producción intensiva de huevos se concentra en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón y Cataluña, mientras que la producción de huevos de gallinas camperas está fuertemente asentada en Galicia, Castilla y León y Andalucía.
Asimismo, la producción de huevos de pavas predomina en Andalucía y en Galicia y la de huevos de pata en Galicia, Cantabria y Extremadura.
En la Unión Europea, las gallinas que ponen sus huevos mediante fórmulas alternativas a las jaulas ya casi es la mitad del censo total. En países como Luxemburgo no existen granjas con jaulas y en otros como Austria, Holanda, Alemania y Dinamarca, la producción alternativa de huevos ronda el 90% del total. ○

CONSUMO DE HUEVOS

El consumo de huevos se ha mantenido bastante estable desde el año 2014, si bien en los últimos años se aprecia una ligera recuperación.

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz. Dentro del sector de los huevos de ave más consumidos también habría que englobar una pequeña producción de huevos de avestruz, así como también los huevos de pata.

El Código Alimentario Español (CAE) clasifica los huevos según su estado de conservación como: huevos frescos (menos de 15 días de su puesta), huevos refrigerados (de 15 a 30 días de su puesta), huevos conservados (de 30 días a 6 meses, a una determinada temperatura), huevos defectuosos (con olor y sabor no característicos), y huevos averiados (impropios para el consumo humano). ○



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas productoras y comercializadoras de huevos ha experimentado grandes cambios durante los últimos tiempos, modernizando y adecuando sus sistemas de producción a las exigencias europeas e impulsando de manera decidida el comercio internacional. En la base de la cadena productiva aparecen unas 1.270 granjas de producción de huevos, con cerca de 47 millones de gallinas ponedoras. El 88% de gallinas españolas están alojadas en jaulas acondicionadas, y las granjas de este sistema son 513 (el 40% del total). A continuación aparecen, por este orden, las granjas camperas (6%), las de producción en suelo (5%) y las ecológicas (1%).

Castilla-La Mancha es la comunidad donde existe una producción de huevos más importante (27% de todo el censo de ponedoras), seguida por Castilla y León (18%), Aragón, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Además de estas granjas, se encuentran en actividad unos 860 centros de embalaje y algo más de 30 empresas de ovoproductos. Atendiendo al volumen producido, nuestro país ocupa el tercer puesto dentro de la Unión Europea, por detrás de Alemania y Francia y ligeramente por encima de Polonia.

La principal grupo sectorial registra unas ventas de de 1.674 millones de euros, con un importante incremento interanual del 8,5%. Genera unos 4.860 puestos de trabajo. La segunda empresa llega hasta los 184,3 millones de euros (+6,8%), con 480 empleados, la tercera se acerca a los 98 millones de euros (+98,5%), la cuarta ronda los 62,5 millones de euros (+12%) y la quinta se sitúa en 54 millones de euros (+20%). Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, y controlan en torno al 50% de todas las ventas en volumen, aunque su importancia en valor resulta mucho menor. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A.	1.543,00
(Bonàrea Corporación) *	1.674,00
Huevos Guillen, S.L. – Grupo	184,28
Dagu, S.A. - Grupo	96,70
Camar Agroalimentaria, S.L. - Grupo	62,52
Granja San Miguel, S.A.T.	54,00
Marcopolo Comercio, S.L.	52,90
Avícola Moraleja, S.A. *	40,00
Granja Virgen del Rosario, S.L.	36,00
Agustín Roig, S.A.	27,00
Ovo Foods, S.A.	25,21

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

Durante los últimos 10 años, las empresas españolas del sector de huevo exportan un 15% y un 20% de toda su producción. En el último ejercicio computado, las ventas en el exterior llegaron hasta los 74 millones de euros, de los que 42 corresponden al mercado comunitario (con Francia, Holanda, Italia y Portugal como principales destinos). Los países terceros mayores importadores de huevos españoles han sido Israel, Mauritania, Estados Unidos y Hong Kong. El volumen total exportado llegó a las 107.980 toneladas, con un descenso interanual del 14,8%. Las exportaciones dirigidas hacia otros países de la Unión Europea supusieron el 68,9% del total. A pesar de ese predominio de las exportaciones intracomunitarias, el comercio exterior español está cada vez más orientado a los mercados de países terceros. Las provincias exportadoras más dinámicas en huevos de cáscara son Valladolid, Toledo, Huesca, Cuenca y Guadalajara. Las importaciones tienen una importancia mucho menor. Nuestro principal proveedor es Portugal, ya que muchas empresas españolas han establecido en ese país sus granjas productoras.



En conjunto, la Unión Europea exporta anualmente unas 400.000 toneladas de huevos a los mercados internacionales, en torno al 5% de toda su producción. Los principales mercados de destino son Japón, Suiza y países de Oriente Próximo. Las importaciones apenas rondan las 20.000 toneladas anuales, proveniente sobre todo de Estados Unidos, Ucrania, Argentina e India. ○

OVOPRODUCTOS

Tal como indica INOVO, asociación española de industrias de ovoproductos, éstos son "derivados del huevo, tras su procesado para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales". El sector de ovoproductos alcanza una producción conjunta que se acerca a las 130.000 toneladas de ovoproductos, a las que hay que añadir otras 10.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros. Alrededor de un 20% de la producción total de huevos acaba siendo transformado en ovoproductos. En nuestro país se encuentran en actividad unas 30 empresas dedicadas a la producción y comercialización de ovoproductos. El mercado de este tipo de ofertas está adquiriendo una gran importancia y muchas de las principales empresas están fortaleciendo esa línea de negocio.



Las ventas de productos derivados del huevo en la distribución organizada subieron durante el último periodo computado un 11,6% en volumen y un 10% en valor, con casi 8 millones de docenas y casi 20 millones de euros de facturación. Teniendo en cuenta que es preciso efectuar importantes inversiones para posicionarse con éxito en el mercado de ovoproductos, la mayor parte de los operadores son filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes grupos españoles del sector. El líder sectorial produce unas 35.000 toneladas anuales, mientras que el segundo y el tercero presentan unas producciones bastante similares, en torno a las 25.000 toneladas. ○

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron un total de 6.151,6 millones de unidades de huevos y gastaron 888,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 134,4 unidades de consumo y 19,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 131 unidades por persona y año), de los que 14,8 unidades fueron huevos ecológicos, mientras que el consumo de huevos de otras aves fue de tan solo 3,3 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 98,9% del gasto, con un total de 19,2 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 3,2 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 1,5% y un total de 30 céntimos de euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	*PER CÁPITA* (unidades)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL HUEVOS	**6.151,6**	**134,4**	**888,3**	**19,4**
HUEVOS GALLINA	5.999,9	131,1	876,8	19,2
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	677,8	14,8	147,5	3,2
HUEVOS OTRAS AVES	151,7	3,3	11,5	0,3

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

HUEVOS

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

HUEVOS DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

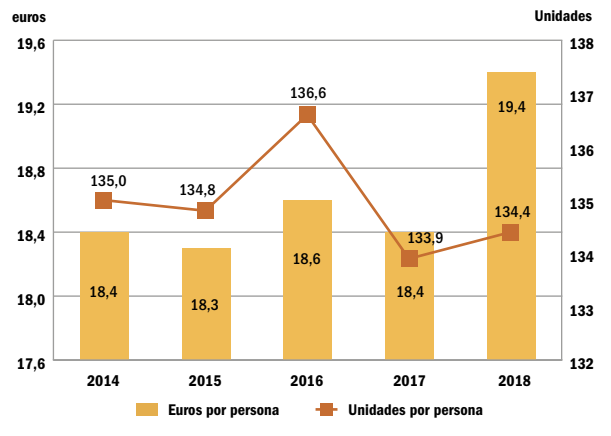
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de huevos es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de huevos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de huevos, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.*
- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de huevos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, País Vasco y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Extremadura y Navarra.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

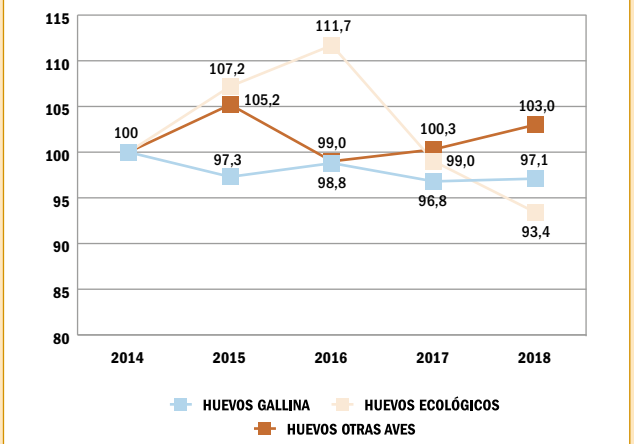
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos se ha mantenido bastante estable por persona y el gasto ha aumentado en 1,0 euro por consumidor. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produce en el año 2016 (136,6 unidades) mientras que el gasto más elevado aparece en 2018 con 19,4 euros por consumidor.

En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de huevos de otras aves aumenta, mientras que en el caso de huevos de gallina y de huevos de gallina ecológicos se produce un descenso.

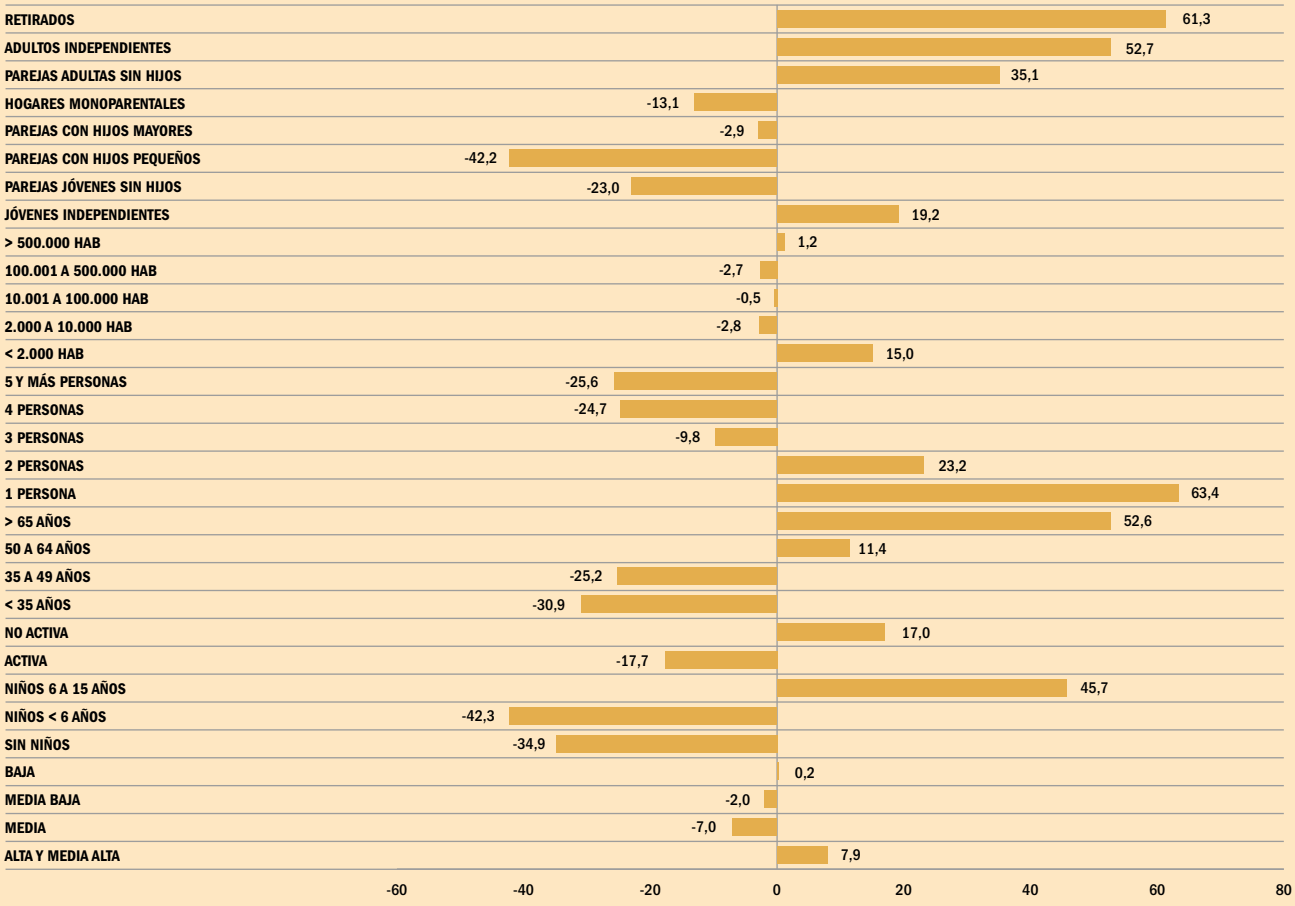
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HUEVOS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HUEVOS (2014=100), 2014-2018

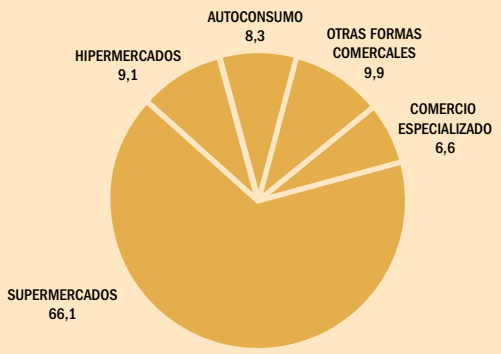


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HUEVOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 134 huevos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (66,1% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 6,6%, el hipermercado representa el 9,1%, y el autoconsumo el 8,3%. Finalmente, las otras formas comerciales concentran un 9,9% de la cuota de venta global.

SOMOS RED MERCASA

mercalicante · MERCALGECIRAS · mercásturias · MERCABADAJOZ

mercabarna · mercaBilbao · mc · Mercagalicia

MERCAGRANADA · Mercairuña · MERCAJEREZ · MERCA laspalmas

mercaleon · mercamadrid · mercamálaga · MERCAMURCIA

mercaPalma · MSa MERCASALAMANCA · merca cantabria · mercasevilla

mercatenerife · mercavalència · mz mercazaragoza

MERCASA

» **Red de Mercas.**
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

AGENDA 2030

SOMOS RED MERCASA

¿Quieres comprar o vender pescados y mariscos en la Red de Mercas? Habla con nosotros



Somos la mayor red de mercados mayoristas del mundo

MERCASA

» Red de Mercas.
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

AGENDA 2030

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

La producción pesquera mundial ronda ya los 171 millones de toneladas anuales, de los que la acuicultura aporta un 47% del total que se incrementa hasta el 53% si se excluyen los usos no alimentarios, básicamente el componente destinado a la preparación de harina y aceite de pescado.

China aparece como la principal potencia productora de capturas marinas, con más de 15,2 millones de toneladas. A continuación aparecen Indonesia (6,1 millones de toneladas), Estados Unidos (4,9 millones de toneladas), Rusia (4,4 millones de toneladas), Perú (con casi 3,8 millones de toneladas), India (3,6 millones de toneladas), Japón (3,2 millones de toneladas), Vietnam (2,7 millones de toneladas), Noruega (2 millones de toneladas) y Filipinas (casi 1,9 millones de toneladas). España aparece en el decimonoveno lugar mundial, con algo más de 900.000 toneladas de capturas. Los 25 primeros productores de pesca de captura acaparan el 80,7% de toda la producción mundial.

El 31,4% de las poblaciones de peces registran un nivel de explotación no sostenible, con niveles excesivos de capturas.

El colín de Alaska es la especie más capturada, seguida por la anchoveta, el listado, la sardinela, el jurel, el arenque, el estornino del Pacífico, el rabil y el bacalao. La producción mundial de la acuicultura, incluidas las plantas acuáticas, ha crecido mucho en los últimos tiempos y asciende a 110,2 millones de toneladas, con un valor de primera venta de 243.500 millones de USD.

Dentro de los peces, las principales producciones acuícolas son las de las carpas (herbívora, plateada común y cabezona), la tilapia, la catla y el salmón. Entre los crustáceos destacan el camarón patiblanco, los cangrejos de las marismas y chino y el langostino jumbo.

Dentro de los moluscos, los primeros lugares están ocupados por ostiones, almejas japonesas, peines y mejillones. China es la principal productora acuícola a nivel mundial, con 47,6 millones de toneladas. La siguen India (5,2 millones de toneladas), Indonesia (4,3 millones de toneladas), Vietnam (4,3 millones de toneladas), Bangladesh (2 millones de toneladas) y Noruega (1,4 millones de toneladas).

La acuicultura española produce unas 315.140 toneladas, de las que el 77,5% son moluscos, otro 22,3% peces y un 0,1% crustáceos, con una pequeña producción de algas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el mundo hay 59,6 millones de personas que traban en el sector de la pesca de captura y la acuicultura. De ellos, 19,3 millones en la acuicultura y 40,3 millones en la pesca. La proporción de personas ocupadas en la pesca de captura disminuyó del 83% de 1990 al 68% de 2016, mientras que la de las personas que se dedican a la acuicultura aumentó del 17% al 32%. El 85% de la población mundial empleada en la pesca y la acuicultura se encontraba en Asia, seguida por África (10%) y América Latina y el Caribe (4%). Las mujeres suponen en torno al 14% de todas las personas dedicadas a la pesca y la acuicultura.

La flota pesquera mundial está compuesta por unos 4,6 millones de embarcaciones. La flota asiática es la más numerosa, con alrededor de 3,5 millones de embarcaciones, que representan el 75,4% del total mundial. A continuación se sitúan África (14%), América Latina y el Caribe (6,4%), Europa (2,1%9, América del Norte (1,8%) y Oceanía (0,3%). Las embarcaciones motorizadas representan el 61% del total de la flota pesquera.

El sector pesquero de nuestro país genera el 20% de la producción total de la Unión Europea. La flota pesquera nacional representa el 23,6% de la capacidad total de la flota europea y está compuesta por casi 9.150 embarcaciones, con una reducción interanual del 1,6%.

CEPESCA es la Confederación Española de Pesca, fue creada en 2007 y es la organización empresarial pesquera de ámbito nacional más importante de toda Europa y una de las más representativas del mundo. Está formada por 37 asociaciones de armadores de pesca, 800 empresas pesqueras, 861 buques, 10.000 trabajadores (tripulantes), un arqueo de 311.674,88 GT y controla el 50% de las capturas a nivel nacional. Agrupa al 95% de la flota de altura, un porcentaje elevado de la flota de bajura de mediano porte y un 64% del volumen total del tonelaje de arqueo (GT) de la flota española. Las producciones pesqueras españolas alcanzan un valor a precios básicos que superó en el último ejercicio computado los 2.034 millones de euros. ○

COMERCIO EXTERIOR

El comercio internacional de productos pesqueros cumple un papel esencial para promover el consumo de pescado y asegurar la seguridad alimentaria mundial. En torno al 35% de toda la producción pesquera mundial se destina al comercio internacional, aunque ese porcentaje crece en ocasiones en función de la cantidad de harina de pescado que se exporta. La proporción de productos pesqueros destinados al consumo humano ha crecido desde el 11% en 1976 al 27% actual. Se exportan anualmente unos 60 millones de toneladas de pescado y productos pesqueros, lo que supone un incremento del 245% en relación a las cifras de 1976. En valor, las exportaciones han pasado de los 8.000 millones USD de 1976 a 143.000 millones USD en la actualidad.

China es la principal potencia exportadora de productos pesqueros, con más de 20.131 millones USD, lo que supone el 14,1% del total exportado. A continuación aparecen Noruega (7,6%), Vietnam (5,1%) y Tailandia y Estados Unidos (4,1% en cada caso). Los 10 exportadores más importantes controlan el 52,4% del total exportado. Como principales países importadores de pescados y productos pesqueros nos encontramos con Estados Unidos, con casi 20.550 millones USD (15,1% del todas las importaciones mundiales), Japón (10,2%), China (6,5%), España (5,2%) y Francia (4,2%). Los 10 mercados de destino más importantes acaparan el 60,7% de todo este comercio exterior.

España resulta claramente deficitaria en productos pesqueros, ya que las demandas superan de manera muy significativa a la capacidad productiva del sector, por lo que resulta imprescindible el recurso de las importaciones. Durante el último ejercicio computado nuestro país importó más de 1,7 millones de toneladas de productos de la pesca y la acuicultura, por un valor de casi 7.053 millones de euros, mientras que las exportaciones se situaron por debajo de 1,15 millones de toneladas, por un valor de 4.036 millones de euros. Estas cifras arrojan un saldo comercial negativo de casi 3.017 millones de euros y una baja tasa de cobertura del 57,2%. Las exportaciones se dirigen preferentemente a otros países de la UE (67,3% del total), mientras que el 70,1% de las importaciones proviene de terceros países. ○

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MAYORISTA

La distribución mayorista en España está estructurada de forma mayoritaria a través de las Unidades Alimentarias de la Red de Mercas, que cuentan con Mercados Mayoristas de Pescado en Mercalgeciras, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mercamálaga, Mecamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mercasevilla, Mercavalencia y Mercazaragoza

En 2018, las ventas totales de productos pesqueros, frescos y congelados en la Red de Mercas ascendieron a unas 636.000 toneladas. A través de las Mercas se comercializa en torno al 55% del consumo nacional de pescados y mariscos. El valor de los productos pesqueros comercializados en la Red de Mercas en 2018 superó a 4.355 millones de euros. ○



COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS Y CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS EN 2018

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	1.795	15,1
Mercalicante	3.394	22,5
Mercasturias	1.597	10,6
Mercabadajoz	531	3,0
Mercabarna	197.562	1.510,8
Mercabilbao	25.407	171,2
Mercacórdoba	5.907	24,1
Mercagalicia	354	2,3
Mercagranada	8.730	38,4
Mercairuña	3.224	23,2
Mercajerez	301	1,6
Mercalaspalmas	2.706	14,9
Mercaleón	1.184	8,3
Mercamadrid	164.185	1.171,1
Mercamálaga	37.991	189,4
Mercamurcia	10.116	88,1
Mercapalma	9.933	65,9
Mercasalamanca	400	2,4
Mercasevilla	20.473	105,5
Mercavalencia	113.245	731,6
Mercazaragoza	26.923	156,6
TOTAL	**635.958**	**4.356,8**

FUENTE: Mercasa

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2018)

PESCADO BLANCO; Magro y semimagro	**40%**
Merluza	11%
Pescadilla	5%
Bacaladilla	4%
Dorada	4%
Lubina	3%
Rape	2%
Gallo	2%
Bacalao	2%
Lenguado	1%
Rodaballo	1%
Otros	5%
PESCADO Azul; Graso	**36%**
Boquerón	10%
Salmón	7%
Sardina	7%
Túnidos	4%
Jurel	2%
Pez Espada	2%
Caballa	1%
Otros	3%
MOLUSCOS BIVALVOS; Concha	**13%**
Mejillón	8%
Chirla	2%
Almeja	1%
Ostra	1%
Otros	1%
MOLUSCOS CEFALÓPODOS	**6%**
Calamar	3%
Sepia	2%
Otros	1%
CRUSTÁCEOS	**3%**
Gamba	1%
Cigala, Langostino, Buey	1%
Otros	1%
OTROS PESCADOS FRESCOS	**1%**
OTROS MARISCOS / MOLUSCOS / CRUSTÁCEOS FRESCOS	**1%**



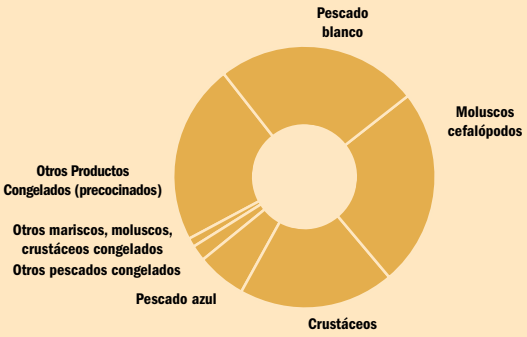
FUENTE: Mercasa.





COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2018)

Pescado blanco	**25%**
Merluza	11%
Pescadilla	5%
Lenguado	3%
Bacalao	2%
Rape	2%
Rosada	1%
Otros	1%
Moluscos Cefalópodos	**24%**
Calamar	13%
Sepia	7%
Pulpo	2%
Otros	2%
Crustáceos	**19%**
Langostino	9%
Gamba	7%
Cigala	2%
Otros	1%
Pescado azul	**6%**
Pez Espada	3%
Túnidos	1%
Tiburón	1%
Salmón	1%
Otros Pescados Congelados	**2%**
Otros Mariscos / Moluscos / Crustáceos Congelados	**1%**
Otros Productos Congelados (precocinados)	**22%**



FUENTE: Mercasa.

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS DE LA PESCA

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 1.056,3 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.889,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 23,1kilos de consumo y 194,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (10,1 kilos por persona y año), lo que representa un 43,7% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,5 kilos per cápita y 19,5% de consumo) y de marisco y molusco fresco (3,3 kilos per cápita y 14,3% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PESCA	**1.056,3**	**23,1**	**8.889,9**	**194,2**
PESCADOS	573,6	12,5	4.408,4	96,3
PESCADOS FRESCOS	461,0	10,1	3.577,1	78,1
PESCADOS CONGELADOS	112,5	2,5	831,3	18,2
MERLUZA Y PESCADILLA	131,6	2,9	992,1	21,7
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	88,1	1,9	684,7	15,0
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	43,5	1,0	307,5	6,7
SARDINA Y BOQUERÓN	65,8	1,4	306,2	6,7
BOQUERONES FRESCOS	44,4	1,0	205,7	4,5
SARDINAS FRESCAS	20,3	0,4	95,0	2,1
ATÚN Y BONITO	21,5	0,5	208,5	4,6
TRUCHA FRESCA	11,7	0,3	76,9	1,7
LENGUADO	29,9	0,7	288,6	6,3
LENGUADO FRESCO	27,2	0,6	262,9	5,7
LENGUADO CONGELADO	2,7	0,1	25,7	0,6
BACALAO	47,6	1,0	411,7	9,0
BACALAO FRESCO	29,8	0,7	253,6	5,5
BACALAO CONGELADO	17,8	0,4	158,2	3,5
CABALLA FRESCA	15,3	0,3	61,8	1,4
SALMÓN	51,8	1,1	561,0	12,3
SALMÓN FRESCO	47,7	1,0	500,8	10,9
SALMÓN CONGELADO	4,1	0,1	60,2	1,3
LUBINA	24,4	0,5	209,1	4,6
DORADA	27,1	0,6	213,7	4,7
RODABALLO	4,4	0,1	47,3	1,0
RAPE	14,9	0,3	164,4	3,6
OTROS PESCADOS	127,6	2,8	867,1	18,9
OTROS PESCADOS FRESCOS	83,1	1,8	587,4	12,8
OTROS PESCADOS CONGELADOS	44,5	1,0	279,7	6,1
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	278,1	6,1	2.433,9	53,2
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS CONGELADOS	100,7	2,2	999,9	21,8
MARISCO Y MOLUSCOS FRESCOS	151,5	3,3	1.166,6	25,5
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	25,8	0,6	267,4	5,8

consumos menores, alcanzando los 2,8 kilos por persona al año (12,1% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,5 kilos per cápita y el 10,8% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 40,2%, con un total de 78,1 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 23,0% y un total de 44,7 euros por persona. A continuación, se encuentran los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 14,2% y 27,6 euros por persona; y el marisco y molusco fresco, que alcanza el 13,1% del gasto total en productos de la pesca (25,5 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,4% y 18,2 euros por persona y año.

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PESCA	**1.082,4**	**23,7**	**8.971,3**	**196,7**
ALMEJAS Y BERBERECHO	22,1	0,5	195,1	4,3
ALMEJAS CONGELADAS	6,4	0,1	36,3	0,8
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	1,0	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	15,6	0,3	157,8	3,4
MEJILLÓN	52,6	1,1	143,1	3,1
MEJILLÓN CONGELADO	1,8	0,0	12,2	0,3
MEJILLÓN FRESCO	50,8	1,1	130,9	2,9
CALAMARES Y PULPO	57,2	1,3	499,7	10,9
CALAMARES CONGELADOS	20,0	0,4	158,6	3,5
PULPO CONGELADO	3,2	0,1	36,9	0,8
CALAMAR Y PULPO FRESCO	34,1	0,7	304,2	6,6
GAMBAS Y LANGOSTINOS	81,0	1,8	910,3	19,9
GAMBAS Y LANGOSTINOS CONGELADOS	52,3	1,1	574,5	12,5
GAMBAS Y LANGOSTINOS COCIDOS	14,6	0,3	160,6	3,5
GAMBAS Y LANGOSTINOS FRESCOS	14,0	0,3	175,2	3,8
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	65,1	1,4	685,6	15,0
OTROS MARISCOS CONGELADOS	16,9	0,4	180,4	3,9
OTROS MARISCOS COCIDOS	11,2	0,2	106,8	2,3
OTROS MARISCOS FRESCOS	37,0	0,8	398,4	8,7
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	204,7	4,5	2.047,6	44,7
SARDINAS	11,5	0,3	90,2	2,0
ATÚN	100,3	2,2	805,5	17,6
CHICHARRO Y CABALLA	6,9	0,1	58,2	1,3
MEJILLONES	13,6	0,3	114,5	2,5
BERBERECHOS	4,7	0,1	81,8	1,8
ALMEJAS	1,1	0,0	12,8	0,3
CALAMARES	4,4	0,1	34,3	0,7
PULPO	0,5	0,0	4,7	0,1
ANCHOAS	4,3	0,1	85,8	1,9
SALMÓN AHUMADO	7,0	0,2	174,8	3,8
TRUCHA AHUMADA	0,2	0,0	4,2	0,1
OTROS AHUMADOS	3,6	0,1	50,4	1,1
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	46,6	1,0	530,4	11,6
PESCADO SALADO	12,1	0,3	146,5	3,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

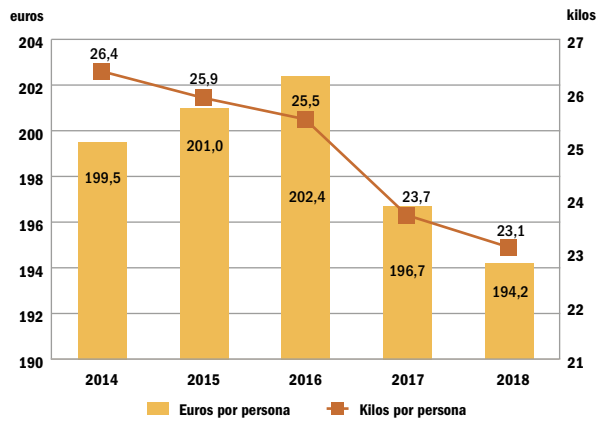
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y entre los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares, Navarra y, sobre todo, a Canarias.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

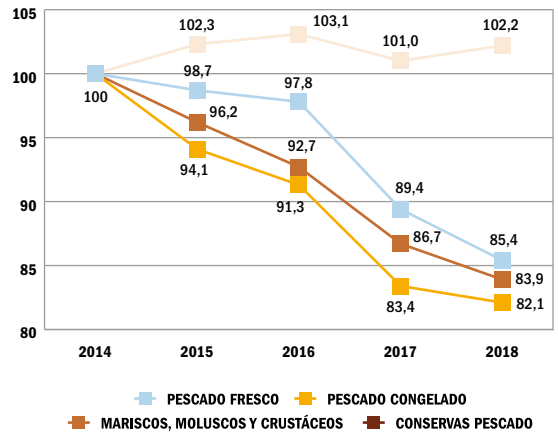
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca ha caído 3,3 kilos por persona y el gasto ha descendido 5,3 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produce en el año 2014 (26,4 kilos por persona) mientras que el mayor gasto tiene lugar en el 2016 (202,4 euros por consumidor).

En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de conservas de pescado aumenta y, por el contrario, en pescado fresco y congelado, y en mariscos, moluscos y crustáceos, se produce un descenso.

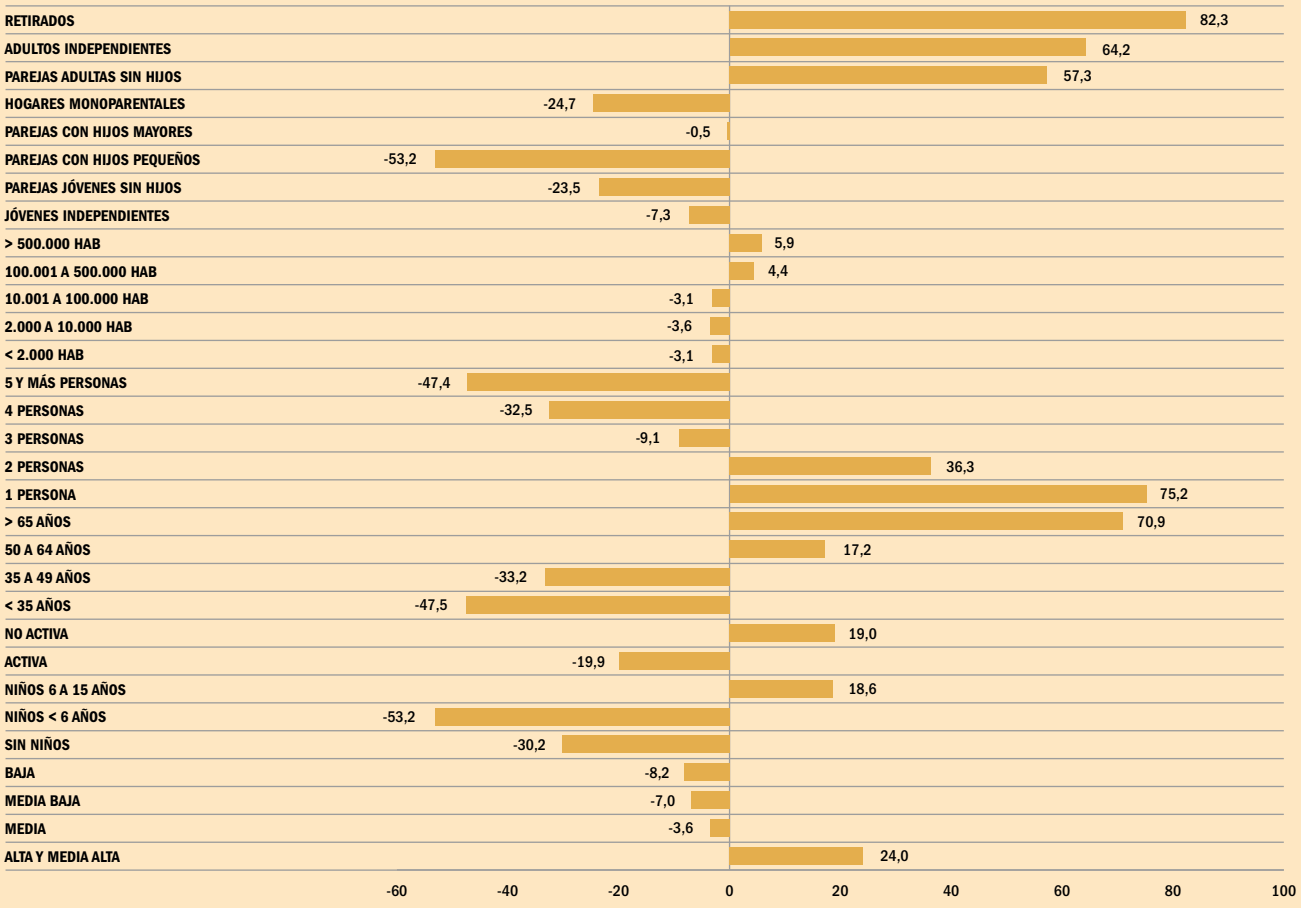
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PESCADO, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PESCADO (2014=100), 2014-2018

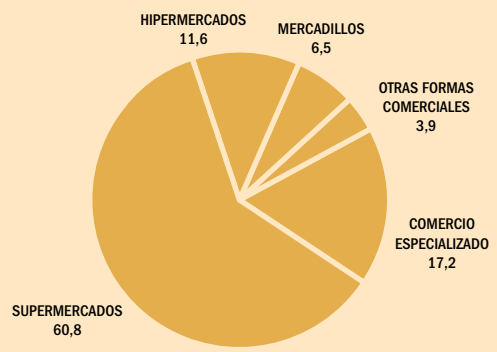


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PESCA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 23,1 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (60,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 17,2%, mientras que el hipermercado concentra el 11,6%. Los mercados y mercadillos llegan al 6,5% y las otras formas comerciales acaparan el 3,9% restante.

www.scanfisk.es

SCANFISK®

CON EL ORIGEN



Ultrafish es un proyecto revolucionario, enfocado en la sostenibilidad, el desarrollo y la innovación.

Ultrafish busca incrementar la vida útil de productos del mar como bacalao, merluza, sepia o halibut, utilizando ultrasonidos en su procesado. Este aumento ayudará a disminuir los desperdicios en el sector de la pesca.

Además, supondrá un ahorro en los costes energéticos y de consumo de agua en la empresa.

ULTRAFISH®

www.ultrafish.eu

PESCADO Y MARISCO FRESCO

Los buques pesqueros españoles capturaron durante el último año computado, un total de 425.850 toneladas de peso vivo, destinadas al consumo humano. El valor estimado de todas estas capturas se acercó a los 1.106 millones de euros. Estas cifras suponen unos incrementos interanuales del 4,2% en volumen y del 1,7% en valor. Por partidas, destaca la constituida por los peces, ya que superan las 394.350 toneladas y los 824,5 millones de euros. A continuación se sitúan los moluscos, con 23.383 toneladas y 162,7 millones de euros, seguidos por los crustáceos, con unas capturas de 7.173 toneladas, por un valor de casi 113,6 millones de euros. Otras capturas de la flota pesquera, fundamentalmente erizos de mar y otros equinodermos, alcanzan las 940 toneladas y los 5,1 millones de euros. El pescado destinado a su consumo en fresco representa el 45,4% de todas las capturas de nuestra flota pesquera. Dentro de las partidas destinadas al consumo en fresco, los arenques, sardinas y anchoas ocupan el primer lugar, con 83.880 toneladas y un valor de 132,5 millones de euros. La partida más importante en volumen es la formada por peces pelágicos diversos, con un volumen de 142.480 toneladas y un valor de 107,1 millones de euros. La partida de mayor valor es la formada por bacalaos, merluzas y eglefinos, con 77.150 toneladas y 224 millones de euros. También es muy importante la de atunes, bonitos y agujas, ya que supera las 34.730 toneladas y los 136,5 millones de euros. Por debajo de éstas, aparecen los peces costeros diversos (23.730 toneladas y 90,7 millones de euros), peces demersales diversos (15.090 toneladas y 75,4 millones de euros), los tiburones, rayas y quimeras (8.690 toneladas y 14,6 millones de euros) y las platijas, halibuts y lenguados (6.215 toneladas y 34,1 millones de euros).

El pescado destinado a su consumo en fresco representa el 45,4% de todas las capturas de nuestra flota pesquera. Dentro de las partidas destinadas al consumo en fresco, los arenques, sardinas y anchoas ocupan el primer lugar, con 83.880 toneladas y un valor de 132,5 millones de euros



Entre los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, con 12.565 toneladas y cerca de 79,9 millones de euros, seguido por almejas, berberechos y arcas (9.960 toneladas y 78,9 millones de euros). En los moluscos, la partida más importante es la de gambas y camarones, con 3.600 toneladas y 74,5 millones de euros, seguida por las de bogavantes y langostas (16,1 millones de euros) y cangrejos y centollas (7,9 millones de euros).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los diferentes caladeros nacionales faenan un total de 8.848 buques, con una eslora promedio que se acerca a los 9,9 metros. En el caladero cantábrico-noroeste están activas 4.790 embarcaciones pesqueras (8,2 metros de eslora). A continuación aparecen las embarcaciones del caladero mediterráneo (2.468, con 12,5 metros de eslora), las del Golfo de Cádiz (773, con una media de 11,6 metros de eslora) y las de Canarias (738 barcos, con una eslora media de 8,5



metros). Aparte hay 79 embarcaciones de mayor eslora (25,6 metros) que faenan en cualquier zona.
Atendiendo a los tipos de pesca practicados, hay 7.106 de artes menores, 808 de arrastre, 569 de cerco, 298 de palangre y 67 que faenan con redes de enmalle. Existen también otros 106 buques (51 arrastreros y 55 de artes fijas) que faenan en otros caladeros de la Unión Europea y que aportan también pescado fresco para el mercado español. La eslora promedio de todos estos buques llega a los 31,4 metros.
La flota que faena en el caladero nacional embarca un total de 4.870 tripulantes, mientras que otros 580 trabajan en la flota que actúa en los caladeros UE. El 70% del pescado



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PESCADOS REFRIGERADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L. *	1.081,00
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. – Grupo *	230,00
Caladero, S.L.U - Grupo *	207,92
Atunes y Lomos, S.L. (Atunlo)	165,33
Ubago Group Mare, S.L. – Grupo *	160,00
Culmarex, S.A.U.	130,00
Angulas Aguinaga, S.A. *	120,49
Japofish, S.A. *	75,00
Frescamar Alimentación, S.L.	59,00
Stolt Sea Farm, S.A.	59,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

comercializado en fresco en España lo hace en unas 180 lonjas de pescado, de las que tres cuartas partes están gestionadas por las cofradías de pescadores. En la red de Mercas se comercializan en torno a unas 300.000 toneladas de pescado fresco y 96.000 toneladas de marisco fresco al año.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de pescados frescos y refrigerados es claramente negativa para España, como ocurre en prácticamente todos los productos de mar. Las demandas internas son muy superiores a la capacidad productiva del sector y resulta preciso recurrir a unas importaciones masivas. Así, durante el último ejercicio computado, se importaron 238.502 toneladas de pescados frescos y refrigerados, por un valor de casi 1.078,3 millones de euros, mientras que las exportaciones se situaron en algo menos de 98.165 toneladas, cuyo valor rondó los 468,3 millones de euros. De esta manera, el saldo comercial negativo para España se acercó a los 610 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura fue de apenas el 43,4%. Este comercio exterior es esencialmente intraeuropeo, ya que nuestros principales proveedores son Portugal, Holanda, Francia y Reino Unido, mientras que los mercados de destino más importantes son Portugal, Francia y Alemania. Una excepción es el caso de Marruecos, desde donde llega una importante partida de peces frescos para el mercado español. En el caso de la partida de filetes y carnes de pescado se registran también unos resultados muy negativos, ya que las importaciones llegan a 194.401 toneladas y 764,7 millones de euros, frente a unas exportaciones de 62.148 toneladas y 378,2 millones de euros. La balanza comercial registra, por tanto, un saldo negativo de 386,4 millones de euros.



ACUICULTURA

Las producciones acuícolas son la causa principal que ha contribuido al enorme aumento de las producciones pesqueras mundiales durante los últimos años. La producción acuícola mundial destinada a consumo humano, según FAO, llega a 80 millones de toneladas de peces comestibles (231.600 millones USD) y 30,1 millones de toneladas de plantas acuáticas (11. 700 millones USD). La producción de peces comestibles cultivados comprendía 54,1 millones de peces de aleta (138.500 millones USD), 17,1 millones de toneladas de moluscos (29.200 millones USD), 7,9 millones de toneladas de crustáceos (57.100 millones USD) y 938.500 toneladas de otros animales acuáticos (6.800 millones USD), como tortugas, cohombros de mar, erizos de mar, ranas y medusas comestibles. Entre las plantas acuáticas cultivadas figuraban sobre todo algas marinas y una producción mucho menor de microalgas.
La acuicultura representa ya el 46,8% de toda la producción pesquera, mientras que en 2000, ese porcentaje era de apenas el 25,7%. En 37 países, las producciones acuícolas superan a la capturas de pescados. Estos países representan cerca de la mitad de toda la población humana.

En España las producciones acuícolas llegaron durante el último ejercicio computado hasta las 315.125 toneladas, por un valor inferior a 637,3 millones de euros. Los ingresos generados por la acuicultura llegan a las 671,2 millones de euros, de los que el 87,9% corresponde a la acuicultura marina y el restante 21,1% a la continental.
Las principales producciones de la acuicultura marina de nuestro país son las de mejillones (215.855 toneladas y 118 millones de euros), lubina (21.500 toneladas y 155,5 millones de euros), dorada (11.260 toneladas y 80,2 millones de euros), rodaballo (7.306 toneladas y 61,6 millones de euros), atún rojo (4.562 toneladas y 68,4 millones de euros), almeja japonesa (1.062 toneladas y 8,8 millones de euros) y berberechos (1.001 toneladas y 3,6 millones de euros).
En la acuicultura continental, la principal producción es la de la trucha arco iris (17.353 toneladas y 64,1 millones de euros), seguida a mucha distancia por las anguilas (350 toneladas y 4,4 millones de euros) y los esturiones (27,5 toneladas y 1,9 millones de euros). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En nuestro país están registrados 5.242 con cultivos y/o producciones acuícolas, de los que el 97,3% efectuaban las dos actividades. En las zonas marinas se encuentran activos 3.920 establecimientos, mientras que otros 1.098 están situados en las zonas intermareales salobres. Por último, en la zona continental aparecen otros 224 establecimientos. Atendiendo al tipo de cultivo, los establecimientos más numerosos son los de cultivo vertical (3.727). A continuación aparecen los establecimientos de cultivo horizontal (1.153) y, a mucha distancia, los situados en tierra firme (199), en enclaves naturales (121) y los de cultivo en jaulas (42). En la acuicultura española trabajan algo más de 17.810 personas, de las que el 58% no son asalariados, y genera más de 6.530 unidades de trabajo anual.
El sector acuícola está controlado por grandes grupos pesqueros, ya que se trata de un sector que precisa fuertes inversiones para alcanzar su rentabilidad. Una excepción notable la constituye la producción de mejillón, concentrada de forma muy significativa en Galicia, donde la atomización es su rasgo más característico. Existen 3.330 parques productores de mejillón en esa comunidad autónoma, formados por muchas pequeñas y medianas explotaciones. ○



PRODUCTOS CONGELADOS

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado algo más de 511.310 toneladas de pescados destinados a ser comercializados como congelados, cuyo valor se acercó a los 1.039 millones de euros. Estas cifras representan unos incrementos interanuales del 3,9% en volumen y del 3,3% en valor. La partida más importante es la de los peces, con más de 481.990 toneladas y 932,9 millones de euros, seguido por los moluscos (23.250 toneladas y 56,1 millones de euros) y los crustáceos (6.044 toneladas y 49,7 millones de euros). Otros productos marinos congelados supusieron apenas 26 toneladas y 63.100 euros.

Dentro de los peces destacan los atunes, bonitos y agujas, con 271.160 toneladas y 601millones de euros, seguidos por bacalaos, merluzas y eglefinos, con 88.695 toneladas y 114,3 millones de euros, tiburones, rayas y quimeras,



(57.540 toneladas y 98,4 millones de euros) y peces demersales diversos (35.520 toneladas y 64,5 millones de euros). Entre los moluscos los primeros son los calamares, jibias y pulpos (23.220 toneladas y 56 millones de euros). A mucha distancia aparece una partida de moluscos marinos diversos (20,5 toneladas y 67.840 euros). En los crustáceos destacan las gambas y camarones (5.410 toneladas y 45,9 millones de euros), seguidos por cangrejos y centollos (560 toneladas) y bogavantes y langostas (69 toneladas). También se producen 26 toneladas de erizos de mar congelados. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial español de productos pesqueros congelados está compuesto por unas 173 industrias que registran una facturación de casi 5.760 millones de euros y generan más de 12.500 empleos y casi 200 empresas comercializadoras, con una facturación de 4.158,5 millones de euros y una plantilla conjunta superior a los 5.430 empleados. La mayoría de esas empresas se encuentra radicada en Galicia, con una cuota del 42,7% del total facturado por todo el sector. A mucha distancia se sitúan Cataluña (15,5%), Andalucía (10,5%), Comunidad Valenciana (6,8%) y Comunidad de Madrid (5,8%). CONXEMAR es la Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y la Acuicultura y sus asociados representan el 90,4% de la facturación total del sector industrial de congelados de pescado y el 56,4% del sector comercializador de congelados pesqueros.

El sector empresarial se encuentra dominado por los principales grupos pesqueros de nuestro país, quienes también incursionan en otros sectores dentro de los productos congelados. El operador líder registra una facturación de 1.081 millones de euros (+2%), mientras que el segundo se queda en 325 millones de euros (+57%), el tercero ronda los 291 millones de euros (+9,5%), el cuarto se sitúa en 290 millones de euros (+1,6%) y el quinto supera los 264 millones de euros (+6,1%). Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, ya que controlan el 67% de todas las ventas en volumen, frente a una cuota del 26% de la primera oferta marquista. Las principales estrategias para el incremento de las demandas pasan por la presentación de productos saludables, fáciles de cocinar, con calidades premium y con precios ajustados. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L. *	1.081,00
Ibérica de Congelados, S.A. *	325,00
Ultracongelados Virto, S.A.	291,00
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	290,00
Grupo Profand, S.L.	264,10
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. – Grupo *	230,00
Pescapuerta, S.A. - Grupo	214,85
Mascato, S.A.	203,80
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	175,00
Congelados de Navarra, S.A.	170,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos pesqueros congelados constituye la única excepción dentro del sector pesquero donde las exportaciones superan con claridad a las importaciones. En el último año con cifras cerradas, se exportaron 452.239 toneladas de pescado congelado, cuyo valor fue superior a los 806,4 millones de euros. Las importaciones, por su parte, se quedaron en 366.039 toneladas, lo que supuso una facturación de 779,1 millones de euros. De esta manera, la balanza comercial fue favorable a nuestro país en 27,3 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura llegó al 103,5%.

Dentro de las exportaciones, 298.990 toneladas, por un valor de 461,3 millones de euros se vendieron en países que no pertenecen a la Unión Europea, mientras que las restantes 153.250 toneladas (345,1 millones de euros) tuvieron como mercado de destino algún país socio de la UE. Los principales clientes de las exportaciones españolas de pescado congelado fuera de la UE han sido Mauricio, Ecuador, Seychelles y Costa de Marfil, mientras que dentro de la UE destacan las ventas en Portugal, Francia, Alemania y Grecia.

También las importaciones tienen un origen predominantemente extracomunitario, ya que las partidas provenientes de países fuera de la UE llegaron hasta las 268.330 toneladas y 597,8 millones de euros, mientras que las importaciones con origen en la UE apenas supusieron 97.710 toneladas y 181,3 millones de euros. Nuestros proveedores más importantes fuera de la Unión Europea son China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam, Chile, Perú, Namibia, Malvinas, India, Sudáfrica y México.

Dentro de las exportaciones, 298.990 toneladas, por un valor de 461,3 millones de euros se vendieron en países que no pertenecen a la Unión Europea, mientras que las restantes 153.250 toneladas (345,1 millones de euros) tuvieron como mercado de destino algún país socio de la UE

CONSERVAS DE PESCADO

La producción española de conservas de pescado llegó durante 2018 hasta cerca de las 353.360 toneladas, lo que supuso un moderado incremento interanual del 0,2%. Su crecimiento en valor fue de un más importante 4,1%, alcanzando los 1.669,1 millones de euros.

La principal conserva de pescado es la de atún y atún claro, con 224.078 toneladas (-1,1%) y un valor de 855,8 millones de euros (+4,5%). Además, hay también conservas de atún blanco (12.822 toneladas y 124,1 millones de euros) y de atún con vegetales (2.064 toneladas y 12,1 millones de euros), lo que hace todavía más evidente el predominio de este tipo de conservas. Las conservas de túnidos representan casi el 67,6% de toda la producción española de conservas de pescado en volumen, mientras que en valor se queda en una cuota del 66,9%. A bastante distancia se sitúan las conservas de sardinas y sardinillas, con 24.560 toneladas (+2,8%) y 105,4 millones de euros (+2,9%), de caballa (15.694 toneladas y 73,1 millones de euros) y de mejillones, con 14.055 toneladas y 119,4 millones de euros. Por debajo de éstas aparecen las conservas de calamares y chipirones (6.411 toneladas y 35,7 millones de euros), berberechos (5.782 toneladas y 88,9 millones de euros), almejas (1.186 toneladas y 13,8 millones de euros), pulpo (895 toneladas y 9,6 millones de euros) y navajas (748 toneladas y 11,6 millones de euros). Todas las otras conservas (zamburiñas, huevas, melva, jurel, bacalao, algas, etc.) suponen otras 31.948 toneladas, con un notable incremento interanual del 7,1% y 120,1 millones de euros (+13,8%). Además, hay que tener en cuenta que en nuestro país hay una producción de 13.114 toneladas de semiconservas de anchoa (+0,9% durante el pasado año), por un valor de 99,4 millones de euros (+2,9%).

Durante el último ejercicio computado se elaboraron en nuestro país 867.633 toneladas de transformados de pescado y marisco, siendo los pescados en conserva o preparados el que mayor peso tienen sobre el total (38%), seguidos por el pescado congelado (22%) y los moluscos congelados (15%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector empresarial español de conservas de pescado conviven dos realidades bastante diferentes. Por una parte, existe una base formada por un número bastante grande de pequeñas y medianas empresas, con cifras de producción bastante reducidas. Si se considera que se encuentran en actividad unas 640 empresas conserveras en nuestro país, el 68% no tiene una plantilla que supere los 20 trabajadores. Por otro lado, hay una serie de grandes grupos, a menudo de capital esencialmente español, pero entre los que aparecen ya algunos operadores internacionales.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y SALAZONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jealsa Rianxeira *	631,00
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	618,30
Frinsa del Noroeste, S.A.	420,17
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	345,00
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	230,00
Compre y Compare, S.A. *	203,70
Ubago Group Mare, S.L. – Grupo *	160,00
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	111,22
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	91,60
Ignacio González Montes, S.A.	82,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



La vocación exportadora constituye un rasgo compartido por los dos niveles empresariales, ya que el volumen de producción es muy superior a la demanda del mercado nacional. España es el segundo productor mundial de conservas de pescado, sólo superada por Tailandia.

La primera empresa del sector registra una producción de 125.000 toneladas con unas ventas de 650 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 110.000 toneladas y los 630 millones de euros, la tercera factura unos 509 millones de euros, la tercera alcanza las 67.500 toneladas y los 350 millones de euros y la quinta se sitúa en 15.600 toneladas y 106 millones de euros. Con ventas entre los 20 y los 88 millones de euros aparecen otros 19 grupos.

La innovación y la modernización de los procesos productivos constituyen dos estrategias claves para arañar cuotas de ventas en el poco dinámico mercado interno. Durante los últimos años se han registrado inversiones de más de 80 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y acaparan el 78,5% de todas las ventas en volumen de las conservas de atún, el 73,5% de las de sardinas y sardinillas, el 66,9% de las de calamares y pulpo y el 65,7% de mejillones y berberechos. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una estrategia fundamental para la supervivencia del sector de conservas de pescado de nuestro país, ya que las demandas del mercado nacional son insuficientes para absorber los volúmenes de producción alcanzados. Además, durante los últimos años, el mercado interior ha mostrado muy poco dinamismo lo que ha reforzado todavía más la internacionalización de las principales empresas del sector.

Durante 2018 las exportaciones de conservas, preparados y semiconservas de pescados y mariscos aumentaron un 7% en volumen y en valor, alcanzando las 204.394 toneladas y los 989,4 millones de euros. Atendiendo al volumen exportado, la principal partida es la de los túnidos en conserva que representan el 61% del total. A continuación se sitúan las conservas de sepias y calamares (12%), las de lomos de atún (3%), anchoas y surimi, con el 2% en cada caso y pulpo, caballa, sardinas y mejillones, con porcentajes respectivos en torno al 1%. Las restantes partidas son las de los demás mariscos (8%), los demás pescados (6%) y los demás moluscos (2%).

En valor, la partida más importante es la del atún listado (287,4 millones de euros), seguida por las de atún claro (190,5 millones de euros), túnidos picados (115,5 millones de euros) sepias y calamares (775 millones de euros), anchoas (42,8 millones de euros), otros túnidos enteros (41,5 millones de euros), pulpo (34,1 millones de euros) y lomos de atún listado (20 millones de euros). Los principales mercados de destino de las exportaciones de conservas de pescado son Italia (29,5% del

total en volumen), Francia (21,7%), Portugal (11,7%) y Reino Unido (6,7%).

Las importaciones son menos importantes y rondan las 132.730 toneladas y los 523,7 millones de euros, con incrementos interanuales del 0,9% en volumen y del 6,7% en valor. Los túnidos aparecen como la principal partida importada, con 45.880 toneladas y 176,2 millones de euros. A continuación se sitúan las almejas y berberechos (15.340 toneladas y 45 millones de euros), el surimi (12.975 toneladas y 28,2 millones de euros), las anchoas (10.015 toneladas y 66 millones de euros), la caballa (6.220 toneladas y 25,6 millones de euros) y las sardinas (5.840 toneladas y 20,7 millones de euros).

Nuestros principales proveedores en volumen son Ecuador, China, Chile, Vietnam y Marruecos, mientras que en valor ocupan los primeros lugares Ecuador, Marruecos, Chile, China y Papúa Nueva Guinea. ○

AHUMADOS

La producción española de pescados ahumados creció durante el último ejercicio computado un 12% en volumen, hasta acercarse a las 12.460 toneladas. Su incremento en valor fue de un todavía más importante 17,1%, rondando los 256,9 millones de euros. El coste medio industrial de los ahumados se situó en 17,8 euros/kilo, un 4,5% más que en el año anterior.

El mercado nacional de pescados ahumados también ha experimentado un significativo dinamismo, creciendo en torno a un 19% y rozando las 10.600 toneladas, mientras que en valor rondó los 220 millones de euros (+17,8%). Las especialidades y el bacalao fueron las partidas más dinámicas, aunque el predominio del salmón continúa siendo absoluto, ya que el 60,8% del total consumido en volumen y el 72,8% en valor, mientras que la trucha apenas representa el 2,3% y el 2,1 respectivamente. Todas las otras presentaciones suponen los restantes 36,9% en volumen y 25,1% en valor.

La diversificación de las ofertas, con la consolidación de algunas nuevas presentaciones y productos, entre los que destacan los ahumados de bacalao, atún, sardina, marlín o pez espada. Los esfuerzos por desestacionalizar el consumo de pescados ahumados constituye otra aspiración tradicional del sector. La volatilidad de los precios del salmón constituye una de las mayores amenazas a los que se enfrenta el sector español de ahumados, ya que el encarecimiento de la materia prima tiene un efecto inmediato en el descenso de las ventas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de pescados ahumados se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos, entre los que hay algunas filiales de grandes compañías multinacionales, empresas especialistas de capital básicamente español y algunos grandes operadores de sectores afines (conservas, pescado congelado, etc.) que exploran una nueva vía de negocio. El grupo líder registra unas ventas de 75 millones de euros anuales en el mercado de ahumados, frente a los 160,2 millones que constituyen su facturación total. El segundo operador llega hasta los 21,6 millones de euros (44,9 millones de facturación global), el tercero ronda los 21 millones de euros (100% de su facturación anual), el cuarto se sitúa en 20,4 millones de euros y el quinto supera los 21,1 millones de euros. Otros dos operadores registran cifras de ventas entre los 17,2 y los 19 millones de euros anuales. La empresa líder, con sus propias referencias o con las marcas blancas, se considera que controla más del 50% de todas las ventas del mercado de pescados ahumados en España.

Las marcas de distribución han alcanzado una gran importancia en este mercado y en la actualidad controlan en torno al 80% del total de ventas en volumen. Puede indicarse que la mitad de las 10 principales empresas del sector producen referencias con marca blanca. ○



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El comercio exterior de pescados ahumados arroja un saldo desfavorable para nuestro país. Las importaciones en el último ejercicio computado llegaron hasta algo menos de 4.020 toneladas y 35,2 millones de euros. Hay que tener en cuenta, además, que la práctica totalidad de la materia prima con la que se elabora el salmón ahumado debe ser importada. Las importaciones de salmón (destinado a su consumo en fresco, congelado y ahumado) rondan las 53.400 toneladas anuales, por un valor de 348,2 millones de euros. Suecia aparece como la principal proveedora de salmón para el mercado español, con el 50,5% del total. A continuación se sitúan Noruega (21,1%), Dinamarca (13,1%), Chile (5,1%) e Italia (2,7%).

Por su parte, las exportaciones rondaron las 1.580 toneladas y los 27,5 millones de euros. Estas cifras suponen unos significativos incrementos interanuales del 4,6% en volumen y del 17,4% en valor. Italia aparece como el principal mercado de destino de las exportaciones españolas de pescados ahumados, con el 41,6% del total en volumen. Por detrás aparecen Portugal (26,2%), Francia (10%), Alemania (5,9%), México (3,7%), Andorra (2,1%), República Dominicana (2%), Qatar (1,3%), Estados Unidos y Cabo Verde, con porcentajes respectivos en torno al 1%. ○





DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- CABALLA DE ANDALUCÍA ✪
- MELVA DE ANDALUCÍA ✪

CATALUÑA

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA

- PESCADO AZUL

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- MEXILLÓN DE GALICIA ✪ (MEJILLÓN DE GALICIA)

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- EMBUTIDOS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS EN SALAZÓN O EN ACEITE



PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- HEGALUZEA (BONITO DEL NORTE Y ATÚN ROJO)

MARCA DE GARANTÍA

- CONSERVAS
- ANCHOA DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO
- BONITO DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

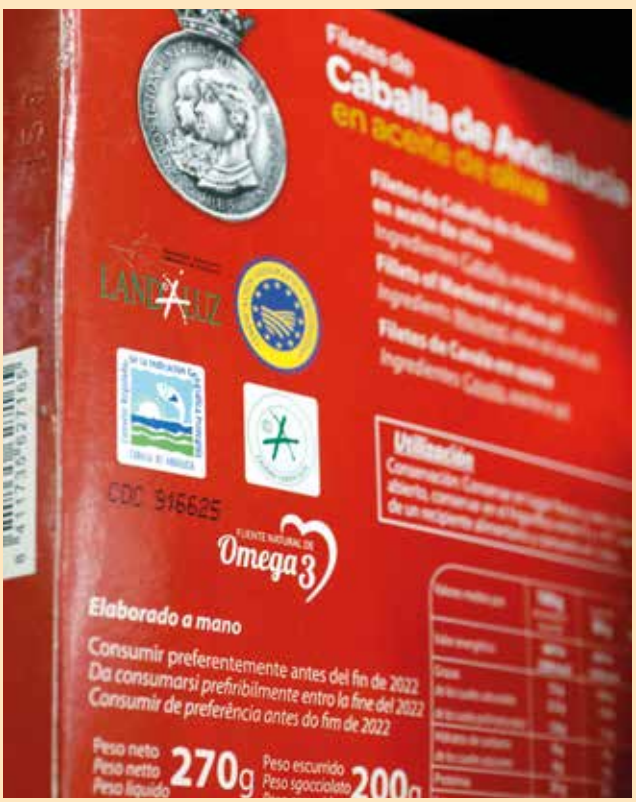
Melva de Andalucía
Caballa de Andalucía

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La protección se refiere a las conservas de las especies *Scomber japonicus* para la caballa y *Auxis rochei* y *A. thazard* para la melva. Las materias primas empleadas han tenido que ser capturadas en los caladeros del Mediterráneo y de las costas orientales del Atlántico, al sur del paralelo 44.

CARACTERÍSTICAS: Una de las caraterísticas más importantes es el pelado del pescado, que se realiza de forma manual siguiendo los usos tradicionales de la zona. Está totalmente prohibido el empleo de productos químicos y el líquido de cobertura sólo puede ser aceite de oliva o girasol.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la IGP figuran inscritas 4 empresas de las provincias de Cádiz, Huelva, Málaga y Almería, que comercializan 2 millones de kilos de caballa y 700.000 kilos de melva de media anual.



Mexillón de Galicia ✪
(Mejillón de Galicia)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Se cultiva en las rías gallegas de Ares-Sada, Muros-Noia, Arousa, Pontevedra y Vigo mediante el sistema de batea.

CARACTERÍSTICAS: Es un producto natural y sostenible pues en su cultivo no se incorpora ningún aporte ajeno al medio y genera beneficios ecosistémicos. Es un alimento sano y saludable con un elevado valor nutricional pues es altamente proteico, contiene Omega 3 y es fuente natural de vitaminas y de sales minerales. Está garantizado bajo estrictos controles higiénicos-sanitarios y certificado su origen y su calidad superior a través de rigurosos requisitos exigidos por la DOP.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están certificadas más de 2.000 bateas y más de 100 marcas que representan más de 400 referencias de Mexillón de Galicia en el mercado, en formatos fresco, conserva, cocido, congelado, pasteurizado y productos de 4ª y 5ª gama. La DOP está en continuo crecimiento. Los números de 2018 son los más altos de su historia y kilos y marcas certificadas permiten cubrir las mayores exigencias del consumidor.



OLIVAR

España ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva. En España existen cerca de 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera apta para el aderezo porque su elevado contenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de aceituna picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

El cultivo del olivar tiene en España un marcado carácter social. Se estima que unos 350.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 46 millones de jornadas cada campaña.

La producción española representa aproximadamente el 65% de la producción de la Unión Europea y el 25% de la mundial, pues en los últimos años ha aumentado más la producción de los países terceros. Igualmente es España la gran potencia mundial en producción de aceituna de mesa.

En 2018, la superficie dedicada al olivar en España ascendía a 2.697.445 hectáreas, cifra ligeramente superior a la del año anterior (unas 40.000 hectáreas más). De este total 2,5 millones de hectáreas correspondían a olivar destinado a la producción de aceite y el resto, o bien eran olivares destinados a la producción de aceituna de mesa, o eran de doble aptitud (mesa y almazara).

También es de destacar que el grueso de la superficie de olivar (1,8 millones de hectáreas) correspondía a olivar de secano y el resto de regadío.

En mayor o menor medida, la producción de la aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción ya que cuenta con el 60% de los olivos españoles.

Extremadura, con el 12% aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas se ha ido extendiendo a zonas donde el olivar es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia.

PRODUCCIÓN DE ACEITE EN ESPAÑA

En España, el valor de los productos obtenidos del olivar representó en 2018 el 4,18% de la Producción Agraria final y el 6,89% de la Producción Vegetal, porcentajes inferiores a los del año precedente.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, la producción de aceite de oliva en 2018, estimada a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy negativa, al contrario de lo que sucedió los dos años anteriores (estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la campaña 2018/19, sino con la anterior 2017/18).

Así, en cantidad la producción de aceite de oliva a efectos de calcular la renta agraria se redujo un 7,4%, mientras que los precios bajaron de media un 23,7% (en los dos años anteriores habían subido).

Según el Ministerio de Agricultura, el valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente y se situó en 2.234,3 millones de euros, muy por debajo del valor del año 2017 (3.163 millones de euros en valores corrientes a precios básicos).

La producción nacional de aceite en la campaña 2017/2018 alcanzó un volumen cercano a 1,24 millones de toneladas,

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016/2017	2017/2018	2018/2019
ANDALUCÍA	1.052	934,9	1.458,5
ARAGÓN	10,7	16,9	11,2
BALEARES	0,398	0,975	0,29
COMUNIDAD VALENCIANA	15,7	35,5	17,4
CASTILLA-LA MANCHA	113,6	100	181,9
CASTILLA Y LEÓN	1	1,9	0,93
CATALUÑA	27,7	33,6	20,6
EXTREMADURA	44	74,6	73
LA RIOJA	1,5	2,87	2,5
MADRID	5	4	6,4
MURCIA	7	12,6	7,4
NAVARRA	4,2	5,2	5,6
OTRAS CC.AA.	0,1	0,5	0,1
ESPAÑA	**1.282,0**	**1.262,2**	**1.785,9**

FUENTES: COI y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ACEITE DE OLIVA	836,3	1.397,9	1.285,4	1.246,5
ACEITUNA DE ADEREZO	555,6	601,8	596,3	563,3

Fuente: MAPA

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia

un 3% menos que en la campaña 2016/2017, cuando se superaron los 1,28 millones de toneladas de aceite. La causa de esta caída de la producción fue la sequía que afectó seriamente al cultivo del olivar.

Sin embargo, la producción nacional de aceite en la campaña 2018/2019 se recuperó y alcanzó un volumen de 1,786 millones de toneladas. La producción de esta campaña es superior en un 41% a la de la pasada y en un 49% a la media de las cuatro últimas campañas.

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de comunidades productoras de aceite de oliva alcanzando en 2018 el 81% del total; seguida a gran distancia por Castilla-La Mancha (10%), Extremadura (4%) y Cataluña (1%).

ACEITE DE OLIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

A nivel comunitario, el aceite de oliva representó el 2% del valor de la Producción Vegetal final en 2018 y el 1,1% de la Producción Agraria final (en ambos casos los porcentajes fueron inferiores a los del año precedente).

El valor alcanzado por esta producción a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 4.158 millones de euros, cifra que supuso un descenso del 33% respecto al valor de 2017.

La producción de aceite de oliva en la Unión Europea en la campaña 2017/18 ascendió a algo más de 2,18 millones de toneladas, un 24% más que en la campaña anterior, cuando se produjo un notable retroceso de la producción, según los datos de la Comisión Europea. La subida de la producción comunitaria fue consecuencia principalmente de los buenos resultados en España.

PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
MUNDO	2.576,5	2.899,5	2.908,5	2.751,5
UE	886,5	842	907	865,6
ESPAÑA	**601,8**	**596,3**	**562,2**	**587,7**

Fuentes: COI y MAPA

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
ANDALUCÍA	459	492,9	440,6	482,4
EXTREMADURA	126,4	96,5	111,6	98
OTRAS CC.AA.	16,4	6,9	10	7
TOTAL ESPAÑA	**601,8**	**596,3**	**562,2**	**587,7**

Fuentes: MAPA

PRODUCCIÓN DE ACEITE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
MUNDO	3.177	2.562	3.314,0	3.131
UE	2.322	1.752	2.186,0	2.263
ESPAÑA	**1.397,9**	**1.282,0**	**1.262,2**	**1.785,9**

Fuentes: COI y MAPA

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia.

En la campaña 2018/19, la UE produjo 2,26 millones de toneladas de aceite de oliva, un 4,5% más que en la campaña precedente.

Los stocks iniciales (al comenzar la campaña) pasaron de 322.000 a 544.000 toneladas en la campaña 2018/19.

Italia registró en la campaña 2018/19 una producción de 265.000 toneladas, frente a las 428.900 toneladas de la campaña anterior. Grecia quedó con una producción de 225.000 toneladas (un 47% menos que en la anterior) y Portugal 115.000 toneladas (un 25% menos). Debido a las caídas de estos tres países la media de crecimiento de la producción comunitaria fue muy baja.

En el resto de los países las producciones de aceite de oliva fueron muy minoritarias.

Por su lado, el consumo previsto para la UE durante la campaña 2017/18 fue de 1,57 millones de toneladas, volumen li-

geramente por encima del consumo de la campaña anterior, que se estimó en 1,40 millones de toneladas, según el Comité Oleícola Internacional. Por su lado, para la campaña 2018/19 se estima un consumo de 1,55 millones de toneladas.
Según el COI, el país que más consume es Italia (560.700 toneladas en la campaña 2017/18), seguido de España y de Grecia. Entre los países no productores, destacan por su consumo Alemania y Reino Unido.

EL OLIVAR EN EL MUNDO

Según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), en el mundo hay unos 10 millones de hectáreas de olivar y cerca de 850 millones de olivas.
La Unión Europea, con España a la cabeza, es la primera productora de aceite de oliva del mundo, con mucha diferencia respecto al resto de países. No obstante, la producción de países terceros ha ido creciendo en los últimos años y ya representa más del 30% del total mundial.
Además de en los países mediterráneos (Líbano, Turquía, etc.), también hay producción de aceite de oliva en lugares tan remotos como Australia, Estados Unidos o Argentina.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA

Las campañas de aceite de oliva se computan comercialmente desde el 1 de noviembre, hasta el 31 de octubre del año siguiente, pero la producción de aceituna se ha ido formando en el árbol a lo largo del primer año mencionado).
Según datos del Comité Oleícola Internacional (COI), la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2017/18 ascendió a 3,3 millones de toneladas lo que supuso un descenso de casi un 29% sobre la producción de la campaña precedente.
Por su lado, la producción de la campaña 2018/2019, se situó en 3,13 millones de toneladas, un 6% menos que en la anterior. Tanto en el descenso de esta campaña como en el aumento de la anterior tuvo mucho que ver la evolución de la producción en la Unión Europea.
Respecto al consumo mundial, en la campaña 2017/18 llegó a superar los 3 millones de toneladas, frente a los más de 2,72 millones de toneladas de la campaña 2016/17. Por su lado, en la campaña 2018/2019 se prevé una caída del consumo hasta los 2,9 millones de toneladas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITES Y MARGARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Bunge Ibérica, S.A. *	2.245,00
Cargill, S.L. – Grupo *	1.600,00
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) – Grupo *	1.150,00
DCOOP, S.C.A. *	1.080,15
Sovena España, S.A. *	765,00
Deoleo, S.A. – Grupo *	692,33
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) - Grupo *	690,00
Unilever España, S.A. – Grupo *	607,00
Borges Agricultura & Industria Edible Oils, S.A.*	454,09
Urzante, S.L. *	245,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
ANDALUCÍA	5.349	5.275	4.503	7.400
ARAGÓN	59,7	59,3	75	56
CASTILLA-LA MANCHA	536	559,4	459	865
CATALUÑA	142,7	148,4	169	123,7
COMUNIDAD VALENCIANA	130,3	71,6	163	92,6
EXTREMADURA	389,4	251,5	400	436
OTRAS CC.AA.	152	109	146	142
TOTAL ESPAÑA	**6.759**	**6.475**	**5.915**	**9.115**

FUENTES: COI y MAPA

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA

(Campaña. Miles de toneladas).	2015/2016	2016/2017	2017/2018	*2018/2019
EXPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	868,1	954	883,9	565,3
IMPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	117,7	95,3	164	94,1

FUENTE: MAPA. (*) DATOS A MAYO 2019

Según los datos del Comité Oleícola Internacional, el mayor consumo de este tipo de aceite se concentra en la Unión Europea, pero también destacan por su consumo de aceite países como Estados Unidos (316.500 toneladas previstas en la campaña 2018/19) o Marruecos (140.000 toneladas).

COMERCIO EXTERIOR DE ACEITE ESPAÑOL

En España, la exportación de aceite de oliva en el año 2018 (año natural) tuvo una negativa evolución. De acuerdo con los datos de la Dirección General de Aduanas, España exportó 883,9 millones de toneladas (no en la campaña, sino en todo el año natural), un volumen inferior en un 7% al del año anterior. Asimismo, ese año también se importaron 94.000 toneladas (muy por debajo de las compras del año 2017).

Los aceites de oliva son un producto en el que la economía española presenta buen comportamiento exportador tanto en valor como en volumen. Siempre han estado en la lista de los cinco productos agroalimentarios más exportados y representan el 80% de las exportaciones y el 16% de las importaciones de todo el grupo de aceites.

El aceite español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. Aunque la diferencia se va acortando de año en año, todavía es bajo el porcentaje de aceites envasados en pequeños recipientes (menores de 5 litros) que se envían al exterior.

En cuanto a la comercialización de aceite de la campaña 2018/19, según los datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) a 31 de mayo de 2018, se cuantificaron unas importaciones de 103.400 toneladas, un 11% menos que en las mismas fechas de la campaña precedente.

Por su parte, las exportaciones, con datos a 31 de mayo de 2018, se estimaron en 648.000 toneladas, de las que 191.200 toneladas fueron a parar a países terceros y el resto al mercado de la UE, con Italia como principal destino. El volumen de aceite exportado hasta esa fecha era un 19,6% superior al de las mismas fechas del año anterior y un 11% a la media de las últimas cuatro campañas.

El mercado interior aparente alcanzó la cifra de 373.200 toneladas, cantidad que supuso un incremento del 13% con respecto al volumen de las mismas fechas en la campaña anterior.

Finalmente, con datos a mayo de 2018 el volumen total de existencias en la campaña fue de 1.243.700 toneladas. ○

COMERCIO COMUNITARIO

En cuanto al comercio, la Unión Europea importó en la campaña 2017/2018 (sólo se incluyen los datos de fuera de la UE), un total de 180.000 toneladas de aceite y exportó fuera de la UE 563.000 toneladas. En ambos casos, compras y ventas, los datos de la campaña 2017/2018 fueron superiores a los de la anterior.

Por su lado, en la campaña 2018/2019 las importaciones previstas bajarán a 105.000 toneladas y las exportaciones subirán a 736.000 toneladas, según datos de la Comisión Europea.

A pesar de ser la mayor productora del mundo, la UE importa también aceite de oliva de países terceros. En la campaña 2017/2018 se compraron a países terceros 180.000 toneladas y en la siguiente, 121.600 toneladas, según datos del COI.

Por países, el que más aceite importa es Italia (85.800 toneladas en la campaña 2018/2019), seguido de España (25.000 toneladas) y de Francia (7.100 toneladas). ○

COMERCIO MUNDIAL

A nivel mundial, en la campaña 2017/2018 las importaciones mundiales de aceite se elevarán, según el COI, a 936.000 toneladas (un 20% más que en la campaña precedente) y las exportaciones a 945.500 toneladas (un 21% más que en la campaña precedente).

Sin embargo, en la campaña 2018/2019 hubo un descenso de las importaciones mundiales hasta las 874.500 toneladas y las exportaciones mundiales se situaron en 844.500 toneladas, volumen también menor que el de un año antes.

Más de la mitad de las exportaciones mundiales de aceite de oliva proceden de la Unión Europea, con España a la cabeza. En cuanto a las importaciones, la UE compró fuera sólo el 14% del total importado mundial.

El país del mundo que más aceite importa es Estados Unidos (310.000 toneladas en las últimas campañas, que supone un 37% del total), seguido de la Unión Europea (121.000 toneladas en la última campaña) y de Brasil (78.000 toneladas). Por detrás de estos países se encuentran otros como Canadá, Australia, Japón o China.

Por su lado, la UE es la primera potencia exportadora de aceite de oliva, con España a la cabeza, seguida de Italia y Portugal. En la campaña 2017/2018 la UE exportó 563.500 toneladas de aceite y en la siguiente, 573.000 toneladas.

Aunque la diferencia es mucha, también destacan por sus ventas al exterior de aceite de oliva países como Túne3z (130.000 toneladas en la campaña 2018/2019), Turquía (45.000 toneladas), Marruecos (20.000 toneladas) o Chile (12.000 toneladas). ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector del aceite de oliva tiene una enorme importancia en nuestro país. Según indica la Interprofesional del Aceite de Oliva Español en su página web, forman parte de su estructura 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinerías. Nuestro país es el líder mundial en la producción, comercialización y exportación de aceites de oliva con unas ventas medias que rondan 1,4 millones de toneladas anuales. En la base productiva aparecen 2,5 millones de hectáreas del olivar, con 340 millones de olivos, lo que representa la mayor superficie de olivar del planeta. Andalucía acapara la mayoría de esa superficie, con el 80% del total. A continuación aparecen Castilla la Mancha (8%), Extremadura (5%) y Cataluña (3%). La principal comercializadora de aceite de oliva para el mercado nacional registra una producción de 70.200 toneladas, mientras que la segunda llega a las 62.000 toneladas y la tercera ronda las 41.000 toneladas.

La penetración de capitales internacionales entre los grandes operadores del sector es ya muy significativa y ha crecido de forma notable durante los últimos tiempos. La mayor parte de los grandes operadores basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Las marcas de distribución tienen una gran importancia y representan el 61,3% de todas las ventas en volumen y algo menos del 58,6% en valor. Durante el último año han perdido un 5,3% en volumen y un 4,1% en valor. La primera oferta marquista llega al 11,7% y al 12,9% respectivamente, la segunda alcanza el 6,9 % y el 7,3% y la tercera se queda en el 5,8% en volumen y el 5,4% en valor. La penetración de capitales internacionales en los grandes operadores del sector es muy significativa. ○

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	70.200
Grupo Ybarra-Migasa	62.000
Sovena España, S.A.	41.000
Urzante. S.L.	40.500
Deoleo, S.A. - Grupo	35.475
Aceites Maeva, S.L.	32.000
Mercaóleo, S.L.	30.827
Aceites Abril, S.L.	19.266
F. Faiges, S.L.	18.533
Grupo Borges	13.051

Datos de 2018

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

COMERCIO EXTERIOR

España es la primera potencia exportadora de aceite de oliva a nivel mundial. En la campaña 2017/2018 se alcanzaron unas exportaciones por encima de 1,04 millones de toneladas, lo que supuso un incremento interanual del 1%. El valor de todo ese comercio exterior llegó hasta casi 3.912 millones de euros, un 16% más que en el ejercicio precedente: El principal destino de las exportaciones de aceite de oliva de nuestro país es Italia, con el 36,1% del total en volumen y el 34,7% en valor. A continuación aparecen Estados Unidos (11,2% y 12,1%), Portugal (10,2% y 9,2%), Francia (9,2% y 8,8%), Reino Unido (4,8% y 4,6%), China (3,1% y 3,6%) y Japón (3% y 3,5%). Durante el pasado año, las exportaciones hacia Italia crecieron 3,6%, mientras que las dirigidas hacia Estados Unidos se redujeron en un 1,8%. El aceite de oliva español se vende en más de 180 países.

La principal empresa exportadora de aceite de oliva en nuestro país registra unas ventas en el exterior de 85.000 toneladas, mientras que la segunda alcanza las 49.500 toneladas y la tercera se sitúa en las 38.030 toneladas. Entre 20.000 y 30.000 toneladas exportadas anualmente aparecen otros 4 operadores.

Las importaciones de aceite de oliva crecieron durante el último ejercicio, llegando hasta las 167.200 toneladas, un 75% más que en el año precedente. Se supone que las causas que han provocado el aumento de las importaciones han sido el interés de las embotelladoras para recuperar rentabilidad y acumular mercancía ante el previsible incremento de los precios, debido a las malas previsiones productivas. Nuestro principal proveedor de aceite de oliva ha sido Portugal, con el 44,6% del total. A mucha distancia se sitúan Túnez (14,3%), Siria (12,7%), Italia (6,4%), Argentina (6,4%), Turquía (4,3%) y Grecia (3,6%). ○

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 355,2 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.352,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,8 litros de consumo y 29,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de oliva virgen (3,9 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva no virgen (3,8 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 54,9%, con un total de 16,2 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 45,1% restante con un total de 13,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	**355,2**	**7,8**	**1.352,0**	**29,5**
OLIVA VIRGEN	179,7	3,9	741,2	16,2
OLIVA VIRGEN EXTRA	122,4	2,7	523,6	11,4
RESTO ACEITE OLIVA	175,5	3,8	610,8	13,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.*
- *Los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de menos de 2.000 habitantes.*

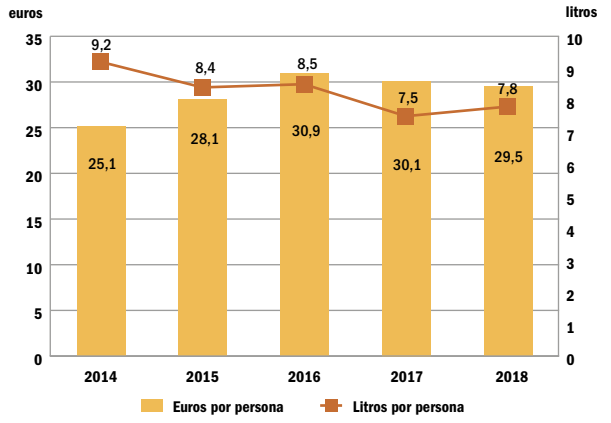


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva ha caído 1,4 litros por persona y el gasto se ha incrementado en 4,4 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2014 (9,2 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (30,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITE DE OLIVA, 2014-2018

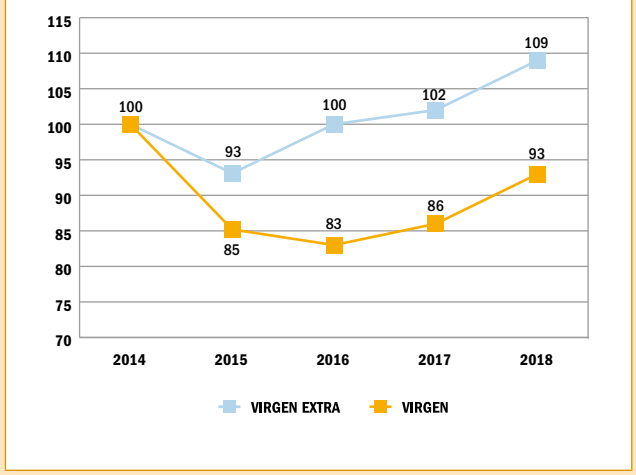




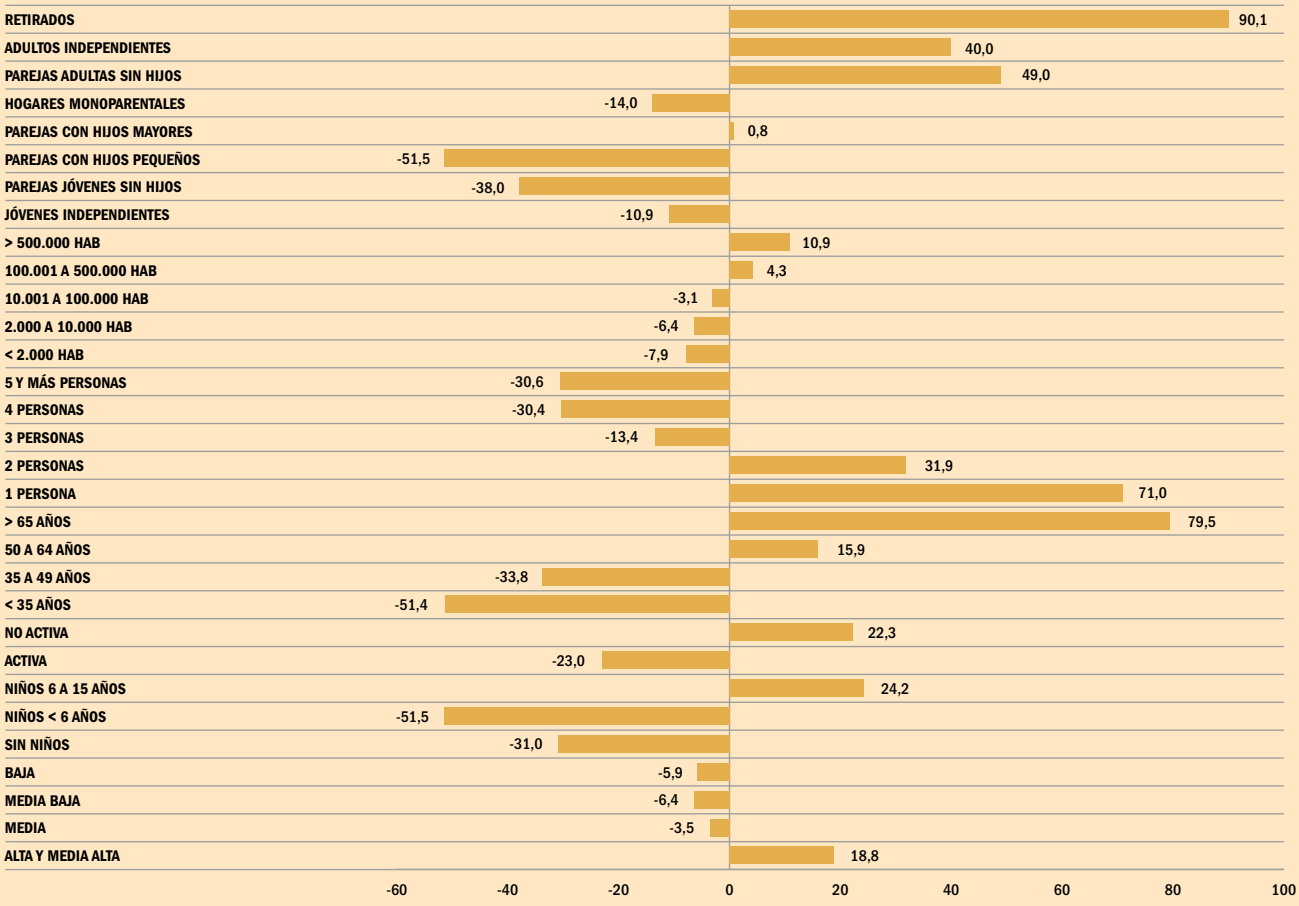


En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de aceite virgen extra experimenta un ligero aumento y, por el contrario, en el aceite virgen se produce un descenso aunque se advierte una recuperación en los dos últimos años.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITE DE OLIVA (2014=100), 2014-2018

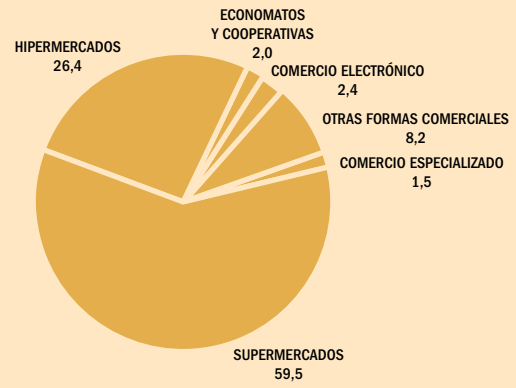


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 7,5 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (59,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 26,4%, mientras que el comercio electrónico representa el 2,4% y los economatos y cooperativas concentran el 2,0%. Los establecimientos especializados suponen el 1,5% y las otras formas comerciales acaparan el 8,2% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ANTEQUERA ✪
- BAENA ✪
- ESTEPA
- LUCENA ****
- MONTES DE GRANADA ✪
- MONTORO-ADAMUZ
- PONIENTE DE GRANADA ✪
- PRIEGO DE CÓRDOBA ✪
- SIERRA DE CÁDIZ ✪
- SIERRA DE CAZORLA ✪
- SIERRA DE SEGURA ✪
- SIERRA MÁGINA ✪



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ACEITE DEL BAJO ARAGÓN ✪
- ACEITE SIERRA DEL MONCAYO ✪

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- OLI DE MALLORCA ✪



CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ACEITE CAMPO DE CALATRAVA ✪
- ACEITE CAMPO DE MONTIEL ✪
- ACEITE DE LA ALCARRIA ✪
- MONTES DE TOLEDO ✪

MARCAS DE CALIDAD

- ACEITE CAMPO DE HELLÍN
- ACEITE VALLE DE ALCUDIA
- ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- LES GARRIGUES ✪
- SIURANA ✪
- OLI DE TERRA ALTA ✪ (ACEITE DE TERRA ALTA)
- OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ ✪ (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)
- OLI DE L'EMPORDÀ (ACEITE DEL EMPORDÀ) ✪

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA *

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ACEITE MONTERRUBIO ✪
- GATA-HURDES ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

LA RIOJA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- ACEITE DE LA RIOJA ✪

MADRID

MARCA DE GARANTÍA

- ACEITE DE MADRID

MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- OLIVO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- ACEITE DE NAVARRA ✪

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



** Denominación en tramitación*

*****Protección Nacional Transitoria*

✪ Inscrita en el Registro de laUE

Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al sur de Castilla-La Mancha y ocupa la zona central de Ciudad Real, abarcando 16 términos municipales como Almagro, Calzada de Calatrava, Granatula de Calatrava y Miguelturra.

CARACTERÍSTICAS: Es un aceite de oliva virgen extra obtenido del fruto del olivo de las variedades Cornicabra y Picual, con colores variables según campañas y los momentos de recolección, pudiendo oscilar entre verdes intensos y verdes amarillos, dando un sabor afrutado complejo e intenso. Las percepciones de amargo y picante en boca son apreciables y equilibradas, y además presenta una marcada presencia a frutos verdes de aceituna, manzana y otras frutas frescas.

DATOS BÁSICOS: Con una superficie de 22.073 hectáreas de olivar, la producción media anual es de 5,2 millones de kilos de aceite.

Aceite Campo de Montiel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de olivar de casi 48.375 hectáreas, repartidas entre 26 términos municipales de las comarcas agrarias de Mancha, Pastos y Campo de Montiel de la provincia de Ciudad Real, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites amparados son elaborados a partir de aceitunas de distintas variedades de olivo, destacando la Cornicabra, Picual, Manzanilla y Arbequina. El resultado de la mezcla natural de los zumos obtenidos proporciona unos aceites con un máximo de acidez de 0,5 grados, muy estables y resistentes al enranciamiento, presentando aromas en intensidades considerables de frutado verde o maduro (manzana, tomate y otras frutas) destacados y equilibrados, amargos y picantes, que confieren a los aceites un carácter propio.

DATOS BÁSICOS: La producción de la Denominación es de 75 millones de kilos de aceituna, lo que supone una media de 16 millones de litros de aceite anuales, de los que 500.000 litros están en vías de calificación con la propia Denominación de Origen Protegida.

Aceite del Bajo Aragón *

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada ocupa 37.000 hectáreas que se distribuyen entre 77 municipios de las provincias aragonesas de Teruel y Zaragoza.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extras producidos en esta zona se elaboran a partir de la variedad principal Empeltre –en una proporción mínima del 80%–, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina y la Royal. Los aceites resultantes son de color amarillo con matices que oscilan entre el dorado y el oro viejo, de gusto frutado al principio de la campaña, con ligeros sabores almendrados, sin amargor y tirando a dulce y ligeramente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 32 almazaras y 4 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 2,2 millones de litros de aceite virgen extra. Se exporta el 10% aproximadamente.

Aceite de la Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, elaboración y envasado de la Denominación de Origen Protegida comprende 95 términos municipales de la provincia de Guadalajara y 42 de la provincia de Cuenca, al noreste de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Acoge 28.335 hectáreas de olivar y casi 4 millones de olivos.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación protege el aceite de oliva extra obtenido del fruto del olivo de la variedad local Castellana (Verdeja). El color predominante es verde limón, más o menos intenso dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez de la aceituna. Desde el punto de vista organoléptico, los aceites de esta variedad son muy frutados y aromáticos, rotundos en su color a hoja, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano, a veces con sabor picante en boca.

DATOS BÁSICOS: La producción media de la Denominación es de 7,5 millones de kilos de aceituna, con una previsión para este año de 10 millones de kilos, con ocho almazaras que producen y comercializan el aceite amparado en el mercado local.

Aceite Monterrubio

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen de esta Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una superficie de 11.500 hectáreas de olivares distribuidas entre 16 términos municipales de la provincia de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación de Origen Protegida se elaboran en un 90% como mínimo con aceitunas de las variedades Cornezuelo, Picual o Jabato. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color entre amarillo y amarillo-verdoso, de gran estabilidad, de sabor frutado, aromático, almendrado y con sabor ligeramente amargo y picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 2 cooperativas registradas que producen 27 millones de kilos anuales de aceituna, de los que se obtienen 5,6 millones de kilos de aceite y se comercializan 150.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Antequera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 42.316 hectáreas de olivares localizados en 18 municipios de la comarca norte de Málaga y el municipio cordobés de Palenciana, el único situado al sur del río Genil.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente en la comarca, aunque predomina en un 90% la autóctona Hojiblanca, que presenta unos aceites equilibrados, ni excesivamente amargos ni tampoco demasiado dulces. Existen otras variedades minoritarias como la Picual, la Arbequina, la Lechín y algunas originarias de estas tierras donde el olivar es prácticamente monocultivo, como Gordalilla de Archidona o Romerilla.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7 almazaras, 2 empresas envasadoras, uma comercializadora y 4.169 oleicultores que vienen a producir según campañas una media de 2.843.088 kilos de aceite de oliva virgen extra comercializados con Denominación de Origen Protegida.

Aceite de Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración se extiende por una superficie de 2.615 hectáreas, que abarcan la parte sur de Navarra; comprende 135 municipios, más el territorio de Bardenas Reales.

CARACTERÍSTICAS: Aceites de oliva virgen extra obtenidos, al menos en un 90%, de las variedades autorizadas Arróniz, Arbequina o Empeltre. Tienen un perfil equilibrado y complejo, con una elevada intensidad del atributo frutado. En boca resultan entre ligeros y medianamente amargos y picantes, con toques de alcachofa procedente de la Arróniz, plátano (Arbequina), o almendrados y dulces (Empeltre).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.590 olivicultores y 8 almazaras que producen una media anual de 12,5 millones de kilos de aceituna, que se traducirán en unos 3 millones de litros de aceite.



Aceite de la Comunitat Valenciana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del aceite engloba las subzonas de Maestrat, Plana Alta-Alcalaten, Sierras de Espadán y Calderona, Serranías del Turia-Ribera del Magro, Utiel-Requena-Valle de Ayora, Macizo del Caroig-Vall d'Albaida, Montaña de Alicante y Vinalopó.

CARACTERÍSTICAS: En la caracterización organoléptica del aceite de oliva virgen extra se emplean de forma habitual menciones que describen la sensación de frutado: manzana, almendra, kiwi, higo, tomate o plátano; las menciones florales también son habituales. El grado de acidez es inferior a 0,5º.

DATOS BÁSICOS: El cultivo del olivar en la Comunidad Valenciana se extiende por 91.701 hectáreas de olivar repartidas en más de 200.000 parcelas y se producen alrededor de 19.500 toneladas de aceite virgen. En la Comunidad Valenciana trabajan 63.000 oleicultores, existen 154 cooperativas, 25 empresas y 48 envasadoras dedicadas a la producción y comercialización del aceite de oliva.

Aceite de La Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción coincide con la de conservación, extracción y envasado y abarca las 503.388 hectáreas que constituyen la Comunidad Autónoma de La Rioja. La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 1.700 hectáreas localizadas en 100 municipios de las comarcas de La Rioja Baja y La Rioja Media.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente en la región. Los aceites protegidos son de oliva virgen extra, frutados, con notas aromáticas muy peculiares y ligeramente amargo, con matices y características muy diferenciadas. Mantienen en boca un frutado muy intenso y tienen una acidez muy baja.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 800 olivicultores y 14 almazaras, que han comercializado más de 650.000 litros de Aceite de La Rioja con DOP en su última campaña, pero que podrían llegar al millón de litros en los próximos años.

Baena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre siete municipios localizados al sur de la provincia de Córdoba, con Baena como principal centro oleícola.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picuda o Carrasqueña de Córdoba y, en menor medida, con Picual, Hojiblanca, Lechín, Chorrúa y Pajarero, que les imprimen un peculiar aroma y sabor frutado intenso, ligero, almendrado amargo, y un color de amarillo verdoso a verdoso dorado. Los aceites resultan de gran finura y personalidad y con alto contenido en ácido linoleico.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 8.100 oleicultores, 19 almazaras que producen una media anual de 40 a 50 millones de kilos de aceite, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra envasado, llevada a cabo por las 21 envasadoras inscritas, es de 9 millones de kilos, de los que se exportan el 50%.



Estepa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende a 40.000 hectáreas por 12 municipios de la comarca natural de Estepa en la provincia de Sevilla y el margen izquierdo del término municipal de Puente Genil (Miragenil), en la provincia de Córdoba. La zona de elaboración y envasado coincide con la zona de producción.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente con las variedades Hojiblanca, Manzanilla, Arbequina, Picual y Lechín, predominando la primera. Los aceites presentan aromas y sabor de fruta fresca y/o madura, que resultan ligeramente amargos y picantes y levemente dulces.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 4.500 oleicultores, 19 almazaras (17 cooperativas y 2 sociedades limitadas) y una gran empresa envasadora-comercializadora, que agrupa a 16 cooperativas. Más de 7 millones de olivos producen cerca de 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, de los que 3 millones de kilos se comercializan anualmente con DOP.

Gata-Hurdes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una extensión de 30.300 hectáreas de olivares distribuidas entre 84 municipios de las comarcas naturales de la Sierra de Gata, Hurdes, Tierras de Trasierra de Granadilla, Ambroz, Jerte y La Vera, en Cáceres.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos se realizan exclusivamente a partir de la variedad autóctona Manzanilla Cace- reña. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color amarillo-oro, ligeramente picantes y poco amargos, con intensos frutados y gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 4 almazaras y 4 empresas envasadoras. La producción media anual es de 500.000 kilos de aceite, de los que se comercializan 140.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Les Garrigues

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida Les Garrigues está situada al sur de la provincia de Lleida, abarcando las comarcas de Les Garrigues, el sur de Segrià y el sur de Urgell, con una superficie inscrita de 18.600 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra amparados se elaboran exclusivamente con las variedades Arbequina, en un 90% como mínimo, y Verdiell, en un 10% como máximo. Son aceites frutados, de oliva fresca, con fragancias a hoja y/o hierba y almendra verde y tomate, de sabor almendrado-amargo y un poco picante al final.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritos más de de 2.500 productores, 20 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 4 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,6 millones de kilos corresponden a aceite de oliva virgen extra amparado por la DOP Les Garrigues.

Montes de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre casi 30 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados por la Denominación de Origen Protegida se elaboran a partir de las variedades principales Picual, Lucio y Loaime, aunque también se utilizan complementarias como la Hojiblanca, Gordal de Granada, Negrillo de Iznalloz y Escarabajuelo. Los aceites producidos son de tipo frutado intenso y suave.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 5.000 productores, 9 empresas envasadoras que producen una media anual de 20 millones de kilos de aceite de oliva virgen, según campañas. La comercialización con Denominación de Origen Protegida supera los 1,5 millones de kilos anuales, aunque se espera incrementar esta cifra en los próximos años.

Montes de Toledo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen se extiende sobre una superficie protegida de 30.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 103 municipios localizados en las provincias de Toledo y Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes protegidos por la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo se elaboran exclusivamente con la variedad de aceituna Cornicabra. El aceite virgen extra tiene un color que va desde el amarillo dorado hasta el verde intenso, de sabor denso en boca, resulta afrutado y aromático, y con regusto amargo y levemente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida se encuentran registrados 6.000 oleicultores, 43 almazaras y 32 empresas envasadoras, que producen una media anual de 16 millones de kilos de aceite, de los que se comercializan más de 1 millón de kilos con DOP.

Oli de l'Empordà (Aceite del Empordà)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que componen la zona de demarcación geográfica están dentro de las comarcas del Alt Empordà y del Baix Empordà, así como algunos municipios limítrofes de las comarcas del Gironés (Viladesens, Sant Jordi Desvalls, Flaçá, Madremanya y Llagostera) y el Pla de l'Estany (Crespiá, Esponellá y Vilademuls), en la provincia de Girona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites protegidas por la DOP Aceite de l'Empordà son aceites de oliva vírgenes extra elaborados con las variedades autóctonas "Argudell", "Curivell" y "Llei de Cadaqués" y la variedad tradicional "Arbequina". Se consideran variedades principales la "Argudell" (mínimo del 51%), que le da su personalidad sensorial, y la "Arbequina". La suma de ambas supone más del 95%. Son aceites equilibrados de frutado verde de intensidad media. En boca, presentan un amargo y picante de tipo medio. Son aceites con aromas que normalmente recuerdan a la hierba acabada de cortar y/o a nueces; también pueden aparecer aromas de frutas exóticas, frutas verdes o alcachofa, así como presentar una sensación final de almendra en boca.

DATOS BÁSICOS: En los registros del Consejo Regulador figuran inscritos 1.100 hectáreas, más de 400 productores y 5 almazaras. La producción media anual es de 150 toneladas de aceite amparado por la DOP.

Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la termooxidación. Presentan un color claro, en tonos que pueden oscilar a verdosos amarillentos según el grado de maduración de la aceituna al recolectarse, con una gran complejidad aromática, gran cuerpo y un característico picor y amargor con intensidad media.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 5 almazaras, 8 marcas y 4 empresas envasadoras que producen 100 millones de kilos de aceituna y 19 millones de kilos de aceite virgen extra al año.

Oli de Mallorca (Aceite de Mallorca)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Aceite de Mallorca ampara una superficie de 1.647 hectáreas de olivares que se extienden a todos los municipios de la isla de Mallorca. El 90% de las plantaciones tiene una antigüedad de 500 años.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra de Mallorca permiten tres variedades: Mallorquina, Arbequina y Picual. Se diferencian dos tipos de aceites en función principalmente del momento de la recolección de las aceitunas; aceite "afrutado", que procede de la recolección más temprana, con atributos de amargor y picante, de color amarillo verdoso, y el aceite dulce, que procede de la aceituna más madura, con características de dulzor o suavidad, presenta un color del amarillo paja al amarillo oro.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 532 productores, 7 almazaras y 13 envasadoras que producen 252.450 litros de aceite, de los que han comercializado 175.541 litros con Denominación de Origen Protegida.



Oli de Terra Alta

(Aceite de Terra Alta)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y 3 municipios de la comarca de la Ribera d'Ebre.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona que es la Empeltre, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Morruda y Farga. Los aceites resultantes presentan una acidez máxima de 0,5 grados, color amarillo con matices que van desde el amarillo pálido al amarillo viejo, de gran estabilidad y con connotaciones aromáticas que recuerdan a la almendra y a la nuez verde.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 3.380 hectáreas, 1.300 productores, 8 almazaras y 20 envasadoras-comercializadoras. La producción media anual es de 300.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

Oli del Baix Ebre-Montsià

(Aceite del Baix Ebre-Montsià)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de esta DOP abarca 49.000 hectáreas de olivares distribuidas en 14 términos municipales de la comarca del Baix Ebre y 12 términos municipales de la comarca del Montsià, ambos de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación se elaboran con las variedades Morruda, Sevillenca y Farga, considerándose como principal cualquiera de ellas. El aceite de oliva resultante varía del color amarillo verdoso hasta amarillo dorado, de sabor frutado al principio de la campaña y ligeramente dulce al final.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 12.000 hectáreas, con un número de productores inscritos de 3.300, 11 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción total es de 70.000 kilos, amparados por la DOP.

Poniente de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illoreño, Nevadillo de Alhama de Granada y Loaime. Son aceites de baja acidez, altos contenidos en compuestos polifenoles, moderados contenidos en ácido oleico (77-80%) y linoleico (hasta 12%). El color varía en la gama del amarillo-verdoso al amarillo-dorado.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 5.500 oleicultores, 12 almazaras y 16 plantas envasadoras-comercializadoras. El volumen total de producción de aceite de las almazaras inscritas asciende a 11,7 millones de kilos, de los cuales 600.000 kilos se comercializan envasados con Denominación de Origen Protegida.

Priego de Córdoba

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida se extiende sobre una superficie de más de 29.628 hectáreas de olivar, distribuidas entre cuatro municipios (Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba) localizados en el Parque Natural de las Sierras Subbéticas, al sudeste de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades utilizadas para elaborar nuestros aceites de oliva vírgenes extra son Picuda (60%), variedad autóctona de nuestra zona y, en menor proporción, Hojiblanca (20%) y Picual (20%). Los vírgenes extra certificados por nuestra D.O.P. Priego de Córdoba ofrecen un amplio abanico de posibilidades, desde gamas más maduras y dulces hasta nuestro producto "estrella", el más representativo: el aceite frutado verde intenso.

En nariz presenta matices herbáceos, recordando aromas frutales como la manzana y el plátano verde, y a hortalizas como el tomate y la alcachofa. Su entrada en boca te sorprenderá con un sabor dulce, que poco a poco va dando paso a un amargo medio muy agradable que te dará idea de los tonos verdes que posee, finalizando con un picante en progresión.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad cuenta con 6.248 agricultores, 12 almazaras y 10 empresas envasadoras y comercializadoras, que producen una media de 12 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra según campañas. La comercialización media anual sobre los 2 millones de kilos, de los que el 25% se destina a la exportación.

Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste de la provincia de Zaragoza formando una unidad morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levísimo en boca.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a "alloza", sabor a fruto fresco (manzana, almendra e higuera), ligero en su amargor y suave en su picor. Los aceites obtenidos de la variedad Royal son de altísimo valor y su principal característica organoléptica es el frutado fresco y dulce aroma.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 13 entidades, que producen unos 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen. La comercialización con DOP es aproximadamente de 5 millones de kilos anuales y se venden en envases de pet, vidrio o metálicos.

Sierra de Segura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Sierra de Segura ampara una superficie de 42.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 14 municipios localizados en la zona nororiental de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de aceituna predominante para la obtención de aceites vírgenes es la Picual, que ocupa el 95% del cultivo, aunque también se utilizan otras variedades como Royal, Verdala y Manzanillo de Jaén. Los aceites resultan de color amarillo-verdoso, frutados, aromáticos, ligeramente amargos y de gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 10.000 oleicultores, 22 almazaras, 16 empresas comercializadoras y 9 envasadoras, que producen 18 millones de kilos de aceite virgen y comercializan una media anual de un millón de kilos de aceite virgen extra amparados con Denominación de Origen Protegida.

Sierra Mágina

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción abarca una extensión de 61.000 hectáreas de olivar localizadas en la comarca de Sierra Mágina, que comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picual, que representa el 99% del olivar plantado. El aceite resultante de esta variedad es de color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, con una acidez inferior a 0,5°, de gran estabilidad y ligero amargor y sabor a verde hierba, tomate e higuera.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 29 almazaras y 29 empresas envasadoras, las cuales producen una media anual de 140 millones de kilos de aceituna y 33 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra protegido por la Denominación de Origen Protegida es de 1,8 millones de kilos.

Siurana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran registrados más de 8.000 oleicultores, 30 almazaras y 35 empresas envasadoras que producen al año más de 6 millones de kilos de aceite virgen extra, con Denominación de Origen Protegida Siurana.



ACEITUNA DE MESA

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa. Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (ESYRCE), que publica el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), España contaba en 2018 con 2.697.445 hectáreas de olivar, unas 40.000 hectáreas más que un año antes. De esta cifra total, 76.556 eran olivares destinados en exclusiva a producir aceituna de mesa y 110.676 eran olivares de doble aptitud (aceituna de mesa y de almazara). El resto de la superficie eran olivares destinados a la producción de aceite.
Más del 60% de esta superficie eran olivares de regadío y el resto de secano.
El olivar destinado a la producción de aceituna de mesa se encuentra principalmente en Andalucía y Extremadura.
También Aragón cuenta con una producción importante de olivar destinado a la aceituna de mesa y otras regiones como la Comunidad Valenciana, Cataluña, Baleares, La Rioja y Murcia tienen también producciones testimoniales.



En España se cultivan diferentes variedades de aceitunas de mesa dependiendo de la zona geográfica: manzanilla, gordal, hojiblanca, carrasqueña, cacereña, aloreña, verdial, lechín, picual... etc. Algunas de estas aceitunas tienen doble aptitud, o lo que es lo mismo, pueden destinar al consumo directo o bien a la producción de aceite

ACEITUNA ESPAÑOLA

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. En la campaña 2017/2018 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 562.200 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 5,7% inferior al de la anterior campaña.
Las producciones situadas en Andalucía alcanzaron un total de 443.300 toneladas, lo que supone el 79% de la producción nacional. Extremadura por su lado produjo casi el 20% de la cosecha. En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los del año precedente.
Por su parte, la campaña 2018/2019 de aceituna de mesa comenzó el 1 de septiembre de 2018 con unas existencias de 392.250 toneladas, un volumen superior en un 7% al de la campaña anterior, en la que también aumentaron las existencias en el mismo porcentaje.
La producción de aceituna de mesa de la campaña 2018/2019 (datos a junio de 2019) fue de 587.700 toneladas lo que supuso un incremento del 4% respecto a la campaña 2017/2018.
Desde el inicio de la campaña en septiembre de 2018 hasta finales de mayo de 2019 se habían destinado a la exportación 260.750 toneladas y 107.880 se destinaron al mercado interior. La comercialización en conjunto (exportaciones más mercado interior) a finales de mayo de 2019 había disminuido un 0,4% con respecto a la campaña anterior.
En España se cultivan diferentes variedades de aceitunas de mesa dependiendo de la zona geográfica: manzanilla, gordal, hojiblanca, carrasqueña, cacereña, aloreña, verdial, lechín, picual... etc. Algunas de estas aceitunas tienen doble aptitud, o lo que es lo mismo, pueden destinar al consumo directo o bien a la producción de aceite.
De la producción total española más del 50% es aceituna hojiblanca y un 40% manzanilla. El resto de la producción son pequeños volúmenes de otras aceitunas de variedades minoritarias.

A nivel nacional, Andalucía es la comunidad autónoma con mayor superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa. Anualmente produce cerca del 80% del total nacional y dentro de Andalucía, Sevilla es la primera provincia productora, con más de la mitad de la cosecha andaluza, seguida de Córdoba y Málaga.
Otras comunidades con gran producción de aceituna de mesa son Extremadura, Murcia, Aragón, Castilla-La Mancha, Baleares, Cataluña, Madrid, Navarra, Comunidad Valenciana y Murcia con porcentajes estas últimas muy inferiores a la primera.

IMPORTANCIA ECONÓMICA

El sector tiene una gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su volumen de producción y exportación, liderando España el mercado mundial en ambos conceptos.
A este respecto, el sector de la aceituna de mesa genera anualmente más de 8.000 empleos directos, más de 6 millones de jornales por la recolección y el trabajo del cultivo del olivo, a los que hay que añadir los creados por las empresas y fábricas auxiliares como las de vidrio, hojalata, cartonaje, maquinaria, transportes, etc.
Todas estas labores suponen aproximadamente el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales.

CARACTERÍSTICAS

La aceituna de mesa es el fruto de variedades determinadas del olivo cultivado (olea europea sativa), cogido en el estado de madurez adecuado que, sometido a un determinado proceso de elaboración, proporciona un producto listo para el consumo y de buena conservación.
Es una drupa que contiene un principio amargo (oleuropeína), un bajo contenido en azúcares (de 2,6 a 6%, en contraste con el resto de las drupas que alcanzan el 12% o más) y un elevado contenido en aceite: desde el 12% al 30%, según el estado de madurez y la variedad de la aceituna.
Todas estas características hacen que la aceituna sea un fruto que no se puede consumir tal como está en el árbol, sino que hay que someterlo a unos procesos que varían dependiendo de la variedad y de la zona geográfica donde se producen.
No obstante, algunas aceitunas se convierten en frutos dulces en el propio árbol al avanzar el proceso de maduración.
La oleuropeína propia de la aceituna debe de ser eliminada por su fuerte sabor amargo, aunque no es perjudicial para la salud.
En general, los frutos se someten a tratamientos con hidróxido sódico o potásico, salmuera o sucesivos lavados con agua, según los sistemas y hábitos locales de elaboración.

TIPOS Y PRESENTACIONES

Dependiendo de su coloración, del momento en el que se han recogido y del proceso de elaboración llevado a cabo, se distinguen varios tipos de aceituna: verdes (aceitunas obtenidas de frutos de tamaño normal, recogidos en su punto de maduración); de color cambiante (aceitunas recogidas antes de su completa madurez y con frutos de color morado, rosáceo o castaño) y negras: (aceitunas que proceden de frutos que no están totalmente maduros y que una vez tratadas adquieren su color negro característico).
En cuanto a las presentaciones que se pueden encontrar en el mercado, destacan las aceitunas enteras (las que conservan su forma original y a las que no se les ha sacado el hueso), las deshuesadas, las rellenas (aceitunas deshuesadas que se rellenan con uno o más ingredientes como pimiento, cebolla, atún, anchoa, salmón, almendra, etc.), las saladas (aceitunas cortadas en gajos o lonjas y deshuesadas); las lonjas (aceitunas deshuesadas o rellenas cortadas en aros de un grosor similar) y las aceitunas alcaparradas (enteras o deshuesadas, con o sin relleno, generalmente de tamaño pequeño y acompañadas de alcaparras).



PRODUCCIÓN MUNDIAL Y COMUNITARIA

De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedica a la producción de aceitunas de mesa.

La producción media mundial en las últimas cinco campañas asciende a casi 2,5 millones de toneladas, de las cuales más de un 45% son europeas y más de un 20% españolas. De la producción comunitaria total, corresponde a España casi el 75%.

A este respecto, después de España, los países con mayor producción de aceituna de mesa son Turquía, Egipto, Siria, Argelia, Argentina y Grecia.

La producción mundial de aceituna de mesa en la campaña 2017/2018 fue de 2,9 millones de toneladas, algo por encima de la producción de la campaña precedente, según datos del COI. Después de la Unión Europea, el país que más aceituna de mesa produjo fue Egipto y el tercero Turquía.

En cuanto a la campaña 2018/2019, el COI estima que se producirán en el mundo 2,75 millones de toneladas, un 5% menos que en la campaña precedente. Además de la Unión Europea, Egipto y Turquía, otros países con grandes producciones de aceitunas de mesa son Argelia, Argentina y Marruecos. Según el COI Egipto reducirá su producción hasta las 450.000 toneladas (en la campaña 2017/2018 había alcanzado las 500.000 toneladas).

A nivel Europeo, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2017/2018 ascendió a cerca de 907.000 toneladas, un volumen superior en un 7,7% al de la campaña precedente, según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI). La producción de la campaña 2016/2017 en la UE fue una de las más bajas de la última década, de ahí que el aumento porcentual en la siguiente campaña fuera tan amplio.

Para la campaña 2018/2019, las previsiones de este organismo señalan que habrá un retroceso del 5% en la cosecha comunitaria, hasta alcanzar unas 865.000 toneladas.

Además de España, que aporta más de la mitad de la producción, el otro gran país productor de la UE-28 es Grecia, que en la campaña 2018/2019 redujo notablemente su producción (190.000 toneladas, 71.000 toneladas menos que en la campaña precedente, que fue muy buena para la producción de aceituna de mesa).

El tercer país en producción es Italia, con 40.000 toneladas en la campaña 2018/2019 (unas 20.000 menos que en la campaña anterior) y tienen también producciones de aceituna de mesa Portugal, Chipre, Francia y Croacia, pero su volumen de producción es considerablemente más bajo.



CONSUMO MUNDIAL

El consumo mundial de aceituna de mesa en la campaña 2017/2018 volvió a crecer, continuando la tendencia de campañas anteriores. Según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI), se consumieron en el mundo 2,73 millones de toneladas, de los cuales casi 2 millones se consumieron en los países productores, con la Unión Europea a la cabeza.

Sin embargo, debido a los problemas de comercialización de la aceituna en Estados Unidos, el consumo mundial se redujo en la campaña 2018/2019, según las mismas fuentes. Para el COI, en esta campaña se consumirán 2,6 millones de toneladas, la mayor parte en los países productores.

En la UE-28 el consumo de aceituna de mesa crece de año en año. En la campaña 2017/2018 se situó, según el COI, en 586.000 toneladas (un 2,4% más) y en la campaña 2017/2018 alcanzó las 588.500 toneladas, el volumen más alto de los últimos años.

España es el primer país de la Unión Europea en consumo de aceituna, seguido de Chipre, Malta y Grecia.

En España según el Panel de Consumo Alimentario, que publica el Ministerio de Agricultura, el consumo en los hogares de aceitunas de mesa en 2018 creció un 0,3%, aunque en valor aumentó debido a la subida de precio. El consumo medio por persona y año se situó en 2,52 kilos y el gasto en 7,67 euros. El consumo en los hogares supone alrededor del 75% del consumo nacional de aceituna de mesa y el resto es consumo en hostelería y restauración.



Fuera de la UE, destaca por su consumo per cápita países como Albania, Argelia, Turquía y Líbano. Asimismo, a menor escala son también grandes consumidores de aceituna Siria, Rusia, Argelia, Brasil, Irán, Marruecos, Jordania y Canadá.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

Además de ser el país con mayor consumo de aceituna de mesa de la Unión Europea, España es también el primer país exportador del mundo, con gran diferencia con respecto al resto.

En concreto, España exporta cerca del 30% del total mundial, por delante de Egipto, Grecia y Argentina, que son otros tres países que venden en el exterior gran parte de su producción.

Al igual que sucede con el aceite de oliva, el saldo de la balanza comercial del sector de la aceituna de mesa es claramente positivo.

Según los datos de la Dirección General de Aduanas, en 2018 (datos de todo el año natural, no sólo de la campaña de comercialización), las exportaciones de aceitunas de mesa de España, incluyendo los envíos a los países de la Unión Europea, alcanzaron la cifra de 292.750 toneladas (peso neto escurrido), un 5% menos que en el año anterior. Asimismo, el valor de la exportación se redujo también (un 4,2%), pasando de 737,2 millones de euros a 706. Todas las zonas descendieron excepto la Unión Europea (UE), que se mantuvo estable con 131.834 toneladas (un 0,36% más).

La causa de esta caída de las exportaciones fue el mal comportamiento de la zona de Norteamérica, especialmente de Estados Unidos que debido a los aranceles impuestos por el Gobierno rebajó sensiblemente sus compras de aceituna española. En concreto, pasaron de importar 73.277 toneladas a sólo 61.475 toneladas en un año.

Además de Estados Unidos, en 2018 también fueron menores las ventas de Francia (5%), Rusia (8,3%) y Brasil (18,7%), tres destinos importantes para la aceituna de mesa.

Asimismo, en 2018 retrocedieron las ventas a los Países Árabes, pasando de 30.415 a 29.700 toneladas; a los Países del Este y Balcánicos, que registraron un total de 25.000 toneladas (un 8,5% menos) y a la zona de Centro y Sudamérica, adonde se exportaron 11.462 toneladas (8,42% menos que en 2017).

Entre los países que aumentaron sus compras de aceituna en el año 2018 destacó Arabia Saudí (un 7% más con 18.026 toneladas) y el Reino Unido (12% más hasta 13.300 toneladas).

España exporta aceitunas de mesa a más de 150 países, entre los que destacan Estados Unidos y los países de la UE (Italia, Francia y Alemania).

Por variedades, las aceitunas que más se exportaron son hojiblanca (cerca de la mitad de las ventas totales) y manzanilla (36%, aunque va ganando peso de año en año). Más de la mitad de la aceituna exportada es verde y el resto negra. Por su lado, en cuanto a las presentaciones de las aceitunas, predominan las rodajas (más del 30%) y las rellenas (cerca del 30%).

Al disponer de aceitunas de gran calidad y en cantidad suficiente, la importación nunca ha sido relevante en este sector. Sin embargo, en algunas campañas la cifra de importación ha crecido respecto a otras, lo que se explica por la preocupación por parte de la industria en encontrar aceitunas a precios competitivos.

COMERCIO MUNDIAL

Respecto al comercio, según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la exportación media mundial en la campaña 2017/2018, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó las 659.500 toneladas (peso neto escurrido), un volumen superior al de la campaña anterior. Asimismo, en la campaña 2018/2019 las previsiones del COI apuntan a que se alcanzarán unas exportaciones totales de 638.000 toneladas.

España es el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, seguido a gran distancia por Egipto, Marruecos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial de aceitunas de mesa está compuesto por 396 entamadoras y 260 envasadoras. Andalucía acapara al 53% de las primeras y al 41% de la segundas, seguida por Extremadura, con cuotas del 25% y del 14%. A bastante distancia aparecen Aragón (9% en los dos casos) y Cataluña (4% y 8%). Murcia es relevante en el caso de las entamadoras (3% del total) y Madrid en el de las envasadoras (8%). El sector genera más de 8.000 empleos directos. A pesar del elevado número de operadores, últimamente se detectan fuertes procesos de concentración y modernización. El principal grupo del sector produce 70.000 toneladas anuales, con una facturación de 176 millones de euros, mientras que el segundo llega a 63.400 toneladas y 134 millones de euros y el tercero ronda las 60.100 toneladas y los 100 millones de euros. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS Y ENCURTIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Sovena España, S.A. *	765,00
Deoleo, S.A. – Grupo *	692,33
Borges Agricultura & Ind. Edible Oils, S.A. *	454,09
Urzante, S.L. *	245,00
F.J. Sánchez Sucesores, S.A. *	230,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	209,90
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	189,63
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. – Grupo *	173,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	167,09
Aceituna Cazorla, S.L.	115,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

España es el primer productor y exportador de aceitunas de mesa en el mundo. La demanda interna es completamente insuficiente para absorber los actuales niveles de producción, por lo que el comercio exterior constituye un factor esencial para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector. Durante el último ejercicio computado se exportaron más de 308.370 toneladas de aceitunas de mesa, por un valor de 740 millones de euros. Atendiendo al volumen exportado, se detecta un descenso interanual del 7,2%.

Nuestro país acapara el 30% de todas las exportaciones mundiales de aceitunas, seguido por Marruecos (13%), Egipto (12%), Turquía (11%), Grecia (10%), Argentina (10%), Perú (4%) y Portugal (2%).

Un 43% de todas las exportaciones españolas de aceitunas se dirigió a otros países de la Unión Europea. A continuación se sitúan Norteamérica, con un porcentaje del 28%, los países árabes (10%), los países balcánicos y del este de Europa (9%) y los países de Centro y Sudamérica (4%). España exporta aceitunas a más de 180 países. El principal mercado de destino ha sido Estados Unidos (24% del total), seguido por Italia (11%), Francia (8%), Alemania (7%), Rusia (6%), Arabia Saudí (5%), Portugal y Reino Unido (4% en cada caso), Canadá (3%) y Polonia (2%). Otros países que han recibido partidas significativas de aceitunas españolas han sido México, Brasil, Suecia, Holanda y Emiratos Árabes.

Las exportaciones hacia Estados Unidos se han visto amenazas por una importante subida de los aranceles aplicados por ese país a las aceitunas (básicamente aceitunas negras), que han pasado del 21,6% hasta el 34,8%, como media.

Las importaciones de aceitunas de mesa para el mercado español son muy poco relevantes y se sitúan en torno a unas 5.000 toneladas anuales. La principal partida es la formada por las aceitunas griegas de Kalamata, aunque también se reciben algunos envíos provenientes de Marruecos y, en ocasiones, de Argentina. ○



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 115,5 millones de kilos de aceitunas y gastaron 351,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,5 kilos de consumo y 7,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (1 kilo por persona y año), seguido de las aceitunas envasadas con hueso (0,6 kilos per cápita). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 33,8% del gasto, con un total de 2,6 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 18,1% y un total de 1,4 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	**115,5**	**2,5**	**351,2**	**7,7**
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	26,8	0,6	65,0	1,4
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	19,7	0,4	48,8	1,1
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	46,6	1,0	119,7	2,6
RESTO ACEITUNAS	22,4	0,5	117,7	2,6

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

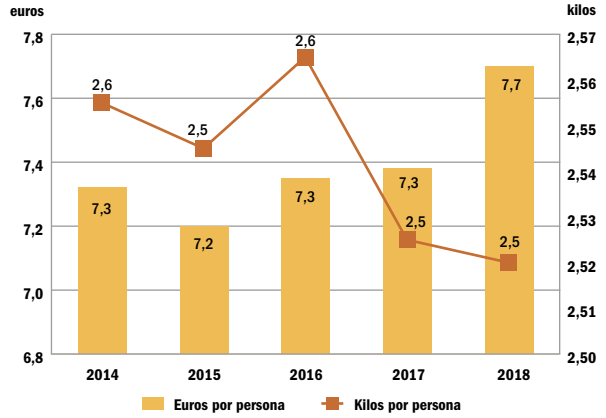
En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceitunas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceitunas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceitunas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceitunas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceitunas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Castilla-La Mancha y Navarra.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en los años 2014 y 2016 (2,6 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio (7,7 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITUNAS, 2014-2018

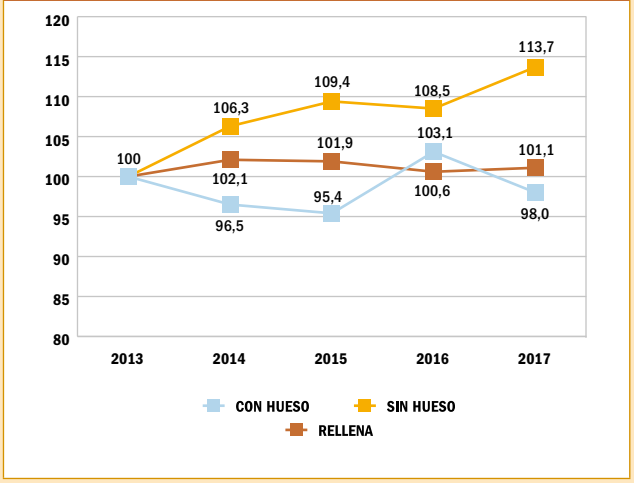




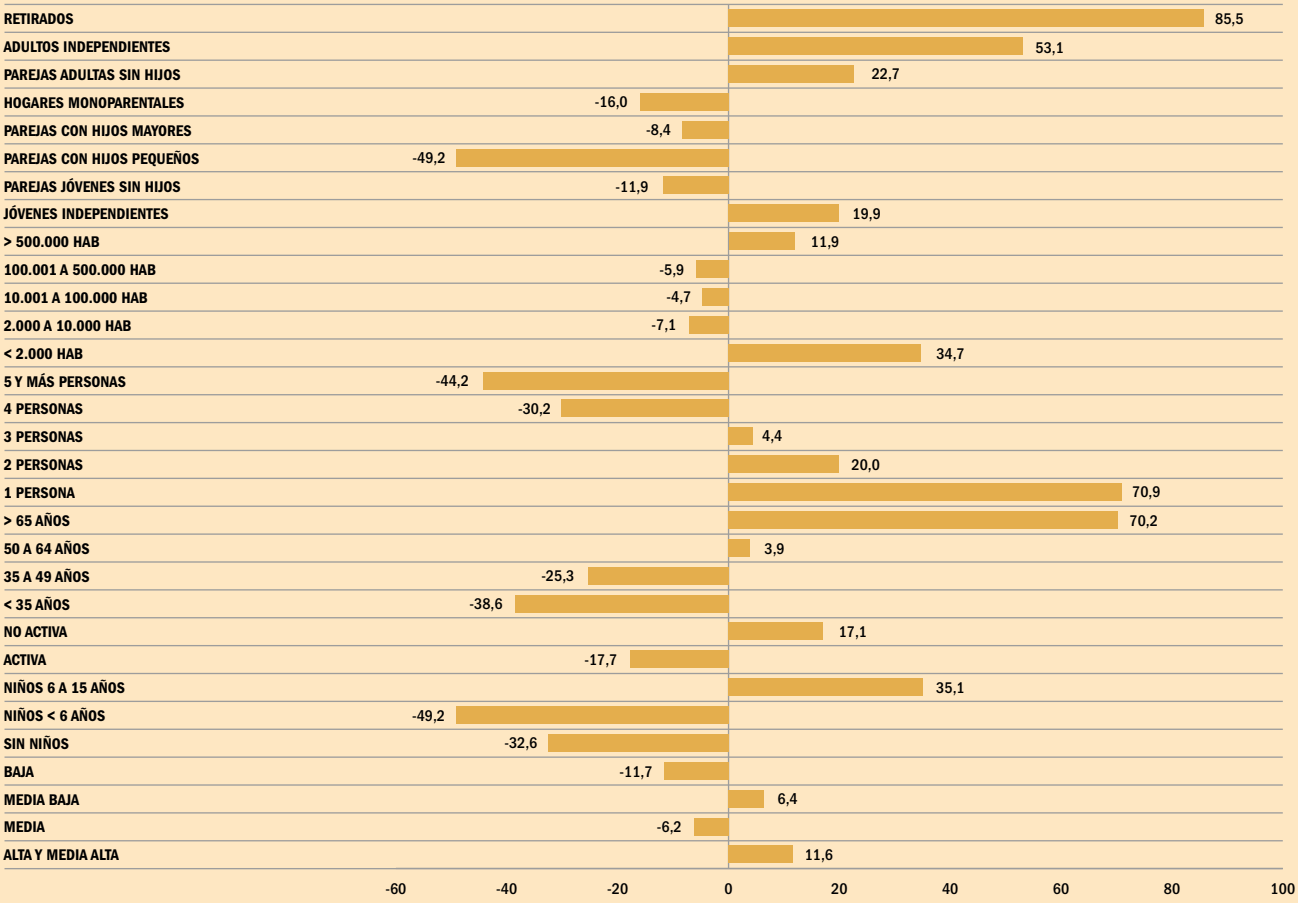


En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de aceitunas sin hueso y de aceitunas con hueso ha aumentado, mientras que en las aceitunas rellenas se ha producido un ligero descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITUNAS (2013=100), 2013-2017

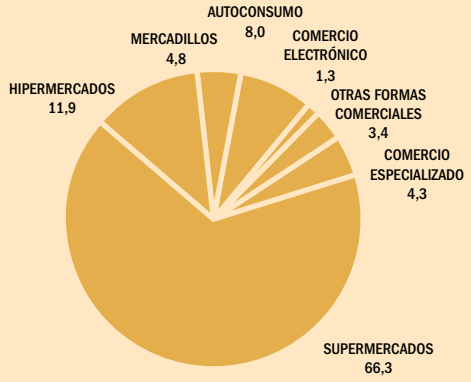


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITUNAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 2,5 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (66,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 11,9% y los establecimientos especializados llegan al 4,3%. El autoconsumo representa una cuota del 8%, los mercadillos acaparan el 1,5% y el comercio electrónico representa un 1,3%. Otras formas comerciales suponen el 3,4% restante.

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 25,2 millones de kilos de encurtidos y gastaron 84,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	25,2	0,6	84,7	1,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

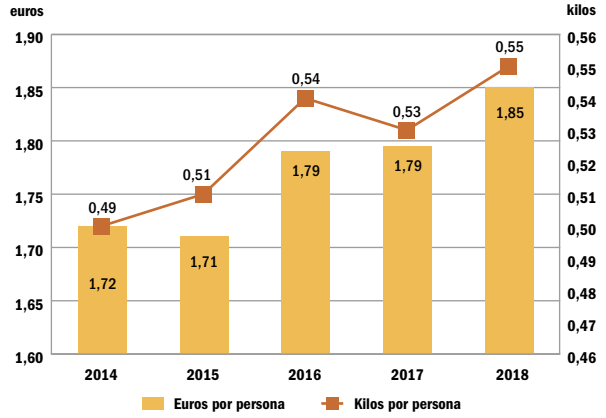
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de encurtidos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de encurtidos es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años el consumo de encurtidos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de encurtidos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de encurtidos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas y jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Comunidad de Madrid y Navarra presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Extremadura y Galicia.*



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,06 kilos por persona y el gasto se ha mantenido estable, con ligeras variaciones. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2018, con 0,55 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2018 con 1,85 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2014-2018

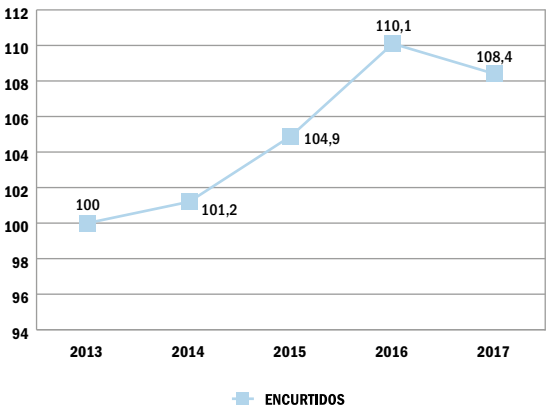




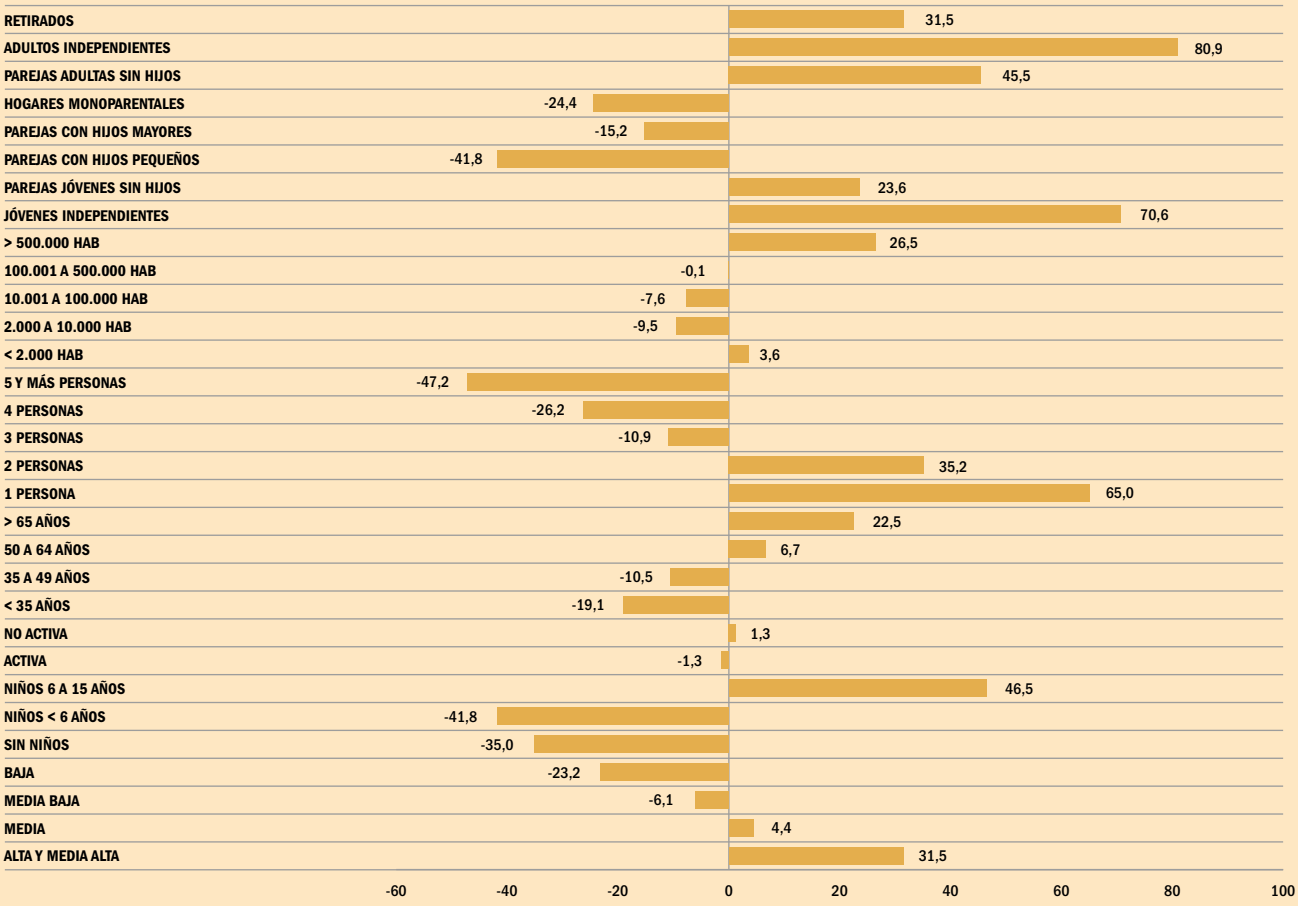


En el periodo 2014-2018 y respecto a la demanda de 2014, el consumo de encurtidos ha seguido una tendencia ascendente hasta el año 2016, produciéndose un pequeño descenso en el ejercicio 2017 pero que se ha recuperado durante el último año.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ENCURTIDOS (2013=100), 2013-2017

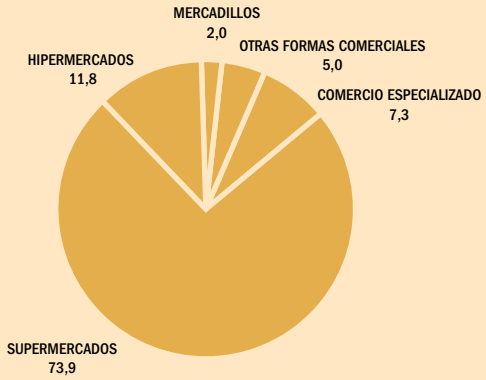


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ENCURTIDOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,6 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENCURTIDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (74% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 11,4% y los establecimientos especializados llegan al 3,6%. Los mercadillos representan el 4,7%, el comercio electrónico el 1,4% y otras formas comerciales el 4,9% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA



ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA ****

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

OLIVAS DE CASPE

CATALUÑA

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA
PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITUNAS

ISLAS BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

OLIVA DE MALLORCA *

MADRID

DENOMINACIÓN DE CALIDAD

ACEITUNAS DE CAMPO REAL



** Denominación en tramitación*

*****Protección Nacional Transitoria*

Aceitunas de Campo Real

DENOMINACIÓN DE CALIDAD

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de las Aceitunas de Campo Real está constituida por el municipio de Campo Real, en el sureste de la Comunidad Autónoma de Madrid.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado lo constituyen la variedad local Manzanilla de Campo Real y también está autorizada la Manzanilla Cacereña, que se caracterizan por su intenso color verde-pardo de gran calibre. Sus frutos son redondeados dos y de piel fina y con una textura en su pulpa muy firme. La forma de elaboración artesana es la que aporta características singulares a las aceitunas, que son rajadas longitudinalmente y después se someten a un proceso de curación, usando en su aderezo ajo, tomillo, orégano, hinojo, laurel y cilantro, dando como resultado un producto tradicional, de sabor único y original.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta denominación, en el Consejo Regulador figuran inscritas 14 empresas de elaboración que producen al año más de 3 millones de kilos, susceptibles de ser comercializados como Denominación de Calidad.

Aceituna Aloreña de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada en el suroeste de la provincia de Málaga y engloba a un total de 19 municipios: Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Alozaina, Ardales, El Burgo, Carratraca, Cártama, Casarabonela, Coín, Guaro, Málaga, Monda, Pizarra, Ronda, Tolox, Valle de Abdalajís y Yunquera, con una superficie total de 230.500 hectáreas. Se sitúa en la comarca, natural del Guadalhorce, incluida dentro del dominio de las cordilleras Béticas.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de una aceituna de mesa aliñada obtenida del fruto del olivo de la variedad aloreña. Con un calibre de entre 140-260 mm se considera una aceituna muy apreciada. La recolección debe ser manual, ya que es una aceituna muy sensible a los golpes y se daña fácilmente; una vez recolectadas, las aceitunas son partidas y puestas en salmuera. Tras unos días en esta salmuera, las aceitunas están listas para aliñarse con los aliños típicos de la zona: hinojo, tomillo, ajo y pimiento, que le dan ese característico aroma y sabor. La Denominación de Origen reconoce tres productos diferenciales según su grado de fermentación y amargor: aceitunas verdes frescas, tradicionales y curadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas unas 2.000 familias recolectoras, con una superficie de unas 23.000 hectáreas de olivar que producen unos 20.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 5.000.000 de kilos.

OLEAGINOSAS

Se denominan oleaginosas a una serie de plantas de cuya semilla se puede obtener aceite. El principal destino de estas plantas es la producción de aceite para consumo humano, pero también se destinan a la producción de piensos animales por su aporte de proteínas y a la producción de aceites industriales.

La planta oleaginosa más cultivada en el mundo es la soja, pero también son importantes las plantaciones de colza y girasol. Asimismo, también se consideran cultivos oleaginosas la palma (de la que se obtiene aceite), el maní y el lino, que también se utiliza en la industria textil.

El aceite de soja es el de mayor producción mundial, seguido del aceite de palma, colza y girasol. Estos aceites de semillas oleaginosas cubren la demanda mundial, junto con el aceite de oliva y las grasas animales. La gran ventaja de los aceites de semillas oleaginosas es que además de grasas producen también proteínas.

OLEAGINOSAS EN ESPAÑA

Las principales especies cultivadas en España son el girasol (familia de las compuestas), la colza y nabina (familia de las crucíferas) y, menos representativas, la soja (familia de las leguminosas), la camelina (familia de las crucíferas) y el cártamo (familia de las compuestas).

La producción española de semillas oleaginosas representa aproximadamente el 4% de la producción de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza.

De todas estas producciones oleaginosas, la que más superficie ocupa es el girasol, que se cultiva sobre todo en el secano y como alternativa al cereal.

La campaña de comercialización de estos sectores comprende desde el 1 de julio, al 30 de junio del año siguiente.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las oleaginosas se engloba dentro de los cultivos industriales, que registraron en 2018 un aumento de su producción en volumen del 12,3% y una caída de precios de 5,9%.

En España la producción de semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en el año 2016 un cambio de tendencia al alza, después de varias campañas en retroceso. En 2018 estos cultivos continuaron creciendo. Así, entre girasol, colza y soja se superaron en 2018 las 776.600 toneladas, un volumen inferior en un 6% al cosechado un año antes.

Este incremento fue posible gracias principalmente a la evolución de la cosecha de girasol, que es con mucha diferencia el cultivo oleaginoso más importante en España.

Así, en 2018 la cosecha de girasol llegó hasta 924.200 toneladas, un 4% más que en 2017. Por su lado, la colza registró un aumento de producción del 38% después de que el cultivo retrocediera un año antes en un porcentaje similar. Al final, se recogieron 196.000 toneladas. En los últimos años, la colza ha experimentado un gran desarrollo, especialmente en el centro del país.

Por su lado, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, fue en 2018 la única que descendió. En concreto,

PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
COLZA	149,4	225,0	141,9	196
GIRASOL	769,2	772,0	887	924,2
SOJA	4,1	3,0	4,8	4,2
TOTAL	**922,7**	**1.000**	**1.033,7**	**1.124,4**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE GIRASOL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	40.510	48.050	47.840	51.470
UE-28	7.882	8.739	10.403	9.959
ESPAÑA	**769,2**	**772,0**	**887**	**924,2**

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GIRASOL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	249,3	405,7	296,8
ARAGÓN	21,3	20,2	28,7
CASTILLA Y LEÓN	256	281	409,5
CASTILLA-LA MANCHA	160,8	142,4	150,7
EXTREMADURA	21,3	18,8	15,5
NAVARRA	6,7	7	7,5
OTRAS CC.AA.	57	12	16
TOTAL ESPAÑA	**772,0**	**887**	**924,2**

FUENTE: MAPA

se produjeron unas 4.200 toneladas, un 13% menos que en la campaña anterior.

BALANZA COMERCIAL DEFICITARIA

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador, con grandes variaciones mensuales, si bien en los últimos años las importaciones han ido descendiendo. El grueso de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros.

Por su lado, las exportaciones de España también se dirigen mayoritariamente a países terceros, aunque el porcentaje no es tan grande como el de las importaciones.

El subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas. En 2018 se mantuvieron las compras en volumen de habas de soja, hasta alcanzar los 3,4 millones de toneladas. Las exportaciones de haba de soja, fueron prácticamente testimoniales.

Asimismo, las importaciones del subgrupo de semillas de girasol, que representan el 9% en valor de todas las compras de oleaginosas, se redujeron un 14% con respecto a un año antes. Según datos de Aduanas, se importaron 396.400 toneladas.

OLEAGINOSAS EN LA UE

La UE es el principal productor mundial de colza, con Francia y Alemania a la cabeza. Precisamente la colza es la semilla oleaginosa que más se produce en la UE (casi el 59% del total), seguida del girasol y las habas de soja (a nivel mundial, la soja ocupa el primer puesto con mucha diferencia).

Actualmente no existen medidas de apoyo específicas para las semillas oleaginosas, pues cerca de dos tercios de lo que se consume en Europa cada año se produce también en la UE.

Sin embargo, para la alimentación animal la UE depende totalmente del mercado exterior, pues prácticamente la mitad de lo que se consume se tiene que importar a arancel cero desde terceros países.

A este respecto, las semillas oleaginosas se utilizan para alimentos, piensos, combustibles y para fines industriales. La trituración de las semillas oleaginosas proporciona aceites vegetales y harina. El aceite vegetal se usa generalmente en la industria alimentaria o para producir biodiesel, mientras que las comidas de semillas oleaginosas son un componente importante de la alimentación animal.

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	68.740	69.430	74.910	72.800
UE-28	21.814	20.102	22.020	20.022
ESPAÑA	**149,4**	**225,0**	**141,9**	**196**

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	26	26	39,8
ARAGÓN	8	8,3	10,3
CASTILLA Y LEÓN	112,1	40,3	52
CASTILLA-LA MANCHA	25,5	22	29
CATALUÑA	32,2	25	36
NAVARRA	16,1	13,3	16,4
OTRAS CC.AA.	31	33	52
TOTAL ESPAÑA	**225,0**	**141,9**	**196**

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	316.570	350.580	341.540	362.080
UE-28	2.371	2.481	2.672	2.828
ESPAÑA	**4,1**	**3,0**	**4,8**	**4,2**

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SOJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2016	2017	2018
CASTILLA Y LEÓN	0,8	0,8	0,5
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
EXTREMADURA	1,8	2,7	2,2
OTRAS CC.AA.	0,3	1,2	1,4
TOTAL ESPAÑA	**3,0**	**4,8**	**4,2**

FUENTE: MAPA

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)

IMPORTACIONES	2015	2016	2017	2018
HABAS DE SOJA	3.576,7	3.173	3.395,7	3.395
SEMILLAS DE GIRASOL	376,3	460,3	461,9	396,4
HARINA DE SOJA	29,5	36,8	45	40,7

FUENTE: DG Aduanas

La producción de cultivos oleaginosos en la Unión Europea durante el año 2018 alcanzó un valor, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, de 9.997 millones de euros, un 12% menos que en 2017, según datos de la Comisión Europea. El valor generado por estos cultivos representó el 4,9% de la Producción Vegetal final, así como también el 2,7% de la Producción Agraria final.

Alrededor de dos tercios de las semillas oleaginosas que se consumen en la UE cada año son de producción propia, pero la UE importa también cerca de la mitad de las harinas de semillas oleaginosas utilizadas anualmente en la alimentación animal.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros la producción de oleaginosas en 2018 superó las 32.809 toneladas, un 7% menos que en el año anterior. La mayor cosecha fue la de colza, seguida de la de girasol.

En concreto, la producción de girasol disminuyó un 4% y se situó en 9.959 toneladas. La UE es el tercer productor mundial de girasol, detrás de Ucrania y Rusia. Dentro de la UE, Rumania es el primer productor comunitario seguido de Bulgaria, Francia y Hungría. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que en relación con la superficie cultivada ocupa el tercer puesto, por detrás de Rumania y Bulgaria.

Por su lado, la producción comunitaria de soja se situó en 2,8 millones de toneladas, un 6% más según la Comisión Europea. En el año precedente también se había incrementado la producción comunitaria de esta oleaginosa. La superficie de soja en la UE es muy reducida y la mitad de la producción se localiza en Italia.

Finalmente, la producción de colza ascendió a 20.022 toneladas, un 9% menos que en la campaña 2017, año en el que la cosecha aumentó en el mismo porcentaje. Francia es la mayor productora de la UE, seguido de Alemania y del Reino Unido.

Además de estas producciones oleaginosas, en la UE se cosecha también lino oleaginoso (linaza). En este cultivo sí se aprecia un cierto retroceso en los últimos años.

En la Unión Europea existe un déficit de suministro externo de tortas de oleaginosas, que junto con las harinas de pescado contribuyen al suministro de los productos proteicos consumidos por la extensa ganadería comunitaria.

La demanda anual de este tipo de productos ronda los 50 millones de toneladas, mientras que la producción comunitaria no llega ni a cubrir el 20% de esa cantidad. Asimismo, también hay una nueva dependencia de las oleaginosas foráneas para la obtención de biodiesel.

Según datos de la Comisión Europea, en 2018 (datos de la campaña, de julio 2018 a junio 2019) se importaron 4,2 millones de toneladas de colza; 14,9 millones de toneladas de soja (8% más) y 506.0105 toneladas de girasol (un 7% menos).

A estas cantidades se sumaron las importaciones de aceites oleaginosas, especialmente de aceite de palma, que sumaron 8,7 millones de toneladas más. Asimismo, son importantes las importaciones de harinas de semillas oleaginosas, que en 2018 sumaron 21,5 millones de toneladas, un 7% menos que en el mismo período del año anterior.

En cuanto a las exportaciones, en la campaña 2018-2019 (julio 2018 a junio 2019), la UE exportó 3,5 millones de toneladas, entre semillas, harinas y aceites. El volumen exportado supuso una caída del 10% con respecto a la campaña precedente. ○

OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

A nivel mundial, la producción de girasol, soja y colza supone en torno al 80% de la producción de semillas oleaginosas y el 20% restante corresponde a las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

En 2018, la producción mundial de semillas oleaginosas se elevó por encima de los 601 millones de toneladas, un volumen muy superior al del año precedente (580,7 millones en la campaña 2017/18, según datos del Gobierno de Estados Unidos).

La mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de semillas de soja (362 millones de toneladas, un 6% más que un año antes). La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal.

Igualmente, la producción mundial de girasol aumentó un 8% con respecto al año anterior, situándose en 51,4 millones de toneladas.

Por el contrario, fue inferior a la de 2017 la producción mundial de colza (72,8 millones de toneladas, un 3% menos).

En cuanto a la producción de harinas oleaginosas, en la campaña 2018/19 se produjeron 336 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña precedente. También en este caso el grueso de la producción correspondió a la soja.

Finalmente, en esa misma campaña la producción mundial de aceites oleaginosos ascendió a 204 millones de toneladas, siendo el aceite de palma el grueso de esta producción y el que más se incrementó con relación a la campaña precedente. ○

ACEITES DE SEMILLAS

El mercado español de aceites envasados de semillas alcanzó durante 2018 unas ventas cercanas a las 353.810 toneladas, de las que más de 306.540 toneladas corresponden al aceite de girasol (86,6% del total). A mucha distancia se sitúan el aceite de semillas refinado (43.870 toneladas) y el aceite de soja (2.430 toneladas). Todos los otros aceites (algodón, colza, pepita de uva, maíz y cacahuete) tienen unos volúmenes de venta muy poco significativos. En términos generales, el aceite de girasol representa alrededor del 33% del mercado interno de aceite, mientras que todos los otros tipos alcanzan una cuota conjunta del 7%, del total, lo que deja al aceite de oliva, un importante porcentaje del 60% del consumo total de aceite de los españoles.

El valor de las ventas de semillas en el libreservicio llegó en el año pasado hasta los 206,4 millones, lo que supuso un descenso del 1,1% con respecto a las cifras del ejercicio anterior, mientras que en volumen se quedó en algo más de 190,9 millones de litros (-0,9%). El aceite de girasol acaparó el 92,1% del total en volumen y el 90,1% en valor. A continuación aparecen aceites



de otras semillas, con porcentajes respectivos del 7,5% y del 9,3%. Mucha menos importancia tienen las ventas de aceites de maíz (0,3% y 0,5%) y las de aceite de soja, con porcentajes por debajo del 0,1%. El aceite de palma se utiliza exclusivamente en la industria alimentaria y no está disponible en el canal alimentario. Se venden unas 190.000 toneladas anuales, aunque sus demandas han caído de manera significativa.

El comportamiento del aceite de girasol en el mercado español constituye la contrapartida de lo que ocurre con el aceite de oliva. Cuando este último incrementa sus ventas, las del otro disminuyen y lo mismo ocurre a la inversa. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales constituyen los dos rasgos principales del sector empresarial español de aceites de semillas. Ante la madurez del mercado interior, las exportaciones constituyen un elemento clave para la sostenibilidad de los principales grupos comercializadores de este tipo de aceites.

La principal empresa del sector registra una producción de 98.000 toneladas, de las que el 88% está compuesto por aceite de girasol. El segundo operador llega a las 36.650 toneladas (93% de aceite de girasol), el tercero ronda las 35.040 toneladas (97,3% de aceite de girasol), el cuarto se sitúa en las 34.000 toneladas (88,2% de aceite de girasol) y el quinto alcanza las 31.500 toneladas (92,1% de aceite de girasol). Entre las 11.500 y las 23.200 toneladas anuales aparecen otros cinco operadores. Las marcas de distribución son absolutamente hegemónicas en este mercado, ya que acaparan el 79,8% de todas las ventas en volumen y el 74,7% en valor. La primera oferta con marca de fabricante, por su parte, se queda en el 5,5% en volumen y el 7,7% en valor, mientras que la segunda llega al 3,2% y el 3,8% respectivamente y la tercera se queda en el 2,9% en volumen y el 3,6% en valor. ○

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	98.000
Grupo Ybarra-Migasa	36.250
F. Faiges, S.L.	35.044
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	34.000
Urzante, S.L.	31.500
Aceites Abril, S.L.	23.193
Deoleo, S.A.	17.697
Cargill, S.L.	15.000
Grupos Borges	13.045
Coreysa, S.A.	11.466

Datos de 2017

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de aceites de semillas se han convertido en la auténtica válvula de escape para facilitar la comercialización de los excedentes de producción, ya que la demanda interna resulta incapaz de absorber la oferta generada por las principales empresas del sector. Durante 2018 se exportaron algo menos de 294.330 toneladas de aceites de semillas. Esa cifra muestra un incremento interanual del 2,4%:



El aceite de girasol constituye la principal partida exportada, con el 62,1% del total. En segundo lugar aparecen los aceites de otras semillas (13,3%), seguidos a corta distancia por los aceites de maíz (12,7%) y de soja (11,9%). El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas es Francia (19,4% del total), seguida por Portugal (16,8%), Sudáfrica (13,8%), Marruecos (6,8%) y Corea del Sur (4,3%). Por lo que hace referencia a las importaciones, éstas alcanzaron las 141.190 toneladas, un 5% menos que en el año anterior. La principal partida importada es la de aceites de otras semillas, con el 72,8% del total. A continuación aparecen los aceites de girasol (25,7%), mientras que los aceites de soja y maíz presentan unas cifras muy reducidas. Los principales proveedores de aceites de semillas para el mercado español son Indonesia (35,6%), Francia (13,6%), Holanda (13,3%) y Malasia y Alemania (9,7% en cada caso).

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 191,9 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 227,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 4,2 litros de consumo y 5,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,8 litros por persona y año), seguido del aceite de semilla (0,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 80,0%, con un total de 4 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 12,0% y un total de 0,6 céntimos de euro por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	**191,9**	**4,2**	**227,6**	**5,0**
ACEITE DE GIRASOL	172,9	3,8	184,3	4,0
ACEITE DE MAIZ	0,7	0,0	1,3	0,0
ACEITE DE SOJA	-	-	-	-
ACEITE DE SEMILLAS	13,6	0,3	29,6	0,6
ACEITE DE ORUJO	4,7	0,1	12,4	0,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

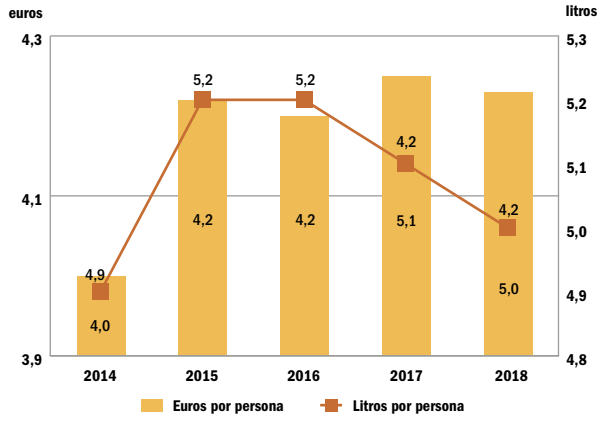
- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media alta tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceites que no son de oliva es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceites que no son de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Extremadura y Comunidad de Madrid.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

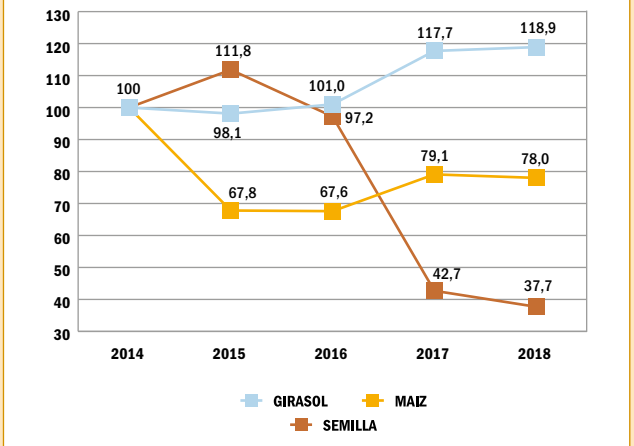
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceites que no son de oliva se han mantenido bastante estable por persona y el gasto ha subido 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se cifra en 4,2 ligros durante varios años (2015 a 2017), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2015 y 2016 (5,2 euros por consumidor).

En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de aceite de girasol aumenta y, por el contrario, en aceite de maíz y en aceite de otras semillas se produce un descenso.

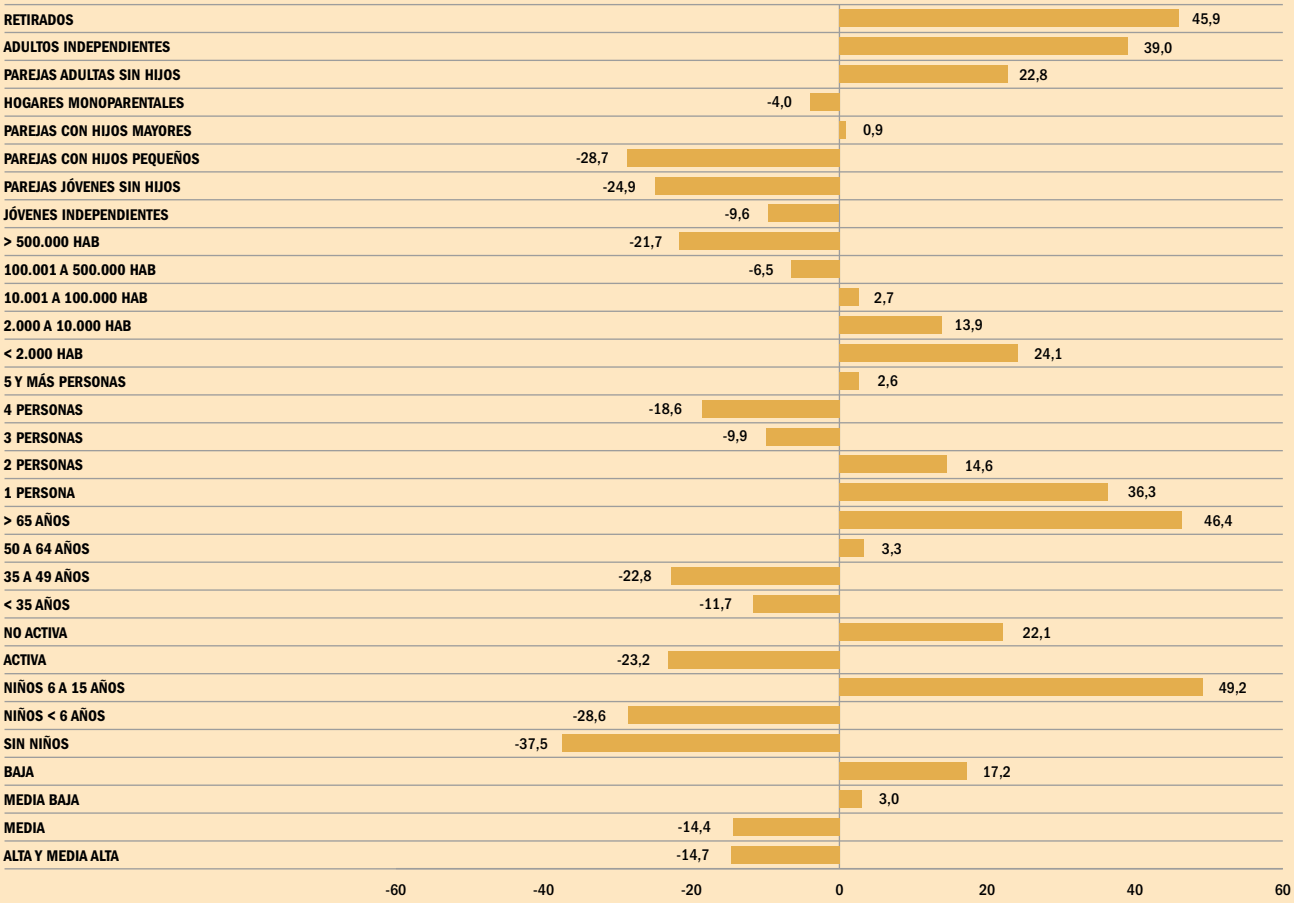
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN OTROS ACEITES, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE OTROS ACEITES (2014=100), 2014-2018

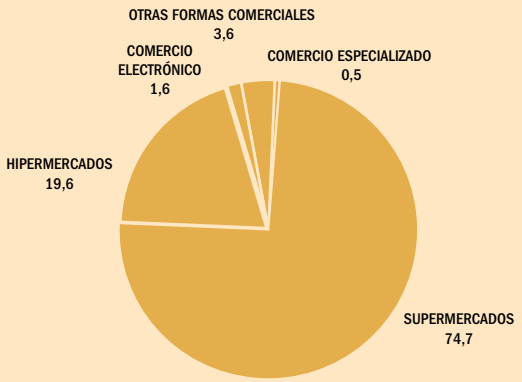


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 4,2 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (74,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,6%, seguido del comercio especializado, con 0,5%. El comercio electrónico con 1,6% y las otras formas comerciales con 3,6% completan la cuota restante.

MARGARINA

Las ventas de margarina en España registran un descenso continuado que tiende a ser muy agudo durante los últimos tiempos. Durante los últimos tres años, el valor de sus ventas cayó en un 16,4%, quedando en unos 87,4 millones de euros. Las pérdidas en volumen fueron de un algo más moderado 13,2%, rondando en la actualidad los 26,9 millones de kilos.

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 29,4 millones de kilos de margarina y gastaron 93,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2,0 euros de gasto



Son las margarinas vegetales/ girasol las que parecen mostrar un comportamiento menos malo y controlan alrededor del 81% de todas las ventas de este mercado. A bastante distancia se sitúan las margarinas de oliva (9,3%), maíz (5,8%), el resto de margarinas (4%) y las de soja (0,1%). Las margarinas normales acaparan el 89,1% de todas las ventas, mientras que las ligeras representan el restante 10,9%.

Las malas perspectivas de este mercado han provocado que el líder sectorial, una importante multinacional, haya vendido su negocio de margarinas, con el que operaba en 66 países, con una cifra de negocio de más de 3.030 millones de euros. Las marcas de distribución representan el 21,2% del total de ventas en volumen y el 13,1% en valor.



CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 29,4 millones de kilos de margarina y gastaron 93,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2,0 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	**29,4**	**0,6**	**93,5**	**2,0**
MARGARINA LIGHT	5,1	0,1	12,3	0,3
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	0,2	0,0	0,9	0,0
MARGARINA ENRIQUECIDA	19,7	0,4	56,9	1,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

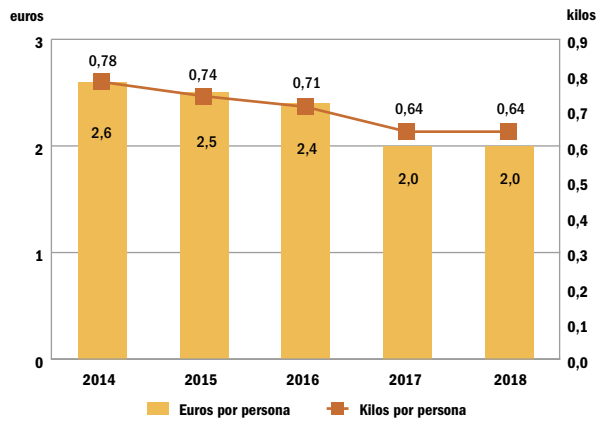
- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de margarina es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de margarina es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de margarina, mientras que los índices son más reducidos en las viviendas formadas por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de margarina, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Extremadura y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, La Rioja y Aragón.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

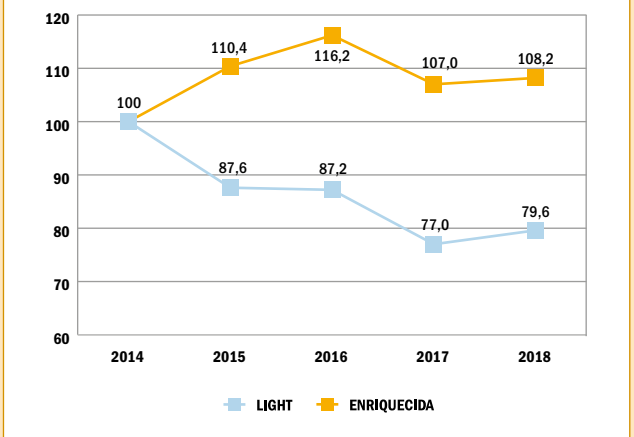
Durante los últimos cinco años, el consumo de margarina se ha mantenido estable, con un pequeño repunte en el ejercicio 2014, mientras que el gasto ha caído 60 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2014 (0,78 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2014 (2,6 euros por consumidor).

En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de margarina enriquecida aumenta, mientras que en margarina light se produce un descenso.

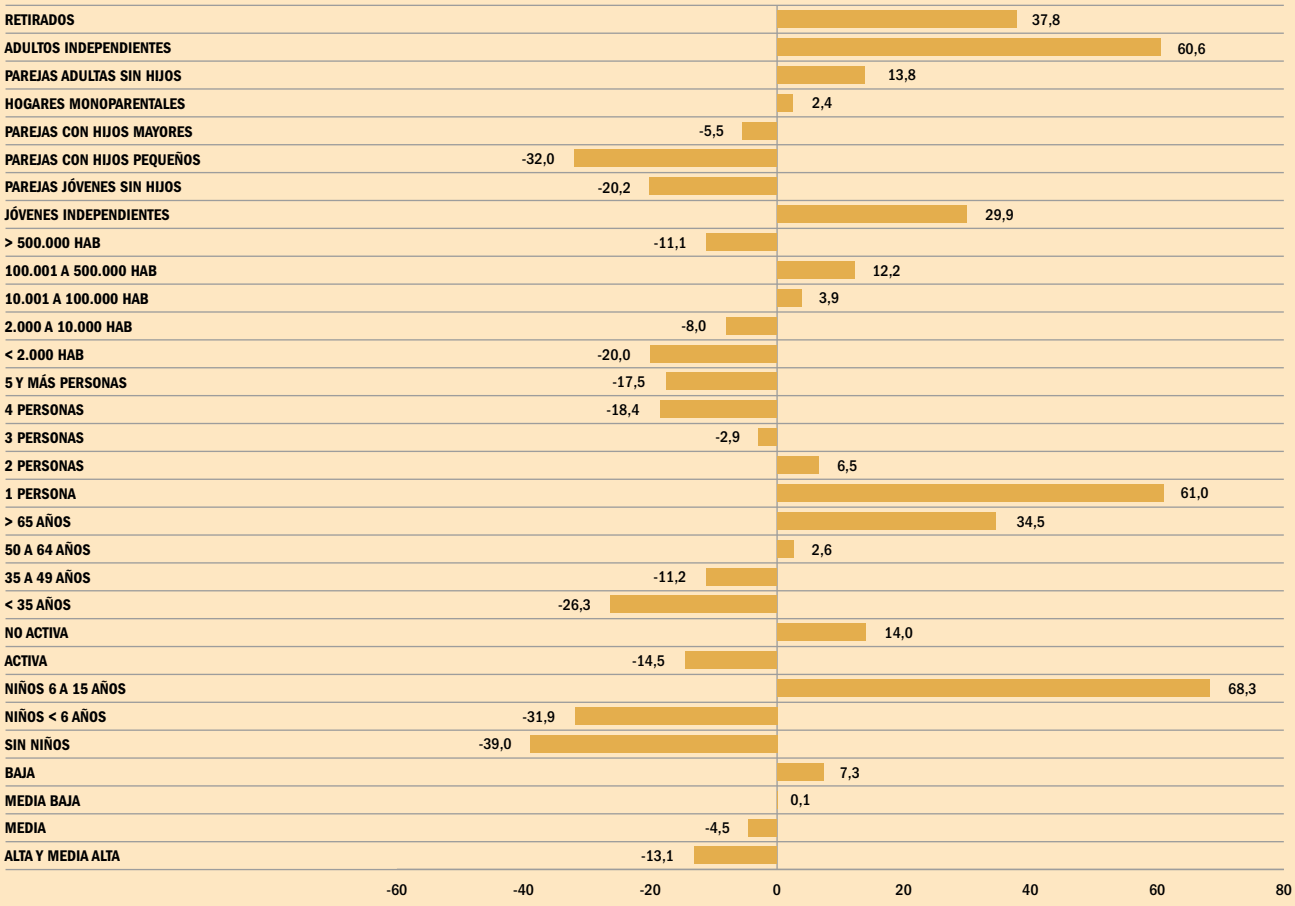
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MARGARINA, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MARGARINA (2014=100), 2014-2018

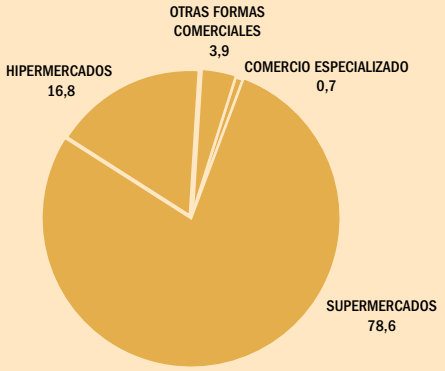


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MARGARINA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,6 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (78,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 16,8% y los establecimientos especializados llegan al 0,7%. Las otras formas comerciales suponen el 3,9% restante.

AZÚCAR

Históricamente, la producción de azúcar va unida al cultivo de la caña, pues la extracción del azúcar de la remolacha azucarera no se desarrolló hasta principios del siglo XIX. Ese desarrollo sirvió para garantizar en Europa continental una cierta independencia respecto al abastecimiento de azúcar.

También en España no fue hasta finales del siglo XIX cuando se empieza a considerar el inicio de una industria azucarera propiamente dicha.

Con el paso del tiempo, se han ido alcanzado mayores rendimientos por hectárea debido a la tecnificación del cultivo de la remolacha, la utilización de semillas mejoradas, el control de plagas y enfermedades, etc. ●

CAÑA Y REMOLACHA

Los dos cultivos que mayoritariamente se destinan en el mundo a la producción de azúcar son la caña y la remolacha. Aproximadamente, más del 80% del azúcar que se consume procede ya de la caña azucarera, pues el cultivo de la remolacha va perdiendo peso de año en año, aunque en Europa sigue siendo el principal.

A este respecto, en España la única materia prima de la que se obtiene el azúcar es la remolacha azucarera, pues la caña dejó de cultivarse hace ya muchos años.

La remolacha es una planta de ciclo bianual. En el año de siembra forma un abundante aparato foliar y acumula sacarosa en la raíz principal, mientras que en el segundo año, tras la "vernalización", emite las flores y fructifica. Para la producción de azúcar interesa sólo la fase vegetativa (primer año), siendo lo adecuado recolectar cuando tiene lugar el máximo de acumulación de sacarosa en la raíz.

De la remolacha, que está compuesta por un 75% de agua y un 18% de azúcar, se obtienen también otros subproductos que suponen un alto valor añadido para la alimentación animal y vegetal.

Así, por ejemplo, la pulpa de remolacha prensada se utiliza como alimento para el ganado porque es rica en fibra y vitaminas. Puede consumirse bien como un producto fresco o bien conservarse ensilada durante meses tras ser secada en secaderos o mediante secado solar.

El ensilado de la pulpa facilita el almacenamiento y la distribución a lo largo de todo el año, contribuyendo a desestacionalizar la disposición del mismo y a dotarlo de mejores cualidades organolépticas

Mientras que la remolacha es un cultivo más propio de países situados en climas más templados e incluso fríos, la caña de azúcar se cultiva principalmente en países de clima tropical. ○

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016/2017	2017/2018	2018/2019
REMOLACHA	3.014	3.292,7	2.870,5
AZÚCAR PRODUCIDO	468,24	552,1	390,7

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
MUNDO	179.564	194.496	185.691
EU-28	18.313	21.350	17.639
ESPAÑA	468,24	552,1	390,7

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016/2017	2017/2018	2018/2019
ANDALUCÍA	661	655,24	699,66
CASTILLA Y LEÓN	2.037	2.299	1908,1
LA RIOJA	143,2	130,4	111,7
NAVARRA	16,5	43,9	39,9
PAÍS VASCO	156,7	164,2	111,2
OTRAS CC.AA.	1	0,1	0,1
TOTAL ESPAÑA	**3.014**	**3.292,7**	**2.870.5**

Fuente: MAPA

PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL AZÚCAR

El proceso de producción del azúcar consiste en su extracción de la pared celular de la remolacha o de la caña, a base de agua muy caliente a contracorriente.

Por su parte, el proceso de depuración del color, consiste en la eliminación de aquellas partes consideradas "no azúcares", y

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte del país y se recoge en los meses de otoño e invierno. No obstante, también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en las regiones productoras del sur

se realiza a partir de la aplicación de coadyuvantes tecnológicos que no están presentes en el producto final.

En función del grado de depuración del color se obtiene un producto más o menos blanco o incluso moreno en diversas coloraciones.

En la industria alimentaria se utilizan muchos azúcares, no solo la sacarosa. El uso alimentario de los distintos tipos de azúcares se encuentra regulado en la Directiva 2001/111/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001 (LCEur 2002, 54) recogida en el derecho español en el Decreto 1052/2003, de 1 de agosto. RCL 2003\2004).

Además de azúcar, los principales productos que se obtienen de la caña son las melazas y el bagazo. Las melazas se forman al final del proceso de cristalización del azúcar, debido a que no toda la sacarosa contenida en los jugos de la caña resulta cristalizable (lo mismo ocurre en la remolacha) a casusa de que contiene lo que se conoce como impurezas salinas y proteicas. Por su lado, el bagazo, se quema en las calderas de las azucareras para la producción de energía que se consume en la propia azucarera. ○

LA REMOLACHA EN ESPAÑA

La remolacha azucarera se cultiva en España en los campos de Castilla y León, Andalucía, La Rioja y el País Vasco, aunque hace años también había cultivo en otras regiones.

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en el año 2018 se incrementó hasta las 35.300 hectáreas, un 4% menos que en 2017. De esta cifra total, 27.700 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur del país.

Los agricultores de Castilla y León tienen los mejores rendimientos por hectárea de toda la Unión Europea, con unas 104 toneladas por hectárea. Esta región es también la que más superficie destina al cultivo de la remolacha.

En la campaña 2017/18, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 3,29 millones de toneladas, un volumen superior en un 9% al producido en campaña anterior, en la que por el contrario se redujo la producción.

Por su parte, en la campaña 2018/19 la producción de remolacha fue por el contrario inferior a la precedente: 2,87 millones de toneladas.

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte del país y se recoge en los meses de otoño e invierno. No obstante, también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en las regiones productoras del sur.

Diferenciando por comunidades, de la producción total de remolacha en la campaña 2018/19 correspondieron a Castilla y León el 66% de la producción nacional; a Andalucía el 24%; a La Rioja el 4%; al País Vasco el 4% y a Navarra el 2%. ○



PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE AZÚCAR

Al año se utilizan en España cerca de 1,3 millones de toneladas de azúcar. La producción de azúcar de remolacha de cultivo nacional sólo permite suministrar unas 400.000 toneladas, por lo que es necesario importar gran cantidad de azúcar.

En este sentido, la industria tiene que importar azúcar procedente de la caña de otros países donde se dan las condiciones climatológicas para su cultivo, pues hace mucho tiempo que no hay caña en la Península Ibérica.

Asimismo, otros productores europeos también venden sus producciones en nuestro país para satisfacer las necesidades de demanda.

En la campaña 2017/18 la producción nacional de azúcar quedó en 552.100 toneladas, un 18% más que en la campaña precedente, según los datos manejados por la Comisión Europea, que hacen referencia a la producción en campaña, sin sumar o restar el saldo de la campaña anterior.

Por su parte, en la campaña 2018/2019 la previsión de la Comisión apunta a una producción de azúcar en España cercana a las 390.700 toneladas, muy inferior a la anterior.

En cuanto al comercio exterior, España es claramente deficitaria en el sector del azúcar. Las importaciones son muy superiores a las exportaciones, pero en 2018 esa diferencia se agudizó pues además descendieron las ventas al exterior.

Según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, se importaron 1,13 millones de toneladas de azúcar (caña, remolacha, otros azúcares y melaza), frente a 1,18 millones de toneladas en 2017. El valor de esas compras fue de 461,9 millones de euros, frente a los 581 millones del año anterior.

Respecto a las exportaciones, en volumen pasaron de 133.257 toneladas a 126.697 toneladas en 2018. El valor de estas ventas totales fue de 64,7 millones de euros, 16 millones menos que un año antes. ○

AZÚCAR EN LA UE

En el último lustro la superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en la Unión Europea se ha mantenido en torno a los 1,4 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2018/19 esta cifra se incrementó hasta 1,65 millones hectáreas como consecuencia del fin de las cuotas de producción, que dejaron de estar en vigor a partir de la campaña 2017/18 (el 30 de septiembre de 2017).

En la Unión Europea, la producción de azúcar tiene mucha más importancia económica que en España. De hecho, la Comisión Europea separa esta producción agrícola del resto de cultivos industriales a la hora de calcular su aportación a la renta agraria anual, algo que en España no se hace pues se incluye dentro de los llamados "cultivos industriales".

Así, en el año 2018 la remolacha azucarera aportó a la Producción Final Agraria de la UE un 0,75%, mientras que su aportación a la Producción Final Vegetal fue del 1,3%. El valor generado por la producción de remolacha azucarera a efectos de calcular la renta agraria comunitaria fue de 2.746 millones de euros, cuando un año antes había superado los 3.612 millones de euros.

Todo el azúcar que se produce en la UE proviene del cultivo de la remolacha, pues la caña de azúcar prácticamente ha desaparecido, con excepción de la producción de los territorios franceses de ultramar. Por ello, la Unión Europea es el mayor productor mundial de azúcar de remolacha, con alrededor del 60% del total mundial.

La mayor parte de la remolacha azucarera de la UE se cultiva en la mitad norte de Europa, donde el clima es más adecuado para el cultivo. Los campos de producción son más competitivos en el norte de Francia, Alemania, Reino Unido y Polonia, pero en los últimos años España ha conseguido tener mejores rendimientos por hectárea sembrada.

La UE también tiene una importante industria del refinado del azúcar de caña en bruto, que tiene que importar de países terceros para luego transformarla.

Hace años, la producción de azúcar en la UE estaba regulada por un sistema de cuotas que limitaban la producción de cada Estado miembro y que desapareció al iniciarse la campaña 2017/2018. Hasta entonces, la cuota total de producción de la UE-28 era de 13,5 millones de toneladas de azúcar, que se dividía entre los diecinueve Estados miembros que producen azúcar.

La producción comunitaria de azúcar en la campaña 2017/2018 aumentó hasta los 21,3 millones de toneladas, lo que supuso un incremento en volumen del 17% respecto a la campaña anterior, según los datos publicados por la Comisión Europea.

Por su lado, en la campaña 2018/19 volvió a bajar la producción comunitaria de azúcar hasta 17,62 millones de toneladas, un 17% menos.

Por países, Francia y Alemania lideran la producción comunitaria de azúcar con mucha diferencia respecto al resto. También es importante la producción en Polonia, Reino Unido y Países Bajos.

Con relación al consumo de azúcar en la UE, en la campaña 2017/18 se destinaron 18 millones de toneladas de azúcar a ese fin en la UE y las previsiones para la campaña 2018/19 apuntan a que este volumen se reducirá hasta los 17,6 millones de toneladas. Del total previsto, el grueso es para el consumo humano y el resto es para usos industriales.

Estos datos convirtieron a la UE en el segundo consumidor mundial de azúcar, por detrás de India, que consume más de 25 millones de toneladas de azúcar al año.

Con respecto al comercio exterior, las importaciones de azúcar y productos procesados relacionados con el azúcar ascendió en la campaña 2017/18 a 1,84 millones de toneladas, mientras que para la campaña siguiente (2018/19) las previsiones apuntan a que las ventas exteriores aumentarán hasta los 2,26 millones de toneladas.

Por su lado, las exportaciones en la campaña 2017/18 rondaron los 4,9 millones de toneladas, que se rebajarán a 3,25 millones en la campaña siguiente, según los datos de la Comisión.

La UE se ha convertido en un importador neto de caña y azúcar para abastecer las necesidades del mercado interno. De hecho, es junto a China e Indonesia, los países que más azúcar de caña en bruto importan. Principalmente, la UE importa caña de azúcar para refinar procedente fundamentalmente del área ACP (África, Caribe y Pacífico) y, en menor medida, de los países menos adelantados (PMA) en virtud de acuerdos preferenciales.

Además de importar azúcar de caña, la UE tiene que comprar fuera anualmente melazas y pulpas derivadas de la remolacha azucarera para alimentación animal y para la industria química. ○

EL AZÚCAR EN EL MUNDO

Mientras en Europa y en España el cultivo de la caña de azúcar ha desaparecido, a nivel mundial la producción de azúcar de caña ha aumentado significativamente en detrimento de la de remolacha.

Por su parte, la producción mundial de azúcar en la campaña 2017/18 se situó en 194,5 millones de toneladas, un volumen superior en un 9% al de la campaña precedente.

Asimismo, la producción mundial de azúcar para la campaña 2018/19 ascendió a más de 185,6 millones de toneladas, un 4,6% menos que en la anterior también. Con estas cifras de producción se recupera el nivel que había en las últimas campañas.

A nivel mundial los dos países que más azúcar producen son India y Brasil, que dependiendo de las condiciones climáticas o de la demanda de caña de azúcar para la producción de biocombustibles se alternan en la primera posición del ranking mundial.

En la campaña 2018/19, India fue el primer país productor con 33 millones de toneladas de azúcar centrifugado y Brasil fue el segundo con 29,5 millones de toneladas. El tercer puesto lo ocupó la Unión Europea (tradicionalmente es así) y por detrás de los comunitarios se encontraba Tailandia, China, Estados Unidos, México y Rusia.

En relación con el consumo, al contrario que en Europa, a nivel mundial se está comprobando de año en año un aumento progresivo del uso del azúcar (un 2% anual), especialmente en los países en desarrollo. Las estimaciones apuntan a que el consumo mundial se sitúa ya en torno a 176 millones de toneladas.

India es también el primer país en consumo de azúcar en alimentación humana, con cerca de 28,5 millones de toneladas. El segundo puesto lo ocupa la Unión Europea, con 18,5 millones de toneladas, y el tercero China con 15,8 millones de toneladas. ○

USOS DEL AZÚCAR

Esencialmente, el azúcar es un endulzante de origen natural, constituido por sacarosa pura cristalizada. El azúcar es de color traslúcido, blanco al ojo humano y con el efecto de la luz. Está presente en la caña de azúcar o en la remolacha azucarera, de los que se extrae a nivel industrial.

En sus diversas formas (líquido, en grano, etc.), el azúcar es un ingrediente de calidad fácilmente reconocible por los consumidores. Su papel en el mundo de la industria alimentaria es muy importante, pues además de endulzar y aportar energía al cuerpo, tiene otras muchas propiedades. Así, por ejemplo, el azúcar tiene la capacidad de conservar los alimentos, contribuye a los procesos de fermentación y también tiene capacidad de humedecer, entre otras muchas. Actualmente no existe ningún ingrediente que por sí mismo sea capaz de reemplazar todas estas funciones. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Existen únicamente dos empresas productoras de azúcar en España. El líder sectorial, aunque fue creado en 1903, forma parte en la actualidad de un gran grupo multinacional que tiene 6 compañías de azúcar repartidas entre Europa, Asia, América y África. Se trata del principal productor de azúcar a nivel mundial. En nuestro país produce alrededor de 700.000 toneladas de azúcar anuales y registra unas ventas que se acercan a los 395 millones de euros. Genera unos 1.400 puestos de trabajo entre empleos directos e indirectos.

La segunda empresa es la cooperativa Acor, fundada en 1962, que agrupa a más de 4.000 socios agricultores, y que actualmente tiene presencia en los sectores de producción y comercialización de azúcar, aceites alimentarios, biodiesel, distintos productos destinados a la alimentación animal (pulpa, melazas enriquecidas, harinas de colza y girasol) y energía eléctrica renovable. En la última campaña ha recogido 902.000 toneladas de remolacha. En total, la cooperativa puede retener 190.000 toneladas de azúcar para su venta a lo largo del año. Sus ventas anuales rondan los 180 millones de euros anuales. El resto de las empresas del sector trabajan con azúcar importada y constituyen una mezcla de empresas especialistas españolas y de filiales de compañías multinacionales. El tercer operador registra unas ventas de 173 millones de euros, el cuarto se acerca a los 70 millones de euros y el quinto ronda los 68 millones de euros.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	465,36
Zukan, S.L. *	296,16
Acor & Tereos Iberia, S.A.	195,00
Idilia Foods, S.L. *	173,79
Jesús Navarro, S.A. *	70,65
Comercial Javier Casado, S.L. *	25,00
Cortes Bartolomé, S.L. *	13,50
Promoción Mercantil Catalana, S.A. (Promerca) *	11,11
Beneo Ibérica, S.L. *	10,50
Café Ortega, S.A.*	6,70

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial del azúcar es muy desfavorable para nuestro país y la supresión de las cuotas de producción parece haber agudizado esa situación. Las importaciones de azúcar durante el último ejercicio computado llegaron hasta 1,3 millones de toneladas, un 10,3% más que en el ejercicio anterior, por un valor de 671,8 millones de euros (+21,5%), mientras que las exportaciones se quedaron en 195.150 toneladas, con una reducción interanual del 33%, y 118,6 millones de euros (-27,8%). El 60% de las importaciones españolas de azúcar proceden de la Unión Europea. Nuestros tres principales proveedores de azúcar son Francia, Portugal y Cuba. En el caso de las exportaciones, un 90% del total exportado se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que ocupan los primeros lugares Portugal y Francia.

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR



Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron un total de 151,3 millones de kilos de azúcar y gastaron 137,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,3 kilos de consumo y 3,0 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el consumo total en hogares alcanzó los 4,0 millones de kilos y se gastaron 56,0 millones de euros en este producto; en términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,2 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL AZÚCAR	**151,3**	**3,3**	**137,2**	**3,0**
TOTAL EDULCORANTE	**4,0**	**0,1**	**56,0**	**1,2**
STEVIA	**0,6**	**0,0**	**17,9**	**0,4**

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

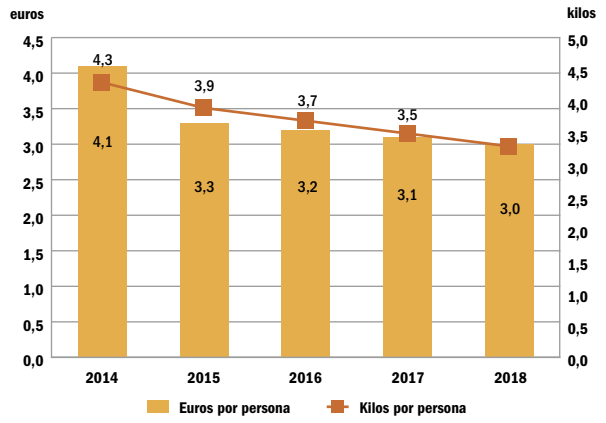
- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de azúcar, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de azúcar es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de azúcar es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de azúcar, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de azúcar, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de más de 500.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y Baleares cuentan con los mayores consumos de azúcar mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Cataluña y Comunidad de Madrid.*



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de azúcar ha descendido 1 kilo por persona, mientras que el gasto ha caído 1,1 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2014 (4,3 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2014 (4,3 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AZÚCAR, 2014-2018

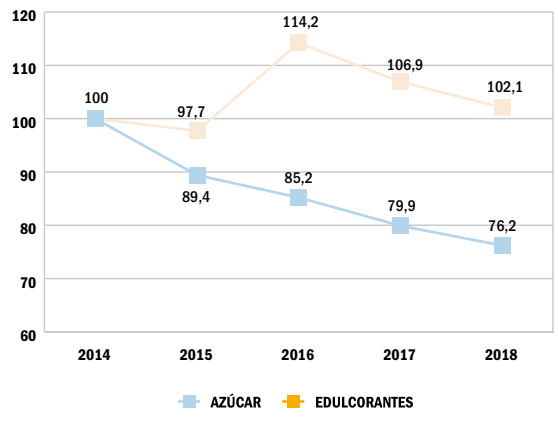




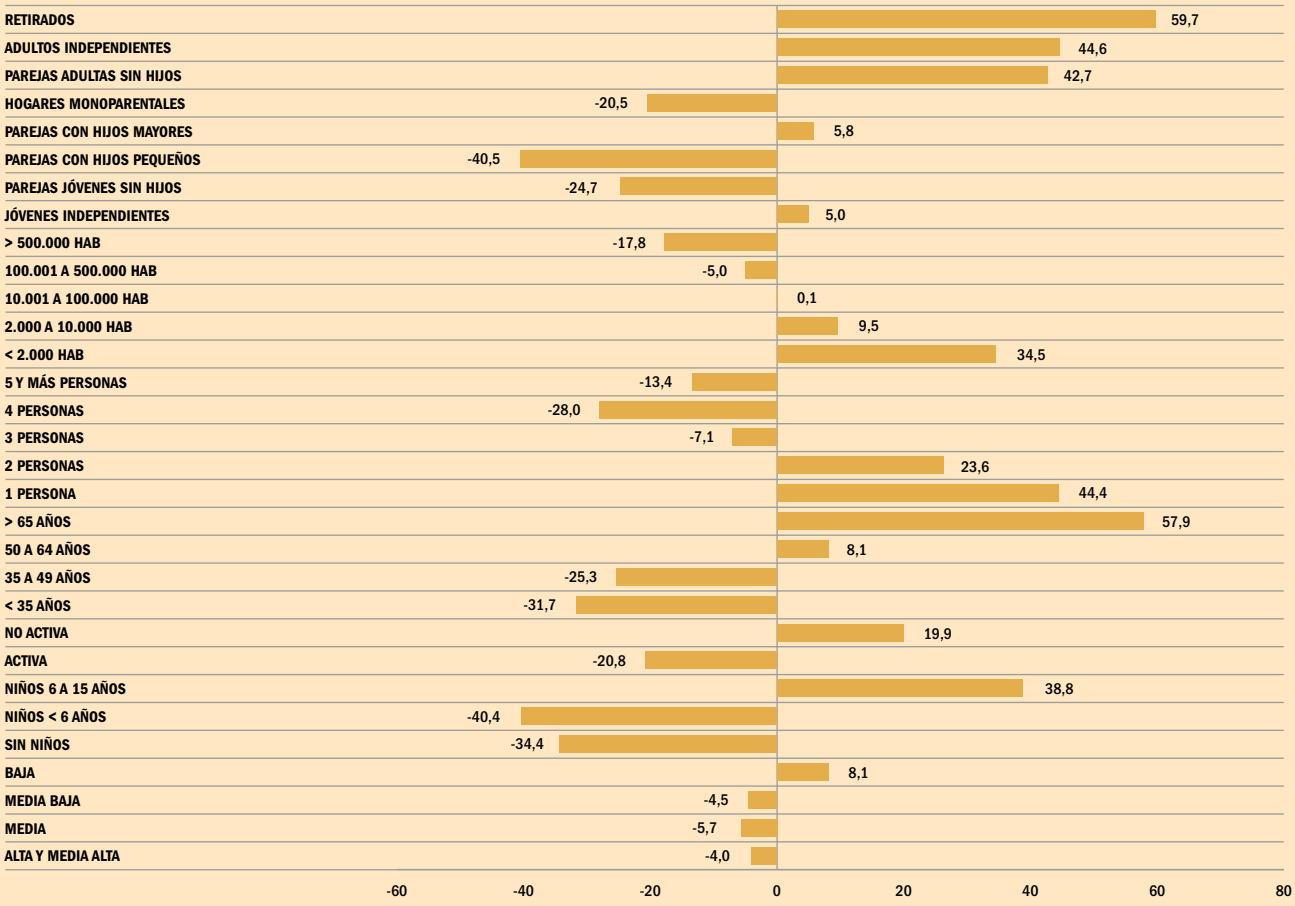


En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de edulcorantes aumenta ligeramente y, por el contrario, en azúcar se produce un descenso considerable.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AZÚCAR (2014=100), 2014-2018

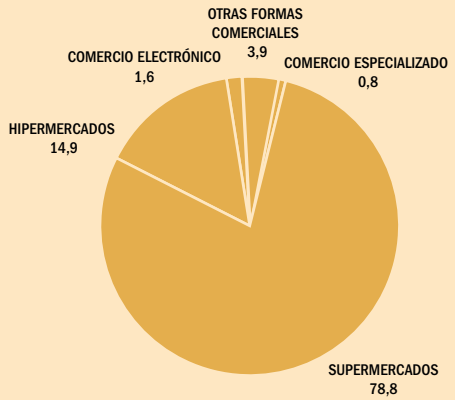


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AZÚCAR EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,3 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (78,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 14,9% y el establecimiento especializado el 0,8%, mientras que comercio electrónico llega al 1,6% y las otras formas comerciales concentran el 3,9% restante.

DULCES Y CARAMELOS

El mercado total de caramelos y chicles llegó en el último ejercicio computado hasta las 293.165 toneladas, con un incremento interanual del 1,6%, muy lejos del 9,2% del año anterior. Su valor se incrementó en un más significativo 2,7%, hasta alcanzar los 770 millones de euros. El mercado nacional superó las 128.170 toneladas, un 1,5% más que en el ejercicio precedente, con una facturación total de 484 millones de euros, lo que supuso un aumento interanual del 1,7%. Los consumos internos representan el 43,7% de toda la producción en volumen y el 62,8% en valor. Dentro del mercado nacional, los chicles sin azúcar acaparan el 38,3% de todas las demandas. A continuación se sitúan los caramelos duros, con un porcentaje del 31%, seguidos muy de cerca por los caramelos blandos (29%). En último lugar, aparecen los chicles con azúcar, cuya cuota es de apenas el 1,7%.

En el pasado año y en el mercado interno, los caramelos tuvieron un comportamiento muy positivo, creciendo sus ventas en un 8% en valor, mientras que los chicles lo hicieron en un más moderado 2%. Los caramelos acaparan ya el 69% del total de consumo. Todas las categorías de caramelos, con excepción de los toffees, han aumentado sus ventas. Los datos más relevantes son los de los caramelos masticables, con un crecimiento del 20% y los caramelos con palo (+17%).

De todas maneras, la oferta más importante en valor continúa siendo la de los caramelos de goma, con el 36,2% del total, seguidos a bastante distancia por los caramelos balsámicos (15,2%) y los regalices (14%). A bastante distancia aparecen los comprimidos (6,2%), los caramelos con palo (5,8%), los masticables (5,6%), los toffees duros (5,2%) y los mashmallows (3%). Cierran esta relación los toys (1,4%) y los toffees blandos (1,3%). Todas las otras presentaciones acaparan el restante 6,2%, con cuotas muy reducidas en todos los casos.

La concentración y la preponderancia de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos que definen a la estructura del sector empresarial de chicles y caramelos. Los cinco primeros fabricantes, entre los que se encuentran cuatro filiales de compañías multinacionales, acaparan el 53% de todas las ventas

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la preponderancia de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos que definen a la estructura del sector empresarial de chicles y caramelos. Los cinco primeros fabricantes, entre los que se encuentran cuatro filiales de compañías multinacionales, acaparan el 53% de todas las ventas. De todas formas, da la sensación que la gran volatilidad de las demandas y la variabilidad de los gustos está permitiendo que grupos de tamaño medio tengan su oportunidad, ya que muestran una mayor capacidad de reacción y adaptabilidad, lo que les hace arañar cuotas de mercado. Los cinco primeros operadores presentan volúmenes de venta entre los 78 y los 35 millones de euros anuales, mientras que otros seis fabricantes registran unas ventas que se sitúan entre los 31,5 y los 15 mi-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ferrero Ibérica, S.A. *	236,60
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	205,00
Lacasa, S.A. - Grupo *	138,00
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	135,00
Haribo España, S.A.U.	133,00
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería) *	131,70
Chupa Chups, S.A.U.	90,00
Mondelez España – División Confitería	75,00
Cantalou, S.A. *	48,00
Damel Group, S.L.	46,20

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual ALIMARKET/2018

llones de euros. Cataluña es la comunidad autónoma donde se encuentra radicado un mayor número de estas empresas, con una cuota que ronda el 33% del total.

Las marcas de distribución están adquiriendo una gran importancia dentro de este mercado y representan en la actualidad el 39,4% de todas las ventas en volumen y el 28,8% en valor dentro del canal alimentación. La primera oferta marquista registra unos porcentajes 13% en volumen y del 11,4% en valor, mientras que la segunda ronda el 6,6% y el 13,2% y la tercera alcanza el 3,9% en volumen mientras que en valor llega hasta el 13,2%. En el caso de los caramelos, las marcas blancas suponen el 23,7% de todas las ventas en valor, frente al 15,3% de la primera oferta con marca propia. La segunda llega hasta el 11,3% y la tercera se sitúa en el 11,3%. En los dos últimos años, las marcas de distribución han crecido en más de un tercio en valor, lo que ha afectado claramente a los líderes sectoriales que venden con su propia marca.



COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de chicles y caramelos han ralentizado su dinamismo pero, de todas maneras, continúan mostrando un buen comportamiento. Durante el último ejercicio computado crecieron un 1,6% en volumen, superando las 164.990 toneladas, mientras que su valor creció en un más importante 4,5%, llegando hasta los 286 millones. De esta manera, las exportaciones suponen el 56,3% de todo el mercado en volumen, mientras que en valor se reduce hasta el 37,1%. La Unión Europea constituye el principal mercado de destino de estas exportaciones, con el 65,4%. A continuación aparecen América, con una cuota del 24%, y Asia (8,6%). Las exportaciones a países africanos y de Oceanía suponen el restante 2%. Por países, Francia es el principal mercado de destino de las exportaciones españolas de chicles y caramelos, con el 18,3% del total en valor, seguida por Estados Unidos (14%9, Reino Unido (9,8%), Alemania (9,7%), Italia (6,8%), Portugal (5,6%), Holanda (5%), Israel (2,3%), Canadá (2,2%) y Polonia y Jordania (1,5% en cada caso).



Las importaciones resultan menos importantes y se situaron en torno a los 69 millones de euros, de los que el 31,5% correspondió a las gomas y otros artículos de confitería, el 22,7% a los caramelos de azúcar cocido, el 19,7% a los chicles, el 18,8% a todas las otras presentaciones de caramelos y el restante 7,2% a los caramelos balsámicos. Alemania aparece como la principal proveedora de chicles y caramelos para el mercado español (25,8% del total), seguida por Francia (13,4%), Polonia (9,4%), Holanda (9%), Dinamarca (7,2%), Reino Unido (5,6%), China (4,2%) y la República Checa (3%).

CONSUMO

El consumo de caramelos y chicles en España lleva creciendo de manera muy notable en estos últimos años, pero todavía estamos lejos de los niveles de buena parte de los países de nuestro entorno. Los españoles consumimos en torno a 3,3 kilos de chicles y caramelos por persona y año, por un valor ligeramente superior a los 18 euros anuales. Ese consumo se encuentran muy por debajo de los registrados en Noruega (71 euros anuales por persona y año) o en el Reino Unido (37 euros per cápita). Por debajo de nuestro país aparecen los consumos de los franceses, ligeramente por encima de los 15 euros anuales. En el extremo inferior aparecen los consumos de los portugueses (12,7 euros) o de los griegos (4,3 euros).

En España las tendencias de consumo de caramelos y chicles han variado de forma muy notable. De unas ofertas dirigidas preferentemente al público infantil, hemos pasado a un mercado orientado hacia un consumidor adulto, que apuesta por productos sin azúcar, saludables, funcionales y más naturales. En el último año han aparecido ofertas como las golosinas veganas y las ecológicas. Las ofertas de calidad Premium, junto a formatos que facilitan un consumo más moderado, están también imponiéndose.





DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Una característica propia de la distribución comercial de caramelos y chicles es la importancia del sector impulso. Se trata de unos productos que se consumen esencialmente fuera del hogar, sin apenas planificación y de forma impulsiva. Se estima que únicamente el 39,3% del consumo de todos estos productos se realiza dentro de los hogares, mientras que el restante 60,7% es el porcentaje que corresponde al consumo extradoméstico.

El canal impulso está compuesto por algo menos de unos 300.000 puntos de venta, entre los que aparecen quioscos, tiendas de venta al peso, panaderías, maquinas especiales en cafeterías y bares, estancos, gasolineras, puestos en mercadillos, etc. Se considera que hay unas 600 empresas distribuidoras especialistas para abastecer a esta enorme variedad de establecimientos. En la mayor parte de las ocasiones son empresas de pequeño tamaño, ya que únicamente seis tienen unos volúmenes de venta superiores a los seis millones de euros anuales. Una característica de las ofertas comercializadas en el canal impulso es el tamaño más pequeño de sus formatos, lo que provoca una gran diferencia de los precios medios de venta.

Durante los últimos años, la distribución organizada ha adquirido una gran importancia en la venta de caramelos y chicles. Hoy en día los hipermercados y supermercados acaparan el 45,6% del total de ventas en valor de estos productos (53% en el caso de los chicles y 42,3% en el de los caramelos). Hay que recordar que en 2014 su cuota de mercado era ligeramente superior al 33%. La amplitud de la oferta, el precio y la irrupción de novedades constituyen sus principales fortalezas.

TURRONES Y MAZAPANES

La producción de turrones y mazapanes tuvo un pequeño crecimiento interanual del 0,9% durante el último ejercicio computado, llegando hasta algo menos de 34.170 toneladas. Mejor comportamiento tuvo ese mercado en valor, ya que el incremento fue del 4,1% y se situó en 318 millones de euros. El mercado nacional creció un 0,4% en volumen y un 3,1% en valor, quedando en casi 28.090 toneladas y 254 millones de euros.

Atendiendo al valor de la producción comercializada en el mercado interior, los turrones acapararon el 79% de todas las ventas, mientras el restante 21% correspondió a los mazapanes y otros dulces navideños, sin incluir polvorones y mantecados. La producción amparada por las IGP de Jijona y Turrón de Alicante llegó hasta las 4.850 toneladas, de las que el 52,8% corresponde a los turrones de Alicante y el restante 47,2% a los de Jijona. Dentro del segmento no amparado por IGP, son los turrones de chocolate los que continúan mostrando una evolución más positiva. En el último año sus ventas se incrementaron en un 4,2%, hasta llegar a las 9.125 toneladas. Sus porcentajes de mercado rondan el 49% en volumen y alrededor del 41% en valor. A continuación se sitúan los turrones tradicionales, con cuotas de ventas en torno al 29% en volumen y el 35,5% en valor, seguidos por las especialidades (14% en volumen y 13,3% en valor), los turrones de yema y mazapán (6,4% y 7,3%) y las tortas de turrón, con los restantes 2,2% en volumen y 3,4% en valor.

La innovación y la ampliación del periodo de consumo de estos productos parecen ser las principales estrategias de los fabricantes del sector para arañar cuotas dentro de un mercado muy maduro. La aparición de turrones con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) permiten que esas ofertas se mantengan en los lineales fuera del periodo navideño.

Mientras el comportamiento de los turrones puede considerarse, en general, como moderadamente positivo, no ocurre lo mismo con las especialidades navideñas, en especial con los polvorones y los mantecados. Su consumo se redujo en un importante 9% durante el último periodo analizado. Ese mal resultado no afecta, de momento, a los productos amparados por el Consejo Regulador de Mantecados y Polvorones de Estepa, ya que su producción tuvo un crecimiento interanual del 5%, llegando hasta las 22.000 toneladas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de turrones y dulces navideños se caracterizaba por una fuerte atomización, con un gran número de pequeños y medianos operadores, muchas de veces de carácter semiartesanal. Esa situación ha cambiado de forma notable en los últimos años, produciéndose fuertes movimientos de concentración y modernización que han terminado provocando que el mercado se encuentre dominado por unos pocos y grandes grupos que basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo del sector registra unas ventas de 62 millones de euros, mientras que el segundo supera los 51 millones de euros y el tercero se acerca a los 37 millones de euros. Por volúmenes de producción, la principal empresa fabricante de turrones se sitúa en 7.945 toneladas, la segunda supera las 3.980 toneladas y la tercera alcanza las 3.000 toneladas. En el caso de



los fabricantes de dulces de Navidad, el grupo líder produce 4.300 toneladas, el segundo se queda en 2.620 toneladas y el tercero alcanza las 2.200 toneladas. La penetración de capitales internacionales entre todas estas empresas no es muy significativa.

Las marcas de distribución han alcanzado una gran importancia en este mercado, con unas ventas que suponen el 62,5% del total en volumen y el 45% en valor, mientras que la primera oferta marquista se sitúa en torno al 14,3% y del 16,6% respectivamente.

Muchos fabricantes de turrones y dulces navideños se concentran en algunos municipios. En Estepa hay 22 empresas, con unas ventas anuales de 70 millones de euros. En Jijona, de sus 7.200 habitantes, unos 1.500 trabajan en la producción de turrones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Lacasa, S.A. - Grupo *	138,00
Sanchís Mira, S.A. *	98,00
Delaviuda Alimentación, S.A. *	80,00
Confectionary Holding, S.L.*	36,80
Torrons Vicens, S.L. *	36,59
Industrias Rodríguez, S.A. *	19,00
Dulces Olmedo García, S.L. *	18,00
Turrones Pico, S.A.	16,20
Industrias Jijonencas, S.A. *	15,50
Galván Fernández Hermanos, S.L. *	15,40

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

Hasta hace relativamente poco tiempo las exportaciones de turrones y dulces navideños eran muy poco importantes, pero en la actualidad constituyen un componente fundamental para asegurar la supervivencia de las principales empresas del sector. En el último ejercicio computado se exportaron algo más de 6.800 toneladas de estos productos, con un incremento interanual del 3%. Su valor creció en un más importante 8,4%, llegando hasta los 65 millones de euros. De esta manera, el comercio exterior supone el 17,8% de todo el mercado en volumen y el 20,4% en valor. Otros países de la Unión Europea constituyen los principales mercados de destino, con el 73% del total. A mucha distancia se sitúan las exportaciones hacia América (21%) y Asia (4%). El restante 2% se dirige hacia algunos países de África y Oceanía. En el caso de los turrones con IGP las exportaciones superaron las 580 toneladas, con un incremento interanual del 11,7%. En este caso, las exportaciones hacia países fuera de la Unión Europea suponen el 80,2% del total.

Los principales clientes europeos de los dulces navideños españoles son Alemania, Reino Unido y Francia. Fuera de Europa, destacan las exportaciones dirigidas hacia Estados Unidos y hacia algunos países con grandes contingentes de descendientes de emigrantes españoles. Las importaciones de estos productos apenas tienen importancia y tienden a concentrarse en los panettones y pandoros italianos, aunque ese comercio ha disminuido mucho debido a que los principales fabricantes españoles han comenzado a producirlos en nuestro país.



Consumo y gasto en productos navideños

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 35,2 millones de kilos de productos navideños y gastaron 316,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,8 kilos de consumo y 6,9 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrones (0,2 kilos per cápita). El resto de los productos navideños supusieron un consumo de 0,4 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrones concentran el 36,2%, con un total de 2,5 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 17,4% y un total de 1,2 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 4,3% y 0,3 euros per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 42,0% del gasto, con 2,9 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	**35,2**	**0,8**	**316,5**	**6,9**
MANTECADOS Y POLVORONES	10,2	0,2	56,7	1,2
MAZAPANES	1,4	0,0	15,6	0,3
TURRONES	9,4	0,2	112,2	2,5
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,2	0,3	131,9	2,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

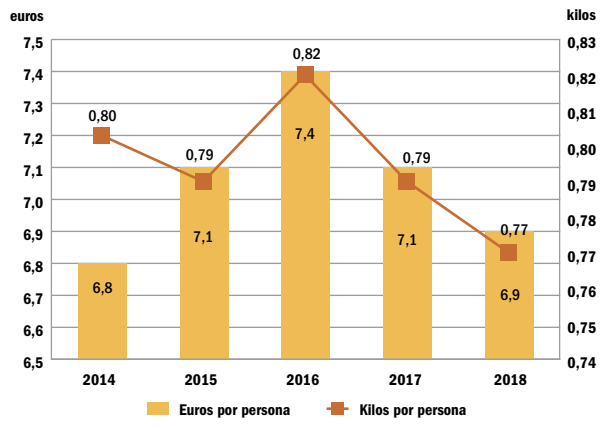
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, entre las parejas con hijos mayores, y en el caso de los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, País Vasco y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Aragón y Extremadura.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

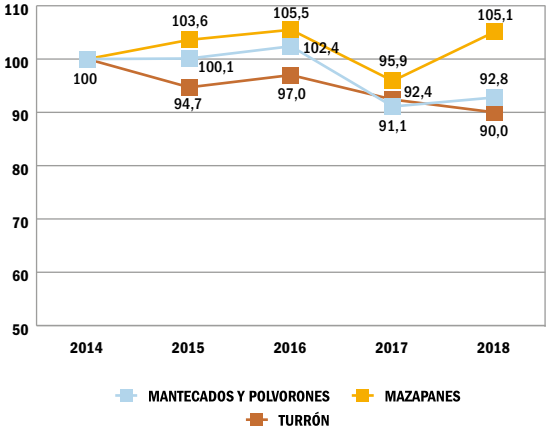
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido 0,03 kilos por persona y el gasto se ha incrementado en 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2016 (0,82 kilos por persona y 7,4 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de mazapanes aumenta y, por el contrario, en turrones y en mantecados y polvorones se produce un descenso.

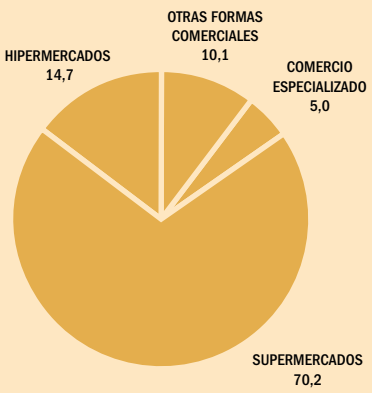
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2014=100), 2014-2018



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018

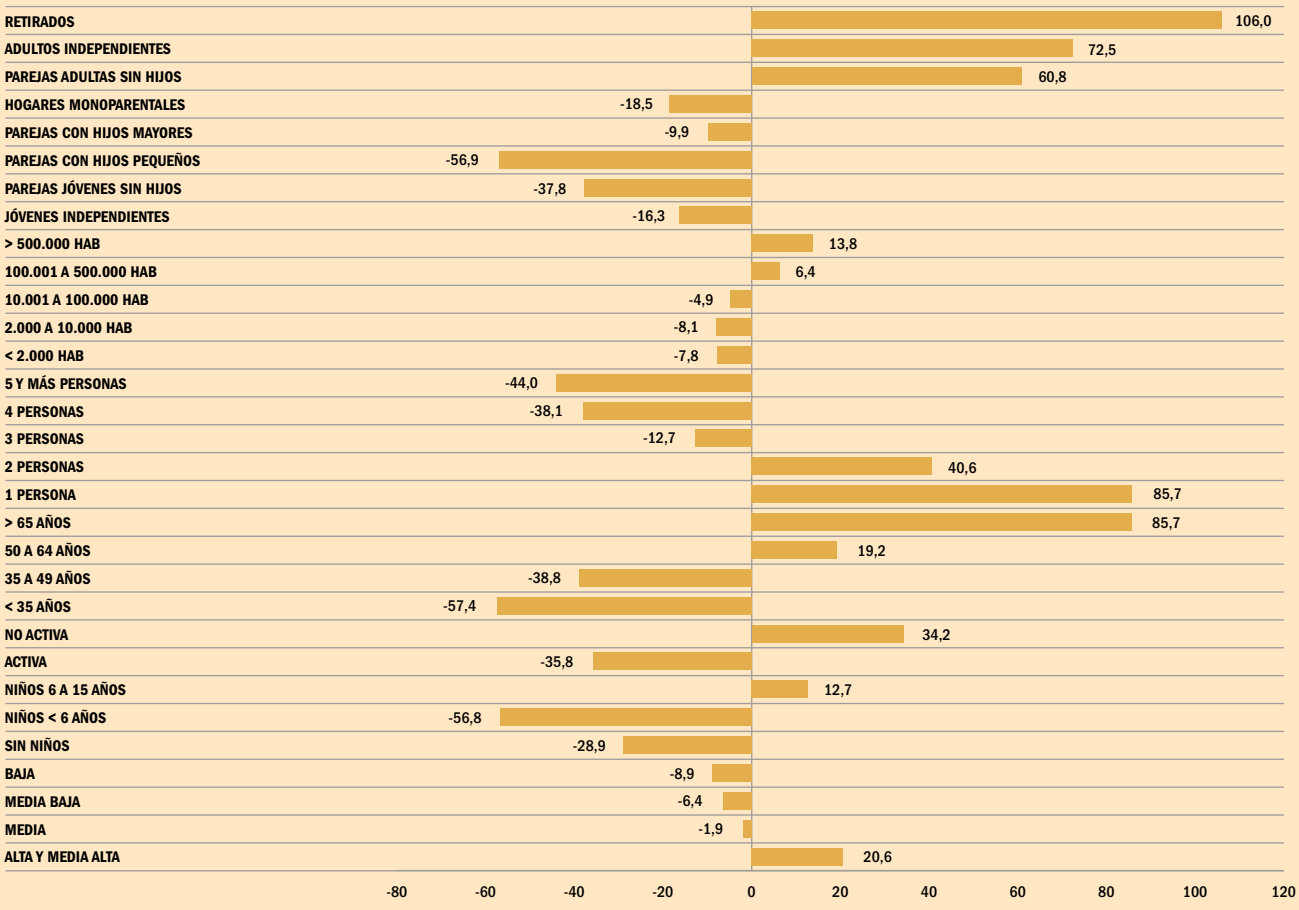


CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (70,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,7%. Los establecimientos especializados acaparan el 5,0%, y las otras formas comerciales concentran el 10,1% restante.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,8 kilos por persona*

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES

ANDALUCÍA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- PANELLETS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

- TURRÓN NEGRO
- CASTAÑAS DE MAZAPÁN

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- MAZAPÁN DE TOLEDO ✪

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- JIJONA ✪
- TURRÓN DE ALICANTE ✪



CATALUÑA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- TORRÓ D'AGRAMUNT ✪ (TURRÓN DE AGRAMUNT)

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

- TURRONES DE PRALINÉ Y TRUFADOS DE CHOCOLATE

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- PANELLETS

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- MAZAPÁN DE SOTO

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Jijona y *Turrón de Alicante*

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ZONA GEOGRÁFICA: Estas IGP amparan la producción de ambos turrones en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

CARACTERÍSTICAS: El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

DATOS BÁSICOS: La producción de turrón es de 5 millones de kilos anuales, de los que el 88% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 47% de los turrones protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 53% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 23 industrias.

Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Panellets

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

ZONA GEOGRÁFICA: La elaboración de los Panellets (ETG) es típica de Cataluña, aunque también se elaboran en otras partes de España. Los panellets son pastelitos de dimensiones pequeñas y formas diversas, elaborados esencialmente con mazapán.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de una base de mazapán, de tal forma que por cada kilo de almendras peladas, granuladas muy finamente, se añade un kilo de azúcar y huevo entero adicionado o no de agua, se amasa bien mediante unos cilindros y se deja en reposo durante 24 horas para homogeneizar bien la mezcla. Después se le dan diferentes formas y sabores. A partir del mazapán base se elaboran panellets de piñones, almendras, coco, avellanas, naranja, limón, yema, café, fresa y "marrón glacé". También se elaboran panellets a partir de mazapán basto que se presentan en figuras de castaña, seta, zueco o bandas rellenas con frutas confitadas y de membrillo. A partir de mazapán fino se elaboran de castaña al chocolate y hueso de santo.

Torró d'Agramunt (Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 30 a 1.000 gramos. También se elaboran en formatos superiores e inferiores.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 400.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

MIEL

Desde el punto de vista puramente económico, en España el valor anual de las aportaciones del sector de la miel (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,44% de la Producción Final Ganadera y el 0,17% de la Producción Final Agraria, a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor económico de estas producciones ronda los 65 millones de euros al año.

La miel ha sido desde tiempos inmemoriales un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han atribuido virtudes curativas.

La producción de miel es muy variada por los tipos de flores, plantas y árboles de las que se nutren las abejas. También es muy irregular, pues depende mucho de la climatología y de la floración de las plantas.

En el mercado hay mieles que se comercializan con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida.

Sin embargo, aunque su aportación es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además de su vertiente económica, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España.

El sector de la miel contribuye a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad, a través de la polinización.

Como sector económico dentro de la ganadería es pequeño, pero es muy importante por la polinización.

En los últimos años se ha producido un incremento en el censo de apicultores y colmenas. Sin embargo, ese aumento del censo no se ha traducido en un incremento de la producción debido a las enfermedades afectan a las colmenas y también a la sequía.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación (MAPA), en 2018 el número de apicultores ascendía en España a 31.517, de los cuales un 18% eran profesionales (con explotaciones de más de 150 colmenas) y el resto no lo eran. Estos datos constatan el alto grado de profesionalización de la apicultura española, que está por encima de la media de la Unión Europea.

En este sentido, la media de colmenas que posee un apicultor profesional ronda las 370, mientras que la media de un apicultor no profesional están en torno a 25 aproximadamente.

La diversidad que existe entre las distintas comunidades autónomas hace que la forma de practicar la apicultura sea muy diferente de unas zonas a otras. Así, la zona norte de España se caracteriza por el alto número de apicultores pequeños que hay, así como también por no practicar la trashumancia y por producir miel y polen muchas veces para autoconsumo. Por su parte, en el centro y sur del país, especialmente en el sureste mediterráneo, predomina una apicultura más profesionalizada, en la que se practica la trashumancia con las colmenas en busca de una mayor productividad.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017	2018
MIEL	33,4	31	29,4	20
CERA	1,8	1,6	1,5	1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MIEL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
MUNDO	1.826	1.859	1.861	1.860
UE	240	268	207	209
ESPAÑA	**33,4**	**31**	**29,4**	**20**

FUENTE: FAO, EUROSTAT y MAPA

COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017	2018
IMPORTACIÓN	30,7	29	32,2	27,9
EXPORTACIÓN	30,2	26,9	24,8	23,1

FUENTE: DG Aduanas

EXPLOTACIONES APÍCOLAS

Por su lado, el número de explotaciones apícolas al comenzar el año 2018 ascendió a 31.451 cifra superior a la de 2017. De esta cifra total, 19.821 eran colmenas dedicadas a las producciones apícolas y el resto a selección, polinización, etc.

Por comunidades, Castilla y León era la que contaba un año más con un mayor número de explotaciones apícolas (5.458), seguida de Andalucía (5.008), Galicia (4.213) y la Comunidad Valenciana (2.392).

Entre 2009 y 2016, el censo de explotaciones apícolas creció en España un 29% y la región donde más se notó ese crecimiento fue Cataluña (49%).

En cuanto al número de colmenas, el censo nacional en 2017 se situó en 2.869.444 unidades, de las que el 80% correspondían a agricultores profesionales.

En casi una década (2008-2017) se ha producido un incremento del 20% en el censo nacional de colmenas.

Respecto a la distribución geográfica de las mismas, el grueso de las colmenas se distribuían entre Extremadura (22%), Andalucía (20%) y Castilla y León (16%).

El grueso de las colmenas que había en 2018, (más de 2,3 millones de unidades) eran trashumantes y el resto "estantes" o sin declarar sistema productivo.

La producción de una colmena "fija" viene a ser la mitad de una trashumante, pues depende mucho de la floración de la zona donde se haya establecido. De ahí que en los últimos años este tipo de colmenas se hayan incrementado. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos/ colmena y la de polen de 0,5 kilos.

Asimismo, respecto a su nivel de profesionalización, en 2018 prácticamente el 80% de las colmenas del censo pertenecían a apicultores profesionales (porcentaje similar al de años anteriores). Se considera agricultor profesional a aquel que cuenta con 150 o más colmenas en sus explotaciones y en los últimos años ha aumentado también la media de colmenas que tienen estos apicultores profesionales. ○

PRODUCCIÓN NACIONAL DE MIEL

En 2018 la producción nacional de miel se situó en torno a las 20.000 toneladas, un volumen muy inferior al producido en el año anterior, cuando se alcanzó una producción de 29.393 toneladas. La causa de esta caída de la producción de debió, por un lado, a la reducción del censo que se viene produciendo desde hace años, y por otro a las condiciones climáticas de sequía que afectaron a la floración.

De esta cantidad, más del 25% se produjo en Andalucía; el 19% en la Comunidad Valenciana, el 14% en Extremadura y el 8% en Castilla y León, según estimaciones. Estas cuatro regiones concentran el 70% de la producción de miel, pero también tienen una producción importante regiones como Aragón, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia y Murcia.

La mayor parte de la producción de miel (más del 90%) en España procede de colmenas "movilistas", que practican la trashumancia.

Por su lado, la producción de cera quedó en 2018 por debajo también de la de 2017, con algo menos de 1.000 toneladas.

En España, la demanda de miel está creciendo y lo mismo ocurre con el polen recolectado en la propia colmena, así como con los propóleos.

Sin embargo, en 2018 se redujo el consumo de miel en los hogares de España en torno a 390 gramos por persona y año, un 4,2% menos que en el año anterior.

El nivel de autoabastecimiento, que había sido del 100% en los últimos años, se vio reducido en 2017 y 2018 como consecuencia de la caída de la producción.

El perfil consumidor de miel durante el año 2018 se corresponde con hogares formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, y retirados. El comprador de la categoría es adulto (mayor de 50 años) y de clase más bien baja.

En cuanto al comercio, en 2018 el saldo de la balanza fue de nuevo negativo a pesar de que se produjo un retroceso notable de las importaciones y una reducción de las exportaciones, que ya de por sí son bajas.

Así, las importaciones sumaron cerca de 27.900 toneladas (un 13% menos que en 2017) y las exportaciones sumaron 23.100 toneladas (un 7% menos que en 2017, año en el que también cayeron las ventas al exterior en el mismo porcentaje).

La mayor parte de las exportaciones en volumen fueron a los países de la UE y la mayor parte de las importaciones de miel procedió de Países Terceros. A este respecto, China es el principal proveedor de miel de España, con casi el 90% del total. Por detrás del país asiático se situaron, Argentina y Ucrania, entre los países terceros.

En cuanto a la UE, Portugal por su proximidad es el país que más miel vende a España y en 2017 ocupó el segundo lugar por volumen importado, por detrás de China.

Respecto a las exportaciones, en grueso se producen a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal e Italia. En 2018 debido a la caída drástica de la producción nacional de miel, se produjo también una importante merma de las ventas a la UE.

Finalmente, entre los países terceros a los que España exportó parte de su miel destacaron Arabia Saudí, Marruecos, Israel y Canadá. ○

PRECIOS A LA BAJA

Según las estimaciones del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2016/17, los diferentes tipos de mieles registran

bajadas en sus precios, con la excepción de la miel de mielada a granel, subió el 6,53% desde el inicio de la campaña en abril de 2016, hasta su finalización en marzo de 2017.
En ese mismo período de campaña, la miel multifloral a granel registró bajadas de precios del 13,6%.
En cuanto a las mieles envasadas, la miel de mielada anotó un descenso de 15% y la miel multifloral del 3%, según los datos del MAPA.

LA MIEL EN LA UE

La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania.
En 2018, el número de apicultores que había en la UE rondaba las 650.000, pero solamente un 6% eran profesionales, según datos de la Comisión. Por su lado, el número de colmenas alcanzó los 17,5 millones de unidades, de las que un 17% estaban en España.
El número de colmenas en España aumentó un 5,5% en la UE, con países como Rumanía en la que se produjo un crecimiento del 15%.
Si España es el país de la UE con más colmenas, el que tiene más apicultores es Alemania, seguido de Francia e Italia. Sin embargo, el grado de profesionalización de estos apicultores es más alto en países como Grecia, que ronda el 80% (apicultores profesionales con respecto al total), al igual que España.
La producción de miel en la Unión Europea para 2018 alcanzó un volumen próximo a las 209.000 toneladas, un volumen superior en un 1% producido en el año 2017, según datos de la Comisión Europea.
Respecto al comercio, la Unión Europea es netamente importadora de miel, ya que compra fuera más del 40% de todas las importaciones mundiales. Las importaciones son necesarias para cubrir el consumo interno de la UE y la balanza comercial es deficitaria porque las importaciones son muy superiores a las exportaciones.
Así, en 2018 las entradas de miel a la UE ascendieron a cerca de 207.412 toneladas, frente a las 208.603 toneladas del año precedente. El país que más miel vendió a la UE-28 fue China (80.242 toneladas, un 2,5% más que en 2017 y prácticamente el 40% de todo lo importado), seguida de Ucrania (49.997 toneladas, un volumen inferior al del año precedente) y de Argentina (25.405 toneladas, muy por encima de un año antes). Otros países terceros a los que se compra miel son México, Cuba, Chile, Brasil y Uruguay.
Como en años anteriores, Alemania fue el país que más miel compró (cerca de 60.000 toneladas), seguido de Reino Unido (45.000 toneladas) y de Bélgica.
En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2018 la UE exportó cerca de 21.480 toneladas de miel frente a las 21.834 toneladas del año anterior.
Las exportaciones comunitarias suponen el 5% del total mundial exportado y las ventas de esta miel fueron a parar a países como Suiza, Arabia Saudí, Estados Unidos y Japón.
Asimismo, los países que más miel exportaron fueron Alemania y España, que en el año 2018 registraron un descenso de las exportaciones.
Finalmente, a nivel mundial la producción de miel se situó en 2018 en 1,86 millones de toneladas, según estimaciones, un volumen significativamente inferior al de las últimas campañas.
Los países con mayor producción a nivel mundial fueron China (cerca del 29% del total), la Unión Europea en su conjunto (13%), Turquía (6%), Argentina (4%) e Irán (4%).
Anualmente se exportan cerca de 490.000 toneladas de miel en el mundo y China es el país que más vende al exterior (unas 130.000 toneladas).

La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania. En 2018, el número de apicultores que había en la UE rondaba las 650.000, pero solamente un 6% eran profesionales

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay cerca de 31.530 apicultores, de los que el 18,2% son profesionales (tienen más de 150 colmenas). El número de explotaciones apícolas ha crecido en un 40% en el periodo 2010/2018. El número de colmenas se acerca a 2.870.000, de las que el 80% pertenece a apicultores profesionales. En Extremadura se concentra el 22% del total de colmenas, seguida por Andalucía (20%) y Castilla y León (16%). El sector apícola genera unos 62 millones de euros anuales, lo que representa el 0,44% de la Producción Final Ganadera. El sector de las empresas comercializadoras de miel está compuesto por un gran número de pequeños operadores, ya que tan sólo 4 empresas tienen unas ventas de más de 10 millones de euros anuales.



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de miel es claramente negativo para nuestro país. Las importaciones llegaron durante el último año registrado a las 33.620 toneladas, con un incremento interanual del 15,9%, mientras las exportaciones se quedaron en poco más de 24.830 toneladas (-7,7%). Dentro de las importaciones, el 52,1% tiene un origen extracomunitario. En este caso, China es nuestro principal proveedor, con el 57,9% del total, lo que supone un importante incremento interanual del 27%, seguida por Argentina (12,3%), Ucrania (11,9%) y Uruguay (9,7%). Entre los países de la Unión Europea, destacan las partidas importadas desde Portugal, Holanda y Alemania. En el caso de las exportaciones, el 78,4% se dirige hacia otros países comunitarios. Los principales mercados de destino son Francia (35,1%), Alemania (20,4%), Italia (9,4%) y Portugal (9%). En todos los casos se han registrado descensos interanuales en las partidas exportadas. Fuera de la Unión Europea, Arabia Saudí y Marruecos son unos mercados importantes para la miel española.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MERMELADAS Y MIEL

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	607,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	209,90
Grupo Helios *	180,40
Hero España, S.A. *	173,73
Honeygreen, S.A.	35,00
Granja San Francisco, S.L. *	30,01
Alcurnia Alimentación, S.L. *	29,65
Apisol, S.A.	24,00
Euromiel, S.C.L.	20,00
Mielso, S.A.	19,50

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 18,1 millones de kilos de miel y gastaron 108,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,4 kilos de consumo y 2,4 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a la miel envasada (0,3 kilos por persona y año), mientras que el consumo de miel a granel fue de 0,1 kilos por persona al año. En términos de gasto, la miel envasada concentra el 66,6% del gasto, con un total de 1,6 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 33,3% y un total de 80 céntimos de euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL MIEL	**18,1**	**0,4**	**108,9**	**2,4**
GRANEL	5,5	0,1	36,4	0,8
ENVASADA	12,5	0,3	72,5	1,6

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de miel, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de miel es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de miel es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona menor de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de miel, mientras que los índices más reducidos se registran en los hogares donde residen cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de miel, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes).*

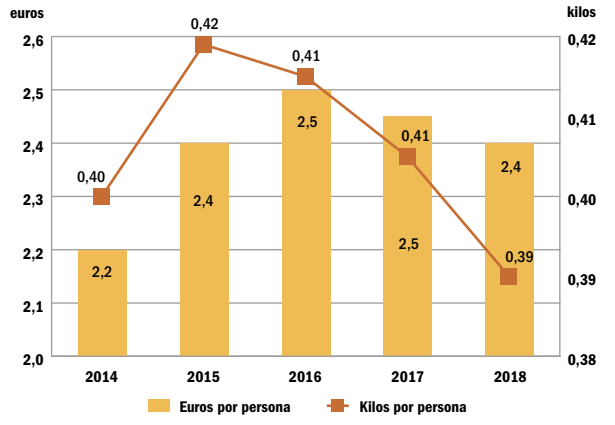


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Baleares y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Navarra y La Rioja.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de miel se ha mantenido estable, con un ligero incremento en el ejercicio 2015, mientras que el gasto ha aumentado 20 céntimos euro per cápita con respecto a 2014. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2015, con 0,42 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2016 y 2017 (2,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MIEL, 2014-2018

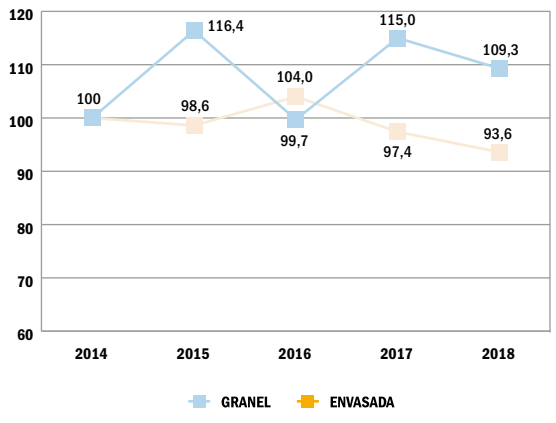




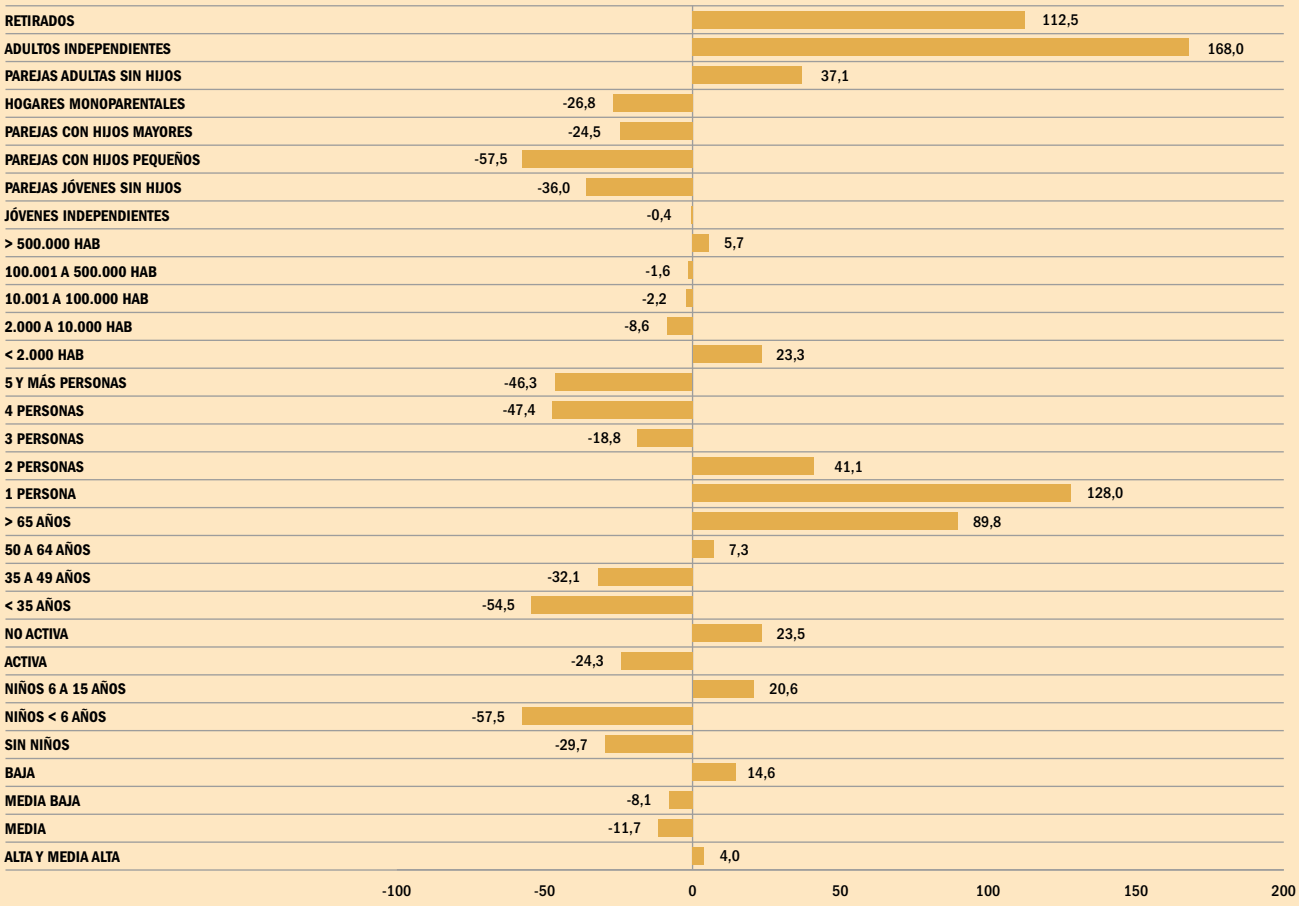


En la familia de miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, en el consumo de miel a granel se produce un ascenso mientras que en la miel envasada se advierte un ligero retroceso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MIEL (2014=100), 2014-2018

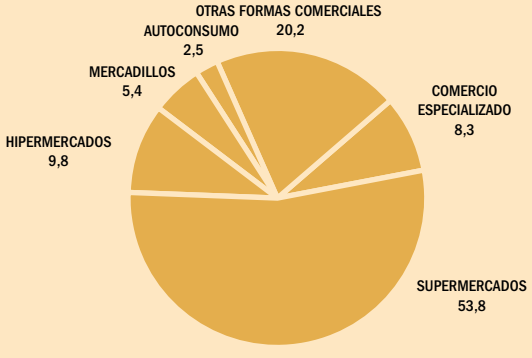


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MIEL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,4 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (53,8% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 8,3%, el hipermercado representa el 9,8%, y el autoconsumo el 2,5%. Los mercadillos suponen el 5,4%, y las otras formas comerciales concentran el 20,2% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

- MIEL DE GRANADA ✪

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

- MIEL

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

- MIEL D'M
- ES MEL
- AIXÒ ÉS MEL

CANARIAS

MIEL

- MIEL DE TENERIFE ✪





CANTABRIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- MIEL DE LIÉBANA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- MIEL

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- MIEL DE LA ALCARRIA ✪





COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- MIEL DE AZAHAR
- MIEL DE ROMERO

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- MIEL VILLUERCAS-IBORES ✪

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- MEL DE GALICIA ✪ (MIEL DE GALICIA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- MIEL

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

- EZTIA (MIEL)

✪ *Inscrita en el Registro de laUE*

Mel de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP ampara la miel producida en Galicia mediante procesos artesanales, comprendiendo las montañas y valles gallegos donde tradicionalmente se obtiene miel, aprovechando la gran riqueza y variedad de la flora de esta comunidad autónoma.

CARACTERÍSTICAS: La miel se produce en colmenas movilistas, sin ningún tipo de tratamiento químico ni de alimentación de las abejas. Su obtención se realiza por decantación o centrifugación y el envasado es artesanal, lo que preserva todas las propiedades naturales de la miel. La IGP protege exclusivamente a la miel producida y envasada en su zona de producción y que se ajuste a las normas de calidad establecidas. Los tipos de miel amparados según su origen botánico son: miel multifloral, monofloral de eucalipto, de castaño, de zarza y miel monofloral de brezo.

DATOS BÁSICOS: La IGP Mel de Galicia acoge a 31.581 colmenas pertenecientes a 341 apicultores. Están inscritas 35 plantas envasadoras, que durante el año 2011 certificaron 348.318 kilos de miel, de los cuales se comercializaron como IGP más de 342.956 kilos.

Miel de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción comprende todos los municipios de la provincia de Granada, aunque la mayoría de los apicultores se concentra en Lanjarón, Ugíjar, Orgiva, Otivar, Motril, Dúrcal, Padul, Huéscar y Granada.

CARACTERÍSTICAS: La normativa regula y protege tres variedades de miel: monofloral (de castaño, romero, tomillo, aguacate, naranjo, azahar y cantueso), de la sierra y multifloral. Los envases deberán ser de vidrio transparente e incoloro y con cierre hermético para no alterar las cualidades del producto. En el envase figura como novedad la inclusión de información sobre los parámetros de calidad enzimática, es decir, la capacidad terapéutica de la miel.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 79 apicultores y casi 12.300 colmenas que producen y comercializan más de 156.000 kilos de miel al año, de los que 55.600 kilos se venden con DOP.

Miel de La Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de miel en la comarca natural de La Alcarria, que se extiende por las provincias de Guadalajara y Cuenca y cuya superficie total es de 10.354 km^2. En este maravilloso lugar, rico en plantas aromáticas silvestres, la producción de miel es una actividad de gran arraigo y tradición popular.

CARACTERÍSTICAS: La Miel de La Alcarria es exclusivamente floral. Esta miel natural conserva todas sus propiedades y características originales. Se reconocen tres tipos atendiendo a su origen floral, dos monoflorales: romero y espliego, y una miel multifloral. La comercialización se realiza en tarros de cristal.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 45 productores, que manejan 10.337 colmenas, y 18 industrias de envasado. En 2011, la producción total ha sido de 178.820 kg y la comercialización con Denominación de Origen Protegida ha sido de 105.718 kg.



Miel de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica abarca todos los términos municipales de la comarca de Liébana, perteneciente a la Comunidad Autónoma de Cantabria. Los municipios que conforman la comarca son: Cabezón de Liébana, Camaleño, Cillorigo de Liébana, Pesaguero, Potes,Tresviso y Vega de Liébana.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de miel que se producen en la zona y que podrán ampararse bajo la Denominación de Origen Protegida "Miel de Liébana" son:

Miel de mielada: Procede del mielato de roble y encina, y del néctar de Erica spp. (brezos), Rubus sp. (zarza) y un % variable de pólenes presentes en la flora de la comarca de Liébana.

Miel monofloral de brezo: Procede del néctar de las siguientes especies: Erica cinerea, Erica vagans, Erica tetralix, Erica cirialis y Calluna vulgaris (brecina o falso brezo).

DATOS BÀSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Miel Villuercas-Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Miel Villuercas-Ibores ampara la producción de miel en una zona de más de 400.000 hectáreas, de paisaje variado y abundante vegetación, localizada en el sureste de la provincia de Cáceres, que se reparte entre 27 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La producción de miel en esta zona de Extremadura es muy tradicional, con colmenas estantes que contribuyen a una mejor polinización de los cultivos. Se recolectan varios tipos de mieles: miel del bosque, procedente del roble, castaño y encina, muy aromática; miel de néctar de flores, cuyo aroma y sabor son excepcionales, y miel de retama, procedente de los arbustos y matorrales en flor.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 34 apicultores con 13.500 colmenas censadas, y 4 industrias envasadoras. La producción media anual asciende a unos 300.000 kilos de miel, de los que se certifican con DOP 60.000 kilos.

Miel de Tenerife

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la miel amparada por la DOP "Miel de Tenerife" abarca todo el territorio de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La DOP Miel de Tenerife ampara las siguientes mieles monoflorales: miel de Retama del Teide, miel de Tajinaste, miel de Aguacate, miel de Castaño, miel de Brezal, miel de Relinchón, miel de Barrilla, miel de Hinojo, miel de Poleo, miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Tedera y miel de Mielada.

Las mieles de Tenerife con DOP presentan espectros polínicos compuestos por pólenes de especies botánicas presentes en Tenerife, en proporciones tales que se correspondan con los ecosistemas de la isla, y, por tanto con ausencia de pólenes de floraciones no presentes en la misma. Las mieles de Tenerife no presentan defectos sensoriales (fermentado, ahumado, etc.) demostrado tras su análisis sensorial; sus características organolépticas: olor, sabor y textura son muy variables, así como su color que va desde el blanco agua al ámbar oscuro, debido a la diversidad y especificidad de las floraciones que las originan.

DATOS BÁSICOS: En el consejo Regulador figuran inscritas 6.692 colmenas, 164 explotaciones apícolas, 41 centros de extracción de miel y 9 centros de envasados de miel con una producción de 42.931 kilos de miel certificada.



CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO



La producción española de productos del sector del cacao y el chocolate superó durante el último ejercicio computado las 285.100 toneladas, con un modesto incremento interanual del 0,6%. En valor, el crecimiento fue de un más importante 1,1%, acercándose a los 1.750 millones de euros. El mercado nacional se situó por encima de las 217.240 toneladas, un 0,2% más que en el ejercicio precedente, mientras que en valor llegó hasta cerca de los 1.300 millones de euros, lo que significó un incremento del 2,1%. El mercado interior acapara el 76% de la producción total. El consumo aparente de productos de cacao y chocolate, teniendo en cuenta las cifras de producción y las del comercio exterior, llegó hasta las 337.500 toneladas.

La partida más importante en valor dentro del mercado nacional es la de las tabletas de chocolate, con el 35% del total comercializado. A continuación se sitúan los cacaos y preparados para desayuno (24%), los bombones (17%), los snacks y otros productos de impulso (16%) y las cremas para untar (8%). Los productos de mayor valor añadido (bombones, snacks y productos impulso) han sido los que han incrementado sus ventas ligeramente, junto a las tabletas de chocolate, mientras disminuyeron las demandas de los preparados para desayuno y de las cremas para untar. El sector, por tanto, ha encontrado sus principales perspectivas de futuro en el dinamismo de los productos de mayor valor añadido.

La innovación constante de las ofertas, con nuevos formatos y envases, presentación de productos más saludables, etc., constituye uno de los rasgos que caracterizan a este mercado durante los últimos tiempos. Un elemento clave para promover el crecimiento de las demandas ha sido recolocar a estas ofertas como productos saludables, reduciendo de forma muy significativa su contenido de azúcar, incorporando nuevos elementos en sus composiciones y aumentando los porcentajes de cacao. La desestacionalización de los consumos ha sido también un factor fundamental para impulsar el incremento de las demandas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.815,00
Mondelez España – Grupo *	560,00
Natra, S.A. - Grupo	372,47
Grupo Dulcesol *	325,00
Ferrero Ibérica, S.A. *	236,60
Idilia Foods, S.L. *	173,79
Lacasa, S.A. - Grupo *	133,20
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería) *	131,70
Nederland, S.A. *	118,59
Chocolates Valor, S.A.	117,39

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

España debe importar la totalidad de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos de chocolate. Costa de Marfil es el principal productor mundial de cacao, seguido por Ghana, Indonesia, Nigeria y Brasil

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de cacao y chocolate está compuesto por unos 125 operadores, muchos de ellos de dimensiones pequeñas y medianas. De todas maneras, en la cúspide de la pirámide empresarial aparecen algunos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de grandes compañías multinacionales. Así, las cinco empresas más importantes acaparan más del 60% de todas las ventas del mercado nacional, mientras que la cuota conjunta de los 10 primeros fabricantes supera el 80% del total.

La empresa líder del sector registra unas ventas de cerca de 1.360 millones de euros, aunque en esa cifra aparecen otras líneas de negocio. Durante el último ejercicio computado, experimentó un descenso interanual en facturación del 1,8%. Destaca la línea de producción de bombones, con un valor de más de 500 millones de euros. El segundo operador, especializado en los bombones, llega se acercó a los 200 millones de euros anuales, mientras que el tercero rondó los 175 millones de euros, el cuarto se situó en torno algo por debajo de los 120 millones de euros y el quinto alcanzó los 105 millones de euros.

Las marcas de distribución tienen una importancia bastante variable. Son importantes dentro de las tabletas de chocolate, ya que acaparan el 33% de todas las ventas en valor, frente a una cuota del 22,2% de la primera oferta con marca de fabricante. Entre las cremas de untar, la cuota de las marcas blancas llega hasta el 24,5%, mientras que la primera oferta marquista controla el 48% del total. En el caso del cacao soluble las marcas de distribución llegan al 16% y la primera presentación con marca propia controla el 35% de todas las ventas. Tampoco entre los bombones tienen las marcas blancas una importancia determinante, ya que su cuota es de apenas el 17% del total en volumen. Los cinco fabricantes principales de bombones en nuestro país comercializan con sus propias marcas.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de productos del cacao y chocolate han adquirido una importancia significativa durante los últimos tiempos. Durante el último ejercicio computado se exportaron algo más de 67.860 toneladas, con un incremento interanual del 2,1%, mientras que su valor se redujo en un 1,6%, quedando en 451 millones de euros. De esta manera, las exportaciones suponen el 23,8% del total del mercado en volumen y el 25,8% en valor. La Unión Europea acapara el 80,4% de todo este comercio exterior, seguida por algunos países africanos (9%), asiáticos (6%) y americanos (4,6%). Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de cacao y chocolates son Francia (24,2% del total), Reino Unido (más del 16%, con un importante incremento interanual del 35%), Portugal (14% y un crecimiento del 5%) y Alemania (9%, con una disminución interanual del 16%).

España debe importar la totalidad de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos de chocolate. Costa de Marfil es el principal productor mundial de cacao, seguido por Ghana, Indonesia, Nigeria y Brasil. Las importaciones de chocolates y cacaos para el mercado español llegaron a las 120.255 toneladas. Los chocolates sin rellenar acaparan el 17,5% del total, seguidos por las pastas para untar (14,1%), preparados para bebidas (12,3%) y bombones (11,1%). Nuestros principales proveedores son Francia, con el 30% del total, Alemania (25,3%), Italia (12,6%), Bélgica (9,5%) y Holanda (6,8%).



CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 164,9 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.168,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,6 kilos de consumo y 25,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al cacao soluble y a los chocolates (1,2 kilos y 1,3 kilos por persona y año, respectivamente). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,4% del gasto, con un total de 10,3 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 21,2% y un total de 5,4 euros por persona al año. ○

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDÁNEOS	**164,9**	**3,6**	**1.168,4**	**25,5**
CHOCOLATES	57,8	1,3	473,7	10,3
CHOCOLATE TABLETAS	48,8	1,1	396,9	8,7
CON LECHE	26,6	0,6	187,6	4,1
SIN LECHE	22,1	0,5	209,3	4,6
CON ALMENDRAS	8,4	0,2	77,8	1,7
OTROS CHOCOLATES	40,4	0,9	319,1	7,0
TURRÓN DE CHOCOLATE	9,1	0,2	76,8	1,7
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	107,1	2,3	694,7	15,2
BOMBONES	11,1	0,2	163,3	3,6
SNACKS CHOCOLATE	12,9	0,3	153,9	3,4
CACAO SOLUBLE	55,1	1,2	248,0	5,4
NORMAL	52,8	1,2	225,6	4,9
LIGHT	2,3	0,1	22,4	0,5
CREMA CACAO UNTAR	18,5	0,4	101,7	2,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

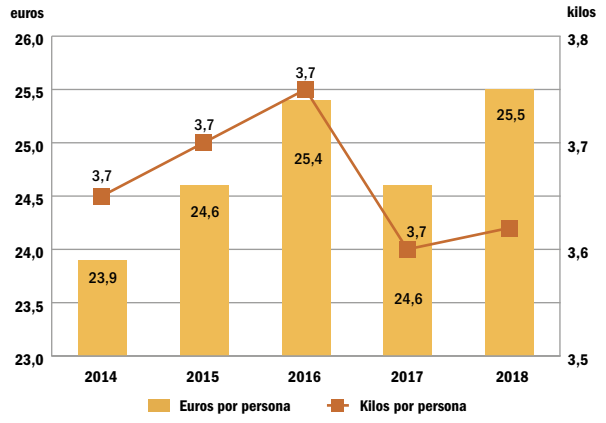
En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan tres personas.*
- *Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, entre los retirados y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de éstos, y las parejas sin hijos, con independencia de la edad de las mismas.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido estables incluso con un ligero ascenso. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado tuvo lugar en los años 2015 y 2016, con 3,7 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se produjo en el ejercicio 2018 (25,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO, 2014-2018

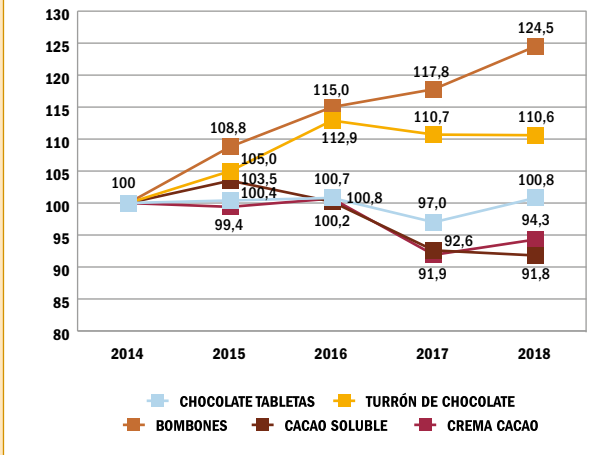




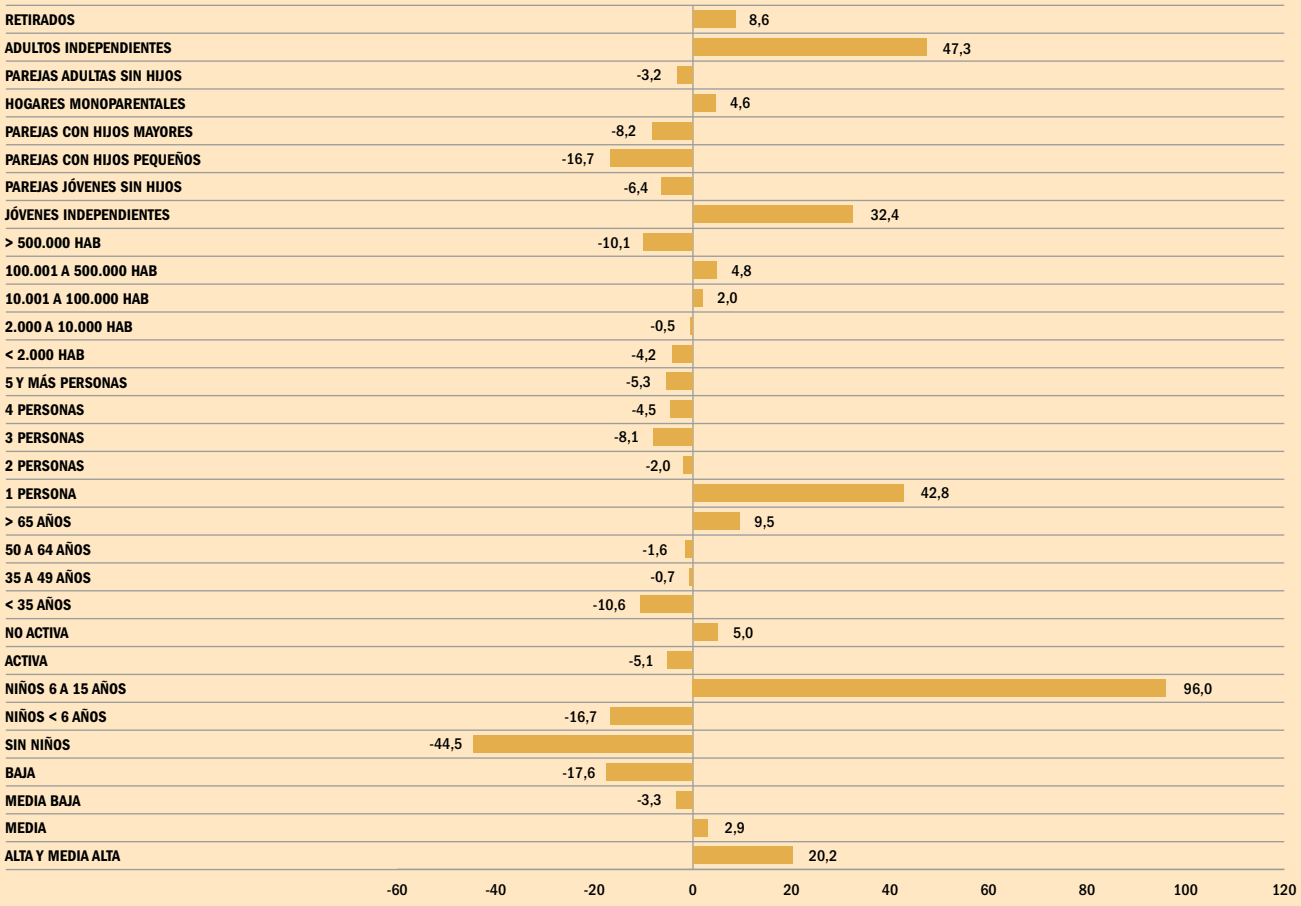


En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de bombones, turrón de chocolate y chocolate en tabletas aumenta, mientras que, por el contrario, en cacao soluble y crema de cacao se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CHOCOLATES (2014=100), 2014-2018

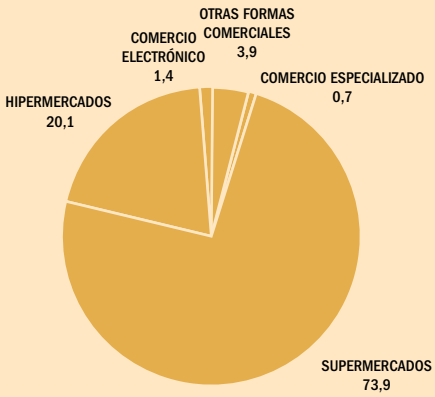


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 3,6 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (73,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 20,1%, mientras que los establecimientos especializados representan el 0,7%. Las otras formas comerciales concentran un 3,9% y el comercio electrónico llega al 1,4%.

PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS

Los platos preparados conforman un mercado muy heterogéneo, con multitud de ofertas que presentan perspectivas de futuro muy diferentes. En función de los métodos de conservación aplicados se distinguen los platos preparados congelados, los platos preparados refrigerados y los platos preparados a temperatura ambiente. Atendiendo a la familia de productos, se distinguen los platos preparados en productos cárnicos, del mar, croquetas, calamares a la romana, surimi y gulas, pasta, salteados y arroces, cremas y sopas, verduras, pizzas y paninis, y postres. Teniendo en cuenta esa gran diversidad, es muy difícil proporcionar cifras fiables que recojan todos los movimientos del sector.

Durante el año pasado, las ventas de platos preparados y precocinados rondaron las 658.000 toneladas, por un valor de 2.760 millones de euros. Estas cifras suponen unos importantes crecimientos interanuales del 7,5% en volumen y del 10,3% en valor. Las 15 empresas que integran la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE) han cerrado el año con una producción total de 226.070 toneladas.

En general, los platos congelados han registrado unos buenos comportamientos, con incrementos interanuales del 3,7% en volumen y del 5,3% en valor, mientras que los platos preparados en conserva habría crecido un 4,6% y un 6,6% respectivamente y los platos cocinados crecieron un 7% en volumen y el 8,7% en valor. Las pizzas congeladas suponen el 36% del total de platos preparados vendidos en volumen y el 47% en valor, pero registraron unos moderados incrementos del 1,8% y del 4,6%. Más importante fue el crecimiento de las ventas de los salteados congelados. Por el contrario, croquetas y empanadillas, dos presentaciones muy clásicas, mostraron un comportamiento totalmente plano. Dentro de los platos cocinados ambiente, las legumbres son las más demandadas, acaparando más del 50% del mercado en volumen, seguidos por los de carne de ave y pescado (23%), los platos mexicanos (119%), los de verdura (7,8%) y las ensaladas (5,5%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de platos preparados no tiene unos rasgos nítidos, ya que conviven realidades muy diferentes en ese mercado. Se considera que se encuentran en actividad unos 300 operadores, pero los líderes sectoriales tienden a ser grandes grupos alimentarios de sectores afines, como las conservas vegetales, los productos congelados o los elaborados cárnicos, con líneas de negocio específicas en este mercado, junto a algunas compañías multinacionales y ciertos especialistas de capital español que tienen su fortaleza en alguna oferta concreta.

Cataluña y Galicia son las dos comunidades autónomas donde más empresas del sector se encuentran radicadas (en torno a un 14% en cada caso). Por detrás se sitúan Navarra (11%), Castilla-La Mancha (10%), Madrid (9%) y el País Vasco (6%). Entre los platos preparados congelados, las marcas blancas acaparan el 57% del total en volumen, mientras que en la comida refrigerada alcanzan el 60% de todas las ventas en volumen.

La innovación aparece como la principal estrategias empresarial para arañar cuotas de mercado. Los principales



grupos del sector han asumido el compromiso de reducir en un 10% el contenido en sal y de grasas saturadas de sus presentaciones. ○

COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras fiables sobre el comercio exterior de platos preparados. Según ASEFAPRE, las 15 compañías que la componen exportaron durante el último ejercicio computado 30.190 toneladas, lo que supone el 13,3% de toda su producción. Algunos platos preparados típicamente españoles, como los gazpachos, tienen unas buenas salidas en los mercados internacionales, en especial en Francia. Por lo que hace referencia a las importaciones, las más significativas son las de materia prima utilizada para la elaboración de platos preparados. Es el caso, por ejemplo, de las verduras provenientes de Perú o China. Sea como sea, todas las estimaciones disponibles indican que al tratarse de unos mercados dominados por grandes compañías multinacionales, muchos de los intercambios entre filiales de un mismo grupo no quedan registrados en las estadísticas de comercio exterior. También se indica que teniendo en cuenta los elevados costes de transporte y las dificultades de almacenamiento, muchos fabricantes optan por instalar sus instalaciones de producción cerca de los grandes mercados potenciales.





CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 671,4 millones de kilos de platos preparados y gastaron 2.870,0 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 14,7 kilos de consumo y 62,7 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (5,3 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,6 kilos per cápita), de las pizzas (2,4 kilos per cápita), y de los platos preparados en conserva (1,8 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 23,9% del gasto, con un total de 15,0 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 20,4% y un total de 12,8 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 15,8% y 9,9 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 12,3% y un total de 7,7 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 21,8% restante, con un total de 13,7 euros por persona al año.



El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (5,3 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,6 kilos per cápita), de las pizzas (2,4 kilos per cápita), y de los platos preparados en conserva (1,8 kilos per cápita)

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	**671,4**	**14,7**	**2.870,0**	**62,7**
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	81,3	1,8	453,8	9,9
CONSERVA CARNE	30,8	0,7	212,0	4,6
CONSERVA PESCADO	2,8	0,1	27,4	0,6
CONSERVA VEGETAL	35,7	0,8	147,5	3,2
CONSERVA LEGUMBRE	17,1	0,4	54,4	1,2
CONSERVA PASTA	12,1	0,3	66,9	1,5
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	118,1	2,6	585,1	12,8
CONGELADO CARNE	33,5	0,7	142,8	3,1
CONGELADO PESCADO	37,5	0,8	218,6	4,8
CONGELADO VEGETAL	18,8	0,4	86,5	1,9
CONGELADO PASTA	18,2	0,4	81,9	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	10,2	0,2	55,3	1,2
SOPAS Y CREMAS	242,2	5,3	351,2	7,7
GAZPACHO Y SALMOREJO	59,4	1,3	116,5	2,5
PIZZA	111,0	2,4	688,8	15,0
PASTA RESTO	11,1	0,2	105,1	2,3
TORTILLAS REFRIGERADAS	17,6	0,4	59,5	1,3
OTROS PLATOS PREPARADOS	90,2	2,0	626,4	13,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

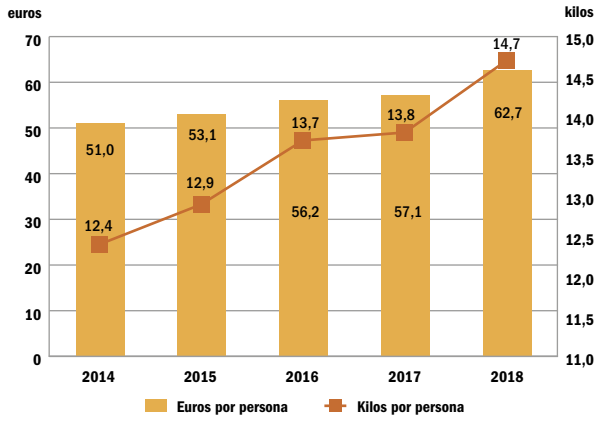
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de platos preparados, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de platos preparados es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con edad entre 50 y 64 años el consumo de platos preparados es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de platos preparados, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de platos preparados, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, retirados, y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos y en el caso de las parejas adultas sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Comunidad de Madrid y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Navarra y Galicia.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

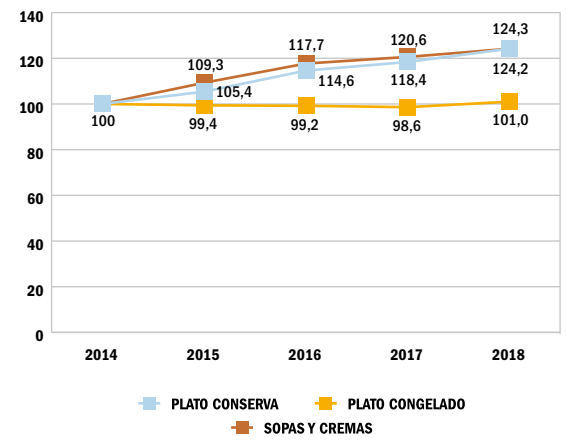
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 2,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 11,7 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2018 (14,7 kilos y 62,7 euros por consumidor).

En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido favorable para todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de platos preparados en conserva, sopas y cremas y platos preparados congelados aumenta.

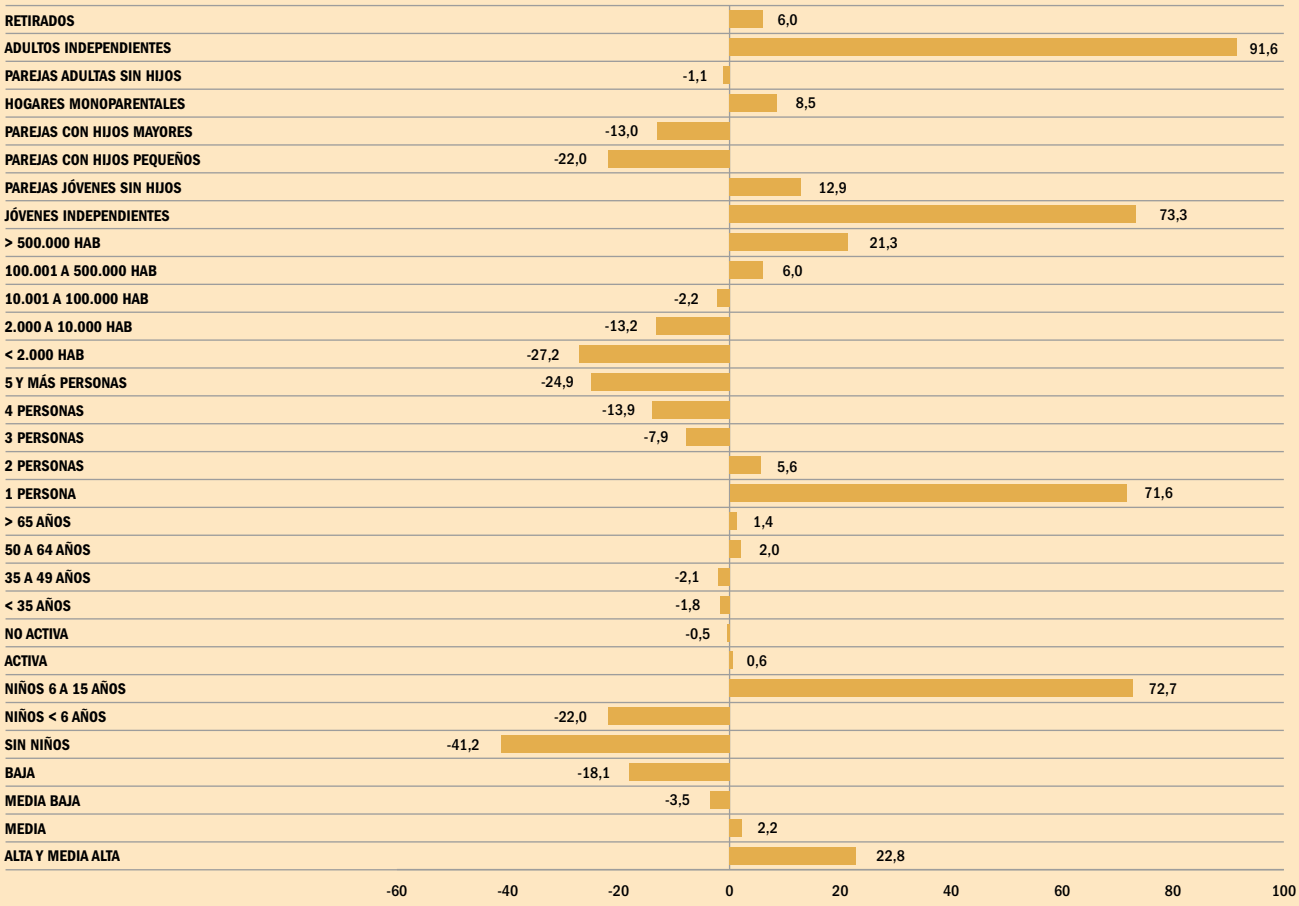
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PLATOS PREPARADOS, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PLATOS PREPARADOS (2014=100), 2014-2018

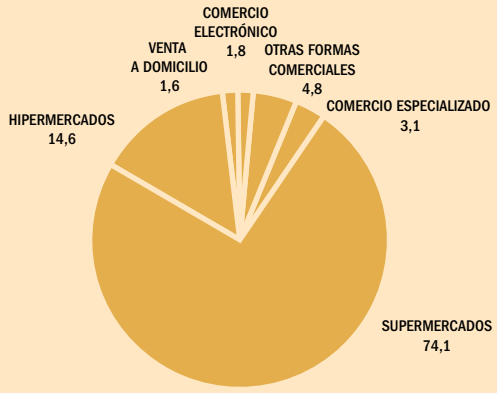


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 14,7 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (74,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 14,6% y los establecimientos especializados llegan al 3,1%. La venta a domicilio representa el 1,6%, mientras que el comercio electrónico llega al 1,8%. Finalmente, otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,8% restante. ○

PRODUCTOS DESHIDRATADOS

Los productos deshidratados constituyen un mercado muy variado, con muy diferentes perspectivas de crecimiento. Una oferta muy clásica es la de los platos deshidratados (sopas en sobre, platos de pasta y arroces deshidratados y "noodles") que muestran un dinamismo renovado en presentaciones más novedosas, mientras que tienden a perder peso las ventas de las sopas en sobre y de los platos de pasta y arroz. Así, durante el último año computado, ese mercado se redujo en un 5,4% en volumen, quedando en 64,6 millones de unidades de sopas y casi 12 millones de unidades de sobres de platos. En valor su descenso fue del 4,8% en las sopas, rondando los 41 millones de euros, mientras que los platos aumentaron en un 0,3%, hasta 15,3 millones de euros.

El mercado está dominado por grandes grupos multinacionales, junto a algunos especialistas de capital español. Las marcas blancas representan el 35% de todas las ventas de sopas en volumen y el 24% en valor. Últimamente han adquirido gran importancia los noodles.

La principal empresa de este mercado está vinculada a un grupo japonés y controla el 54,2% del total en volumen y el 57,8% en valor. Las marcas de distribución sólo suponen el 3,8% en volumen y el 2,1% en valor. Un mercado con grandes perspectivas de crecimiento es el de las frutas deshidratadas. La producción total de frutas deshidratadas ronda los 2,5 millones de toneladas y los 7.470 millones de euros. España exporta unas 94.000 toneladas de frutas deshidratas al año.

COMIDA ÉTNICA

El mercado de la comida étnica en España sigue mostrando un notable dinamismo y presenta todavía importantes márgenes de crecimiento, aunque el comportamiento de las diferentes resulta muy variable. Se estima que este tipo de ofertas apenas supone el 1,2% del total de platos consumidos en los hogares españoles, lo que indica que hay todavía mucho camino por recorrer.

Los mayores índices de crecimiento se registran en la comida mexicana y el sushi. También están creciendo de manera significativa las ventas de platos de origen árabe, como el hummus o el tabulé, mientras que, por el contrario, las demandas de noodles, que vivieron unos años de fuertes crecimientos, se han estabilizado de manera drástica durante los dos últimos ejercicios.

El mercado de la comida mexicana se acercó a 97,2 millones de euros, un 10% más que en el año anterior. En el caso del hummus, se acumularon unas ventas de 26 millones de euros (+45%). El mercado de los noodles parece mostrarse estancado en torno a los 54 millones de euros anuales. Unas referencias que han crecido mucho han sido algunos alimentos inicialmente importados para consumo de las comunidades inmigrantes de nuestro país. Entre esas ofertas destacan la quinua, pulpas de frutas congeladas, mermeladas, zumos de distintas frutas, dulce de leche, etc. Las empresas que dominan este mercado están compuestas por especialistas sectoriales y por las grandes compañías alimentarias multinacionales que mantienen esta línea de negocio entre todas sus ofertas. Las marcas blancas son muy importantes en el mercado de los platos mexicanos, con el 58% del total en valor, frente al 25% de la primera oferta marquista. La principal empresa especialista en comida mexicana registra una facturación de 28 millones de euros anuales, mientras que el especialista principal en comida asiática ronda los 40 millones de euros.

El mercado de la comida étnica en España sigue mostrando un notable dinamismo y presenta todavía importantes márgenes de crecimiento, aunque el comportamiento de las diferentes resulta muy variable. Se estima que este tipo de ofertas apenas supone el 1,2% del total de platos consumidos en los hogares españoles

CALDOS Y SOPAS

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 8,2 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron 76,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,7 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	8,2	0,2	76,8	1,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de caldos y sopas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de caldos y sopas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 39 y 45 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los índices son más reducidos en aquellos hogares formados por cuatro miembros.*



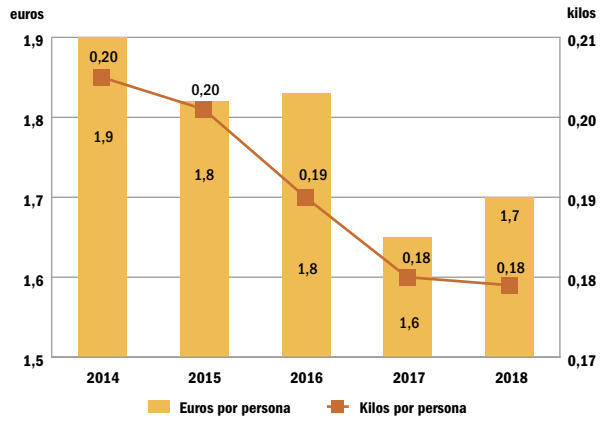


- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de caldos y sopas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas La Rioja, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Cataluña, Andalucía y, sobre todo, a Canarias.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de caldos se ha mantenido estable, con alguna pequeña variación, mientras que el gasto ha experimentado una ligera caída de 20 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2014, con 0,20 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2014 (1,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CALDOS, 2014-2018

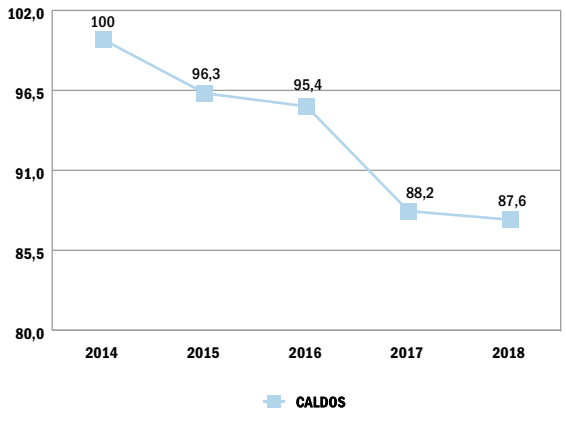




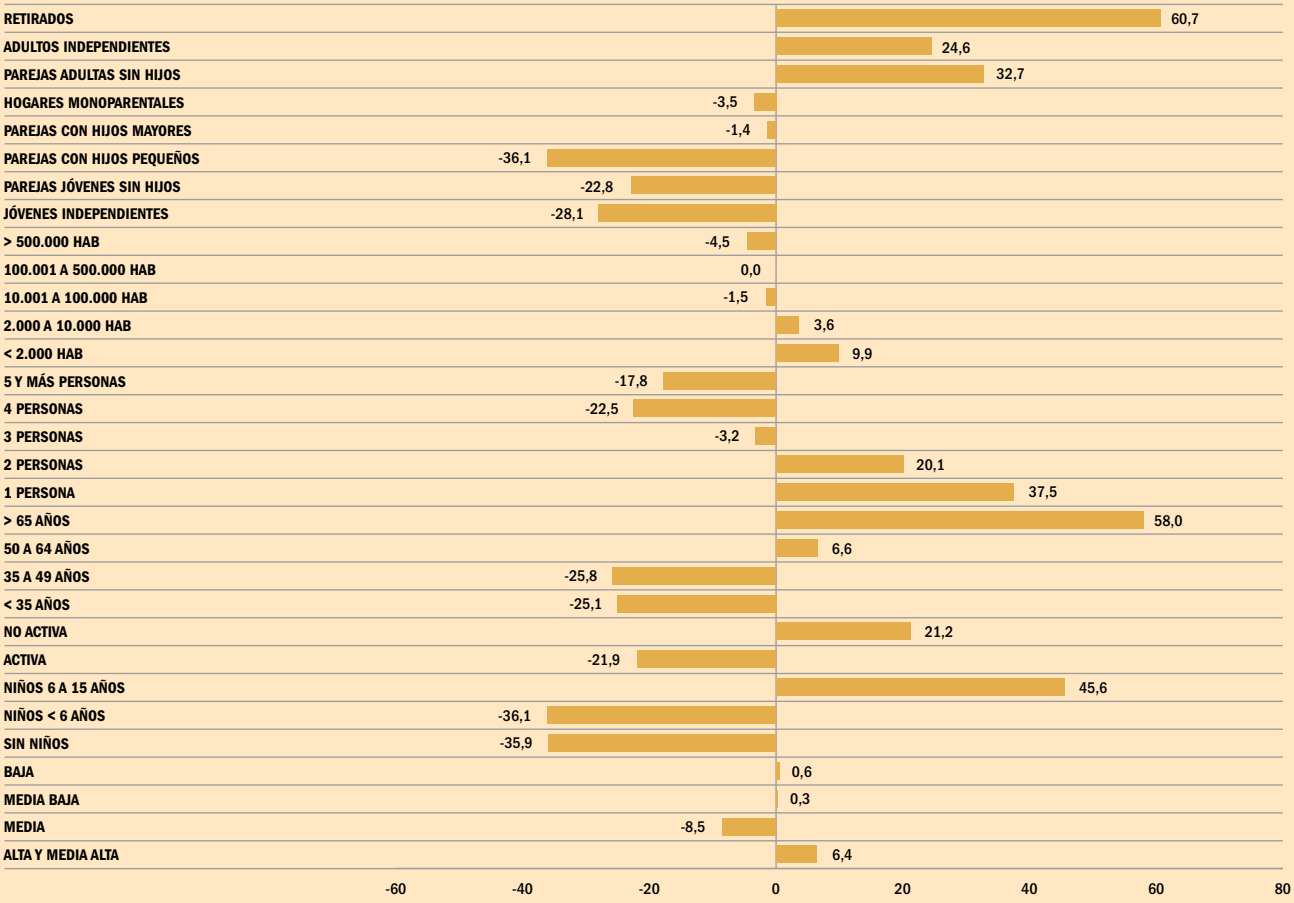


En el periodo 2014-2018 y respecto a la demanda de 2014, el consumo de caldos ha sufrido variaciones, con una caída ligera pero continuada durante todos los ejercicios.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CALDOS (2014=100), 2014-2018

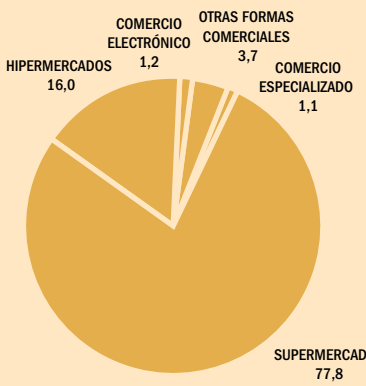


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS Y SOPAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,2 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS Y SOPAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (77,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,0% y los establecimientos especializados llegan al 1,1%. El comercio electrónico con 1,4% y otras formas comerciales con 3,7% cubren la cuota restante.

PRODUCTOS DIETÉTICOS

Es muy complicado proporcionar cifras contrastadas sobre el mercado de los productos dietéticos, ya que se trata de una oferta muy heterogénea, con fronteras poco claras entre los productos dietéticos y algunos funcionales, comercializada en canales de distribución diferentes y con perspectivas de crecimiento que no pueden resumirse en unos pocos rasgos. Por todo ello, solo disponemos de estimaciones, con un margen de error considerable. Sea como sea, todos los análisis indican que se trata de un mercado en crecimiento, en torno a un 7%, y que ronda ya los 1.020 millones de euros anuales. Hay que recordar que en 2015, las ventas de alimentos dietéticos se situaron en torno a los 835 millones de euros, mientras que en 2016 alcanzaron los 900 millones de euros, lo que demuestra con claridad la positiva evolución que ha experimentado este sector. A pesar de estos buenos resultados, todos los estudios disponibles señalan que el margen de crecimiento de este mercado continúa siendo muy grandes, ya que los niveles de consumo registrados en España están todavía muy por debajo de los de la mayoría de los países de nuestro entorno.

A nivel europeo, se estima que el valor del mercado de los alimentos dietéticos se sitúa por encima de los 25.000 millones de euros anuales. A nivel internacional, las ventas de complementos alimenticios dietéticos y suplementos para deportistas rondan los 121.200 millones de dólares anuales.

La composición de la oferta de alimentos funcionales en España incluye toda una serie de productos que tienen un peso muy variado en el mercado. Así, se considera que los complementos alimenticios (preparados que contienen vitaminas y/o minerales, y que se utilizan en casos de carencia tales como una dieta inadecuada, deporte intenso, la falta de horas de sueño o estrés) constituyen la principal partida, acaparando el 39% de todas las ventas. A continuación aparecen los alimentos para trastornos metabólicos y nutrición enteral, con una cuota del 29%, seguidos por las dietas hipocalóricas (14%), los alimentos dietéticos (11%) y las hierbas medicinales (7%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las buenas perspectivas del mercado de los alimentos dietéticos ha provocado la aparición de muchos nuevos operadores que se suman a las empresas tradicionales que ya producían estas ofertas. En la actualidad, el sector empresarial de productores y comercializadores de alimentos dietéticos está compuesto por más de 650 grupos, en los que la mayoría tiene unas dimensiones medianas o pequeñas.

Tradicionalmente, el sector estaba dominado por pequeñas empresas relacionadas con la parafarmacia o las hierbas medicinales, pero en la actualidad se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. El grado de concentración tiende a ser muy elevado, ya que las cinco empresas más importantes controlan el 33% de todo el mercado y entre las diez principales presentan una cuota conjunta que supera el 51%. Las marcas de distribución no son muy importantes en este mercado, ya que apenas superan el 10% del total de ventas en volumen, mientras que la primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 40%. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.815,00
Lactalis Puleva, S.L.U. *	635,00
Grupo Dulcesol *	325,00
Abbott Laboratories, S.A. – División Nutrición	265,00
Hero España, S.A. *	178,00
Cerealto Foods, S.L. *	160,00
Laboratorios Ordesa, S.L. *	138,00
Go Fruselva, S.L. *	105,00
Liquats Vegetals, S.A. *	65,00
Nutrition & Sante Iberia, S.L.	57,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Los herbolarios han sido el canal de distribución tradicional de los alimentos dietéticos, aunque esa situación ha cambiado de manera radical durante los últimos años. Existen unos 3.000 herbolarios en nuestro país. Recientemente han aparecido toda una serie de cadenas de distribución de alimentos dietéticos y ecológicos. Se estima que existe alrededor de 200 supermercados especializados. El líder de ese segmento tiene 56 puntos de venta y unas ventas anuales de 71 millones de euros, mientras que el segundo llega a los 33 supermercados y los 23 millones de euros. Aparte de estos establecimientos, la farmacias tienen también un cuota significativa en la venta de algunas ofertas muy específicas. Más allá de esta transformación del canal especialista, es importante la irrupción de la gran distribución organizada en la comercialización de los alimentos dietéticos. Se considera que, en la actualidad, más de un 70% de estas ofertas se venden en los lineales de las grandes cadenas de distribución alimentaria y ese porcentaje tiende a crecer de año en año. ○

CONSUMO

Todas las estimaciones disponibles indican que el consumo de alimentos dietéticos y complementos alimenticios han crecido de forma notable en nuestro país durante los últimos años. De todas maneras, esos niveles de consumo están claramente por debajo de los registrados en la mayoría de los países de nuestro entorno. Un 45% de los alemanes consume alimentos dietéticos de manera regular, mientras que en el caso de los franceses el porcentaje se reduce hasta el 30% y en el de los habitantes del Reino Unido hasta el 25%. En España, algo menos del 20% declara consumir o haber consumido en el último año alimentos dietéticos. Esas personas tienen un perfil predominante urbano, en especial se trata de residentes en las grandes áreas de Madrid y Barcelona, y tienen menos de 50 años. Un rasgo típico del consumo español de alimentos dietéticos es su fuerte estacionalidad, ya que en torno a un 70% de todas las demandas se concentra en el periodo estival. ○

PRODUCTOS FUNCIONALES

Los alimentos funcionales son aquellos que se considera que tienen consecuencias positivas en una o varias funciones del organismo, contribuyendo a un mayor estado de salud y bienestar. Son, por tanto, un heterogéneo conjunto de ofertas que aparecen incluidas en casi todos los sectores alimentarios y que, por lo tanto, hacen muy difícil proporcionar datos fiables. Además, las fronteras entre los productos funcionales y otras presentaciones como los alimentos dietéticos o los complementos alimenticios no resultan fáciles, por lo que las cifras tienen un nivel de incertidumbre importante.

Se estima que las versiones saludables de los alimentos vendidos en España pueden rondar los 1.100 millones de euros anuales y representar algo menos del 20% del total vendido en volumen. Estas ofertas son muy interesantes para los fabricantes ya que aportan un mayor valor añadido. Algunos datos más concretos avalan la importancia de este tipo de ofertas. Las ventas de leches funcionales crecen en torno a un 4% anual y superan ya los 600 millones de kilos. Dentro de este segmento son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico (+21%). En el caso de las galletas funcionales el crecimiento fue de un más moderado 2%, situándose en unos 225 millones de euros. Las bebidas funcionales suponen el 45% de todo ese mercado en valor y el 48% en volumen, aunque su crecimiento se ha visto paralizado en los últimos ejercicios. En el caso del pan de molde integral, sus ventas crecen alrededor de un 1,5% anual, superando los 125 millones de euros.

En algunos casos, los alimentos funcionales parecen haber llegado a su tope y presentan síntomas claros de madurez. Es el caso de los yogures funcionales, donde las demandas se han reducido, aunque tienen unas importantes ventas en torno a los 830 millones de euros anuales. Algo similar ocurre con los cereales funcionales, lastrado por los problemas de demanda general de esas ofertas. En el último ejercicio registrado sus ventas cayeron en un 8,6%, quedando en menos de 124 millones de euros. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

No existe, en sentido estricto, un sector empresarial de alimentos funcionales, ya que se trata de unas ofertas que están presentes en todos los principales sectores alimentarios. De manera general, los fabricantes de alimentos funcionales tienden a ser grandes grupos, ya que suele ser necesaria una fuerte inversión en investigación e innovación para colocar una oferta funcional viable. En algunos casos concretos, aparecen algunos especialistas que han conseguido posicionar en los

mercados algún producto saludable específico, aunque estos hechos constituyen excepciones dentro de un mercado dominado por los grandes grupos alimentarios, muy a menudo de carácter multinacional.

Algunos de estos enormes operadores apuestan de forma decidida por este tipo de productos y están reconvirtiendo sus catálogos para reforzar estas ofertas. La importancia de las marcas de distribución depende de la consolidación del producto funcional. En los casos en que se encuentran claramente asentados y cuentan ya con un largo recorrido, son las marcas blancas las que han conseguido acapara la mayoría de las ventas. Es lo que ocurre, por ejemplo, con los productos lácteos (leche sobre todo y, algo menos, en el caso de los yogures) y con las bebidas funcionales. ○

ALIMENTACIÓN INFANTIL

El mercado español de la alimentación infantil está muy condicionado por la caída continúa de la natalidad. En 2017 se registraron 393.181 nacimientos en España, que ya era la cifra más baja de los últimos diez años. En 2018, los nacimientos fueron 367.374, con un nuevo descenso del 6,5% respecto al año anterior. Con ese panorama, es comprensible que los alimentos infantiles tengan un futuro difícil, teniendo en cuenta que su público objetivo tiende a disminuir de año en año.

El mercado total de alimentos infantiles en la distribución alimentaria durante el pasado año se acercó a las 57.930 toneladas y los 227 millones de euros, lo que supuso unos descensos interanuales del 6,2% y del 5,5% respectivamente. Los productos listos para tomar (potitos, postres lácteos, galletas, papillas líquidas y zumos) rondaron los 120,3 millones de euros (-5,1%), mientras que los cereales se quedaron en 24,2 millones de euros (-6,2%) y las leches infantiles en 82,5 millones de euros (-5,9%). Otras estimaciones más amplias, en las que se incluyen leches en polvo, líquidas de continuación y crecimiento, cereales y papillas, potitos-tarritos y bolsitas consideran que el mercado puede llegar hasta los 259 millones de euros, un 5,9% menos que el año anterior. Dentro de esta caída general de las ventas, la única categoría que muestra un gran dinamismo es la de los productos ecológicos. Las demandas crecieron un 21,3% hasta alcanzar los 13,2 millones de euros. Hay que tener en cuenta que su importancia es todavía de un reducido 5,1% del total del mercado. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y distribuidoras de alimentos infantiles en España está dominado por algunos grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Los alimentos infantiles constituyen una línea de negocio dentro de una oferta mucho más amplia vinculada con sectores afines, como la leche, las galletas, los cereales, etc. Junto a estos líderes sectoriales aparecen algunas empresas especialistas de capital esencialmente español, con nichos concretos de mercado en los que tienen una fuerte penetración y, también, algunos laboratorios farmacéuticos que incluyen entre sus ofertas algún alimento infantil, principalmente dentro del canal de las farmacias. El primer grupo dentro del sector de la alimentación dietética e infantil registra una facturación de 1.815 millones de euros anuales (-0,8%) y es una de las más grandes compañías alimentarias a nivel mundial. El segundo operador alcanza una ventas de 635 millones de euros (+0,3%), mientras que el tercero se queda en 325 millones de euros, el cuarto ronda los 265 millones de euros y el quinto se sitúa en 178 millones de euros.

Dentro de la distribución organizada, las marcas de distribución van ganando importancia de año en año, aunque todavía continúa siendo un mercado dominado por las ofertas con marca de fabricante. No existen datos contrastados, pero las dos cadenas alimentarias que más impulsan este mercado han hecho una apuesta muy firme por presentar y diversificar sus propias referencias de alimentos infantiles, una basada en los productos ecológicos y la otra en ofertas más convencionales. ○

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Una peculiaridad de la distribución comercial de los alimentos infantiles es la importancia que las farmacias han tenido, y todavía tienen, como un canal significativo para las ventas de estas ofertas. De hecho, hasta hace pocos años, las farmacias acaparaban la práctica totalidad del comercio de alimentos infantiles, pero en los últimos años la distribución organizada ha

irrumpido con fuerza en este mercado y, de año en año, gana una importancia cada vez mayor. Las farmacias continúan teniendo su principal fortaleza en las leches y fórmulas infantiles en polvo. Sus ventas de leches infantiles durante el último ejercicio llegaron hasta los 193 millones de euros (-4,8%), frente a los 82,5 millones de euros (-5,9%) de los establecimientos de la distribución organizada. Durante el pasado año se registraron dos alertas alimentarias en leches infantiles por riesgos para la salud de los pequeños consumidores.

La distribución organizada, por el contrario, controla ya la gran mayoría de las ventas de potitos, comidas infantiles, cereales, yogures, zumos o snacks infantiles. Los dos líderes sectoriales mantienen posiciones dominantes en los dos canales de distribución pero, normalmente, hay empresas especializadas en uno u otro de los canales de distribución.

COMERCIO EXTERIOR

No es posible disponer de estimaciones fiables sobre el comercio exterior de alimentos infantiles. Se considera que muchos movimientos entre distintas filiales de las grandes compañías multinacionales que controlan la mayor parte del mercado no quedan reflejadas en las estadísticas de exportaciones e importaciones. Lo cierto es que esos movimientos deben ser importantes, porque muchos de los grupos más importantes establecen plantas de producción en un país para abastecer una gran zona geográfica. El principal fabricante de nuestro país exporta el 70% de la producción de su fábrica de papillas infantiles a países de Oriente Medio, Reino Unido y Francia. El principal proveedor de la cadena alimentaria más importante tiene su otro pilar de crecimiento en la internacionalización y las exportaciones suponen el 30% de sus ventas y sus productos se encuentran en 12 países de 4 continentes. Las importaciones, por su parte, pueden rondar las 200.000 toneladas anuales.

CONSUMO

El consumo de alimentos infantiles se redujo de manera bastante significativa durante los años más duros de la crisis, debido a que muchas mujeres dejaron sus trabajos y se encargaron directamente de la alimentación de sus hijos. En los últimos tiempos, el consumo promedio se ha recuperado ligeramente, pero se encuentra por debajo de muchos países de nuestro entorno.

Se considera que un/a niño/a español/a consume alrededor de 44 kilos de potitos y comidas infantiles al año. Además, se estima que su consumo de harinas y papillas ronda los 34 kilos anuales, a los que habría que añadir unos 30 litros de leches infantiles. El consumo de zumos infantiles sigue siendo todavía poco importante.

A nivel mundial el 49% del valor de ventas de alimentos para bebés tienen lugar en la zona de Asia Pacífico, el 27% de Europa y el 19% de América del Norte. Los crecimientos más acelerados en las ventas se observan en América Latina, África y Oriente Medio. El consumo de alimentos infantiles en nuestro país se concentra en las zonas urbanas, sobre todo en las grandes ciudades, seguidas por las zonas sur y del centro peninsular.

ALIMENTOS PARA NIÑOS

En nuestro país la población entre 0 y 14 años está compuesta por 7.493.000 personas, de las que el 51,4% son niños y el restante 48,6% está compuesto por niñas. Ese conjunto de población constituye el 15,4% del total español. Este grupo no presenta unas características homogéneas. Según UNICEF, España es el sexto país con más desigualdad infantil en materia económica de la OCDE y el cuarto de la UE, solo por delante de Rumanía, Bulgaria y Grecia. Más de un tercio de los niños españoles vive en riesgo de pobreza o exclusión social. España es uno de los países con menos gasto en protección social a los niños y sus familias, con el 1,4% del PIB, frente al 2,3% de la media comunitaria. Junto a esto, según la OMS, entre 1975 y 2016, la obesidad infantil en nuestro país ha aumentado del 3% al 12%, mientras que el porcentaje de sobrepeso infantil se sitúa en torno al 23%.

Los alimentos para niños forman un heterogéneo conjunto de ofertas orientadas de forma preferente hacia estos consumidores, que se caracterizan por unas presentaciones, formatos, colores, sabores, etc., que resultan atractivos para ese público. De manera genérica, se estima que las ventas de ofertas dirigidas a niños y adolescentes pueden alcanzar una facturación superior a los 750 millones de euros anuales. Las ofertas más clásicas son las de galletas y bollería, alimentos para desayuno y merienda, dulces y caramelos, algunos productos lácteos, ciertos refrescos, etc. A ese núcleo tradicional se han venido añadiendo en los últimos tiempos otros productos en los sectores de pastas alimenticias, cárnico, (salchichas, embutidos, patés y foie gras, etc.), platos preparados y precocinados, snacks, etc.

ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS

El mercado español de especias y condimentos muestra un notable dinamismo durante los últimos años. En 2018, las ventas crecieron un 8,6% en volumen, llegando a 6.030 toneladas, mientras que en valor su crecimiento fue de un 4%, quedando en 122,6 millones de euros. En el libreservicio, las ventas de especias, colorantes y hierbas llegaron alcanzaron 5.070 toneladas y 137 millones de euros. La partida de especias y colorantes se quedó en casi 3.470 toneladas y 92 millones de euros.

Las principales ofertas son las de pimentón (811 toneladas y 13,3 millones de euros) y pimienta (650 toneladas y 15,3 millones de euros), seguidas por los colorantes (462 toneladas y 6,2 millones de euros), canela (462 toneladas y 10 millones de euros), comino (171 toneladas y 2,8 millones de euros) y sales especiales (103 toneladas y 1,4 millones de euros). Con cifras pequeñas de ventas en volumen (27,5 toneladas), pero importantes en valor (13,2 millones de euros) aparece el azafrán. También son significativas en valor las ventas de nuez moscada (2,5 millones de euros) y curry (1,8 millones de euros).

Por lo que hace referencia a las hierbas, la principal es el ajo, con un mercado de 803 toneladas y algo más de 13 millones de euros. En segundo lugar se sitúa el orégano (197 toneladas y 7,5 millones de euros), seguido por el perejil (115 toneladas y 6,4 millones de euros). Por debajo se sitúan las cebollas (79 toneladas y 1,5 millones de euros), mezclas de hierbas (67 toneladas y 1,9 millones de euros), laurel (58 toneladas y 3,8 millones de euros), tomillo (47 toneladas y 1,7 millones de euros) y albahaca (24 toneladas y 1,3 millones de euros).

El mercado de las salsas, por su parte, llegó hasta las 268.190 toneladas (+1,2%) y los 625 millones de euros (+3,2%). El tomate frito constituye la principal oferta, ya que acapara el 60,7% de todo el volumen comercializado y el 37,4% en valor. Los comportamientos más dinámicos se registran entre los segmentos de "otras salsas" y "salsas deshidratadas", con crecimientos respectivos en valor del 7,9% y del 5,6%. Los principales consumos domésticos son los de mayonesa (35,6% en volumen y 28,3% en valor), kétchup (18,6% y 12,5%), mayonesa light (10% y 8,7%) y mostaza (2,6% y 2,9%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 50 empresas que superan los 2 millones de euros anuales de facturación, mientras que otras 20 presentan cifras de negocio por debajo de esa cantidad. Teniendo en cuenta el dinamismo del mercado y la necesidad de apostar al comercio exterior para asegurar la sostenibilidad, los operadores más pequeños se encuentran inmersos en una situación plagada de incertidumbres, ya que tienen muchas dificultades para realizar las inversiones imprescindibles para competir en este nuevo escenario.

El líder sectorial registró una producción cercana a las 26.870 toneladas y unas ventas de 74,4 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 6.500 toneladas y 58,4 millones de euros, el tercero rondó las 13.000 toneladas y los 42 millones de euros, el cuarto alcanzó las 11.500 toneladas y los 26 millones de euros y el quinto se situó en 11.090 toneladas y 22,8 millones de euros. Las marcas de distribución tienen una gran importancia en este mercado, ya que representan el 85,2% de todas las ventas en volumen y el 75,6% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia tiene unas cuotas respectivas del 5,8% y del 11,6%.

En el caso de las salsas, la situación del sector empresarial es muy diferente, ya que aparecen grandes grupos de carácter internacional junto a especialistas de sectores afines,

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.815,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	692,33
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) – Grupo *	690,00
Unilever España, S.A. - Grupo *	607,00
Mondelez España – Grupo *	560,00
Compre y Compare, S.A. *	203,70
Grupo Pastas Gallo *	200,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	189,63
Grupo Helios *	180,40
Hero España, S.A. *	173,73

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Borges Agricultura & Industrial Edible Oils, S.A. (BAIEO) *	454,09
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	189,63
Grupo Conservas Dani*	75,00
Bolton Cile España, S.A.*	75,00
Ramón Sabater, S.A.*	73,40
Jesús Navarro, S.A. *	70,65
Herbex Iberia, S.L. *	43,95
Manufacturas Ceylan, S.L. *	41,00
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	37,36
Mccormick España, S.A.*	28,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

básicamente de conservas vegetales y aceite. El principal fabricante de salsas ambiente es una conservera que tiene su fortaleza en el tomate frito y produce 92.000 toneladas anuales. El segundo es una filial de una compañía multinacional, con una producción de 70.000 toneladas. Dentro de las salsas para cocinar y deshidratadas aparecen especialistas de origen italiano, junto a grandes grupos multinacionales y algo similar ocurre entre las salsas frescas. Las marcas de distribución tienen mucha importancia en el mercado de las salsas, acaparando más del 70% del total en volumen y el 60% en valor del tomate frito, el 41,5% y el 28,5% en la mayonesa, el 55,6% y el 35,5% en los del kétchup y la mostaza.

Hasta hace relativamente poco, España únicamente un importador de muchas especias que no son cultivadas en nuestro país, pero ahora los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones se han convertido en un componente esencial para revitalizar al sector de especias y condimentos. Hasta hace relativamente poco, España era únicamente un importador de muchas especias que no son cultivadas en nuestro país, pero ahora los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción. En el último año, se exportaron especias por valor de casi 276 millones de euros, un 3,2% más que en el año anterior. Los principales mercados de destino son Reino Unido (27,2 millones de euros), Francia (21,3 millones de euros) y Alemania (20,4 millones de euros). El pimentón, el azafrán y, en menor medida, el orégano constituyen las principales partidas exportadas.



Por su parte, las importaciones llegaron hasta los 258,9 millones de euros, con una disminución interanual del 5,5%. Nuestros proveedores más importantes son China (71,8 millones de euros), Irán (45,4 millones de euros), India (21,7 millones de euros) y Brasil (20,9 millones de euros).

Dentro de las salsas, las exportaciones españolas más importantes son las de mayonesa y Kétchup, dirigidas de forma preferente a otros países de la Unión Europea. Se estima que ese comercio exterior ronda los 200 millones de euros anuales, mientras que las importaciones, con la referencia principal de la mostaza y de un origen principalmente europeo, se sitúan por encima de los 100 millones de euros anuales.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 120,1 millones de kilos de salsas y gastaron 446,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo y 9,7 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,2 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per cápita) y de la mostaza (0,1 kilos por persona al año). El resto de salsas supone 0,9 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 36,1%, con un total de 3,5 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 12,4% y un total de 1,2 euros por persona al año,



y la mostaza supone el 3,1% del gasto total en salsas, con 0,3 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 49,5%, con 4,8 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL SALSAS	**120,1**	**2,6**	**446,3**	**9,7**
KETCHUP	21,4	0,5	52,7	1,2
MAYONESA	53,5	1,2	160,8	3,5
MAYONESA LIGHT	11,6	0,3	37,1	0,8
MOSTAZA	3,1	0,1	12,4	0,3
OTRAS SALSAS	42,2	0,9	220,4	4,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

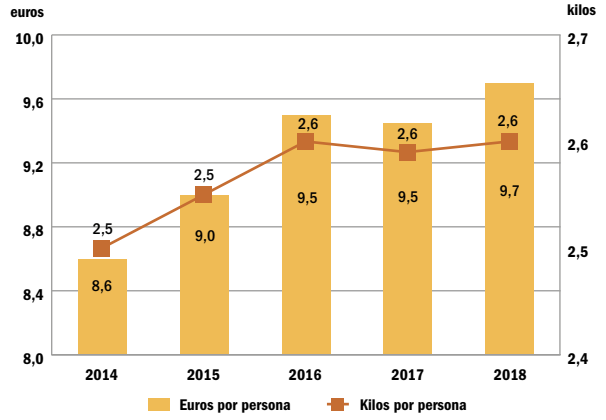
En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Cantabria y la Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Galicia.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,1 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,1 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado tuvo lugar en los ejercicios 2016, 2017 y 2018 (2,6 kilos por consumidor) mientras que el gasto más elevado se produce en 2018 (9,7 euros por persona).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SALSAS, 2014-2018

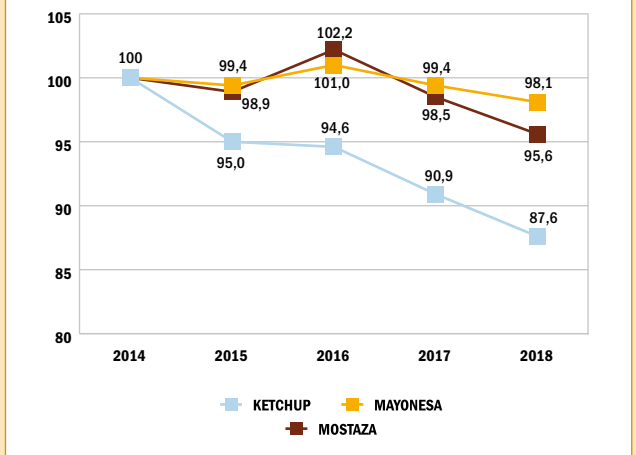




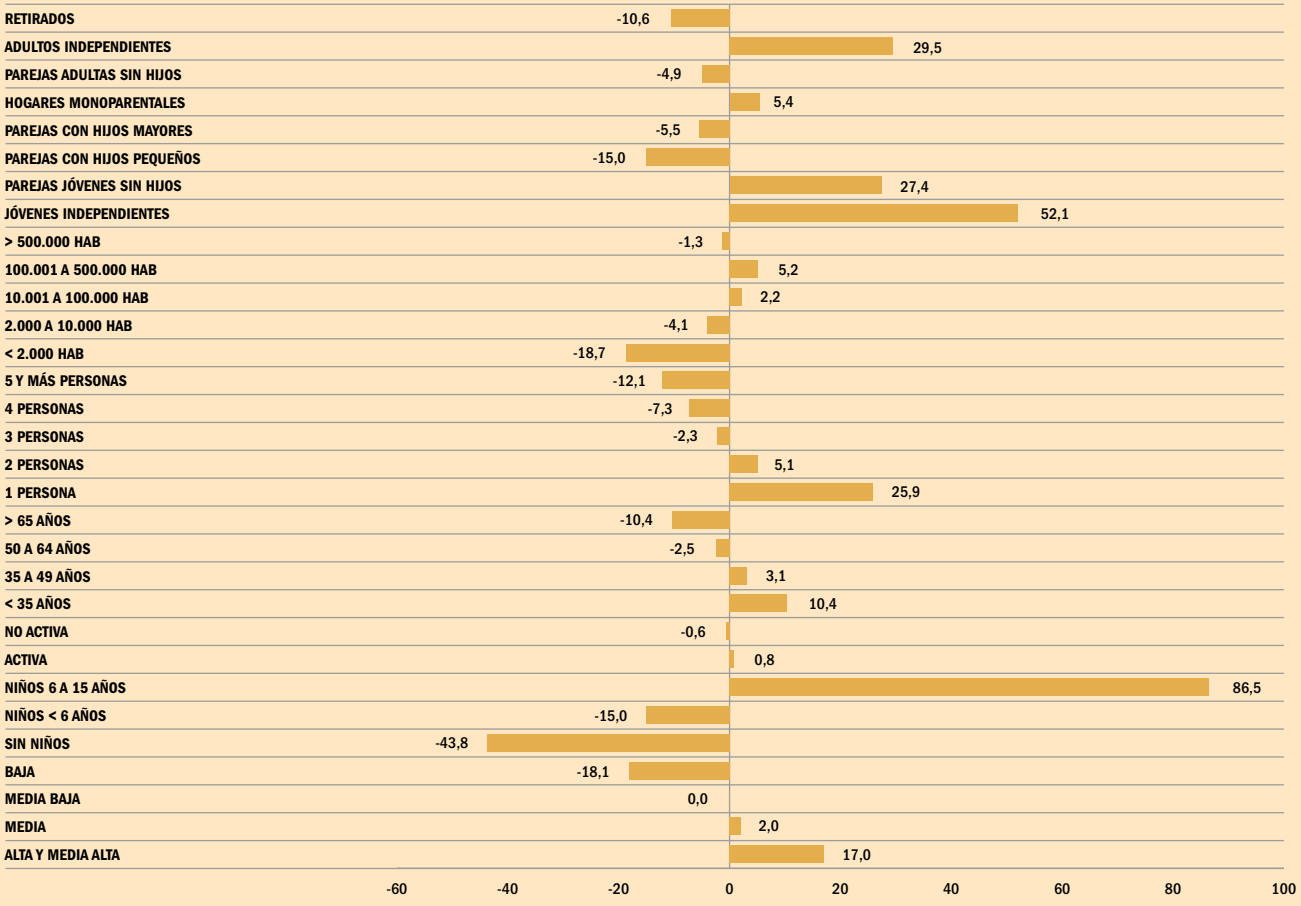


En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de mostaza y kétchup desciende mientras que en el caso de la mayonesa existe bastante estabilidad.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE SALSAS (2014=100), 2014-2018

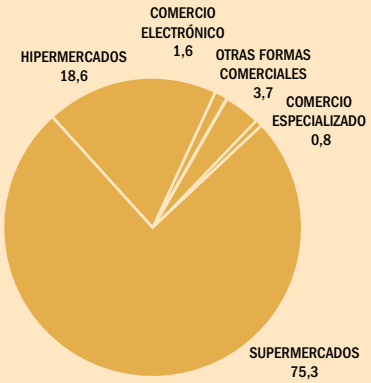


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 2,6 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (75,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,6%. Los establecimientos especializados representan un 0,8%, el comercio electrónico el 1,6% y las otras formas comerciales el 3,7% restante. ○

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

- COCHINILLA DE CANARIAS

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- AZAFRÁN DE LA MANCHA ✪

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PIMENTÓN DE LA VERA ✪

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- PIMENTÓN DE MURCIA ✪

Denominación en tramitación

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Cochinilla de Canarias

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

CARACTERÍSTICAS: Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cóccidos Dactylopius coccus (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (Opuntia ficus indica). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Azafrán de La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración amparada abarca 82,7 hectáreas en 332 términos municipales de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo.

CARACTERÍSTICAS: Es una especia constituida por los estigmas florales del *Crocus sativus L.* unidos a su correspondiente estilo y adecuadamente desecados. Este azafrán se caracteriza por sus hebras flexibles y resistentes, de un color rojo vivo brillante, aroma intenso, seco y penetrante, ligero aroma a mies o hierba fina con reminiscencias florales y un sabor ligeramente amargo, aromático y seco (no astringente).

DATOS BÁSICOS: En los registros de la DOP hay inscritos 320 productores y 5 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



Pimentón de La Vera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 1.400 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum annuum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agridulce y picante. En marzo se inicia su cultivo en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su trasplante a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador hay inscritos 433 agricultores y 16 empresas cuya producción supera los 4 millones de kilos anuales, de los que 2,2 millones de kilos se venden con DOP.

Pimentón de Murcia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Esta DOP ampara una zona geográfica de producción que se extiende por 14 términos municipales de la provincia de Murcia, en la comarca del Campo de Cartagena, mientras que la zona de elaboración y envasado comprende todos los términos municipales de la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: El producto resulta de la molienda de pimientos rojos del género *Capsicum annuum L,* de la variedad Bola, recolectados maduros, sanos, limpios y secos. El producto obtenido es dulce, con un fuerte y penetrante olor característico, de gran poder colorante, graso y sabroso. Su color es de un rojo brillante y presenta gran estabilidad de color y aroma.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.

SAL

La sal destinada a la industria alimentaria constituye el 7% de su producción total. El 48,2% se dirige a la industria química, el 22,4% a las exportaciones y el restante 22,4% a otros usos. Dentro de la sal destinada a la industria alimentaria apenas la mitad se dirige hacia el consumo, mientras que el restante porcentaje se utiliza para piensos o para la elaboración de bloques.

El consumo humano de sal tiende a disminuir en nuestro país. Entre 2014 y 2018 ese se ha reducido en casi 7.700 toneladas, quedando en 51.390 toneladas. El valor, por el contrario, apenas ha variado, situándose en 23,1 millones de euros. La diferencia entre la caída de los volúmenes comercializados y su valor de mercado es debido al progresivo predominio de presentaciones de mayor valor añadido, como las sales especiales, las sales en escamas o las sales comercializadas con otros ingredientes (hierbas, pimienta, etc.).

En España hay 21 empresas productoras de sal, sin contar las de pequeño tamaño. Las 18 empresas que forman la Asociación Ibérica de Fabricantes de Sal (AFASAL) representan el 90% de la producción total. La capacidad de producción es de 4 a 5 millones de toneladas al año y su facturación se sitúa en torno a 150 millones de euros anuales. China es la primera productora mundial de sal, con más de 62 millones de toneladas, seguida por Estados Unidos (40,2 millones de toneladas), India (24,5 millones de toneladas) y Alemania (19 millones de toneladas). En la



Unión Europea, España está en quinto lugar en producción de sal, por detrás de Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido. Las exportaciones españolas de sal llegaron hasta las 143.560 toneladas y los 18,9 millones de euros, mientras que las importaciones se situaron en 40.400 toneladas y 8,85 millones de euros.

CONSUMO Y GASTO EN SAL

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 51,7 millones de kilos de sal y gastaron 23,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,1 kilos de consumo y 0,5 euros de gasto.





CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SAL	51,7	1,1	23,4	0,5

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

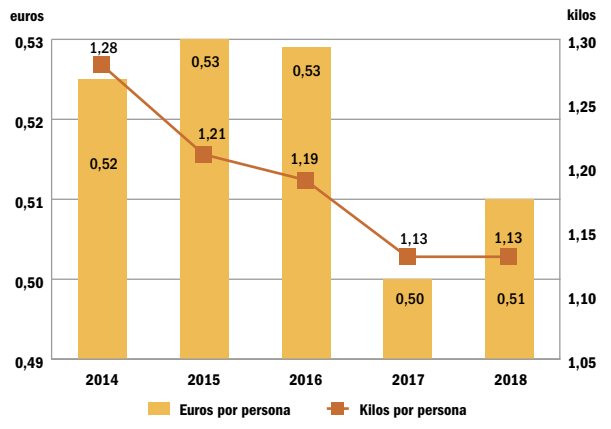
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares formados por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (100.000 a 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Región de Murcia y Andalucía cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Cantabria y Navarra.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

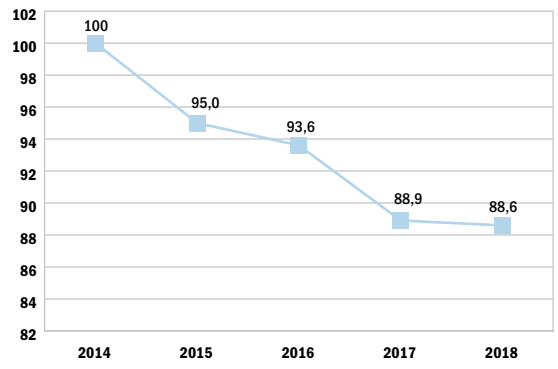
Durante los últimos cinco años, el consumo de sal se ha mantenido estable, con pequeños descensos (por ejemplo, en el ejercicio 2017) mientras que el gasto también ha experimentado ligeras oscilaciones en términos per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2014 (1,28 kilos por persona), mientras que el mayor gasto se produjo en los ejercicios 2015 y 2016 (0,53 euros por consumidor).

En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2014-2018, y respecto a la demanda de 2014, se ha producido un descenso continuado durante todo el periodo analizado.

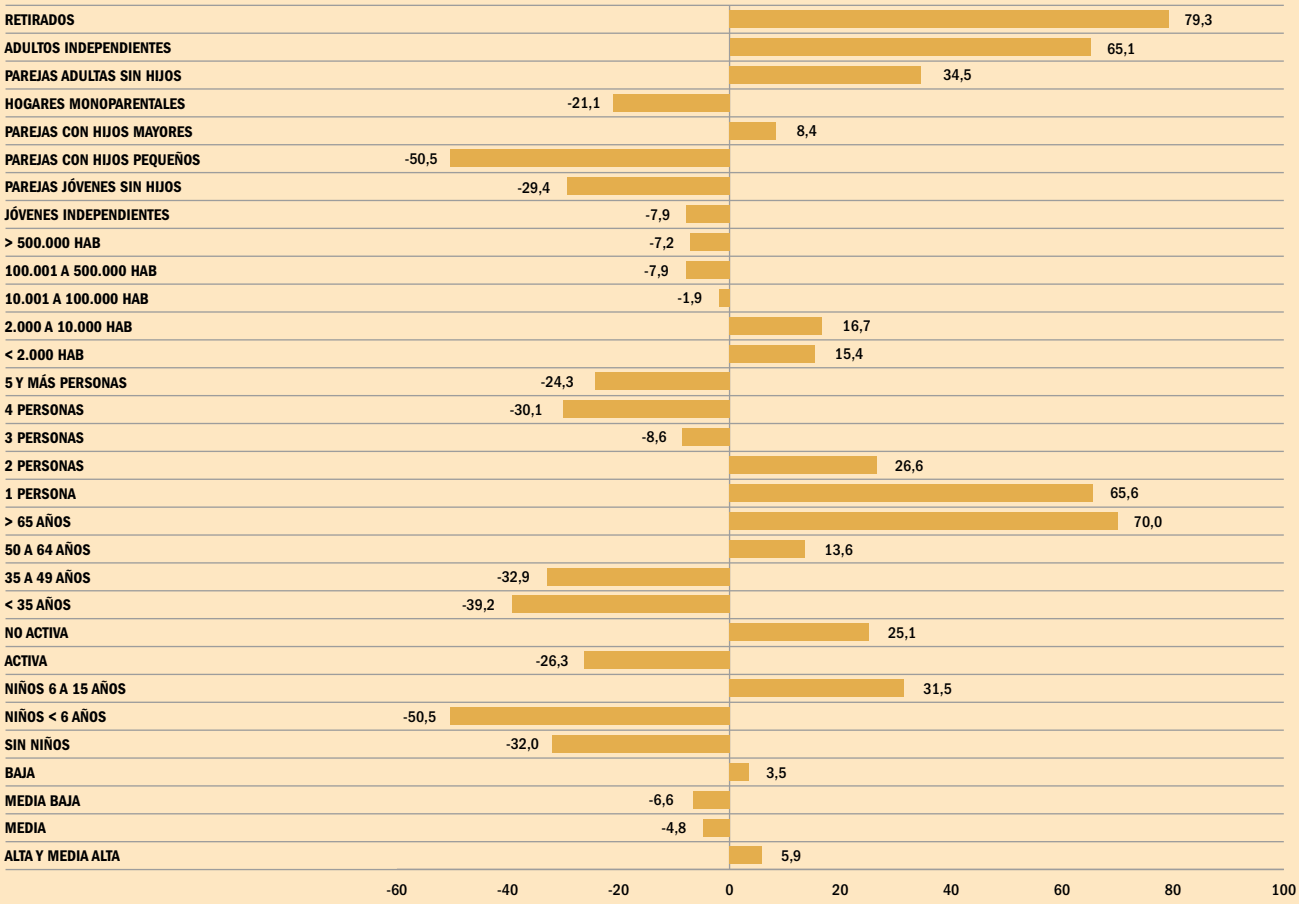
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SAL, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SAL (2014=100), 2014-2018

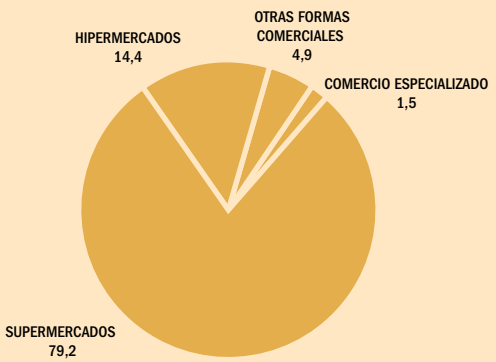


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SAL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



*Media nacional = 1,1 kilos por persona.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (79,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,4% y los establecimientos especializados llegan al 1,5%. Las otras formas comerciales suponen el 4,9% restante.

VINAGRE

Al cierre de la campaña 2017/18, la producción total de vino enviada a destilación y vinagrería superó los 1,14 millones de hectolitros, de los que algo más de 854.620 hectolitros se destinan a los destilados y cerca de 290.000 hectolitros son utilizados en la producción de vinagres, mayoritariamente de vino blanco. Mientras que cayeron de forma destacada las salidas a destilería (-54,4%), los envíos a vinagrería registraron un modesto crecimiento del 0,3%.

En los últimos tiempos, ha crecido mucho la producción de vinagres amparados con denominaciones protegidas y suponen ya algo menos de la mitad del total del vinagre elaborado en nuestro país. Los vinagres con denominación de origen son los de Jerez (el más importante), Condado de Huelva y Montilla-Moriles. La producción del vinagre de Jerez llegó durante el último año hasta los 5,3 millones de litros, con un incremento interanual en sus ventas cercano al 9%. Las 23 empresas productoras de vinagre de Jerez comercializan un 44% de su producción en el mercado español.

Por su parte, la producción de vinagres del Condado de Huelva creció un 20% y rondó los 3,2 millones de litros. Los



vinagres de Montilla-Moriles son producidos por 11 empresas bodegueras. Además existe también una denominación de calidad en Aragón (Calatayud), con una producción de 300.000 litros que se comercializan embotellados. El 80% se dirige hacia los mercados nacionales y el 20% restante se vende fuera de nuestras fronteras.

En la distribución organizada, los vinagres de vino blanco son la principal oferta, con cuotas que rondan el 70% del total en volumen y del 30,5% en valor. Después aparecen los vinagres de manzana (12% y 11,3%), seguidos por los vinagres balsámicos (8,3% y 43,6%), los de vino tinto (7,4% y 3,7%) y los de vino de Jerez (1,9% y 7,1%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La existencia de muchas pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras de vinagre constituye un rasgo muy característico del sector empresarial español del vinagre y es una diferencia muy significativa en relación a la situación de la mayoría de los países que forman parte de nuestro entorno. Es el caso, por ejemplo, de Dinamarca u Holanda, donde el mercado se encuentra monopolizado por un único fabricante. En Francia, donde se encuentran en actividad unas 17 empresas productoras y comercializadoras, se alcanza una producción doble de la de nuestro país.

Las marcas blancas han alcanzado una gran importancia en la distribución organizada y alcanzan unos porcentajes cercanos al 80% de todas las ventas en volumen, superando el 50% en valor. Entre los vinagres balsámicos, las marcas blancas controlan el 42% del total de ventas en volumen y el 35% en valor.

En España existen unas 40 empresas elaboradoras de vinagre. A pesar de este número tan elevado, ya son muy significativos los procesos de concentración. El principal grupo del sector alcanza una modesta cuota del 8% del total de las ventas en volumen y algo más del 5% en valor, mientras que el segundo operador se sitúa en el 2,5% en volumen y el 2,2% en valor.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Borges Agricultura & Industrial Edible Oils, S.A. (BAIEO) *	454,09
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	189,63
Grupo Conservas Dani*	75,00
Bolton Cile España, S.A.*	75,00
Ramón Sabater, S.A.*	73,40
Jesús Navarro, S.A. *	70,65
Herbex Iberia, S.L. *	43,95
Manufacturas Ceylan, S.L. *	41,00
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	37,36
Mccormick España, S.A.*	28,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de vinagres es muy favorable para nuestro país, ya que las exportaciones superan ampliamente a las importaciones. Se exportan anualmente algo menos de 50 millones de litros de vinagres, por un valor superior a los 30 millones de euros. Las importaciones, por su parte, se quedan en menos de 17 millones de litros, aunque con un valor muy significativo que ronda los 15 millones de euros. Los vinagres de vino a granel constituyen la principal partida exportada, seguida por la de los vinagres de vino envasados, otros vinagres a granel y otros vinagres embotellados.

Los mercados de destino más importantes para los vinagres españoles son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Reino Unido (24% del total en volumen), Francia (20,7%) e Italia (18%). A continuación y con un crecimiento muy notable se sitúa Estados Unidos (12%). Atendiendo al valor de las partidas exportadas, el primer cliente es ya Estados Unidos, seguido por Francia y Reino Unido. Dentro de las importaciones, destacan las de los vinagres balsámicos de origen italiano, aunque su volumen ha disminuido de manera notable durante los últimos años al comenzar a elaborarse este tipo de vinagres en nuestro país, seguidas a bastante distancia por las de vinagre de manzana. El 56% de la producción de vinagre de Jerez se vende fuera de nuestras fronteras, siendo Francia su principal cliente, con el 38% del total.



Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar de manera más decidida por vinagres con denominaciones de origen, vinagres balsámicos y cremas de vinagre

CONSUMO

Los niveles de consumo de vinagre entre los españoles son más reducidos que los de muchos otros países europeos. Así, en nuestro país se registran unos consumos de 1,5 litros por persona y año, mientras que en Bélgica llegan hasta los 2,7 litros per cápita, en Alemania se sitúan en 2,2 litros y en Francia casi llegan a los 2 litros. Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar de manera más decidida por vinagres con denominaciones de origen, vinagres balsámicos y cremas de vinagre. Esta situación contrasta con la de otros países. Así, en el Reino Unido, los vinagres más populares son los de cebada malteada y en Estados Unidos casi un 70% de su población consume vinagres de alcohol de cereales.



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- VINAGRE DE JEREZ ✪
- VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA ✪
- VINAGRE MONTILLA-MORILES ****





ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

- VINAGRE DE VINO

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

- VINAGRES VÍNICOS

*****Protección Nacional Transitoria*

✪ Inscrita en el Registro de la UE

Vinagre del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA
Y VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de vinagre protegida se extiende sobre una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo repartidas en 18 municipios de la provincia de Huelva, coincidentes con la denominación de origen de los vinos Condado de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se obtiene a partir de vinos procedentes de la DO que son sometidos a un proceso de acetificación, clarificación y filtración y que posteriormente se someten a envejecimiento y son enriquecidos con vino generoso que aumenta el residual de alcohol y que al reaccionar con el ácido acético mejora el aroma del vinagre. Se producen Vinagres del Condado de Huelva, que son los del año, y Vinagres Viejos del Condado de Huelva, que son de tres tipos: Solera, envejecido mediante el sistema de criaderas y soleras durante un tiempo superior a seis meses e inferior a un año; Reserva, con el mismo tipo de envejecimiento pero con un tiempo superior a un año, y Añada, envejecido mediante el sistema de añadas durante más de tres años.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 11 empresas bodegueras, que producen más de 3,5 millones de litros de vinagre comercializados con la DO.

Vinagre de Jerez

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

JEREZ
VINAGRE DE
DENOMINACION
DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 7.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

CARACTERÍSTICAS: El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/ Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

DATOS BÁSICOS: Hay 27 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 5,3 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

CAFÉ

El mercado español del café sigue mostrando un gran dinamismo, impulsado sobre todo por las cápsulas, las referencias gourmet y variedades premium y ecológicas, así como algunas presentaciones listas para ser consumidas. Aunque parece que las cápsulas muestran algunos síntomas de ralentización de su crecimiento, lo cierto es que durante el último año sus ventas crecieron en valor un 14%, superando los 404 millones de euros. Esa cifra supone el 47% de todas las ventas de café en el libreservicio.

La producción de café llegó hasta las 188.820 toneladas, un 4,8% menos que el año anterior, pero su valor se incrementó en un 2,4%, alcanzando los 1.364 millones de euros. Es precisamente esa preferencia de los consumidores por las ofertas de mayor valor añadido lo que explica el diferencial entre el volumen producido y el valor obtenido. El café tostado acapara el 68,4% de toda la producción en volumen y el 74,1% en valor. Dentro del café tostado las presentaciones sin descafeinar representan el 87,6% del total en volumen y el 86,4% en valor. El café soluble, por su parte, representa el 19,5% y el 21,2%, seguido por el café sin tostar descafeinado (11% y 4,3%) y los sucedáneos de café, con cuotas del 1,1% en volumen y del 0,4% en valor.



Dentro del mercado de café molido, las presentaciones naturales representan el 47,3% del total en volumen y el 49,9% en valor, mientras que las mezclas acaparan el 52,6% y el 49,9% respectivamente. Los cafés torrefactos suponen los restantes 0,1% en volumen y 0,2% en valor. En el caso de las cápsulas, los cafés naturales dominan, con el 93,3% en volumen y el 95,9% en valor. Por lo que hace referencia al café en grano, los naturales alcanzan el 51,9% en volumen y el 55,4% en valor, seguidos por las mezclas (33,3% y 30,3%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado internacional del café aparece claramente controlado por unos pocos y grandes grupos multinacionales que, normalmente, tienen un papel protagonista en diversos sectores alimentarios.

La principal empresa productora y comercializadora de café en España es filial de una de esas grandes compañías multinacionales y registró durante el último ejercicio computado una producción de 30.000 toneladas, un 6,2% menos que en el ejercicio anterior, con unas ventas de 920 millones de euros (-1,6%). La segunda llegó a las 16.300 toneladas (+5,1%) y los 185,5 millones de euros (6%), la tercera rondó las 25.660 toneladas (+2,6%) y los 124 millones de euros (+2,8%), la cuarta se situó en 11.500 toneladas (+15,5%) y 96,5 millones de euros (+16%), mientras que la quinta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, llegó a 9.200 toneladas (+12,2%) y 86,5 millones de euros (+13,2%). Con ventas entre 10 millones y 63 millones de euros anuales aparecen otras 21 empresas.

La Federación Española del Café (FEC) está formada por 110 compañías que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones. Representa unos intereses cercanos al 90 % del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble). Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y acaparan el 56,7% de todas las ventas de café molido en volumen y el 42,8% en valor, mientras que la primera oferta marquista llega al 20,8% y el 29,5% respectivamente. En el caso de las cápsulas, las marcas blancas resultan menos hegemónicas, con cuotas del 26,5% en volumen y el 21,9% en valor. La primera oferta con marca propia acapara el 37,8% y el 35,7%, mientras que la segunda llega al 23,8% y el 30,9%. ○

COMERCIO EXTERIOR

Dado que en España no hay cultivos de café, la totalidad de la materia prima con la que se elaboran las diferentes ofertas debe ser importada. Durante el último ejercicio computado, se importaron 312.400 toneladas de café, por un valor de 998 millones de euros. Estas cifras suponen una reducción interanual de las importaciones en volumen del 4,8%, aunque en valor el incremento fue de un 4,1%. El café verde acaparó el 87,7% del total importado en volumen y el 65,2% en valor. A continuación se situaron el café tostado (10,1% y 30,3% respectivamente), el café soluble (1,6% y 4%) y los sucedáneos (0,6% y 0,5%). Vietnam aparece como el principal proveedor de café para el mercado español, con el 36,2% del total. Bastante por debajo se encuentran Brasil (14,3%), Alemania (10,7%), Colombia (6,1%), Uganda (4,5%), Costa de Marfil (3,3%), México (2,8%) y Holanda (2,6%). Muchas empresas españolas de café están realizando serios esfuerzos para incrementar sus volúmenes de exportación, entendiendo que las perspectivas de futuro pasan por posicionarse adecuadamente en los mercados internacionales. De todas maneras, no es fácil conseguir nichos significativos de mercado dentro de un panorama muy competido.

Las exportaciones llegaron en el último ejercicio hasta las 82.590 toneladas, lo que supuso una ligera disminución interanual del 0,3%, mientras que su valor alcanzó los 517 millones de euros, un 6,2% que en el año precedente. Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de café fueron Portugal (15,3% del total), Reino Unido (12,5%), Suiza (9,1%), Francia (8,6%), México (7,7%), Italia (7,1%) y Alemania (6%). ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ E INFUSIONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.815,00
Unilever España, S.A. - Grupo *	607,00
Nespresso España	310,00
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	217,42
Emicela, S.A. *	100,29
Seda Outspan Iberia, S.L.	96,38
UCC Coffee Spain, S.L.U.	86,80
Productos Solubles, S.A.	86,50
Cafento – Grupo	74,50
Jesús Navarro, S.A. *	70,65

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

INFUSIONES

Es difícil proporcionar cifras contrastadas sobre el mercado de tés e infusiones en nuestro país, pero todas las estimaciones disponibles continúan señalando el buen momento que vive este sector, con cifras de crecimiento en valor en torno al 2,5%, mientras que en volumen el incremento sería de un 2,7%: El consumo doméstico se situaría en torno a las 6.590 toneladas y los 195 millones de euros, lo que supone incrementos interanuales del 7,1% y del 4,3%. Los mayores crecimientos se registraron en la manzanilla, con avances del 3,4% en volumen y del 4,9% en valor. En el caso del té, el crecimiento en valor fue de un más moderado 1,8%. Parecen ser las infusiones funcionales y los productos más naturales los que están teniendo un mejor comportamiento. Un elemento que resaltan todo los estudios es la incorporación de los hombres al consumo de estos productos, rompiendo una clara feminización de ese mercado. Dentro de la distribución organizada, la manzanilla acapara el 22,3% de todas las ventas en volumen de las infusiones en volumen y el 19,4% en valor. A continuación aparece el poleo menta (8,3% y 6,5%) y la tila (7,1% y 6,9%). Entre los tés, son los aromatizados los más demandados (93,1% del total en volumen y 92,9% en valor). Los tés naturales llegan al 6,9% y 3,7%. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de empresas con una elevada participación de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos del sector de las empresas productoras y comercializadoras de tés e infusiones en España. El principal grupo del sector registra unas ventas superiores a los 45,4 millones de euros anuales, con unas grandes tasas de crecimiento (+18,8%), gracias a su irrupción en la marca de distribución y su clara hegemonía marquista. El segundo operador llega a los 28,4 millones de euros anuales (+2,2%), el tercero alcanza los 24 millones de euros (+4,3%), el cuarto se sitúa en 21,2 millones de euros (+4,9%) y el quinto alcanza los 9,5 millones de euros, una cifra similar a la del ejercicio precedente. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, ya que suponen el 50,4% de todas las ventas en volumen de té y el 38,6% en valor. Entre las infusiones esos porcentajes son algo más bajos, quedando en el 44,3% y el 35,8%. La primera oferta marquista entre los tés llega al 13,8% y el 23,4%, mientras que en las infusiones ronda el 18,1% en volumen y el 29,6% en valor.

COMERCIO EXTERIOR

La producción mundial de té ronda los 5,5 millones de toneladas, mientras que las cifras de exportación se sitúan en torno a los 1,73 millones de toneladas. En nuestro país no hay cultivos de té, por lo que la totalidad de la oferta proviene del exterior. Los principales productores de té en el mundo son China (2,1 millones de toneladas), India (1,2 millones de toneladas), Kenia (445.000 toneladas), Sri Lanka (338.000 toneladas) y Vietnam y Turquía, con cifras en torno a las 228.000 toneladas. El mercado español se abastece de té, sobre todo, proveniente de China, India y Alemania. En el caso de las infusiones, nuestros mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda. Destacan últimamente las importaciones de yerba mate, provenientes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda de grupos inmigrantes de esas procedencias. Las exportaciones españolas sólo tienen una cierta importancia en el caso de la manzanilla que se recoge en algunas zonas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León y Navarra.

Los principales productores de té en el mundo son China (2,1 millones de toneladas), India (1,2 millones de toneladas), Kenia (445.000 toneladas), Sri Lanka (338.000 toneladas) y Vietnam y Turquía, con cifras en torno a las 228.000 toneladas



CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 78,7 millones de kilos de café e infusiones y gastaron unos 1.200,0 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,7 kilos de consumo y 26,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,6 kilos por persona y año), seguido del café mezcla (0,5 kilos per cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita), y del café descafeinado (0,2 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 37,8% del gasto, con un total de 9,9 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 22,9% y un total de 6,0 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 10,7% y 2,8 euros por persona. Por su parte, las infusiones alcanzan el 14,9% del total del gasto en este tipo de productos, con 3,9 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	*PER CÁPITA* (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
CAFÉS E INFUSIONES	78,7	1,7	1.200,0	26,2
CAFÉ TORREFACTO	0,7	0,0	5,0	0,1
CAFÉ NATURAL	26,5	0,6	455,3	9,9
CAFÉ MEZCLA	20,8	0,5	130,4	2,8
CAFÉ DESCAFEINADO	10,0	0,2	138,7	3,0
CAFÉ SOLUBLE	13,2	0,3	274,3	6,0
SUCEDÁNEOS DE CAFÉ	1,5	0,0	16,3	0,4
CAFÉ EN CAPSULAS	15,5	0,3	545,1	11,9
INFUSIONES	6,1	0,1	180,0	3,9
INFUSIONES ENVASADAS	5,7	0,1	172,4	3,8
INFUSIONES GRANEL	0,4	0,0	7,5	0,2
TÉ	1,8	0,0	61,2	1,3
MANZANILLA	0,7	0,0	17,5	0,4
POLEO	0,2	0,0	4,9	0,1
OTRAS INFUSIONES	3,3	0,1	96,3	2,1





DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de café e infusiones durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

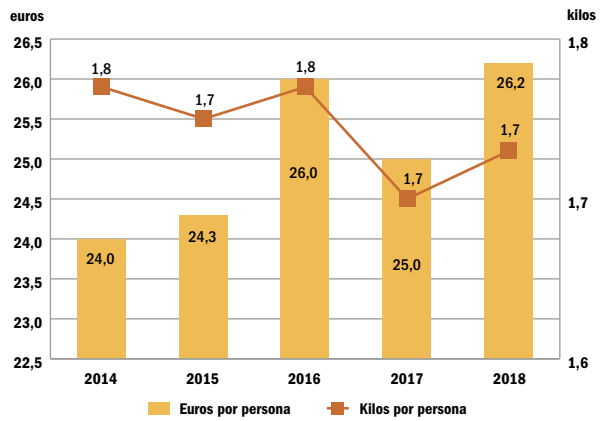
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de café e infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de café e infusiones es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de café e infusiones es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de café e infusiones, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de personas que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de café e infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con menos de 2.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas Canarias, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Navarra y Castilla-La Mancha.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

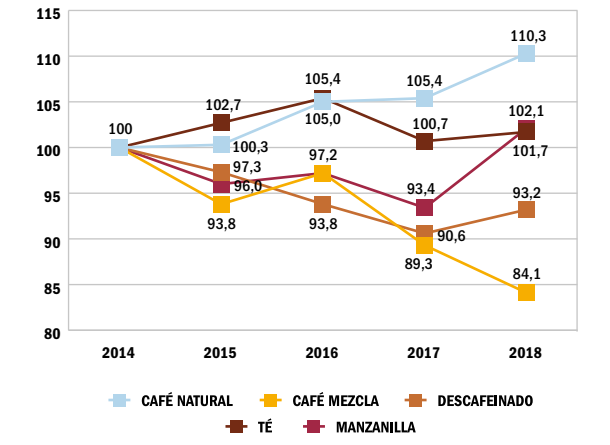
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se ha mantenido estable, con ligeras variaciones, mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 2,2 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en los años 2014 y 2016 (1,8 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2018 (26,2 euros por consumidor).

En la familia de café e infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de café natural, manzanilla y te aumenta y, por el contrario, en café mezcla y café descafeinado se produce un descenso.

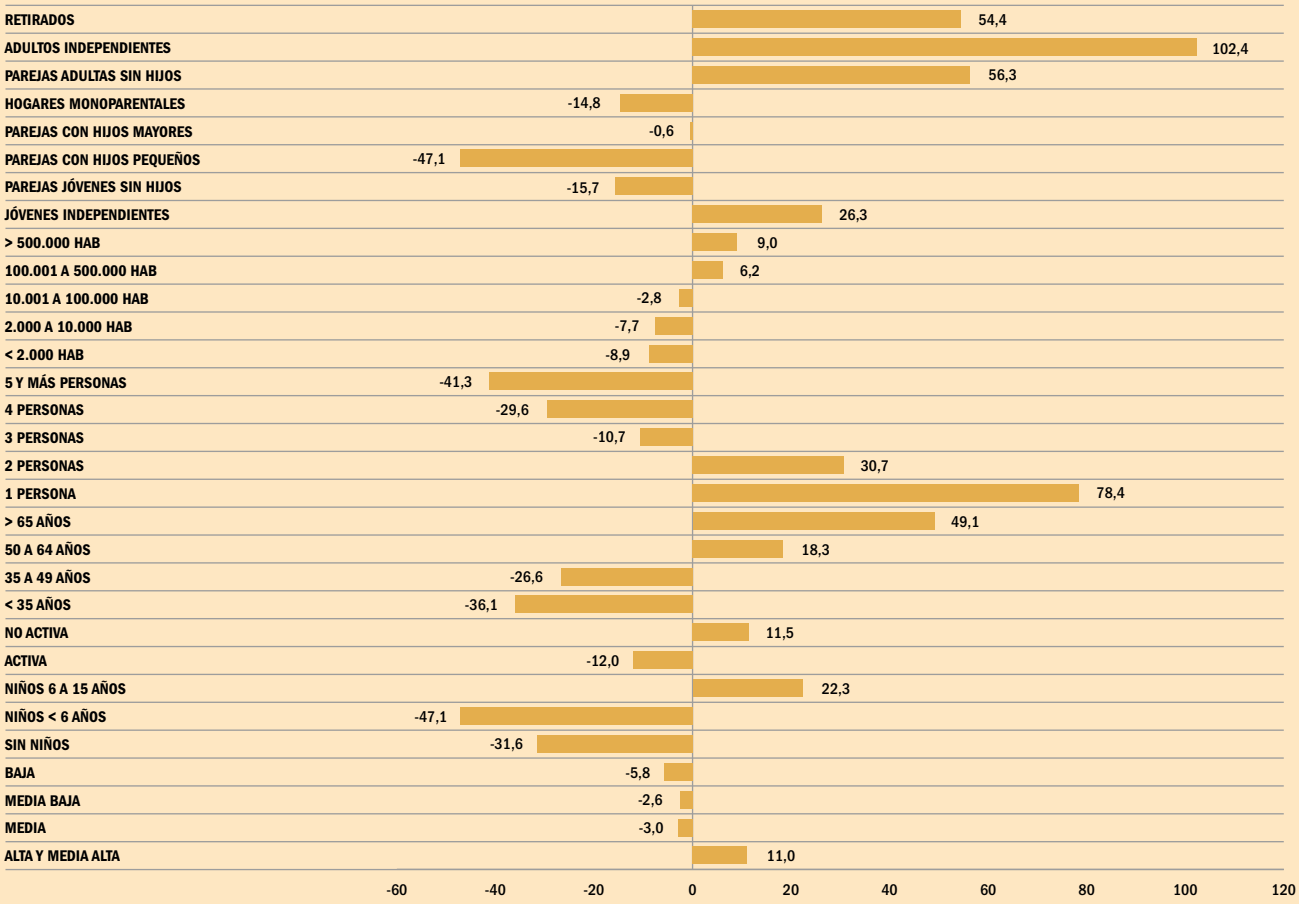
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ E INFUSIONES (2014=100), 2014-2018

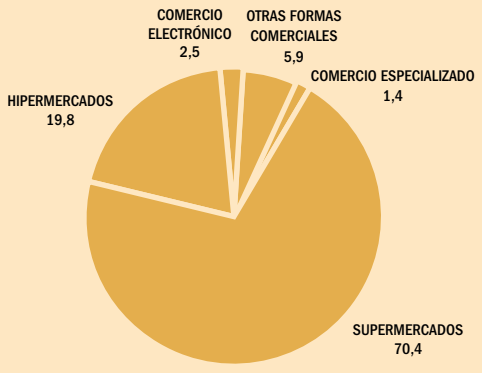


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,7 kilos por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ E INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café e infusiones a los supermercados (70,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,8% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. Comercio electrónico con 2,5% y otras formas comerciales con 5,9% cubren el resto del mercado.

CERVEZA

El mercado español de cerveza se situó durante 2018 en cerca de 40,2 millones de hectolitros, con un incremento interanual del 1,5%. Este ha sido el primer año en el que las ventas superaron los 40 millones de hectolitros y consolida una tendencia constante de crecimiento. La llegada record de más de 82,8 millones de turistas a nuestro país, unida a la mayor estabilidad económica y fiscal son las causas principales que contribuyen a explicar este buen comportamiento. La producción de las empresas cerveceras españolas aumentó en un 2,2%, alcanzando los 38,4 millones de hectolitros, mientras que sus ventas se situaron en unos 36,2 millones de hectolitros, un 1,4% más que durante el ejercicio precedente.

España es la cuarta productora europea de cerveza, por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia. A nivel mundial, nuestro país ocupa el undécimo lugar. China es la máxima potencia productora de cerveza, con 440,15 millones de hectolitros, seguida por Estados Unidos (275,15 millones de hectolitros), Brasil (140 millones de hectolitros), México (110 millones de hectolitros) y Alemania (93 millones de hectolitros).

Por tipos de envase, las botellas acapararon el 40% de todas las ventas, seguidas por las latas, con un 32%, mientras que la cerveza en barril alcanzó una cuota del 28%. Se utilizaron un 45,6% de envases reutilizables y un 54,4 % de no reutilizables. Las botellas de vidrio son los envases que registran una mayor tasa de retorno por reutilización y reciclaje. El 51% del total de envases de vidrio puestos en el mercado son reutilizables. Una particularidad del mercado de cerveza de nuestro país es la importancia de las presentaciones sin alcohol. Este tipo de cerveza representa el 13% del consumo per cápita de los españoles, el porcentaje más elevado de toda Europa.

El valor de mercado de la cerveza en nuestro país superó los 15.500 millones de euros, lo que supone el 1,3% del PIB. El sector cervecero genera unos 7.000 millones de euros en valor añadido para nuestra economía.

En 2018 se cultivaron en España 1,2 millones de toneladas de cebada cervecera y se elaboraron unas 500.000 toneladas de malta, por un valor de 178 millones de euros. También durante el pasado ejercicio se recolectaron en torno a 900 toneladas de flor de lúpulo, fundamentalmente en la Ribera del Órbigo, en León, además de en La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de la cerveza en nuestro país y en el resto del mundo se encuentra en manos de unos pocos y enormes grupos que tienen unas estrategias globales de producción y comercialización.

Aunque en los últimos tiempos ha aparecido un gran número de pequeños fabricantes de cerveza, a veces de carácter semiartesanal, el predominio de los grandes grupos es muy perceptible. Así, la principal empresa del sector registró durante una producción de 12,3 millones de hectolitros, mientras que la segunda llegó a 10,5 millones, la tercera se quedó en algo menos de 10,1 millones, la cuarta se situó en 3,1 millones, la quinta superó el millón de hectolitros y la sexta rondó los 940.000 hectolitros, lo que deja para el resto de los operadores del sector una cifra conjunta de apenas 450.000 hectolitros.

La facturación de las empresas productoras de cerveza llegó en 2018 a los 3.563 millones de euros, con un incremento interanual del 7%, representando el 21% de todo el sector de bebidas y el 3% del sector alimentario en su conjunto. Las inversiones llegaron a 265 millones de euros, un 43% más que en el año anterior. Esa inversión supone el 22% del total del sector de bebidas y el 6% del de alimentación y bebidas en su conjunto. En 2018 había en España 538 cerveceras registradas. Cataluña encabeza el ranking, con 111 centros, seguida de Andalucía (85) y Castilla y León (53). El empleo directo generado por todas estas empresas supera los 7.000 puestos de trabajo.

COMERCIO EXTERIOR

España ha sido tradicionalmente una clara importadora de cervezas y, aunque todavía el comercio exterior continúa siendo desfavorable para nuestro país, la realidad es que la balanza comercial ha tendido a equilibrarse durante los últimos tiempos. Así, durante 2018, las exportaciones españolas de cervezas crecieron cerca de un 3% y se acercaron a los 3 millones de hectolitros. Durante los últimos diez años las exportaciones de cerveza de nuestro país han crecido en un importante 336%. Los principales destinos internacionales de las cervezas españolas son Portugal, con casi 775.800 hectolitros, China (542.180 hectolitros), Reino Unido (467.130 hectolitros), Guinea Ecuatorial (215.365 hectolitros), Francia (98.440 hectolitros), Irlanda (88.200 hectolitros) y Andorra (77.930 hectolitros). Se considera que la numerosa presencia de turistas extranjeros ha sido el factor determinante para estimular las exportaciones de la cerveza producida en nuestro país. Se estima que el 99,5% de los visitantes extranjeros mayores de 18 años que visitan España consume cerveza durante su estancia.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CERVEZAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mahou, S.A. – Grupo Mahou San Miguel	1.262,20
S.A. Damm - Grupo	1.163,06
Heineken España, S.A.	1.145,00
Hijos de Rivera, S.A. -Grupo	465,50
Font Salem, S.L. *	229,28
Compañía Cervecera de Canarias, S.A. (CCC)	146,39
La Zaragozana, S.A.	94,10
Gmodelo Europa, S.A.	45,00
Insular Canarias de Bebidas, S.A.	43,00
Cervezas Moritz, S.A.	18,90

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

Por lo que hace referencia a las importaciones, éstas alcanzaron los 4,7 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso interanual del 3%. Los principales proveedores de cerveza para el mercado español, son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Francia, Alemania y Holanda.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 830,4 millones de litros de cerveza y gastaron 1.048,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 18,1 litros de consumo y 22,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (15,0 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,1 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 83,0% del gasto, con un total de 19,0 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 17,0% del gasto con 3,9 euros por persona.



CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL CERVEZAS	**830,4**	**18,1**	**1.048,8**	**22,9**
CERVEZA CON ALCOHOL	688,0	15,0	870,2	19,0
CERVEZA SIN ALCOHOL	142,3	3,1	178,6	3,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

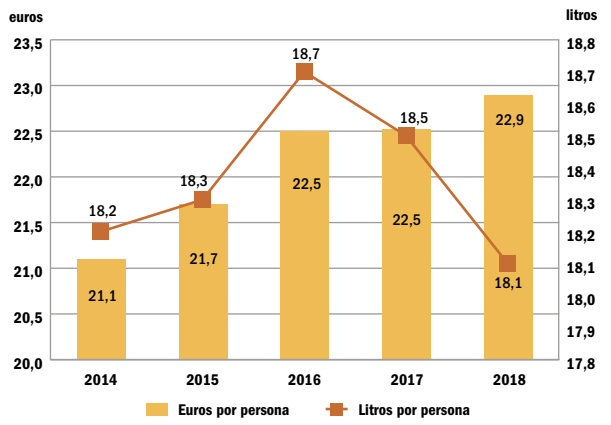
En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de cerveza, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de cerveza es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de cerveza es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de cerveza, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de cerveza, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios más pequeños (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, la Región de Murcia, Andalucía y la Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Galicia y Asturias.* ○

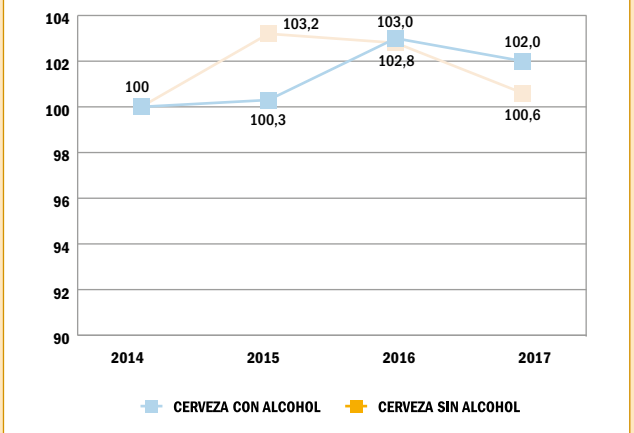
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha contado con distintos aumentos y minoraciones mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 1,8 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (18,7 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2018 (22,9 euros por consumidor). En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido similar para ambas variedades de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol aumenta ligeramente.

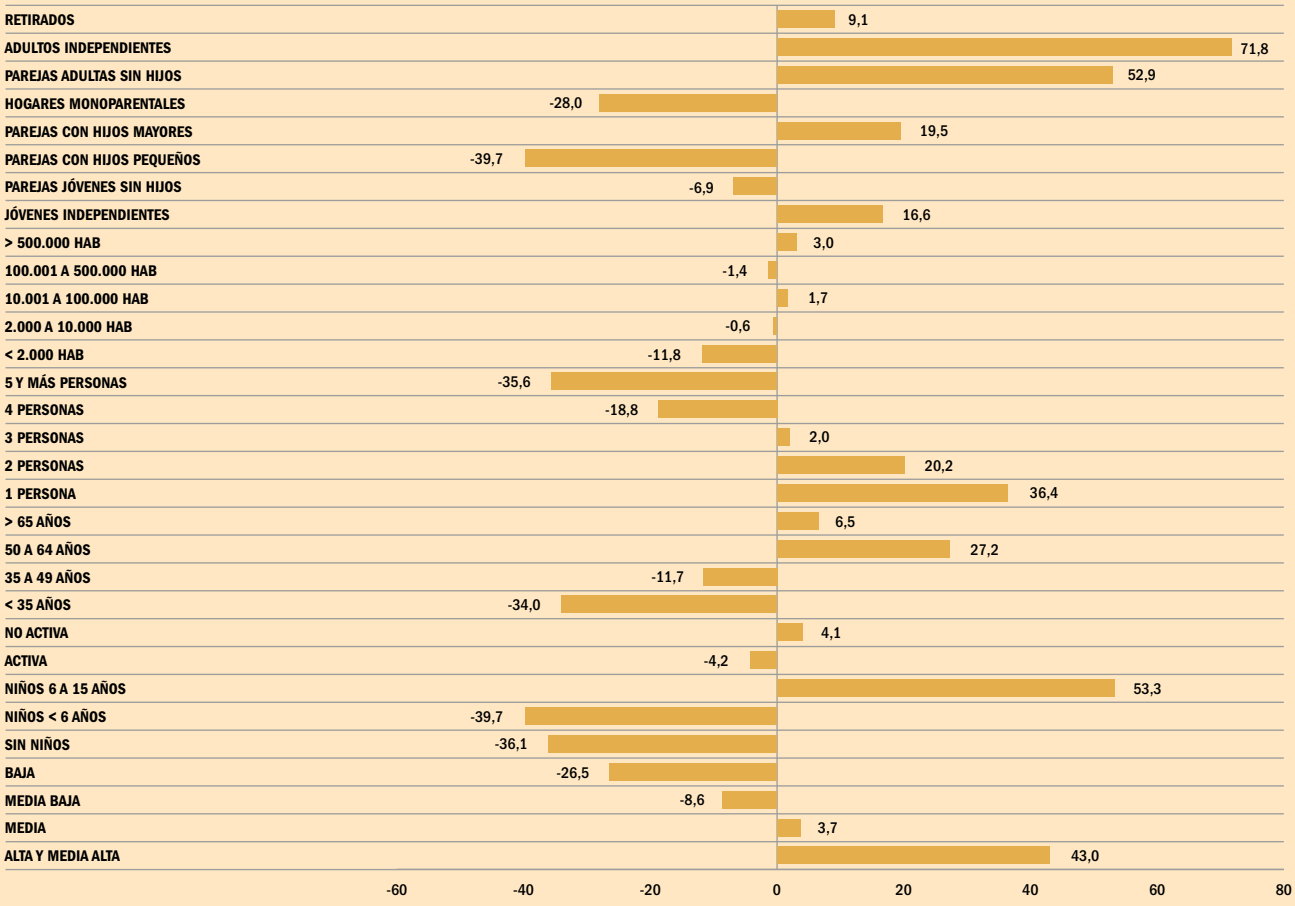
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CERVEZA, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZA (2014=100), 2014-2018

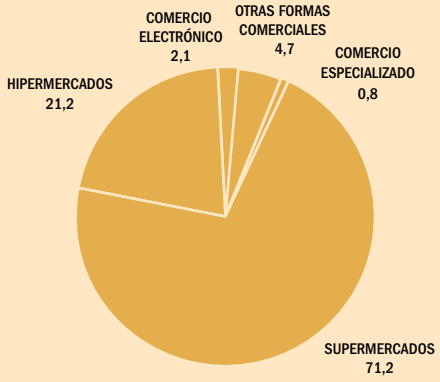


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CERVEZAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 18,1 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (71,2% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 21,2%. Los establecimientos especializados suponen una cuota del 0,8%, mientras que comercio electrónico con 2,1% y otras formas comerciales con 4,7% cubren la cuota restante.

AGUAS ENVASADAS

La producción española de aguas minerales durante 2018 superó los 6.300 millones de litros, lo que supuso un incremento interanual del 1,9%. Esto hace que el agua mineral aparezca como la bebida más consumida por los españoles. Hay que recordar que a principios de siglo, la producción apenas llegaba a 4.260 millones de litros y que en 2010 se situaba en 5.65 millones de litros, lo que muestra una tendencia constante de aumento que únicamente se quebró durante 2012 y 2013, para volver a crecer de manera sostenida desde entonces. Este buen comportamiento de las aguas envasadas contrasta con las caídas de las ventas de refrescos y zumos que constituyen las dos ofertas alternativas contra la que compite de manera directa.

A nivel europeo, el sector de aguas envasadas ha facturado en el pasado ejercicio unos 12.400 millones de euros, de los que alrededor de 1.020 millones corresponden al mercado de nuestro país. La producción europea de aguas minerales supera los 59.000 millones de litros. Nuestro país ocupa el cuarto puesto a nivel europeo en producción y consumo de aguas minerales.

Por tipos de aguas envasadas, algo más del 97% de la producción corresponde a las aguas minerales naturales, mientras que casi un 2% está compuesto por las aguas de manantial y el pequeño porcentaje restante es el de las aguas potables preparadas. Las aguas sin gas acaparan el 96% del total producido, frente a la cuota del 4% de las aguas con gas. Las botellas de 1.500 ml constituyen el formato más demandado, con el 29,4% del total. A continuación se sitúan los packs de 6 botellas, con el 13,9%, las garrafas de 5.000 ml (9,5%), los PET de 2.000 ml (7,3%) y las garrafas de 8.000 ml (6,5). Todas las otras presentaciones acaparan el restante 33,4%.

Por tipos de aguas envasadas, algo más del 97% de la producción corresponde a las aguas minerales naturales, mientras que casi un 2% está compuesto por las aguas de manantial y el pequeño porcentaje restante es el de las aguas potables preparadas

El PET es el material más utilizado para la fabricación de los envases donde se comercializa el agua, acaparando un 66,3% del volumen total vendido. A bastante distancia aparecen el vidrio (15%) y el papel/ cartón (6,4%). El 12,3% es la cuota conjunta que representan el resto de materiales utilizados. En los últimos diez años se ha reducido en un 26% el peso medio de los envases, ahorrando unas 20.000 toneladas de materia prima. La preocupación por el uso de materiales plásticos ha provocado que en la actualidad el sector utilice envases y embalajes 100% reciclables, realizados con plástico reciclado.





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial español de aguas envasadas está compuesto por unas 70 empresas y genera alrededor de 4.500 puestos de trabajo directo y más de 25.000 indirectos. La mayor parte de las instalaciones de producción de aguas envasadas suelen encontrarse en zonas rurales con escaso tejido industrial, por lo que tienen una enorme importancia para la reactivación económica de esas comarcas. El 70% de todas las empresas envasadoras y comercializadoras de agua son de carácter familiar y de capital esencialmente español. De todas maneras, en la cúspide de la pirámide empresarial aparecen algunos grandes grupos que, a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. También encontramos empresas que provenientes de sectores afines (refrescos, cervezas, etc.) incursionan en este mercado, atraídas por las buenas perspectivas de negocio.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AGUAS ENVASADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coca-Cola Iberia *	2.900,00
Pepsico Bebidas Iberia *	400,00
Aguas Danone, S.A.	231,30
Calidad Pascual, S.A.U. – División Bebidas *	215,00
Premium Mix Group, S.L. *	121,00
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	109,30
Nestlé España, S.A. (División Aguas Envasadas) *	89,00
Aguas de Solán de Cabras, S.A. *	80,58
Viva Aqua Service Spain, S.A.	70,00
Bebidas Naturales, S.L.	56,70

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



El líder sectorial registra unas ventas de unos 2.900 millones de euros, mientras que el segundo se sitúa en los 400 millones de euros, el tercero supera los 230 millones de euros, el cuarto se sitúa en 215 millones de euros y el quinto alcanza los 121 millones de euros.

Los tres operadores principales son filiales de algunos de los más grandes gigantes del sector alimentario a nivel mundial. La innovación, con la presentación continúa de nuevas ofertas, es la principal estrategia para arañar cuotas de ventas en un mercado muy competido. A nivel europeo, el sector de aguas envasadas está formado por unas 600 empresas y genera unos 54.000 empleos directos y 833.000 empleos indirectos e inducidos.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de aguas envasadas no es muy importante para el sector, ya que apenas supone el 0,7% del mercado total. En el último ejercicio computado se importaron 61,1 millones de litros de aguas minerales naturales, de las que el 51,5% correspondió a aguas gasificadas y el restante 48,5% a aguas sin gas. La principal proveedora de aguas (con y sin gas) para el mercado español fue Francia, con porcentajes respectivos del 54,9% y del 59,7%. En el caso de las aguas con gas aparecen a continuación Italia (23,4%) y Alemania (13,2%) y en las sin gas, Portugal (15%) e Italia (10,1%). Las exportaciones rondaron los 49,6 millones de litros (58,1% de aguas sin gas y 41,9% de aguas gasificadas). Las exportaciones de agua sin gas se dirigieron a Andorra (22,1%), Portugal (18,3%), Gibraltar (12,4%), Japón (10%), Italia (9%) y Guinea Ecuatorial (4,3%), mientras que las de gasificada fueron a Andorra (24,6%), Estados Unidos (15%), Francia (12,1%) y Portugal (8,1%).

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 2.873,2 millones de litros de aguas envasadas y gastaron 600,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 62,8 litros de consumo y 13,1 euros de gasto. El consumo más notable se asocia al agua envasada sin gas (60,9 litros por persona y año), mientras que el agua envasada con gas alcanza tan sólo 1,9 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua envasada sin gas concentra el 93,1%, con un total de 12,2 euros por persona, mientras que el agua envasada con gas presenta un porcentaje del 6,9% y un total de 0,9 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL AGUA ENVASADA	**2.873,2**	**62,8**	**600,2**	**13,1**
AGUA CON GAS	86,4	1,9	41,9	0,9
AGUA SIN GAS	2.786,8	60,9	558,3	12,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua envasada durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

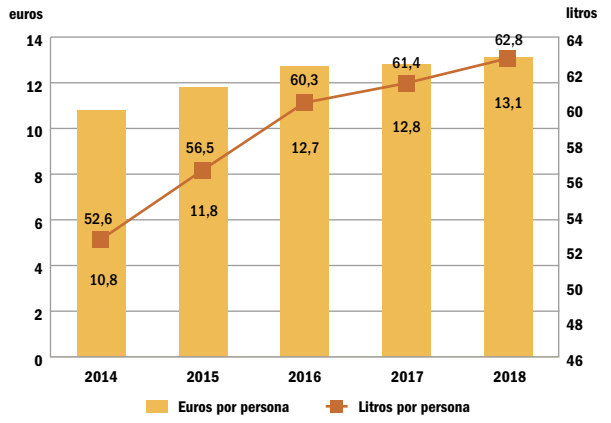
- *Los hogares de clase alta y media alta y media baja presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de agua envasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua envasada es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de agua envasada es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con edad comprendida entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de agua envasada, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de agua envasada, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de su edad, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar en los hogares monoparentales, y entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, País Vasco y, sobre todo, la Comunidad de Madrid.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

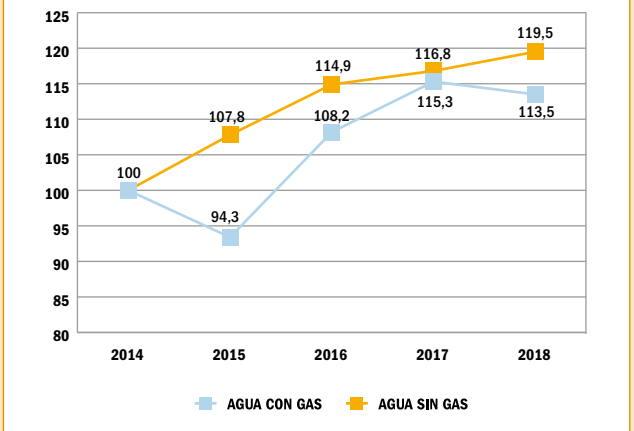
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua envasada ha aumentado 10,2 litros por persona y el gasto ha crecido 2,3 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevado tuvieron lugar en el año 2018 (62,8 litros y 13,1 euros por consumidor).

En la familia de aguas envasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido similar para los diferentes tipos de producto puesto que, con respecto a la demanda de 2014, el consumo de agua envasada, tanto sin gas como con gas, ha aumentado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AGUAS ENVASADAS, 2014-2018



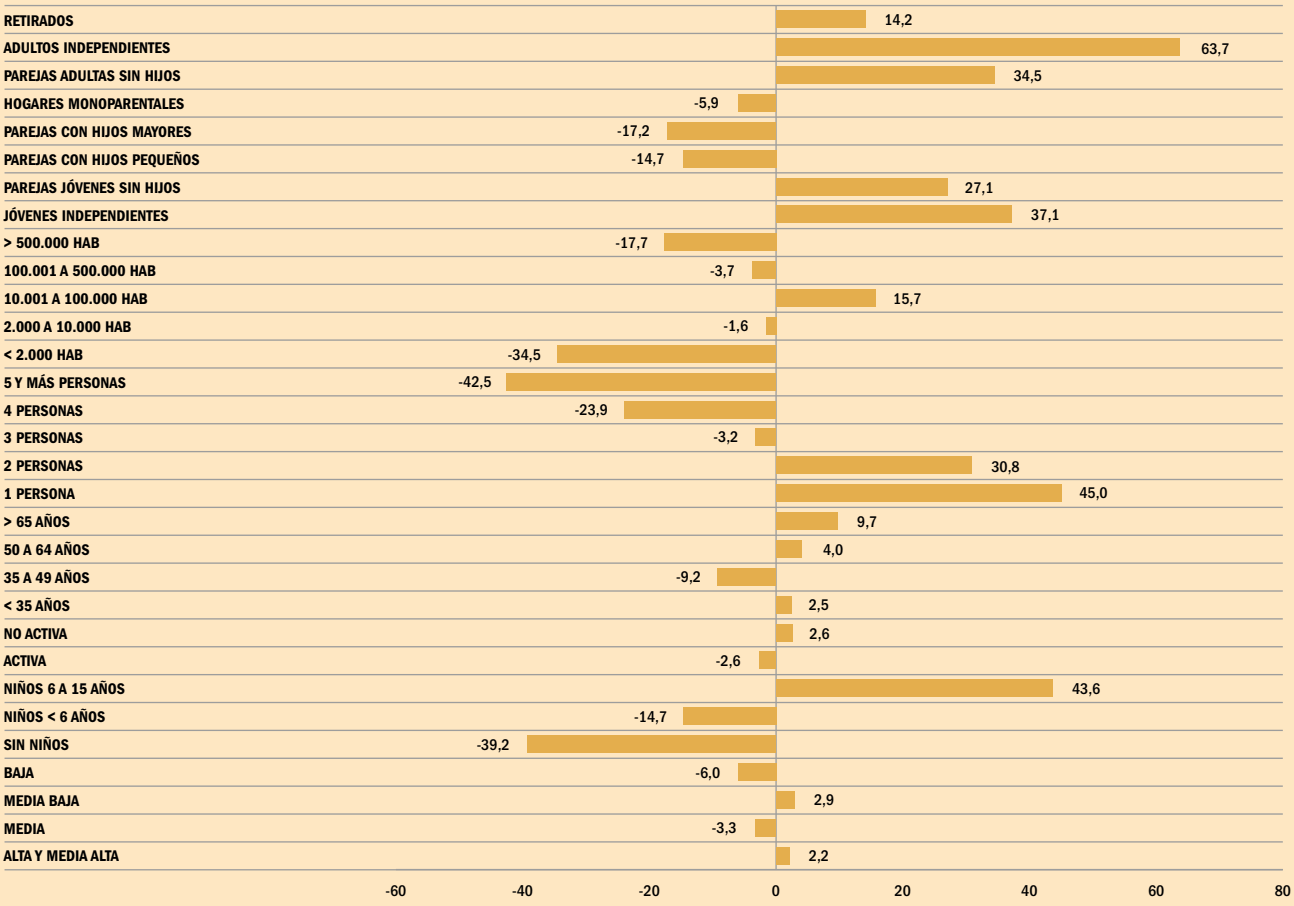
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AGUAS ENVASADAS (2014=100), 2014-2018





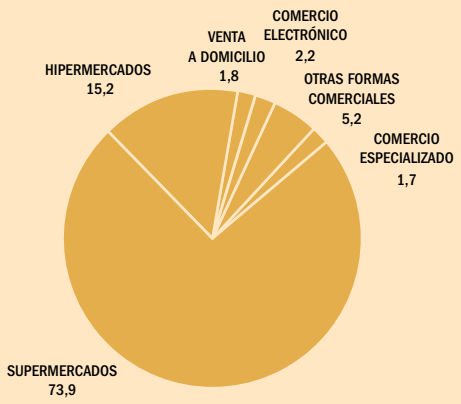


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AGUAS ENVASADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 62,8 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua envasada a los supermercados (73,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,2% y los establecimientos especializados representan el 1,7%. La venta a domicilio supone el 1% y el comercio electrónico llega al 2,2%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 5,2% restante. ○

VINO Y MOSTO

España contaba en 2018 con 974.550 hectáreas de viñedo, un 2% más que en el año anterior. De esta superficie, 960.758 hectáreas eran viñas destinadas a la producción de vino y el resto a la producción de uva de mesa.

Con estas cifras España volvió a ser el país con mayor superficie de viñedo del mundo y también uno de los primeros productores y comercializadores de vino.

El viñedo está presente en todas las regiones pero es Castilla-La Mancha, y con mucha diferencia, la que cuenta con la mayor superficie de viñedo y también la que más vino produce anualmente.

Según la encuesta de viñedo del Ministerio de Agricultura, el grueso de los viñedos en producción que hay en España están amparados por una Denominación de Origen Protegida y por una Indicación Geográfica Protegida.

Del viñedo total, algo más de la mitad corresponden a variedades de uva tintas y el resto a uvas blancas y a otras variedades (una cantidad muy pequeña). En los últimos años, la superficie de uvas blancas ha ido creciendo y se acerca a la de uvas tintas.

Dentro de las variedades de uva que hay en España destaca la blanca airén con el 23% de la superficie de viñedo total, seguida por la variedad tinta tempranillo con el 21% de la superficie. A estas variedades le siguen en importancia las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, y las blancas macabeo y cayetana blanca.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO
(Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2016	2017	2018
VINO	38,7	32,1	44,4
MOSTO	3,7	2,7	4,8
TOTAL	**42,5**	**34,8**	**49,2**

FUENTE: FEGA (Declaraciones). MAPA

En España, el sector del vino tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental. En el año 2018 el sector del vino y del mosto representó el 6,13% del valor de la Producción Vegetal final y el 3,72% de la producción de la Rama Agraria

EL VINO EN ESPAÑA

En España, el sector del vino tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental. En el año 2018 el sector del vino y del mosto representó el 6,13% del valor de la Producción Vegetal final y el 3,72% de la producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy superiores a los del año precedente.

Al contrario que en 2017, el volumen de vino y mosto producido en España aumentó espectacularmente en el año 2018. Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria nacional la producción de vino se incrementó en volumen un 38,4% respecto a la cifra del año 2017. Asimismo, en ese año los precios bajaron un 8%, rompiendo la tendencia a la subida que se mantenía desde hacía varias campañas.

El resultado final de estos datos es que el sector generó en 2018 un valor de 1.987,9 millones de euros a precios básicos, un 27,3% más que en el año anterior.

En la vendimia de 2018 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 6,4 millones de toneladas de uva (2 millones más que un año antes), de las cuales 3,6 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas.

La región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (3,7 millones de toneladas en 2018), seguida muy de lejos por Extremadura (497.100 toneladas) y Cataluña (435.298 toneladas).

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2018 se situó en 49,2 millones de hectolitros, un volumen superior en un 141% al de la campaña precedente, según los datos del Ministerio de Agricultura.

De esta producción total, 44,4 millones de hectolitros eran vinos y el resto mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas). Con respecto al año precedente, creció más la pro-

ducción de estos últimos que la de vino propiamente dicho, que aumentó un 38%.

De la producción total de mostos, aproximadamente el 81% fueron mostos de uva blanca, un porcentaje superior al del año 2017.

En la campaña 2018 la región con mayor producción fue de nuevo Castilla-La Mancha, con 4,2 millones de hectolitros, frente a los 2,3 millones del año anterior. Tras Castilla-La Mancha, pero a mucha distancia, quedaron las producciones de mosto en Extremadura, Cataluña, La Rioja, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

VINOS DE CALIDAD

En la campaña 2018 se calificaron un total de 16,3 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen superior en un 24% al de la campaña anterior, que registró una bajada de la producción. De ese volumen, 10,1 millones de hectolitros fueron vinos tintos o rosados (0,5 millones más que en el año 2017) y 6,1 millones de hectolitros fueron vinos blancos (un volumen superior a la producción del año 2017).

Por comunidades, Cataluña fue este año la que tuvo más producción de vinos con DOP (2,9 millones de hectolitros, algo más que en 2017), seguida de Castilla-La Mancha (con 2,48 millones de hectolitros), de La Rioja (2,4 millones de hectolitros frente a los algo más de 1,6 millones del año 2017) y de Castilla y León (2 millones de hectolitros, con incremento de 800.000 hectolitros respecto a su producción de vinos con DOP en 2017).



PRODUCCIONES DE VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2016	2017	2018
MUNDO	270,9	249,8	292,3
UE-28	164	141	183,3
ESPAÑA	**38,7**	**32,1**	**44,4**

FUENTE: OIV Y MAPA

Asimismo, también se produjeron 4,8 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), volumen también un 33% mayor que el de 2017, y 9,4 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP, un volumen éste superior en casi 3 millones de hectolitros al del año anterior.

A estos volúmenes habría que sumar algo más de 13,8 millones de hectolitros de vinos, entre caldos sin indicación geográfica, vinos varietales sin DOP ni IGP y otros vinos.

COMERCIO DE VINOS

Dentro del comercio exterior de bebidas, el vino ocupa un lugar predominante pues representa casi el 70% de las exportaciones y solo el 9% de las importaciones. Desde siempre, los vinos han tenido una histórica tradición exportadora y en 2018 se volvieron a alcanzar cifras récord, más en valor que en volumen.

Concretamente, las ventas al exterior de vino en 2018 alcanzaron un valor de 2.957,9 millones de euros, un 2% más que en el año anterior, según los datos de la Dirección General de Aduanas.

En cuanto a las importaciones de vinos, el volumen importado en el año 2018 alcanzó un valor de 217 millones de euros, frente a los 188,8 millones del año anterior.

Los altos precios de las importaciones de vinos indican que en gran parte, los caldos comprados son productos de calidad. En sentido contrario, el precio medio del vino de exportación fue mucho más bajo debido a que porcentaje significativo de las ventas al exterior son vinos a granel.

EL VINO EN LA UE

En 2013 España fue el primer productor de vino de la Unión Europea (UE); el 2014 lo fue Francia y en 2015, 2016 y 2017, Italia ocupó el primer puesto.

El sector del vino en la UE representó en 2018 el 12,5% de la Producción Vegetal Final, y también el 7% de la Producción Vegetal Final, en ambos casos con porcentajes superiores a los del año precedente. El valor generado por estas producciones a efectos de calcular la renta agraria se elevó a 25.800 millones de euros, un 25% más que en 2017.

La superficie destinada al viñedo siguió disminuyendo en al año 2018. Según la OIV, al acabar el año había cerca de 4 millones de hectáreas de viñedo en toda la Unión Europea.

España fue el primer país en superficie de viñedo, con casi el 25% del total, seguido de Francia y de Italia. A muy larga distancia de estos tres países estaba Portugal.

La producción de vino en la Unión Europea se situó en torno a 183,3 millones de hectolitros, lo que supuso un incremento del 30% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión. Este aumento fue consecuencia de las condiciones climáticas favorables en los principales países productores.

De la producción total, más de 84 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una Denominación de Origen y casi otros 36 millones de hectolitros por una IGP. En ambos casos, el volumen de vino amparado fue superior al de la campaña precedente.

Al igual que en los dos años precedentes, Italia volvió a ser el primer país productor de vino no sólo de la UE sino también del mundo. Su producción, según datos de la Comisión Europea alcanzó los 55,7 millones de hectolitros, un 31% más. Por detrás se situaron un año más Francia y España, que también incrementaron su producción sensiblemente.

A muy larga distancia de estos tres países se situaron Alemania (10,7 millones de hectolitros, un 43% más); Portugal (6 millones de hectolitros, un 10% menos); Rumanía (5,2 millones de hectolitros, un 19% más); Grecia (2,2 millones de hectolitros, un 07% menos); Austria (2,7 millones de hectolitros, un 11% más); Hungría (3,7 millones de hectolitros, 29% más) y Bulgaria (1,1 millones de hectolitros, un 6% menos).

Aunque Italia fue el país con mayor producción, Francia elaboró un mayor volumen de vino amparado por una Denominación de Origen Protegida: casi 24 millones de hectolitros en el año 2018. ○

SUPERFICIE MUNDIAL DE VIÑEDO

En 2018, la superficie mundial total dedicadas al viñedo (incluye tano uva de mesa como uva de vinificación) se situó en 7,4 millones de hectáreas, según los datos publicados por la



Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). De esa cifra total, 4 millones de hectáreas están en la UE y las restantes 3,4 millones en países terceros.

España sigue ocupando el primer lugar en superficie de viñedo del mundo, con casi un millón de hectáreas, pero China se va acercando un poco cada año debido a que su superficie crece a ritmos muy altos todos los años.

Según la OIV, en Europa sigue creciendo la superficie de viñedo gracias a países como Italia. Por el contrario, en otros como Estados Unidos, Turquía, Irán la superficie de viñedo va a menos. ○

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en el año 2018 ascendió al 60,4%, un porcentaje cuatro puntos por encima del que representaba en el año precedente.

Por detrás de la UE-28 en producción de vino se situó Estados Unidos (8,6%), Argentina (5,2%), Australia (4,5%), Chile (4,6%), China (3,9%) Sudáfrica (3,4%), Nueva Zelanda (1,1%). Es de destacar el rápido crecimiento que ha tenido China en la producción mundial de vinos.

La producción mundial de vinos, exceptuando zumos y mostos, se situó en 2018 en 292,3 millones de hectolitros, un volumen superior en un 17% al del año anterior, cuando la producción se elevó hasta los 250 millones de hectolitros. El año estuvo marcado por unas condiciones climáticas favorables, que impulsaron la producción, especialmente en la UE.

Italia volvió a ser en 2018 el país del mundo con mayor cosecha de vino y mosto (54,8 millones de hectolitros), seguido de Francia (49,1 millones de hectolitros) y de España.



En cuanto al consumo mundial de vino, en 2028 hubo un cierto parón, tras varios años de crecimiento continuado. Así, la Organización Internacional de la Viña y el Vino estimó que el consumo de vinos se situó en 246 millones de hectolitros, como consecuencia de un menor consumo en China y en Reino Unido

En estos tres países las condiciones meteorológicas fueron muy favorables, al contrario que en Portugal, Grecia o Bulgaria, cuyas producciones fueron escasas.

El primer país extracomunitario en producción de vino es Estados Unidos, que en 2018 registró un leve crecimiento de su producción (23,9 millones de hectolitros, 0,5% más).

Por detrás de Estados Unidos, se situaron Australia (12,9 millones de hectolitros, menos que un año antes), Argentina (14,5 millones de hectolitros), China (9,3 millones de hectolitros), Sudáfrica (9,5 millones de hectolitros) y Chile (12,9 millones de hectolitros, un volumen muy superior al del año 2017). ○

CONSUMO MUNDIAL ESTABILIZADO

En cuanto al consumo mundial de vino, en 2028 hubo un cierto parón, tras varios años de crecimiento continuado. Así, la Organización Internacional de la Viña y el Vino estimó que el consumo de vinos se situó en 246 millones de hectolitros, como consecuencia de un menor consumo en China y en Reino Unido.

En general, los países que tradicionalmente eran los que más consumían no lograron incrementar sus cifras, y el crecimiento de los llamados "nuevos polos de consumo" ni fue tan grande.

De todas formas, como en años anteriores Estados Unidos volvió a ser el país con un mayor consumo de vino a nivel mundial, con 33 millones de hectolitros en el año 2018, un volumen ligeramente superior al del año precedente.

Es de destacar que desde el año 2000 el consumo en Estados Unidos se ha incrementado más de un 50%.

Por detrás de Estados Unidos se encontraba China, que a pesar de reducir un 6,6% su consumo, alcanzó un volumen de 18 millones de litros.

A China le siguen en el ranking del consumo mundial de vino tres países de la UE: Francia, Italia y Alemania. En general, el consumo se estabilizó en la UE, excepto en España donde según la OIV el consumo volvió a crecer por tercer año consecutivo. El consumo total en España se estimó, según el OIV, en 10,7 millones de hectolitros, casi el doble que el de Portugal.

España ocupa el séptimo puesto en cuanto a consumo global de vino, justo por detrás de Reino Unido.

Finalmente, a los países comunitarios les siguieron en consumo de vino Argentina y Rusia. ○

COMERCIO DE VINO EN EL MUNDO

En cuanto al comercio, en 2018 volvieron a incrementarse los intercambios mundiales de vino, tras varios año de descensos.

Según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) la suma de las exportaciones de vino de todos los países productores se elevó a 108 millones de hectolitros, un 0,5% más que en el año 2017. El valor de venta de estos vinos se elevó a 31.300 millones de euros, lo que supuso un aumento del 1,2% con respecto al año precedente.

A nivel global, la exportación de vinos embotellados siguió progresando, al tiempo que se redujo la venta a granel en

volumen. Los vinos embotellados representaron el 70 % del valor total de los vinos exportados en el mundo en 2018.

Por lo que respecta al valor, los vinos espumosos representan el 20% del mercado internacional (aunque solo sumaron el 9% del volumen total exportado).

Aunque con los años va perdiendo peso, España, con una cuota del 19,4%, siguió siendo en 2018 el país del mundo que más exportó en volumen, mientras que Francia lideró las exportaciones mundiales de vino por valor, con 9.300 millones de euros en el año 2018.

En este sentido, las exportaciones mundiales de vino siguen dominadas por España, Francia e Italia, que sumaron juntos más de 50% del mercado mundial.

Por su parte, los cinco países que más vino compraron en 2018 fueron Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Francia y China. Estos cinco representaban más de la mitad de las importaciones totales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España están activas alrededor de 4.000 bodegas, la mayoría de muy pequeñas dimensiones. Más de 3.900 de esas bodegas están registradas como empresas exportadoras. Su capital es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con un mayor número de bodegas en nuestro país, con el 25% del total. A continuación, aparecen Cataluña (16%), Castilla y León (10,5%) y Andalucía (9%). La Rioja y Castilla-La Mancha ocupan los primeros lugares en empresas vitivinícolas, con cuotas en torno al 18% en cada caso.

En la base productiva del sector aparecen algo menos de 550.000 explotaciones agrarias, con una superficie que supera las 950.000 hectáreas. De nuevo Castilla-La Mancha es la región con mayor superficie de viñedos en España, con alrededor del 50% del total. Desde el año 2000, la superficie sujeta a reconversión y reestructuración ha superado las 130.000 hectáreas, lo que representa una inversión cercana a los 800 millones de euros.

El valor de la producción del sector del vino y mosto, asciende a unos 2.150 millones de euros, aportando el 8% de la Producción Vegetal y casi el 4,8% de la Producción de la Rama Agraria. La mano de obra que genera el cultivo del viñedo se aproxima a los 18 millones de jornales.

La empresa líder del sector factura más de 670 millones de euros anuales, mientras que la segunda llega hasta los 530 millones de euros, la tercera ronda los 275 millones de euros, la cuarta se sitúa en 263 millones de euros y la quinta alcanza los 235 millones de euros. Otros cinco grupos registran facturaciones por encima de los 100 millones de euros anuales. El sector vitivinícola español se encuentra inmerso en un importante proceso de actualización y renovación. Las ventas del sector vitivinícola español rondan los 6.300 millones de euros y generan más de 1.660 millones de euros de valor añadido. Todas las industrias vitivinícolas de nuestro país generan unos 24.500 puestos de trabajo directos.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) - Grupo *	831,94
Freixenet, S.A. - Grupo	535,00
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	300,00
Miguel Torres, S.A. *	266,26
Codorníu, S.A. - Grupo	236,00
Grupo Osborne *	233,00
González Byass, S.A. - Grupo *	180,00
Pernord Ricard Winemakers Spain, S.A.	129,30
Compañía Vinícola del Norte de España, S.A. (CVNE) – Grupo	100,00
Barón de Ley, S.A. – Grupo	95,13

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018



COMERCIO EXTERIOR



Durante la última campaña computada, las empresas vitivinícolas de nuestro país exportaron 22,8 millones de hectolitros de vino, por un valor que rondó los 2.850 millones de euros de facturación. Estas cifras indican incrementos interanuales del 2,5% en volumen y del 7,6% en la facturación y convierten a nuestro país en la principal potencia exportadora de vino y productos vínicos. Durante la última década, las exportaciones españolas de vino han aumentado en más de 1.000 millones de euros. Si añadimos las exportaciones de mostos, vinagres y vinos aromatizados, las ventas en el exterior superan los 3.186 millones de euros. Las exportaciones de vinos envasados vienen creciendo de forma sostenida desde 2009.

Por su parte, el comportamiento de las exportaciones de vino a granel es mucho más errático. En el último ejercicio alcanzaron una facturación de 588 millones de euros, por la venta de 12,6 millones de hectolitros. Los principales clientes de esas exportaciones son otros países de la Unión Europea, ya que el 90% del total se dirige hacia Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal. El primero de esos países es el principal cliente de los vinos españolas, ya que allí se vendieron 7,7 millones de hectolitros de vinos y mostos. Fuera del ámbito de la Unión Europea, el principal mercado de destino para el vino español es Estados Unidos, con una facturación anual de 306 millones de euros. Los mercados que más han crecido durante los últimos años han sido los de China y Canadá. El primero registró un crecimiento del 48% en volumen, hasta los 1,4 millones de hectolitros, mientras que en valor el aumento fue del 21% (172 millones de euros). En el caso de Canadá, el incremento registrado ha sido del 50% en volumen y del 25% en valor.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)

CC.AA	2016	2017	2018
ANDALUCÍA	882	1.050	1.258,8
ARAGÓN	1.354	973	1.444,2
ASTURIAS	2	0,8	0,45
BALEARES	52,5	48,7	54,1
CANARIAS	48,4	60	76,3
CANTABRIA	0,8	0,4	0,6
CASTILLA-LA MANCHA	23.609	19.358	28.746
CASTILLA Y LEÓN	2.292	1.337	2.332
CATALUÑA	3.118	2.913	3.344,50
EXTREMADURA	3.727	2.843	3.768
GALICIA	416	428	459
C.MADRID	113	76	120
MURCIA	745	679,6	908
NAVARRA	792,0	645,8	840
PAÍS VASCO	748,0	594	812
RIOJA (LA)	2.132	1.678	2.465
C.VALENCIANA	2.508	2.149	2.566,60
TOTAL ESPAÑA	**42.541**	**34.837**	**49.196**

FUENTE: INFOVI-MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2016	2017	2018
VINOS COMUNES DE MESA	19,6	15,4	23,3
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	4	3,6	4,8
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	15	13,1	16,3
TOTAL	**38,7**	**32,1**	**44,4**

FUENTE: FEGA (Declaraciones)-MAPA

Las importaciones españolas de vino durante el pasado año crecieron un 68% en volumen y un 14% en valor, tras reducirse su precio medio en un 32%. En 2018 nuestro país importó 93,2 millones de litros por valor de casi 214 millones de euros, a un precio medio de 2,30 €/litro. Argentina supera a Italia y es el primer proveedor de vino para el mercado español en volumen. Francia lidera el ranking en valor. La balanza comercial del vino es muy favorable para nuestro país, situándose en 2.699 millones de euros. ○

CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 381,1 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.114,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,3 litros de consumo y 24,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,5 litros por persona y año), seguido de los vinos tranquilos (3,0 litros per cápita), y de los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 53,1%, con un total de 12,9 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 18,9% y un total de 4,6 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 11,1% del gasto con un total de 2,7 euros per cápita al año.



CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (Litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL VINOS Y DERIVADOS	**381,1**	**8,3**	**1.114,2**	**24,3**
VINOS TRANQUILOS	136,9	3,0	588,7	12,9
NACIONAL	135,9	3,0	584,9	12,8
EXTRANJERO	1,0	0,0	3,8	0,1
TINTO	100,2	2,2	438,5	9,6
BLANCO	30,5	0,7	130,8	2,9
ROSADO	6,1	0,1	19,3	0,4
ESPUMOSOS	23,8	0,5	125,6	2,7
VINOS DE AGUJA	5,0	0,1	14,8	0,3
VINO SIN DO / IGP	158,9	3,5	209,2	4,6
NACIONAL	137,3	3,0	181,4	4,0
EXTRANJERO	2,6	0,1	8,2	0,2
OTROS VINOS	19,1	0,4	20,2	0,4
VINO TINTO	86,7	1,9	115,1	2,5
VINO BLANCO	62,5	1,4	79,5	1,7
VINO ROSADO	9,7	0,2	14,5	0,3
VINO CON IGP	22,5	0,5	52,5	1,1
OTROS VINOS SIN DO / IGP	2,3	0,0	11,3	0,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

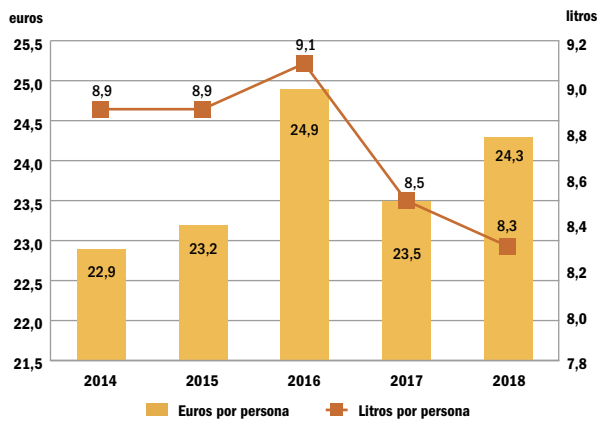
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 16 años consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Balerares, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Navarra y Extremadura.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

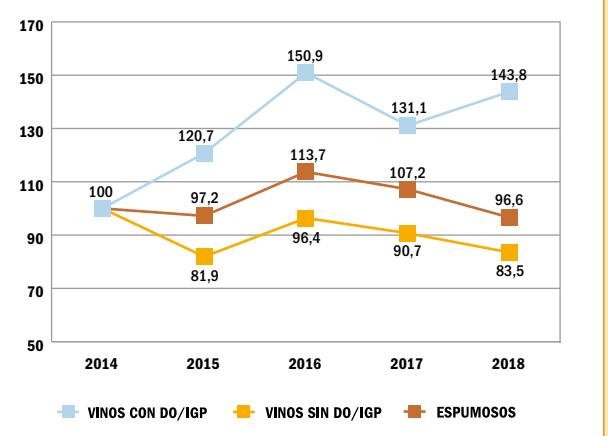
Durante los últimos cinco años, el consumo de vinos ha descendido 0,6 litros por persona pero el gasto ha aumentado 1,4 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2016 (9,1 litros), mientras que el mayor gasto se registró en el ejercicio 2016 (24,9 euros por consumidor).

En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de vinos con DO/IGP ha aumentado pero, por el contrario, en espumosos y vinos sin DO/IGP se ha reducido.

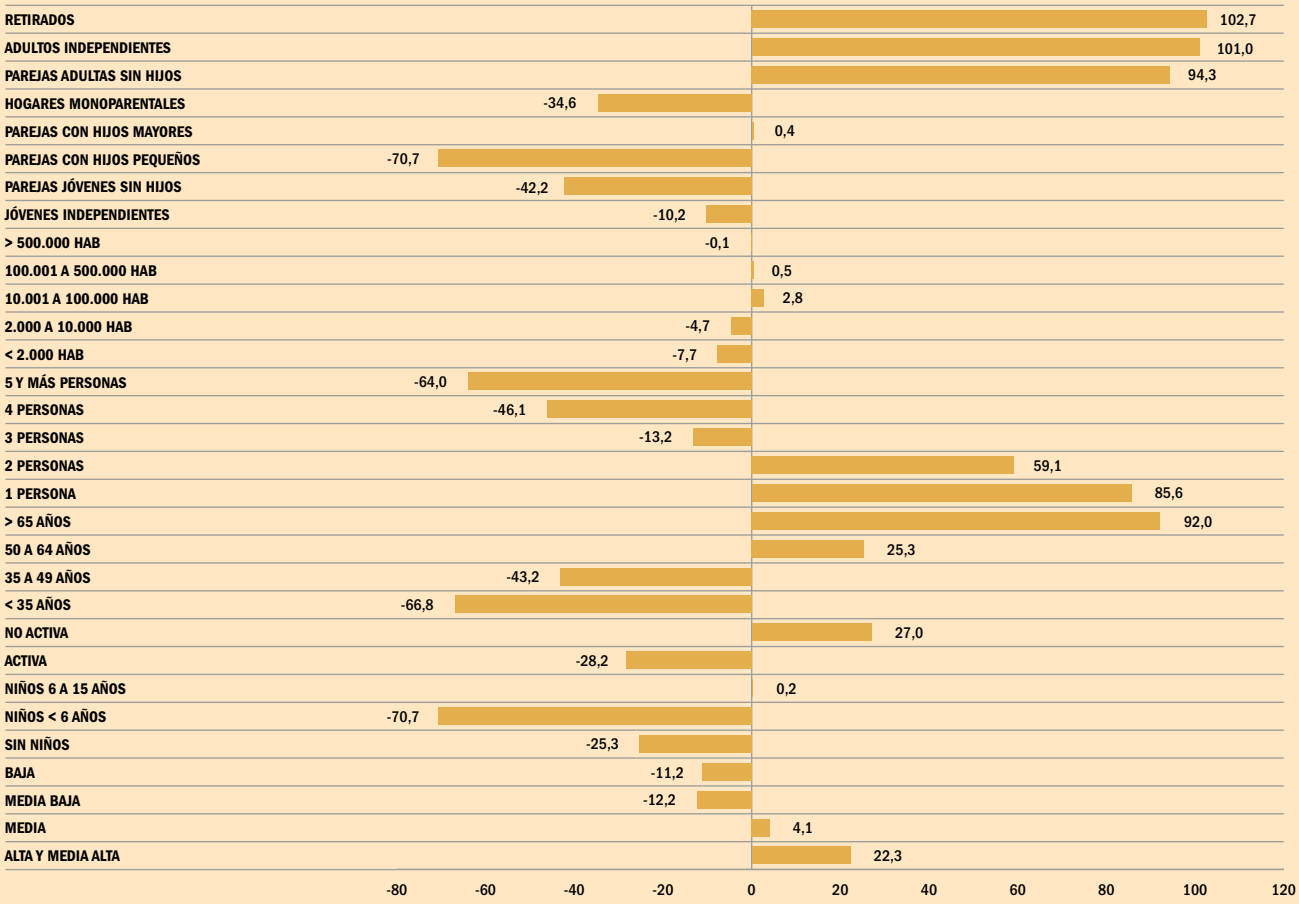
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN VINO, 2014-2018



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2014=100), 2014-2018

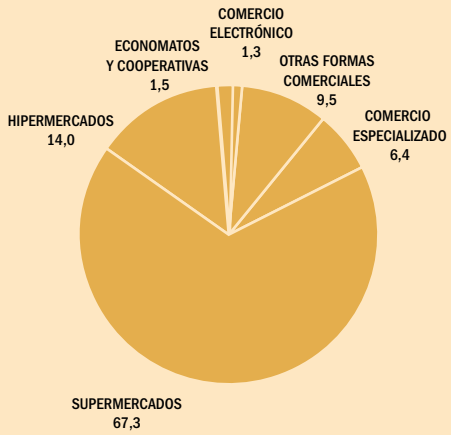


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 8,3 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (67,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,0%. Los establecimientos especializados representan el 6,4%, los economatos y cooperativas el 1,5%, el comercio electrónico el 1,3% y otras formas comerciales aglutinan el 9,5% restante. ○

VINOS DE MESA Y DE LA TIERRA

Los Vinos de Mesa constituyen el escalón básico de la clasificación regulada de los vinos. No pertenecen a ninguna Denominación de Origen y tampoco especifican la añada, ni la procedencia, ni la variedad de uva empleada. A continuación, se sitúan los Vinos de la Tierra que, como los anteriores, no proceden de ninguna Denominación de Origen, pero sí pertenecen a una región determinada que tendrá unas características medioambientales o de cultivo que confieren a estos vinos un cierto carácter. En España hay 41 zonas geográficas con la denominación Vino de la Tierra, con una superficie total que supera las 57.000 hectáreas. Durante la última campaña, la producción de Vinos de Mesa llegó a 13,8 millones de hectolitros, mientras que la de Vinos de la Tierra se situó en 4,8 millones de hectolitros.

El mercado total de Vinos de la Tierra amparados por una IGP (Indicación Geográfica Protegida) durante la última campaña computada fue de más de 2,3 millones de hectolitros, con un incremento interanual del 12,3%: Las principales zonas comercializadoras son las IGPs de Castilla (79,2% del total), Extremadura (8,4%) y Castilla y León (7,1%). El comercio interior supone las dos terceras partes del volumen de vino total comercializado. El vino tinto es el más comercializado, con el 64,6% del total, seguido por el vino blanco (29,1%), el vino rosado (6,3%) y el vino de aguja.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España se encuentran inscritos en los registros de las IGP 24.020 viticultores. La IGP Castilla acapara el 77,2% de toda esa superficie, seguida a mucha distancia por las IGP Extremadura (16,1%), Bajo Aragón (1,5%) y Mallorca (1,3%). El número de bodegas activas en la elaboración de vinos de la Tierra es de 747, de las 683 son embotelladoras, mientras que otras 64 no embotellan. La IGP Castilla es la que tiene un mayor número de bodegas (278). A continuación, se sitúan Castilla y León (197), Extremadura (82), Mallorca (53), Castelló (14) y Bajo Aragón (13). La mayoría de las principales empresas del sector incluye a los vinos de Mesa y de la Tierra dentro de sus líneas de negocio. Los líderes más destacados de este mercado son el segundo y el tercer operador del sector vitivinícola español, con unas facturaciones globales de 530 millones de euros y 275 millones de euros respectivamente.



COMERCIO EXTERIOR

Un 32% de la producción total de vinos españoles de la Tierra se comercializa fuera de nuestras fronteras, lo que supone algo menos de 748.400 hectolitros. Dentro de esa cantidad, la principal partida exportada es la constituida por los vinos tintos, con el 57,4% del total. A continuación, se sitúan los vinos blancos (36,1%) y los vinos rosados (6,5%). La IGP Castilla mantiene el primer lugar en las exportaciones de vino tinto (83.700 hectolitros), vino blanco (79.000 hectolitros) y vino rosado (85.300 hectolitros). A mucha distancia se sitúa la IGP Extremadura en el caso de los vinos tintos (6.300 hectolitros) y blancos (14.800 hectolitros) y la IGP Castilla y León en el de los vinos rosados (13.100 hectolitros).

Por zonas económicas, la Unión Europea constituye el destino principal de todo este comercio exterior, con el 77,3%, seguida por América (12,9%) y los países europeos que no pertenecen a la Unión Europea (3,2%). Alemania aparece como la principal cliente de los vinos IGP españolas, con una cuota que representa el 33,5% del total. A bastante distancia se sitúan el Reino Unido (18 %), Estados Unidos. (7%) Francia (5%), Portugal (4,5%), Irlanda (4,1%), China (3,8%), Suecia (3,1%), Canadá (2,8%) y Bélgica (2,6%).

Las importaciones españolas de vino crecieron de forma muy acusada en volumen (+68%) durante 2018. Ese aumento fue causado, fundamentalmente, por el crecimiento de las compras de vino a granel argentino, que aumentaron durante el pasado ejercicio en casi 26 millones de litros. El precio medio del vino importado fue de unos reducidos 2,30 euros/litro. Argentina aparece como la principal proveedora de vino de mesa para el mercado español.

MOSTO

La producción española de mosto durante la campaña 2018/19 alcanzó los 4,8 millones de hectolitros, lo que supuso un muy importante incremento interanual del 57%. Castilla-La Mancha concentra en nuestro país, la producción de mosto, con algo más de 4,2 millones de hectolitros. A mucha distancia aparecen la Comunidad Valenciana (329.410 hectolitros), Extremadura (142.220 hectolitros), Andalucía (28.464 hectolitros) y Murcia (24.540 hectolitros). Unas tres cuartas partes de los mostos producidos en España provienen de uvas blancas. La gran mayoría de los mostos (95% del total) se elabora con uvas sin ningún tipo de denominación. En nuestro país están registradas unas 15 empresas productoras y comercializadoras de mosto.



COMERCIO EXTERIOR

Durante los últimos tres lustros, las exportaciones españolas de mostos y zumos de uva prácticamente se triplicaron en valor y se duplicaron en volumen. En la actualidad se exportan más de 452 millones de litros anuales, por un valor de 232 millones de euros. Los precios en ese periodo aumentaron en un 21%, hasta llegar a los 51 céntimos de euro/ litro. Las exportaciones de mostos representan el 36% de comercio total de zumos y néctares de nuestro país. Los principales mercados de destino para los mostos españoles son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Italia (15% del total), Francia (14%), Holanda (8%), Alemania (7%) y Reino Unido (7%). Rusia aparece como el cliente para los mostos españoles fuera de la Unión Europea, con el 4% del total. A continuación, se sitúan Nigeria y China, con el 3% en cada caso. Las importaciones, por su parte, resultan mucho menos significativas, aunque durante el pasado ejercicio crecieron en un importantísimo 154%, acercándose a los 13 millones de litros y los 16 millones de euros. Las partidas de mostros provenientes de Argentina fueron las que más crecieron en ese periodo.





VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

En España hay 92 denominaciones de origen de otros tantos vinos, aunque en los registros europeos aparece la cifra de 102, debido a que desglosan algunas de las existentes. En el etiquetado la expresión "Denominación de Origen Protegida (DOP)" puede aparecer como DOCa: "Denominación de Origen Calificada" (únicamente dos: Rioja y Priorat), DO: "Denominación de Origen", VP: "Vino de Pago" y VC: "Vino de Calidad de".

La comercialización de vinos DOP durante la última campaña computada superó los 12,4 millones de hectolitros, un 4,4% más que en el ejercicio anterior. Las demandas interiores representan el 59% del volumen total comercializado y crecieron en un significativo 6,3%, mientras que el restante 41% constituye el porcentaje de las ventas en el exterior. Las existencias totales en bodega al final de campaña se acercaron a los 20,8 millones de hectolitros, un 4,5% más que un año antes. El vino tinto representa el 66,7% del total, seguido por el espumoso (13,6%).

Los vinos tintos son los más comercializados, con una cuota del 55,4%. A continuación aparecen los vinos blancos (20,1%) y los espumosos (15,4%). A bastante distancia se sitúan los vinos rosados (4,7%), los vinos de licor (4,2%) y los de aguja, con menos del 0,1%. La principal denominación de origen atendiendo al volumen de vino comercializado es la DOCa Rioja, ya que acapara el 29,9% del total, seguida por las de Cava (15,2%), La Mancha (6,5%), Rueda (5,9%) y Ribera de Duero (5,8%). Teniendo en cuenta únicamente al mercado interior, la DOCa Rioja ocupa también el primer puesto, con el 24,4% del total, seguida por las de Rueda (9,3%), Cava (8,9%), Ribera del Duero (8,5%) y La Mancha (7,8%). Los viticultores inscritos en los registros de las diferentes DOP son cerca de 119.000, con una superficie de producción de 575.700 hectáreas. Hay también unas 4.150 bodegas inscritas, destacando por su número las de Rioja, Cava y Ribera de Duero.

DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
ABONA	898	1.311	18	5.500
ALICANTE	10.379	2.100	47	133.776
ALMANSA	7.200	760	12	175.405
ARLANZA	330	243	17	3.056
ARRIBES	245	207	17	3.223
AYLÉS	46	1	1	869
BIERZO	2.854	2.180	75	88.482
BINISSALEM	605	112	13	10.179
BULLAS	1.811	428	11	13.758
CALATAYUD	3.200	762	16	69.113
CALZADILLA	16	1	1	444
CAMPO DE BORJA	6.242	1.150	18	155.354
CAMPO DE LA GUARDIA	81	1	1	1.030
CANGAS	32	55	5	755
CARIÑENA	13.768	1.527	32	424.833
CASA DEL BLANCO	92	1	1	574
CATALUÑA	42.431	5.459	202	485.491
CAVA	33.110	6.236	390	1.880.253
CHACOLÍ DE ÁLAVA	95	39	7	2.539
CHACOLÍ DE BIZKAIA	403	210	42	15.709
CHACOLÍ DE GETARIA	427	103	33	23.921
CIGALES	1.948	404	34	36.142
CONCA DE BARBERÁ	4.185	807	25	7.394
CONDADO DE HUELVA	2.384	1.336	24	100.679
COSTERS DEL SEGRE	4.081	525	43	53.050
DEHESA DEL CARRIZAL	21	1	1	686
DOMINIO DE VALDEPUSA	49	2	1	2.417
EL HIERRO	126	238	11	1.642
EL TERRERAZO	63	4	1	1.744
EMPORDÀ	1.756	287	52	49.542
FINCA ÉLEZ	39	1	1	3.144
GRAN CANARIA	231	356	71	2.071
GRANADA	213	31	13	2.397
GUIJOSO	58	1	1	321
ISLAS CANARIAS	493	489	55	5.701
JEREZ-XÉRÈS-SHERRY (*)	6.989	1.642	66	264.341
JUMILLA	18.682	1.828	48	216.862
LA GOMERA	125	272	19	469
LA MANCHA	165.470	14.942	269	800.783
LA PALMA	585	1.078	18	3.003
LANZAROTE	1.849	1.797	14	14.253
LEBRIJA	17	1	3	596
LOS BALAGUESES	18	1	1	166
MÁLAGA (*)	996	488	16	23.424
MANCHUELA	6.709	836	32	14.338
MANZANILLA S.B.	(*)	(*)	24	71.516

DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
MÉNTRIDA	5.800	1.243	28	7.020
MONDÉJAR	446	300	2	1.380
MONTERREI	566	426	25	28.533
MONTILLA MORILES	5.025	2.080	55	193.914
MONTSANT	1.844	808	69	46.176
NAVARRA	10.774	2.165	102	368.123
PAGO DE ARÍNZANO	133	1	1	2.165
PAGO DE OTAZU	107	1	1	146
PAGO FLORENTINO	58	1	1	713
PENEDÉS	16.637	2.400	173	131.124
PLA DE BAGES	480	82	14	5.502
PLA I LLEVANT	439	70	13	13.777
PRIORAT	1.972	572	106	34.991
RÍAS BAIXAS	4.021	5.343	184	240.343
RIBEIRA SACRA	1.241	2.438	89	34.881
RIBEIRO	2.220	5.752	115	88.549
RIBERA DEL DUERO	22.395	8.143	310	721.223
RIBERA DEL GUADIANA	35.797	3.336	24	52.624
RIBERA DEL JÚCAR	9.000	900	7	4.987
RIOJA	65.326	15.211	801	2.839.558
RUEDA	14.753	1.493	69	733.889
SIERRA DE SALAMANCA	108	111	6	1.000
SIERRAS DE MÁLAGA	(*)	(*)	41	8.123
SOMONTANO	3.931	370	32	108.068
TACORONTE-ACENTEJO	1.017	1.906	41	8.967
TARRAGONA	4.874	1.406	49	12.812
TERRA ALTA	6.066	1.242	52	38.677
TIERRA DE LEÓN	1.370	299	40	16.245
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	645	186	10	1.985
TORO	5.555	1.080	63	95.716
UCLÉS	1.700	532	4	30.260
UTIEL-REQUENA	34.510	5.515	98	216.425
VALDEORRAS	1.182	1.291	43	35.788
VALDEPEÑAS	21.832	2.450	21	502.237
VALENCIA	13.100	6.150	99	507.255
VALLE DE GÜÍMAR	160	319	14	1.791
VALLE DE LA OROTAVA	329	608	51	3.289
VALLES DE BENAVENTE	244	71	6	1.588
VALTIENDAS	70	14	6	1.004
VINOS DE MADRID	8.860	3.129	49	28.473
YCODEN-DAUTE-ISORA	161	439	13	1.329
YECLA	4.830	417	9	65.118
TOTAL **	**575.700**	**118.937**	**4.146**	**12.406.713**

Datos de la campaña 2016/17 facilitados por los respectivos Consejos Reguladores en base a sus registros.
** Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla S.B. comparten datos de superficie y nº de viticultores.*
** Málaga y Sierras de Málaga comparten datos de superficie y nº de viticultores*
*** En los totales no se han sumado las cifras de Cataluña y Cava, para evitar duplicidades*
Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

COMERCIO EXTERIOR

Aunque en los últimos ejercicios las demandas del mercado interno han tendido a crecer de manera más significativa, las exportaciones continúan siendo un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad del sector. Durante la última campaña computada se exportaron algo menos de 5,1 millones de hectolitros, con un incremento interanual del 1,8%. El vino tinto representa algo más de la mitad del volumen exterior comercializado, con el 55,9%, apareciendo en segundo lugar el vino espumoso (24,3%). Las ventas de vino tinto en el exterior aumentaron en un 3,5%, mientras que las de espumoso lo hicieron en un 2,3%. Por contra, se redujeron las exportaciones de vino de licor y de vino blanco en un 3,4% y 2,6% respectivamente.

Por tipos de envase, puede indicarse que el 95,1% del vino DOP exportado está embotellado, mientras que el restante 4,9% se comercializa a granel. Dentro de los vinos tintos exportados, Rioja ocupa el primer lugar con el 35,5% del total. En el caso de los vinos blancos es Cataluña quien se encuentra en primer lugar (20%). Las exportaciones españoles de vino DOP se dirigen preferentemente hacia otros países de la Unión Europea (63,4% del total). Durante la última campaña, esas exportaciones se mantuvieron estables, mientras que crecieron las dirigidas hacia terceros países en un importante 5,4%. En términos generales, los principales mercados de destino son Reino Unido (912.050 hectolitros), Alemania (803.330 hectolitros), EE.UU. (470.820 hectolitros), Bélgica (341.305 hectolitros) y China (324.960 hectolitros). Dentro de la Unión Europea, Italia es el país donde más ha aumentado el volumen comercializado (+280,7%), seguido de Francia (+9%). Por el contrario, disminuyeron las exportaciones hacia el Reino Unido (-5,1%). Con respecto a los países terceros, aumentaron en términos generales las exportaciones dirigidas hacia Asia, Europa no UE y América. El mayor incremento de volumen comercializado lo ha experimentado Rusia, con el 42%, seguida por China, con el 8,9%.

CAVA



La producción de botellas de cava durante 2018 llegó hasta casi 244,5 millones, lo que supuso un descenso interanual del 3,2%. A pesar de esa reducción, el pasado fue el cuarto mejor año de la historia de la denominación de origen. Esa producción alcanzó un valor económico de casi 1.147 millones de euros, apenas un 0,2% menos que el año precedente. El mercado interior apenas supone el 32,5% del total. Durante el pasado ejercicio, el número de botellas destinadas al mercado interior se redujo en un 12,1%, quedando en cerca de 79,4 millones. El cava tradicional, con mínimo 9 meses de reserva, acapara el 87,1% de todas las ventas, seguido por el cava reserva de 15 meses (10,9%), el cava gran reserva de 30 meses (1,9%) y el cava de paraje calificado de 36 meses (0,1%). El cava blanco representa, por su parte, el 91,6% del total comercializado, mientras que el restante 8,4% corresponde al cava rosado. Por último, el cava no ecológico acapara el 95,7% de todo el mercado, mientras que el 4,3% supone la cuota actual del cava ecológico. Esta categoría ha experimentado durante el último año un extraordinario crecimiento en sus ventas del 76%. Según las estimaciones disponibles, el consumo de cava en nuestro país creció moderadamente durante 2018 (+0,3%), mientras que en valor ese incremento fue de un más significativo 2,9%.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava aparecen inscritas 6.647 explotaciones, con una superficie de 37.924 hectáreas, además de 145 empresas elaboradoras de vino base y 224 empresas elaboradoras de cava. Estas cifras indican un descenso interanual del 0,3% en el número de explotaciones, junto a un incremento de la superficie inscrita de un 0,6%. Por su parte, las bodegas elaboradoras de vino base vieron disminuir su número en un 8,2%, mientras en el caso de las empresas productoras de cava la reducción fue de un 2,6%. La estructura del sector muestra que el 56,4% de las empresas tienen cosecha propia y compran uva, mosto o vino, el 37% está compuesto por empresas que compran solo vino, el 3,6% por empresas con cosecha propia más compra de uva o mostos y el restante 3% por cooperativas que elaboran cava. Aunque la denominación de origen cava está extendida por 159 municipios: 63 de la provincia de Barcelona, 52 de Tarragona, 12 de Lleida, 5 de Girona, 18 de La Rioja, 2 de Zaragoza, 3 de Álava, 2 de Navarra y los de Requena (Valencia) y Almendralejo (Badajoz), las 10 empresas principales, todas ellas con base en Cataluña, acaparan más del 90% del total de ventas. En cualquier caso, el sector se encuentra dominado por dos grandes grupos de capital español, aunque con fuertes procesos de internacionalización. El líder sectorial registra unas ventas de más 530 millones de euros y produce más de 100 millones de botellas de cava. El segundo tiene unas ventas de 240 millones de euros y su producción supera los 50 millones de botellas de cava. El primero domina los mercados internacionales, mientras que el segundo es hegemónico en el mercado interno.



COMERCIO EXTERIOR

El sector español del cava tiene una clara vocación internacional. De hecho, las ventas en el exterior suponen el 67,5% del total comercializado. Durante 2018 las exportaciones crecieron en un 1,8%, hasta llegar a algo menos de 165,1 millones de botellas. Hay que tener en cuenta que, diez años antes, las exportaciones de cava se situaban en unos mucho más bajos 131,2 millones de botellas. Esto supone que en la última década las exportaciones crecieron en un muy importante 25%. El incremento en valor durante el pasado año se situó en un 4,3%.

Las exportaciones a otros países de la Unión Europea constituyen el 47,1% del total, mientras que las dirigidas a terceros países representan otro 20,4%. Hay que recordar que la cuota del mercado nacional es del restante 32,5%. Durante 2018 las exportaciones hacia otros países de la UE crecieron en un 2,3%, alcanzando los 115,17 millones de botellas, mientras que las dirigidas hacia terceros países lo hicieron en un 0,6%, superando los 49,9 millones de botellas.

Los principales mercados de destino para el cava español fueron durante 2018 Alemania, con 32,1 millones de botellas, Bélgica (27,2 millones de botellas), Estados Unidos (21,7 millones de botellas), Reino Unido (21,6 millones de botellas), Francia (10,5 millones de botellas), Japón (8,4 millones de botellas), Suecia (5,2 millones de botellas), Holanda (5 millones de botellas), Finlandia (3,3 millones de botellas), Canadá (3 millones de botellas), Suiza (2,6 millones de botellas), Rusia (2,6 millones de botellas), Dinamarca, (2,1 millones de botellas), Noruega (1,7 millones de botellas), Polonia (1,5 millones de botellas), Brasil (1,4 millones de botellas), Lituania (1,4 millones de botellas), Austria (1,1 millones de botellas), Estonia (1 millón de botellas) y Uruguay (715.000 botellas). Los incrementos de ventas más importantes se han registrado en Francia (+10,9%), Suecia (+23,8%), Rusia (+28%) y Lituania (+81,9%).

Las importaciones de vinos espumosos, en especial de champagne francés, son mucho menos importantes, ya que se sitúan en torno a los 10 millones de litros, por un valor de alrededor de 430 millones de euros. ○



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CONDADO DE HUELVA
- JEREZ-XERÈS-SHERRY
- MÁLAGA
- MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA
- MONTILLA-MORILES
- SIERRAS DE MÁLAGA
- VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA

VINOS DE LA TIERRA

- ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA
- BAILÉN
- CÁDIZ
- CÓRDOBA
- CUMBRES DE GUADALFEO
- DE LAS SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y LOS FILABRES
- DESIERTO DE ALMERÍA
- LADERAS DE GENIL
- LAUJAR-ALPUJARRA
- LOS PALACIOS
- NORTE DE ALMERÍA
- RIBERA DEL ANDARAX
- SIERRA NORTE DE SEVILLA
- SIERRA SUR DE JAÉN
- TORREPEROGIL
- VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA

VINOS DE CALIDAD

- GRANADA
- LEBRIJA

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- BINISSALEM
- PLA I LLEVANT

VINOS DE LA TIERRA

- FORMENTERA I
- BIZA
- ILLES BALEARS
- ISLA DE MENORCA
- MALLORCA
- SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CALATAYUD
- CAMPO DE BORJA
- CARIÑENA
- CAVA **/
- SOMONTANO
- AYLÉS

VINOS DE LA TIERRA

- BAJO ARAGÓN
- RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS
- RIBERA DEL JILOCA
- RIBERA DEL QUEILES **/
- VALLE DEL CINCA
- VALDEJALÓN

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ABONA
- GRAN CANARIA
- EL HIERRO
- LANZAROTE
- LA GOMERA
- LA PALMA
- TACORONTE-ACENTEJO
- VALLE DE GÜIMAR
- VALLE DE LA OROTAVA
- YCODEN-DAUTE-ISORA
- ISLAS CANARIAS



CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- COSTA DE CANTABRIA
- LIÉBANA

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CANGAS



CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ALMANSA
- JUMILLA **
- LA MANCHA
- MANCHUELA
- MÉNTRIDA
- MONDÉJAR
- RIBERA DEL JÚCAR
- UCLÉS
- VALDEPEÑAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA
- PAGOS
- CAMPO DE LA GUARDIA
- CASA DEL BLANCO
- CAZADILLA
- DEHESA DEL CARRIZAL
- DOMINIO DE VALDEPUSA
- FINCA ÉLEZ
- GUIJOSO
- PAGO FLORENTINO



CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ARLANZA
- ARRIBES
- CIGALES
- BIERZO
- RIBERA DEL DUERO
- RUEDA
- TORO
- TIERRA DE LEÓN
- TIERRA DEL VINO DE ZAMORA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

- SIERRA DE SALAMANCA
- VALLES DE BENAVENTE
- VALTIENDAS

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ALELLA
- CATALUÑA
- CAVA **
- CONCA DE BARBERÀ
- COSTERS DEL SEGRE
- EMPORDÀ
- MONTSANT
- PENEDÈS
- PLA DE BAGES
- PRIORAT (DOCa)
- TARRAGONA
- TERRA ALTA





COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ALICANTE
- CAVA **
- UTIEL-REQUENA
- VALENCIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- PAGOS
- EL TERRERAZO
- PAGO DE LOS BALAGUESES
- PAGO CHOZAS CARRASCAL ✪
- PAGO VERA DE ESTENAS ✪

VINOS DE LA TIERRA

- VINOS DE LA TIERRA DE CASTELLÓ

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CAVA **/ ✪
- RIBERA DEL GUADIANA ✪

VINOS DE LA TIERRA

- EXTREMADURA

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- MONTERREI ✪
- RÍAS BAIXAS ✪
- RIBEIRA SACRA ✪
- RIBEIRO ✪
- VALDEORRAS ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- RIBERAS DO HORKAZO
- BARBANZA E IRIA
- BETANZOS
- VAL DO MIÑO-OURENSE (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CAVA **
- RIOJA (DOCa) **
- VALLES DE SADACIA ✪

MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- VINOS DE MADRID

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- BULLAS
- JUMILLA **
- YECLA

VINOS DE LA TIERRA

- MURCIA



NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CAVA **/ ✪
- NAVARRA ✪
- RIOJA (DOCa) **/ ✪
- PAGO ARÍNZANO ✪
- PAGO OTAZU ✪
- PRADO DE IRACHE ✪
- FINCA BOLARDÍN ✪
- LARRAINZAR

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS ✪

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ARABAKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLI DE ÁLAVA)
- BIZKAIKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLI DE VIZCAYA)
- GETARIAKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLI DE GETARIA)
- RIOJA (DOCa) **/ ✪
- CAVA **/ ✪

*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE
DOCa: Denominación de Origen Calificada

Abona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Abona se extiende sobre más de 1.200 hectáreas de viñedos protegidos por el Consejo Regulador en los municipios de Adeje, Arona, Vilaflor, San Miguel, Granadilla, Arico y Fasnia, al sur de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la Listán Blanca, que ocupa el 70% de la superficie de producción, y la Listán Negra, con el 30% restante. Los vinos más característicos son blancos de color amarillo pálido, brillante, de finos aromas florales afrutados. También se elaboran rosados de atractivo color, frescos, ligeros, armoniosos y bien equilibrados en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.200 viticultores y 19 bodegas de producción y elaboración, que comercializan una media anual de 420.000 litros de vino, destinados en su totalidad al mercado nacional, básicamente en Canarias.

Alicante

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida de producción abarca 10.337 hectáreas de viñedo, repartidas en 45 municipios de la provincia de Alicante, entre los que destacan Villena, Monóvar, Pinoso y la subzona de La Marina.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la tinta Monastrell, base principal en la elaboración de vinos, pero también se utilizan la Garnacha Tintorera, Tempranillo, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Petit Verdot. En las blancas la Moscatel, Chardonnay, Macabeo, Merseguera, Moscatel de Alejandría, Airén, Verdil, Sauvignon Blanc, Planta Fina de Pedralba y Subirat Parent. Se elaboran vinos blancos jóvenes -secos y dulces-, rosados jóvenes y vinos tintos - jóvenes, crianzas, reservas, grandes reservas y genéricos-. Capítulo aparte merece su Fondillón, un tipo de vino de Alicante único en el mundo, reconocido por la Unión Europea y con una especial protección dentro de la Denominación de Origen Alicante. Además, se producen vinos de licor, vinos tintos de doble pasta, vinos añejos y vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos más de 2.287 viticultores y 39 empresas bodegueras que elaboran y comercializan cerca de 15 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 27%.

Alella

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Alella ampara una superficie de producción de 228 hectáreas de viñedo localizadas en 28 municipios al norte de la provincia de Barcelona, frente al mar Mediterráneo, con el municipio de Alella como principal zona productora.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima y las pocas lluvias favorecen el cultivo de unas cepas singulares como las blancas Xarel-lo, Pansá Blanca o Garnacha Blanca, y la tinta Ull de Llebre (Tempranillo). Predomina la producción de vinos blancos, secos y semisecos, afrutados y aromáticos, de moderada graduación alcohólica. También se elaboran, en menor medida, algunos tintos de crianza.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador se encuentran inscritos 80 viticultores y 8 empresas bodegueras de producción y elaboración que comercializan una media anual de 800.000 litros de vino, de los que cerca de un 20% se vende en los mercados exteriores.

Almansa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El área de viñedos protegida abarca una superficie de 7.200 hectáreas distribuidas en 8 municipios al este de la provincia de Albacete, con Almansa y Chinchilla como centros más importantes de producción.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha Tintorera, aunque se está potenciando la variedad Cencibel que ocupa ya el 15% del total, mientras que entre las blancas destaca la Merseguera. Destaca la producción de vinos tintos recios, secos, suaves, de color rubí, enérgicos y de amplio extracto y, en especial, un tinto elaborado exclusivamente con la variedad Garnacha Tintorera.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 760 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 4,7 millones de botellas de vino con Denominación de Origen Almansa, de los que más de un 75% se destina a la exportación.



Denominación de origen

Elige Calidad, elige etiquetas de seguridad

Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Departamento de Ventas
Tel.: 91 566 65 64 - www.fnmt.es

Arabako Txakolina (Txakolí de Álava)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de viñedo protegida por la Denominación de Origen se localiza en 100 hectáreas de la comarca Cantábrica Alavesa, con los municipios de Amurrio, Aiala, Artziniega, Llodio y Okondo como zonas amparadas para la producción de estos vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las especiales condiciones geográficas de esta zona favorecen el desarrollo de la variedad de uva autóctona Hondarrabi Zuri. Los vinos elaborados con esta uva resultan jóvenes, de color amarillo pajizo, brillantes, de intensos aromas frutales propios de la variedad, con equilibrada acidez y una marcada personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 52 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

Arlanza

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La comarca vitivinícola se extiende a lo largo del río Arlanza, y abarca 54 municipios de la provincia de Burgos y 13 de la provincia de Palencia, con una superficie total de 350 hectáreas registradas.

CARACTERÍSTICAS: Estos vinos se elaboran a partir de cuatro variedades de uva tinta: la Tinta del País o Tempranillo, que representa el 95% del total; la Garnacha, variedad complementaria y segunda en importancia; la Mencía, y la Cabernet-Sauvignon, variedad de origen francés que se emplea, mezclada con la Tinta del País, en vinos destinados al envejecimiento en barricas por sus cualidades organolépticas. Las variedades blancas utilizadas son la Albillo y la Viura, también llamada Macabeo o Tempranillo Blanco, que se emplean para la elaboración de rosados. Los rosados tienen un sabor muy afrutado, con viveza y colores intensos y llamativos, mientras que los tintos jóvenes son fuertes, con mucho cuerpo y carnosidad, muy aptos para crear buenos crianzas y reservas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 16 bodegas que comercializan una media anual de 750.000 litros de vino, destinados principalmente al mercado nacional, aunque también se exportan a varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón.

Arribes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La delimitación geográfica de la Denominación comprende 26 municipios del suroeste de Zamora y 20 municipios del noroeste de Salamanca, con 380 hectáreas inscritas en el Consejo Regulador.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales de uva tinta son la Juan García, uva autóctona que representa un 60% de la superficie vitícola comarcal; la Bufete y la Tempranillo, también llamada en la zona Tinta Serrana o Tinto Madrid, admitiéndose como complementarias la Garnacha y la Mencía. La Malvasía es la principal entre las blancas, complementándose con la Verdejo y la Albillo. El Consejo Regulador estudia otras variedades autóctonas de potencial enológico comprobado para recuperar y potenciar su desarrollo en la comarca: en las uvas tintas están la Bruñal y la Bastardillo Chico, y en las blancas la variedad Puesta en Cruz.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 634 viticultores y 11 bodegas elaboradoras, de las que 9 son embotelladoras, que producen entre 1,5 y 2 millones de litros de vino, de los que unas 600.000 botellas se comercializan con DO.

Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 2.180 viticultores y 75 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
BINISSALEM
MALLORCA

ZONA GEOGRÁFICA: Es la primera Denominación de Origen en Mallorca, con una superficie protegida de unas 600 hectáreas de viñedo que se reparten entre 5 municipios del centro de la isla de Mallorca, con Binissalem como núcleo poblacional más importante.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima de la zona favorece el perfecto desarrollo de uvas de variedades autóctonas, como las tintas Manto Negro y Callet, y la blanca Moll. Los vinos tintos elaborados con la variedad Manto Negro son jugosos, elegantes y con un grado alcohólico moderado. Los rosados y blancos, jóvenes, afrutados y de gran calidad, destacan por su personalidad y su ligerísimo grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 111 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, de los que un 11% se destinan a la exportación.

Bizkaiko Txakolina
(Txakolí de Vizcaya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Consejo Regulador Denominación de Origen
Bizkaiko Txakolina.

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen ampara una superficie de 240 hectáreas de viñedo repartidas por toda Vizcaya, con las comarcas de Munguiesado-Valle del Txoriherri y de Encartaciones como núcleos principales de producción.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva autorizadas en la elaboración del Bizkaiko Txacolina son la Ondarrabi Zuri (blanca) y Ondarrabi Beltza (tinta). Los vinos de mayor producción son los blancos, atractivos de color pajizo verdoso, refrescante acidez, ligera aguja y moderado grado alcohólico. Con la uva tinta Ondarrabi Beltza se elaboran vinos tintos y rosados –ojo de gallo–, aunque en una proporción mínima.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 281 viticultores y 61 bodegas que producen una media anual de 1 millón de litros de chacolí, que se comercializan en su práctica totalidad en el mercado del País Vasco.

Bullas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

bullas
Consejo Regulador de la Denominación de Origen

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de viñedos protegida por la Denominación de Origen se localiza en 1.850 hectáreas distribuidas en 9 municipios al oeste de la Región de Murcia, con la localidad de Bullas como el núcleo más importante de producción y elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: La variedad fundamental es la tinta Monastrell, que ocupa el 85% de la superficie total, con pequeñas plantaciones de Tempranillo y algunas cepas blancas como la Airén y Macabeo. Los vinos más característicos son los rosados, bien estructurados y de gran frutosidad. También se elaboran tintos jóvenes y de crianza y una pequeña pero interesante producción de vinos blancos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 1.900.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

CALATAYUD
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de protección de la Denominación de Origen abarca 3.200 hectáreas de viñedos repartidas en 46 municipios en la parte más occidental de la provincia de Zaragoza, en la región natural del Valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la tinta Garnacha y la blanca Macabeo. En menor proporción se producen uvas tintas como Mazuela, Bobal, Tempranillo y Monastrell; junto a las blancas Malvasía, Sauvignon Blanc, Moscatel Blanco y Garnacha Blanca. Los vinos blancos son muy pálidos, afrutados y frescos. Los rosados son de perfumada fragancia y un acertado equilibrio cuerpo/acidez. Los tintos jóvenes resultan sabrosos y los de crianza son vinos con cuerpo, estructura y de graduación alcohólica muy moderada.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.700 viticultores y 16 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 15 millones de litros de vino, de los que el 85% se destina a los mercados exteriores.

Campo de Borja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de la Denominación de Origen se localiza en una superficie de más de 7.414 hectáreas de viñedo, distribuidas en 16 munici- pios al noroeste de la provincia de Zaragoza, entre la ribera del Ebro y el Moncayo.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la Garnacha Tinta (75%), aunque también se cultivan la Tempranillo (13%) y, en menor proporción, Mazuela y Cabernet-Sauvignon; en blancas destacan la Macabeo y Moscatel. Los vinos rosados de Garnacha son de color cereza o asalmonados, frescos y de paladar largo. Los tintos de maceración carbónica son muy aromáticos y los blancos resultan amables y de aromas afrutados. Con la variedad Moscatel se elaboran vinos de licor armoniosos y aromáticos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 2.100 viticultores y 17 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 11,8 millones de litros de vino, de los que el 55% se destina a los mercados exteriores.

Cariñena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción suma casi 14.477 hectáreas de viñedo, distribuidas en 14 municipios al sur de la provincia de Zaragoza, con Cariñena, Paniza y Almonacid de la Sierra como los principales núcleos vitivinícolas.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Garnacha Tinta y Mazuela, y las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, complementadas con variedades como las tintas Cabernet-Sauvignon y Tempranillo, y la blanca Parellada. Los vinos blancos son de color amarillo paja, con tonalidades doradas, frescos y de suave grado alcohólico. Los rosados son de color rojo cereza con ligeros tonos violáceos, afrutados, de gran viveza y cuerpo. Los tintos tradicionales resultan de gran capa, robustos y con elevada graduación.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 1.984 viticultores y 36 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de cerca de 45 millones de litros de vino, de los que más del 63% se vende en los mercados exteriores.

Cataluña

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de viñedos de 50.000 hectáreas que se localizan en las principales y tradicionales zonas de producción vitivinícola de Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas autorizadas son en tintos: Cabernet Franc, Cabernet-Sauvignon, Garnacha Tinta, Garnacha peluda, Merlot, Monastrell, Pinot Noir, Samsó, Trepat, Sumoll, Tempranillo, Garnacha Tintorera y Syrah. En uva blanca se autorizan la Chardonnay, Chenin, Garnacha Blanca, Macabeo, Moscatel de Alejandría, Parellada, Riesling, Sauvignon Blanc, Xarel-lo, Gewurztraminer, Malvasía, Malvasía de Sitges, Pedro Ximénez y Picapoll. A partir de estas variedades se elaboran vinos tintos, blancos, rosados, de aguja y de licor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos más de 5.193 viticultores y 204 bodegas. En la última campaña se comercializaron más de 46,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 52% se exportó.

Cava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Cava ampara y protege los vinos espumosos de calidad elaborados por el método tradicional en 31.765 hectáreas de viñedos repartidas en más de 159 municipios, entre los cuales cabe destacar el municipio de Sant Sadurni d'Anoia (Barcelona), en donde se elabora más del 75% del cava.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades autorizadas son: Macabeo o Viura, que ofrece vinos finos y aromáticos; Xarel-lo, que aporta cuerpo y frescor; Parellada, que da vinos elegantes y suaves, y Chardonnay, la más aromática, que sirve para elaborar cava rosado. Se elaboran varios tipos de cava: Brut Nature, Extrabrut, Brut, Extraseco, Seco, Semiseco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 6.610 viticultores y registradas 254 bodegas que comercializan una media anual de 239,5 millones de litros de cava, de los que 152 millones se exportan a mercados de todo el mundo.

Cigales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.000 hectáreas de viñedo repartidas entre 12 municipios de la comarca de Cigales, al norte de la ciudad de Valladolid, incluido el municipio de Dueñas (Palencia).

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más importantes son la Tinta del País, que ocupa más del 70% de la superficie, y la Garnacha Tinta. En pequeña proporción se cultivan las blancas Verdejo, Viura y Albillo. Los vinos más característicos son los rosados, de los que se elaboran tres tipos: Cigales nuevo, Cigales y Cigales crianza. Son vinos frescos, de agradable aroma floral o frutal y suave graduación. También se producen en menor proporción excelentes vinos tintos con las variedades Tinta del País y Garnacha Tinta.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos 594 viticultores y 35 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2,7 millones de litros de vino, de los que el 10% se vende en el mercado exterior.

Conca de Barberà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen Conca de Barberà cubre 4.200 hectáreas de viñedo al norte de la provincia de Tarragona, en una zona fronteriza con Lleida, con la localidad de Montblanc como principal centro vitivinícola. La zona de producción está enclavada en una conca o depresión, lo que la convierte en un marco geoclimático muy especial para el cultivo del viñedo.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva predominantes son las blancas Macabeo y Parellada, y la tinta Trepat, de las que se obtienen vinos blancos, rosados, tintos y espumosos, de graduación alcohólica moderada, bien dotados de acidez, ligeros y de aroma delicadamente afrutado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se hallan inscritos 1.100 viticultores y 22 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1.200.000 botellas, con un volumen medio amparado bajo esta DO de 26.500 hectolitros y una producción media anual de vino calificado como DO Conca de Barberà de 8.500 hectolitros.

Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida abarca 18 municipios de la provincia de Huelva, con una superficie inscrita de unas 4.500 hectáreas de viñedo.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la blanca Zalema, mientras que con una presencia menor están las uvas Palomino, Listán y Garrido Fino. Destaca la elaboración de vinos generosos como el Condado Pálido, de crianza biológica, de color oro pálido, pajizo, de aroma punzante, almendrado, seco y de baja acidez. El Condado Viejo es de altísima graduación alcohólica debido al proceso de crianza oxidativa, resaltando su color ambarino y su intenso aroma. Los blancos jóvenes de la variedad Zalema son secos, frescos, afrutados y de equilibrada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.574 viticultores y 36 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino, que en un 95% se consumen en el mercado nacional.

Costers del Segre

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Costers del Segre ampara 4.153 hectáreas de viñedo localizadas en el noroeste y sudeste de Lleida y repartidas en seis subzonas de producción: Raimat, Artesa, Vall de Ríu Corb, Les Garrigues, Pullars Jussón y Segriá.

CARACTERÍSTICAS: Raimat es la zona de mayor prestigio, con unas 1.000 hectáreas de viñedo de excelente calidad, de los que proceden blancos de gran finura, tintos de elegante complejidad y cavas de gran personalidad. En Artesa predominan las variedades Macabeo, Monastrell y Cabernet-Sauvignon, que dan excelentes vinos blancos, rosados y tintos. En Vall de Ríu Corb y Les Garrigues se producen tintos y blancos, fuertes y robustos en boca, de alta graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 601 viticultores y 40 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 17 millones de litros de vino.

Dominio de Valdepusa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Dominio de Valdepusa está integrada por tres parcelas de 49 hectáreas de viñedo ubicadas en el término municipal de Malpica de Tajo, de la provincia de Toledo, en la región de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades cultivadas en esta denominación son todas tintas y se destinan a la elaboración de vinos tintos monovarietales o resultantes del ensamblaje, en distintas proporciones, de las variedades autorizadas, que son la Syrah, Cabernet-Sauvignon, Petit Verdot y Merlot. Los vinos son potentes, persistentes y carnosos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador está inscrita una bodega que produce y comercializa una media anual de 225.000 litros de vino tinto con la Denominación de Origen Dominio de Valdepusa.



El Hierro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Protege una extensión de 300 hectáreas de viñedo en las comarcas de Valle del Golfo, El Pinar y Echedo, en la isla canaria de El Hierro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva blanca autorizadas son Vijariego, Bermejuela, Listán Blanco, Pedro Ximénez, Baboso, Gual, Malvasía, Torrontés, Moscatel y Verdello. En uvas tintas destacan Listán Negro, Negramoll, Baboso Negro y Vijariego Negro. Los vinos blancos resultan bien equilibrados, con cuerpo, estructura y nervio. El tipo blanco-pálido es muy singular, de mayor graduación alcohólica, seco y sabroso. Los rosados son frescos y afrutados; y los tintos, de potente sabor, son expresivos, cálidos y algo tánicos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 206 viticultores y 7 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 300.000 litros de vino, que se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Empordà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de vinos amparados por la DO está constituida por parcelas de viñedos situadas en 35 municipios de la comarca del Alt Empordà y 20 municipios del Baix Empordà, en el nordeste de la provincia de Girona. La superficie de viñedo inscrita es de 1.786 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La gama de vinos es muy amplia. Se elaboran vinos blancos, frescos y sabrosos, a partir de las variedades Macabeo, Garnacha Blanca y Chardonnay. Los rosados, elaborados con Samsó o Mazuela y Garnacha, son frescos y moderados en graduación alcohólica. Los tintos representan la mayoría de la producción con las variedades que se van introduciendo, Cabernet-Sauvignon y Merlot, son de elevada calidad, con cuerpo, bien constituidos y aromáticos. Una especialidad diferencial de la zona es la Garnacha del Empordá, vino dulce natural de esta uva, cálida y sedosa.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 335 viticultores y 49 bodegas y cooperativas con una producción anual aproximada de 7,5 millones de litros de vino, de los que cerca de 6,3 millones de litros están amparados por la Denominación de Origen. Se comercializan aproximadamente 3 millones de litros anuales, de los que cerca del 20% se destina a los mercados internacionales.

Getariako Txakolina (Txakolí de Getaria)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La DO protege 433 hectáreas de viñedo repartidas entre todo el territorio histórico de Guipúzcoa.

CARACTERÍSTICAS: Las dos variedades autóctonas autorizadas son la blanca Hondarrabi Zuri, que representa el 85% del total de viñedo, y la tinta Hondarrabi Beltza, de escaso color, con el 15% restante. Los chacolís de Getaria son tradicionalmente blancos y destacan por una peculiar singularidad aromática, de gran frescura y moderada graduación alcohólica, de 11º. También se elaboran vinos tintos, rosados, espumosos y vendimia tardía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 105 viticultores y 33 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 2 millones de litros de chacolí, comercializados en un 84% en el mercado del País Vasco, y un 16% a exportación.

Gran Canaria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende en 224 hectáreas localizadas en 21 municipios de la isla.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva autorizadas son en blancas: Malvasía, Gual, Marmajuelo, Vijariego, Albillo, Moscatel de Alejandría, Listán Blanco, Burrablanca, Torrontés, Pedro Ximénez y Breval. En tintas: Negra Común, Negramoll, Tintilla, Malvasía Rosada y Moscatel Negra. Se elaboran vinos tintos jóvenes, con bastante capa, de color rojo intenso. Los vinos rosados presentan menos cuerpo e intensidad colorante. También se producen blancos secos, semisecos y dulces.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 310 viticultores y 71 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 460.000 kg. anuales.

Jerez-Xerès-Sherry Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende sobre 7.184 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los tipos de vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 1.591 viticultores y 71 bodegas que elaboran una media anual de más de 30,6 millones de litros de vino, de los que se exportan el 60%.

Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fueteálamo, Hellín, Montealagre, Ontur y Tobarra, en la provincia de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva por excelencia es la tinta Monastrell, acompañada de las también tintas Garnacha Tintorera y Cencíbel, y de las blancas Airén, Merseguera y Pedro Ximénez. Los tintos jóvenes, a partir de la uva Monastrell, son de color rojo rubí intenso, francos en nariz y cálidos en boca. Los rosados, de gran calidad, son de color rojo cereza, con aromas frutales muy vivos, plenos y frescos en boca. Los blancos, de color pajizo dorado, aromas vivos, frutales, fragantes y muy equilibrados.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 1.959 viticultores y 43 bodegas que comercializan anualmente unos 25 millones de litros de vino, de los que el 60% se exporta.

La Gomera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca todos los municipios de la isla, con una superficie protegida de 125 hectáreas de viñedo cultivadas en bancales de piedras construidos en laderas de fuertes pendientes.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más importante y la más cultivada es la Forastera Blanca, conocida popularmente como Forastera Gomera, de la cual se obtienen unos vinos blancos secos jóvenes de gran personalidad, caracterizados por su alta acidez en ácido tartárico. También se obtienen excelentes vinos jóvenes de esta variedad, con otras variedades menos predominantes: Marmajuelo, Listán Blanco. Aunque tradicionalmente la producción era sólo de vinos blancos, actualmente se elaboran vinos tintos jóvenes.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de esta Denominación de Origen están registrados 210 viticultores y 13 bodegas. La producción obtenida alcanza una media de 90.000 litros, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado de la isla.

La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Es la Denominación con la zona de producción más extensa del mundo: 162.625 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 182 municipios de las provincias de Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca.

CARACTERÍSTICAS: La uva blanca Airén es predominante, acompañada de las variedades Pardillo, Verdoncho y Macabeo. Entre las tintas predomina la Cencíbel, complementada con Moravia, Garnacha, Cabernet-Sauvignon y Merlot. El vino más característico es el blanco de Airén, de color amarillo pálido. Los vinos tintos y rosados son limpios y poco ácidos. También se elaboran tintos jóvenes a partir de la variedad Cencíbel y se comienzan a producir vinos monovarietales excelentes, como los tintos de Cabernet-Sauvignon.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 16.257 viticultores y 265 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 60 millones de litros de vino, de los que el 25% se destina a la exportación.

Lanzarote

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se extiende sobre 1.855 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más singular es la Malvasía volcánica, de la que se obtienen finísimos y equilibrados vinos blancos jóvenes, rotundos y complejos, de enorme personalidad, así como vinos de crianza y vinos dulces con uva Moscatel. La Listán Blanco, por su parte, proporciona blancos jóvenes secos y semisecos, y con la Listán Negro y Negramoll se elaboran tintos jóvenes y crianzas y una pequeña proporción de rosados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están registrados 1.857 viticultores y 15 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,6 millones de litros de vino, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado insular canario.

La Palma

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Acoge unas 885 hectáreas de viñedo, asentado sobre terrenos volcánicos de la isla de La Palma en tres zonas de producción: Hoyo de Mazo, Fuencaliente y norte de La Palma.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más representativas son Negramoll, Almuñeco, Albillo, Malvasía, Verdello, Sabro, Bujariego y Listán. Los vinos blancos son aromáticos, frescos y ligeros. Los tintos son de color rojo picota intenso con tonos violáceos, densos, carnosos y con prolongado posgusto. Los rosados son alegres, de tonos rosas salmón, frescos, con tenue gusto almendrado. Los vinos de tea son suaves de capa, con aromas frutales y herbáceos, integrados en un fondo resinoso, agradables en boca. Los dulces, de color amarillo oro joven, son limpios y brillantes, de dulzor equilibrado y acidez fresca.

DATOS BÁSICOS: Cerca de 1.300 viticultores y 18 bodegas elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se venden en su totalidad en el mercado canario.

Málaga · Sierras de Málaga

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca una superficie de 1.000 hectáreas de viñedo en 64 municipios de Málaga y 2 de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Para la Denominación Málaga las variedades predominantes son las blancas Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Doradilla, Lairen. Para la Denominación Sierras de Málaga, las variedades predominantes son Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Chardonnay, Macabeo, Sauvignon Blanc, Lairen y Doradilla. En variedades tintas destacan la Romé, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Franc y Pinot Noir. Se elaboran vinos blancos, rosados y tintos con graduaciones entre 10 y 15°.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 440 viticultores y 45 bodegas que elaboran una media anual de casi 2,2 millones de litros de vino, de los que el 40% se destina a la exportación.

Manchuela

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre 9.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70 términos municipales de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad autóctona emblema de la Denominación de Origen Manchuela es la uva Bobal. Una variedad que da vida a excelentes crianzas y reservas de viñas centenarias y a unos inigualables rosados especialmente afrutados y frescos, cuya calidad avalan año tras año numerosos premios en concursos nacionales e internacionales. También se producen, en menor proporción, las variedades Tempranillo y Macabeo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 37 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 2.000.000 litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 80 por ciento se destina a la exportación.

Méntrida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Méntrida abarca cerca de 8.100 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 50 municipios al norte de la provincia de Toledo. Los principales centros vitivinícolas son Maqueda, Méntrida, Escalona y Torrijos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas predominantes son Garnacha Tinta (90%) y Cencíbel, aunque se están plantando variedades nuevas como la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Syrah. Los vinos tintos son de elevada graduación alcohólica, espesos, de aroma suave y muy sabrosos. Los rosados resultan ligeros, aromáticos y de agradable color, excelentes al paladar, a pesar de su alta graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.376 viticultores y 26 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 1,2 millones de litros de vino, de los que más del 90% se vende en el mercado nacional.

Mondéjar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Mondéjar se localiza en una superficie de 3.000 hectáreas de viñedo, repartidas en 20 municipios de la provincia de Guadalajara, con Mondéjar y Sacedón como principales centros de producción.

CARACTERÍSTICAS: La tinta Cencíbel es la variedad predominante, complementada con la Cabernet-Sauvignon. En blancas destaca la presencia de Malvar y Torrontés y en menor proporción la Macabeo. Los vinos blancos, rosados y tintos se consumen jóvenes y resultan aromáticos y finos, con ligera graduación alcohólica. También se elaboran tintos de crianza a partir de la variedad Cabernet-Sauvignon, Tempranillo y Syrah.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 6 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se destinan en su totalidad al mercado interior.

Monterrei

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida se localiza en 579 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra, Verín y Vilardevós en la parte sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: valle de Monterrei y ladera de Monterrei.

CARACTERÍSTICAS: Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello y Treixadura, entre las blancas, y Mencía y Merenzao, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 418 viticultores y 27 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 3,5 millones de litros de vino, consumidos en su totalidad en el mercado interior.

Montilla-Moriles

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 5.500 hectáreas de viñedo al sur de Córdoba, aunque la zona de crianza está restringida a 17 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Pedro Ximénez, aunque también se cultivan otras cepas complementarias como la Layren, Baladí-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, enérgico, seco y no muy abocado, de color caoba oscuro. El Palo Cortado es un vino generoso que tiene el color y la nariz del amontillado y la boca del oloroso. El Pedro Ximénez es un vino dulce natural, de color rubí oscuro, punzante fragancia y gran frutosidad, y el Moscatel es un vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: 2.600 viticultores y 76 empresas bodegueras elaboran y comercializan una media anual de 20 millones de litros de vino, de los que se exportan el 12%.

Montsant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 1.902 hectáreas en 18 municipios de Tarragona, 14 de la comarca del Priorato y 4 de la Ribera del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades tintas predominantes son la Garnacha Negra y la Cariñena, aunque abunda la variedad L'ull de Llebre en el sur. El Consejo también autoriza la plantación de cepas de Cabernet-Sauvignon, Garnacha Peluda, Merlot, Monastrell, Picapoll Negre y Syrah. En uva blanca destacan las variedades Garnacha Blanca y Macabeo, aunque están autorizadas plantaciones de Chardonnay, Moscatel, Pansal y Parellada. Se producen excelentes vinos blancos, rosados y tintos; se elaboran vinos tradicionales de esta zona como el vino rancio, la mistela negra, la garnacha del Montsant y el vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están registrados 929 viticultores, 60 bodegas y 57 comercializadoras, que comercializan una media anual de 5 millones de litros de vino, de los que entre el 40-60% se vende en los mercados exteriores.

Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La DO ampara 10.000 hectáreas de viñedo distribuidas en 5 subzonas de producción de la Comunidad Foral de Navarra: Tierra Estella, Valdizarbe, Baja Montaña, Ribera Alta y Ribera Baja.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas tintas autorizadas son Garnacha, Tempranillo, Mazuelo, Graciano, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah y Pinot Noir. En uvas blancas predomina la Viura, Moscatel, Malvasía, Garnacha Blanca, Chardonnay y Sauvignon. Los tintos jóvenes son frescos y con sabroso componente frutal. Los tintos de crianza son vinos de gran personalidad, de tonos granates, con aromas acusados y aterciopelados. Los rosados son los vinos más característicos, de brillante color frambuesa, aromas intensos, secos, frescos y elegantes en boca. Los blancos jóvenes resultan frescos y afrutados.

DATOS BÁSICOS: Más de 2.000 viticultores y 85 bodegas elaboran y comercializan anualmente unos 40 millones de litros de vino, de los que el 33% se destina a la exportación.

Penedès

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 24.247 hectáreas de viñedo localizadas en las provincias de Barcelona y Tarragona, con Vilafranca del Penedès como el principal núcleo vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas predominantes son las blancas Xarel.lo, Macabeo, Parellada y Chardonnay; y las tintas Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Cariñena. Los vinos blancos resultan frescos, afrutados, muy aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son ligeros, aterciopelados y de carácter apreciable. También se elaboran excelentes vinos de aguja. Una parte importante de la producción se destina a la elaboración de vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 4.088 viticultores y 152 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 32,7 millones de litros de vino, de los que el 35% se destina a la exportación.

Pla de Bages

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 550 hectáreas, localizadas en la comarca del Bages, en la provincia de Barcelona, con Artés y Manresa como principales núcleos de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: La situación geográfica de esta comarca y su especial climatología favorecen el desarrollo de variedades nobles de uva entre las que destacan la autóctona Picapoll y en menor proporción la Macabeo y Chardonnay entre las blancas; y la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, entre las tintas. Los vinos de mayor producción son los tintos, que resultan de gran personalidad, suaves, de excelente calidad y moderado grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el CRDO están registrados 100 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino con Denominación de Origen Pla de Bages; el 85% de esta producción se consume en el mercado nacional.

Pla i Llevant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO Pla i Llevant abarca una extensión de 395 hectáreas de viñedo, repartidas entre 18 términos municipales de la isla de Mallorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva más abundantes son la Callet, Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Manto Negro, Macabeu y Pinot Noir; en menor proporción se producen también las variedades Prensal Blanca, Chardonnay, Merlot, Moscatel, Perelada, Fogoneu, Monastrell y Riesling. El mayor volumen de producción corresponde a los vinos tintos, de gran jugosidad y elegancia, con un grado alcohólico moderado. Los vinos blancos resultan jóvenes y afrutados, con fuerte personalidad y leve grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 107 viticultores y 12 bodegas en el Consejo Regulador que producen y comercializan una media anual de más de 1,1 millones de litros de vinos tintos y blancos con Denominación de Origen.

Priorat

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO es de más de 1.900 hectáreas, localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con los municipios de Porrera y Gratallops como centros principales de elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la Tinta Cariñena (Mazuela) y la Garnacha Tinta. Las cepas blancas tienen una presencia muy reducida, cultivándose la Garnacha Blanca, Macabeo y Pedro Ximénez. Los vinos tintos tradicionales del Priorat son de color granate, robustos y de elevada graduación alcohólica. También se elaboran vinos rancios, envejecidos en roble y de potente graduación. La producción de vinos blancos y rosados es muy pequeña, aunque está creciendo en los últimos años.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 606 viticultores y 96 empresas bodegueras que elaboran y comercializan más de 2 millones de botellas al año, de las que el 45% se destina a los mercados exteriores.

Rías Baixas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la DO se extiende sobre 4.064 hectáreas de viñedos en 5 subzonas de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

CARACTERÍSTICAS: Predomina la blanca autóctona Albariño y en menor proporción la Treixadura, Loureira Blanca, Caiño Blanco, Torrontés y Godello; y las tintas Caiño Tinto, Mencía, Espadeiro, Sousón, Loureira Tinta y Brancellao. Los vinos monovarietales de Albariño son amarillo-pajizos. Los vinos de la subzona de O Rosal y O Condado do Tea están personalizados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 6.667 viticultores y 178 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 22,9 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 24% se exporta.

Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 1.229 hectáreas de viñedo en 17 municipios que se distribuyen a su vez en 5 subzonas de producción: Amandi, Chantada, Quiroga-Bibei y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña, Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

CARACTERÍSTICAS: Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804 hectáreas de viñedos localizadas en las riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.







Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 22.552 hectáreas de viñedo distribuidas entre 89 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot y Malbec, Garnacha y Blanca del País o Albillo. Los más representativos son los tintos de crianza y reserva, catalogados entre los mejores vinos del mundo, de intenso color, con irisaciones moradas, aroma muy delicado y penetrante, y suavemente ácidos. Los rosados son sutiles, frescos y ligeros en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 8.220 viticultores y 288 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 70 millones de litros de vino según campañas, de los que el 23% se destina a la exportación.

Ribera del Guadiana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por Denominación de Origen Ribera del Guadiana se extiende sobre 29.000 hectáreas de viñedos distribuidas entre 6 subzonas vitivinícolas de las provincias de Cáceres y Badajoz: Cañamero, Montánchez, Ribera Baja, Ribera Alta, Tierra de Barros y Matanegra.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades para la elaboración de los vinos Ribera del Guadiana son Tempranillo, Macabeo, Pardina, Cayetana Blanca, Garnacha Tintorera, Alarige, Chardonnay, Cabernet-Sauvignon, Borba, Montúa, Bobal y Pedro Ximénez. Con estas cepas se elaboran vinos tintos y blancos y en menor proporción rosados, todos ellos de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran registrados más de 3.800 viticultores y 50 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2 millones de litros de vino según campañas, destinados en un 75% al mercado exterior.

Ribera del Júcar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre una superficie de 9.200 hectáreas de viñedo repartidas en los municipios de Casas de Benítez, Casas de Fernando Alonso, Casas de Guijarro, Casas de Haro, El Picazo, Pozoamargo y Sisante, al sur de la provincia de Cuenca.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes en esta denominación son todas de uvas tintas, destacando la Cencíbel, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah y Bobal, aunque se cultiva también una pequeña cantidad de uva blanca Airén. Los vinos tienen mucho cuerpo, de un color violeta intenso, son integrales, directos y aromáticos. Se elaboran tintos jóvenes, vinos de tradición y excelentes tintos de crianza.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 9 cooperativas y empresas bodegueras que comercializan unos 300.000 litros de vino, destinados en un 60% al mercado exterior.

Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada se extiende sobre 65.841 hectáreas de viñedo repartidas entre las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra. Está dividida en 3 subzonas vitivinícolas: Rioja Alta, Rioja Oriental y Rioja Alavesa.

CARACTERÍSTICAS: Sobre la base de la cepa Tempranillo, con aportaciones de Garnacha, Mazuelo y Graciano, se obtienen grandes vinos tintos de crianza, reserva y gran reserva. También se elaboran blancos jóvenes y de crianza y excelentes rosados (claretes), completando una de las ofertas de vinos de mayor calidad del mundo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 14.800 viticultores y más de 600 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 336 millones de litros de vino según campañas, de los que un tercio se destina a la exportación.

Rueda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie registrada en la DO Rueda es de 13.074 hectáreas, siendo 8.173 hectáreas sólo de la variedad Verdejo. La DO comprende 72 municipios repartidos entre las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila, siendo las localidades de Rueda, La Seca y Serrada los centros vitivinícolas más importantes.

CARACTERÍSTICAS: La variedad autóctona de la zona es la Verdejo, estando permitidas también las variedades Sauvignon Blanc, Viura y Palomino en la elaboración de los vinos blancos. Los vinos de la DO Rueda son vinos de la cosecha, frescos y jóvenes. Desde hace unos años se ha introducido una forma de elaboración adicional en los blancos como es la fermentación en barrica, ampliando así la gama de los vinos de la DO.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 54 bodegas y 1.384 viticultores, que comercializan una media de 43 millones de botellas, de las que el 15% se destina a los mercados internacionales.

Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Somontano es de unas 3.938 hectáreas, distribuidas entre 43 municipios del centro de la provincia de Huesca, con Barbastro como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades autorizadas son las tintas Moristel, Tempranillo, Garnacha, Parraleta, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot-Noir; y las blancas Macabeo, Garnacha Blanca, Alcañón, Chardonnay y Gewürztraminer. Los vinos tintos característicos son afrutados, de ligera acidez y con poca graduación. Los blancos resultan frescos y muy aromáticos. Los rosados son brillantes de color, delicados en aromas y de suave sabor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 370 viticultores y 32 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino; el 20% de este volumen de producción se destina a los mercados exteriores.

Tacoronte-Acentejo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación ampara una superficie de más de 1.174 hectáreas de viñedo repartidas entre 9 municipios localizados al norte de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Listán Negro, Negramoll y Listán Blanco y en menor medida se cultivan otras variedades como la Malvasía, Gual, Moscatel, Tintillo, Verdello, Syrah, Merlot o Castellana. Los vinos tintos de mayor producción son de color rubí, con matices violáceos, jóvenes y frescos, de aromas afrutados, paso en boca amplio y suave, y gusto fragante y potente. Los vinos blancos, de color amarillo pálido, con matices verde y dorado, resultan armoniosos y equilibrados, de aromas afrutados y paso en boca vivo.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 1.816 viticultores y 49 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, los cuales se consumen ensu práctica totalidad en el mercado insular canario.

Tarragona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de 7.280 hectáreas de viñedo distribuidas en 73 municipios de las comarcas de Tarragonés, Alt Camp, Baix Camp y Ribera d'Ebre en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas preferentes son la Macabeo, Parellada y Xarel.lo, y las variedades tintas son la Ull de Llebre, Carinyena, Garnatxa Negra y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos de Alt Camp de Tarragona son muy suaves, equilibrados, aromáticos y afrutados. En la zona de la Ribera d'Ebre los blancos son de color brillante. Los vinos tintos de la zona del Camp de Tarragona son firmes y aromáticos y los rosados frescos y de color cereza. Los tintos de la Ribera d'Ebre armonizan el cuerpo y el color de la carinyena y la riqueza de la garnatxa. Los vinos de licor Tarragona Classics son Mistela de Tarragona, Moscatell de Tarragona, Garnatxa de Tarragona y Vi Ranci de Tarragona. Los Tarragona Classics tienen fama y prestigio, son vinos licorosos y generosos.

DATOS BÁSICOS: 2.613 viticultores y 22 bodegas producen una media anual de 35 millones de litros de vino.

Terra Alta

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen tiene una extensión de 5.993 hectáreas de viñedo localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con Gandesa como principal centro de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, y las tintas Cariñena, Garnacha Tinta y Tempranillo. Los vinos blancos son recios, amplios, de gran cuerpo y alta graduación alcohólica. Los tintos resultan de mucha capa y con potente grado alcohólico. También se elaboran vinos dulces (rancios) y blancos generosos, asimismo de fuerte graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Terra Alta figuran registrados 1.663 viticultores y 45 empresas bodegueras que producen una media anual de 30 millones de litros de vino con Denominación de Origen.

Tierra de León

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre cerca de 1.357 hectáreas de viñedo, repartidas entre 69 municipios de la provincia de León y 19 de la provincia de Valladolid, pertenecientes a las riberas de los ríos Esla y Cea.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales de uva tinta la Prieto Picudo, Mencía, Tempranillo y Garnacha, mientras que de uva blanca se emplean las variedades Verdejo, Albarín blanco, Godello, Malvasía y Palomino.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos cerca de 375 viticultores y 39 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 2 millones de botellas de vino amparadas por la Denominación de Origen.

Tierra del Vino de Zamora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre 643 hectáreas de viñedo, repartidas entre 46 municipios de la provincia de Zamora y 10 de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales la Tempranillo en tinta y Malvasía, Moscatel, de grano menudo, y Verdejo en blanca, mientras que como uvas complementarias usan Garnacha y Cabernet-Sauvignon para los tintos, y Albillo, Palomino y Godello para los blancos. El Consejo Regulador certifica vinos blancos, claretes, rosados, tintos, reservas y grandes reservas, elaborados con uvas procedentes de viñedos con una edad media de 61 años.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 209 viticultores y 11 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 236.612 litros de vino, de los que el 43% se destina al mercado internacional.

Toro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de la Denominación de Origen es de 5.585 hectáreas de viñedo localizadas al sudeste de la provincia de Zamora, incluyendo algunos municipios de la provincia de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la Tinta de Toro, aunque se cultiva también Garnacha Tinta, y la variedades de uvas blancas Verdejo y Malvasía. Los vinos más característicos son los tintos, de fuerte color rojo, recios, plenos de aromas, con cuerpo y grado. Los blancos, de producción escasa, son de intensos y finos aromas. Los rosados, de color muy vivo y gran intensidad aromática, resultan frescos, ligeros y suaves.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.080 viticultores y 51 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 7,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Toro, de los que un 25% se destina a los mercados internacionales.

Utiel-Requena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación es de 35.438 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 9 municipios de la provincia de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la tinta Bobal, complementada con Tempranillo, Garnacha Tinta, Cabernet-Sauvignon y Merlot. En blancas, la principal es la Macabeo y se cultivan también Merseguera, Tardana y Chardonnay. Los vinos rosados son de color cereza o fresa, aromas vivos, frutales o florales, de gran plenitud. Los blancos son de color verde pajizo o dorados, aromas vivos, frutosos, fragantes y redondos. Los tintos, de color cereza pasado o rubí, fondo afrutado y varietal, resultan cálidos, persistentes y ligeramente astringentes.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos alrededor de 7.000 viticultores y 93 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 146 millones de litros de vino, de los cuales 264.116 son declarados como vinos con DO.

Valdeorras

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida suma 1.357 hectáreas de viñedo distribuidas en 8 municipios del sur de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva blanca Godello es la más abundante, complementada con Doña Blanca y Palomino o Jerez. En tintas predomina la variedad Mencía y, en menor proporción, hay Merenzao, Grao Negro y Alicante. Los vinos blancos monovarietales de Godello son luminosos, con reflejos dorados y de paladar suave, aroma delicado a fruta madura, armoniosos y elegantes. Los vinos tintos monovarietales de Mencía, de color púrpura con toques de cereza, gran suavidad y delicioso bouquet, resultan equilibrados, brillantes, de paladar aterciopelado y con ligero aroma a fruta.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.037 viticultores y 44 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 3,2 millones de litros de vino, que se venden en su práctica totalidad en el mercado interior.

Valdepeñas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Valdepeñas abarca una extensión de 24.365 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 10 municipios de la provincia de Ciudad Real, con Valdepeñas como el núcleo central de producción de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la blanca Airén y la tinta Cencíbel o Tempranillo y en una pequeña proporción se cultivan Macabeo, Garnacha y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos son muy ligeros, poco alcohólicos y de sabores primarios aportados por la variedad Airén. Los tintos resultan finos, muy aromáticos de jóvenes, alcanzan su plenitud entre dos y tres años. Los rosados son vinos ligeros, neutros y de aroma sutil.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registrados 2.942 viticultores y 42 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 51 millones de litros de vino, de los que un 45% se destina al mercado exterior.

Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen rebasa las 17.830 hectáreas de viñedo, repartidas en cuatro subzonas de producción de la provincia de Valencia: Alto Turia, Valentino, Clariano y Moscatel de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha, y las blancas Merseguera, Malvasía, Pedro Ximénez y Moscatel. Los vinos blancos son brillantes, frescos, afrutados, aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son de color rubí, francos de nariz, aroma extenso y sabrosos en boca. También se elaboran vinos de licor, de aroma particular, y vinos rancios de color rojizo oscuro, de potente grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 11.746 viticultores y 83 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 59 millones de litros de vino de la Denominación, de los que más del 70% se dirige a los mercados exteriores.

Valle de Güimar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Asentada sobre suelos de origen volcánico, la zona de producción comprende una superficie de más de 639 hectáreas de viñedo, repartidas entre los municipios de Arafo, Candelaria y Güimar, al sureste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Listán, complementada con Gual, Vijariego, Verdillo y Moscatel. En tintas se cultivan Listán Negro y Negramoll. Los vinos más característicos son los blancos (semiseco y blanco-madera), de color dorado, afrutados, ligeros y de moderada graduación alcohólica. Los tintos y rosados son jóvenes, ligeros, aromáticos y levemente alcohólicos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valle de Güimar tiene registrados 543 viticultores y 18 bodegas, las cuales elaboran y comercializan una media de algo más de 403.000 botellas contraetiquetadas, vendidas el 95% en el mercado local y el 5% restante en el resto de las islas y en la península.

Valle de La Orotava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida por la Denominación de Origen abarca una superficie de más de 679 hectáreas de viñedos de los municipios de Los Realejos, La Orotova y Puerto de la Cruz, en la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son Listán Blanco y Listán Negro, complementadas con Pedro Ximénez, Forastera Blanca y Malvasía. Los vinos blancos son jóvenes, de color amarillo pajizo con tonos limón, limpios y brillantes, de aromas frutales, sutiles y delicados, son suaves y elegantes en boca. Los rosados son de color frambuesa, con aromas a frutos silvestres, y resultan suaves y frescos. Los tintos jóvenes son de color rojo guinda, descubiertos y limpios, con aromas frutales variados, suaves y equilibrados, de ligero gusto amargo.

DATOS BÁSICOS: 909 viticultores y 18 bodegas elaboran una media anual de 400.000 litros de vino, que se venden casi en su totalidad en el área de las islas Canarias.



Valtiendas

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 8 términos municipales del norte de la provincia de Segovia, destacando Fuentidueña, Torreadrada, Aldeasoña, Fuentesoto y Valtiendas.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas acogidas son la Albillo, Cabernet-Sauvignon y Syrah, en blancas, y la Tempranillo, en tintas. Asimismo, también están admitidas en el reglamento las variedades Garnacha y Merlot. Los vinos protegidos son rosados y tintos, que deberán estar elaborados con las variedades protegidas y contener, al menos, el 50% de la variedad Tempranillo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 10 viticultores y 5 bodegas. La producción media ronda los 350.000 litros anuales, obtenidos de sus más de 76 hectáreas de viñedo registradas bajo esta calificación.

Vinos de Madrid

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Vinos de Madrid se encuentra en torno a las 8.390 hectáreas de viñedo repartidas en tres subzonas de producción al sur de la Comunidad de Madrid: Arganda, Navalcarnero y San Martín de Valdeiglesias.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son las blancas Malvar, Albillo y Airén, y las tintas Garnacha Tinta, Tinto Fino y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos son jóvenes y frescos, de sabor afrutado e intenso aroma. Los rosados son muy aromáticos, frutosos de sabor y moderada graduación alcohólica. Los vinos tintos son jóvenes, muy sabrosos y de media graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 2.891 viticultores y 44 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 4,5 millones de litros de vino, vendidos casi en su totalidad en el mercado interior, a excepción de un 20% que se exporta.

Vino Naranja del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y crianza de este vino comprende 10 términos municipales de la provincia de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de vino blanco amparado por la DO Condado de Huelva, que sigue presente al menos en un 75% del volumen. Estos vinos se someten a edulcoración con mosto de uva y a una aromatización mediante cortezas de naranja. Tras la maceración, se separan las cortezas del vino y la bebida se somete a clarificación. Finalmente, se procede al envejecimiento mediante criaderas y soleras, en botas de roble durante dos años. Las características organolépticas de estos vinos ofrecen un aroma intenso con recuerdo a frutas, especialmente a cítricos, son de color caoba oscuro, su sabor es dulce y suave.

DATOS BÁSICOS: Sólo pueden utilizar la denominación Vino Naranja del Condado de Huelva los aromatizados que se ajustan al pliego de condiciones de la DO y cuyas empresas elaboradoras estén inscritas en el CR de las DO Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva.

Ycoden-Daute-Isora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito protegido por la Denominación se localiza en una superficie de 307 hectáreas de viñedo repartidas en nueve municipios al noroeste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Listán Blanco y Listán Negro y en menor proporción se cultivan las variedades Malvasía y Moscatel. La producción más tradicional es la de vinos blancos y rosados, aunque se está incrementando la elaboración de tintos jóvenes de excelente calidad. También se producen vinos dulces, obtenidos a partir de las variedades Moscatel y Malvasía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 741 viticultores y 20 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 450.000 litros de vinos Ycoden-Daute-Ysora, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Yecla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación abarca un área de 4.696 hectáreas de viñedo, localizadas exclusivamente en el término municipal de Yecla, en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más abundante en la zona es la tinta Monastrell, complementada por Syrah y Garnacha. En uvas blancas predominan las variedades Macabeo y Airén. El mayor volumen de producción corresponde a vinos tintos, de color granate rubí, que resultan suaves y cálidos al paladar y de escasa acidez. Los blancos y rosados son jóvenes y afrutados, aromáticos y frescos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 401 viticultores y 9 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 7,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 90% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El mercado español de bebidas espirituosas creció durante el último ejercicio computado en un 2%, hasta alcanzar los 218 millones de litros. Las causas principales de este dinamismo son el buen comportamiento del turismo y el aumento del comercio exterior.

El whisky aparece como la oferta más consumida, con el 25% del total del mercado. Dentro del whisky son las presentaciones blended las más demandadas, con alrededor del 90% del total. El 10% restante se reparte en porcentajes similares entre el bourbon, whisky de malta y el whisky reserva.

A continuación aparecen la ginebra (20%), los licores, entre los que se incluyen las cremas de licor, el pacharán, los licores de hierbas y frutas, los orujos y los aguardientes, con una cuota conjunta del 20%, el ron (15%), el brandy (9%), los anisados (6%), el vodka (4%) y el tequila (1%).

En el caso de los rones, las variedades oscuras acaparan el 86% de todas las ventas, mientras que el otro 14% corresponde a los rones blancos. Durante el último año, se ha registrado una pequeña disminución de las demandas de whisky (1,7%), mientras crecieron las de ginebra (+0,7%9, de licores (+2,5%) y de anisados (+4,8%).

La contribución económica del sector de las bebidas espirituosas a la economía española se cifra en 7.585 millones de euros. El impacto del sector supone un 0,17% del PIB nacional. La contribución tributaria de estas bebidas se acerca a los 1.460 millones de euros, de los que el 58% corresponde a los impuestos especiales sobre el alcohol y el 30% al IVA. El sector utiliza 200.000 toneladas de materias primas de origen agrícola en la elaboración de las bebidas espirituosas.

En España hay reconocidas 19 indicaciones geográficas protegidas de bebidas espirituosas, lo que nos convierte en el tercer país de la Unión Europea con más IGP, por detrás tan solo de Alemania y Francia.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LICORES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A.	346,12
Miguel Torres, S.A. *	266,26
Grupo Osborne *	233,00
Diageo España, S.A.	227,57
Bacardi España, S.A.	190,00
Grupo Varma *	180,00
González Byass, S.A. - Grupo *	180,00
Maxxium España, S.L.	175,00
Zamora Company	169,00
Moet Hennessy España, S.A*	85,00

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de bebidas espirituosas en España y en el mundo está dominado por algunos pocos y grandes grupos multinacionales que controlan buena parte de las cadenas de valor. Junto a estos gigantes aparecen algunas empresas especialistas, de capital esencialmente nacional, que tienen su fortaleza en determinadas ofertas específicas. Además, existe una base relativamente atomizada, con cifras de producción muy modestas. Así, en nuestro país, se encuentran en actividad unos 3.800 centros de producción, de los que unos 3.500 son destilerías artesanales. La gran mayoría de estas destilerías se encuentra radicada en Galicia, seguida a muchísima distancia por Andalucía.

El 80% del sector está compuesto por pequeñas y medianas empresas. En las 19 IGP de bebidas espirituosas que se encuentran reconocidas en España aparecen registradas unas 200 industrias elaboradoras. El sector, en su conjunto, genera cerca de 5.100 empleos directos y se considera que, por cada empleo directo se crean otros 9 puestos de trabajo indirectos o inducidos, de los que el 84% corresponde a los sectores de la hostelería y turismo.

El principal grupo fabricante y comercializador de bebidas espirituosas y licores en España registró unas ventas netas de más de 346 millones de euros, con un incremento interanual del 4,2%, mientras que el segundo llegó hasta cerca de 228 millones de euros (+2,5%), el tercero rondó los 180 millones de euros (+3,6%), el cuarto se situó en 162,5 millones de euros (+3,9) y el quinto alcanzó los 155 millones de euros (+3,3%). Hay otros dos grupos con ventas entre 100 y 105 millones de euros anuales, mientras que entre 33 millones y 66 millones de euros anuales aparecen otros nueve operadores.

Las marcas de distribución no han conseguido una fuerte penetración en el mercado de bebidas espirituosas y representan unos bajos porcentajes del 9% del total en volumen y de menos del 5% en valor. Además, su importancia parece tender a disminuir con el paso del tiempo. Las inversiones publicitarias tienden a ser muy cuantiosas en este sector. Durante el último ejercicio computado llegaron hasta los 13,7 millones de euros, lo que supuso una reducción interanual del 13,7%. ○



COMERCIO EXTERIOR

La supervivencia de los principales grupos del sector español de bebidas espirituosas depende, en buena medida, del comercio exterior, ya que las demandas internas son insuficientes para absorber el volumen de producción generado. En términos generales, se estima que el 40% de la producción nacional se destina a la exportación. El valor de todas esas ventas fuera de nuestras fronteras durante el último ejercicio computado llegó a los 335 millones de euros. La principal bebida espirituosa exportada es el brandy, por un valor de 105 millones de euros, una cifra prácticamente idéntica a la del año anterior. En segundo lugar, se sitúan los licores, con 80 millones de euros (+23,1%). A continuación aparecen el ron, con 45 millones de euros (-52,6%), el whisky, con 35 millones de euros (+16,6%) y la ginebra, con 23 millones de euros (+22,2%). Todas las otras ofertas representan los restantes 47 millones de euros y han registrado un crecimiento del 17,5% con respecto al año precedente.

Los principales destinos de estas exportaciones son Filipinas (72 millones de euros), Alemania (48 millones de euros), México (42 millones de euros) y Francia (31 millones de euros). Las importaciones son también muy importantes, ya que una parte significativa de las bebidas espirituosas consumidas en España tiene un origen foráneo. Un 73% del whisky que llega a nuestro mercado se produce en Escocia, en el caso del ron el 79% tiene su origen en el Caribe, mientras que el 53% de las ginebras procede de la importación. Reino Unido es nuestro principal proveedor en whisky y ginebra. ○

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 85,4 millones de litros de bebidas espirituosas y gastaron 398,0 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 1,9 litros de consumo y 8,7 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	*PER CÁPITA* (litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	**85,4**	**1,9**	**398,0**	**8,7**
BRANDY	4,3	0,1	41,5	0,9
WHISKY	6,4	0,1	85,7	1,9
GINEBRA	4,7	0,1	66,0	1,4
RON	3,4	0,1	40,7	0,9
ANIS	2,5	0,1	20,2	0,4
OTRAS BEBIDAS CON VINO	52,0	1,1	42,8	0,9
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	12,0	0,3	101,0	2,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

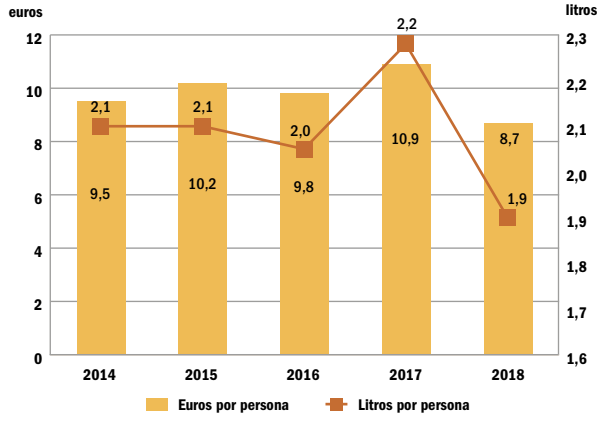
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas espirituosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bebidas espirituosas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona de más de 65 años, el consumo de bebidas espirituosas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas espirituosas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, retirados, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos y en el caso de los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja, Comunidad Valenciana y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Castilla-La Mancha y Cantabria.*



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto en bebidas espirituosas han sido estables, con alguna pequeña variación aunque en el último ejercicio se advierte un descenso. En el periodo 2014-2018, el mayor consumo se produjo en 2017 (2,2 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2017 (10,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2014-2018

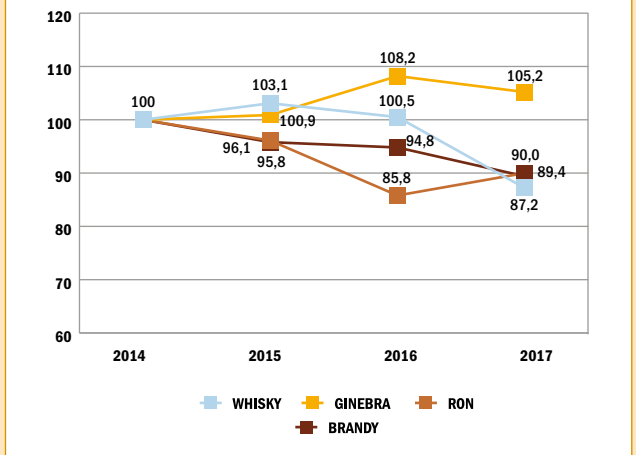




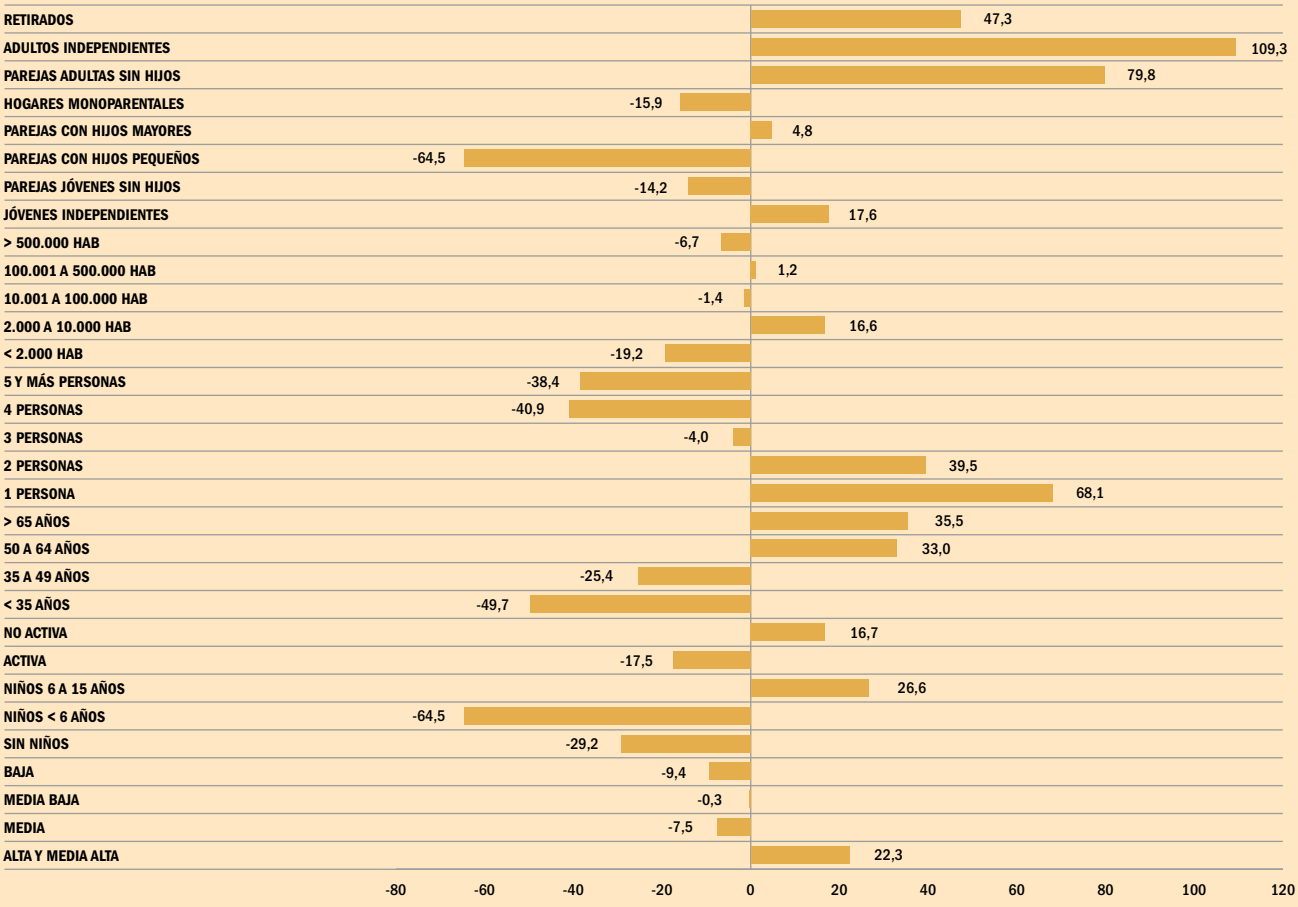


En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de ginebra aumenta y, por el contrario, en ron, brandy y whisky se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2014=100), 2014-2018

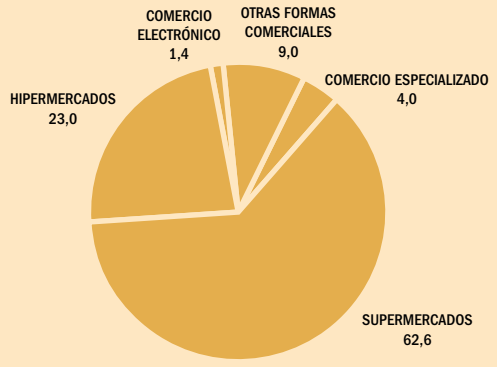


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 1,9 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (62,6% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 23%. Los establecimientos especializados representan el 4,0%, el comercio electrónico el 1,4% y, finalmente, otras formas comerciales alcanzan la cuota del 9,0% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

- BRANDY DE JEREZ
- ANÍS DE CAZALLA
- ANÍS DE OJÉN
- ANÍS DE RUTE
- RON DE GRANADA
- RON DE MÁLAGA

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

- AGUARDIENTE DE SIDRA DE ASTURIAS ✪

CANARIAS

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

- RONMIEL DE CANARIAS ✪

BALEARES

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

- PALO DE MALLORCA
- HIERBAS IBICENCAS
- GIN DE MAHÓN
- HERBES DE MALLORCA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- AGUARDIENTE DE ORUJO

CATALUÑA

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

- RATAFIA CATALANA ✪
- BRANDY DEL PENEDÉS ✪

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

- BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE
  - - ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID
  - - APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY
  - - CANTUESO ALICANTINO
  - - HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA





GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

- ORUJO DE GALICIA
- AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA
- LICOR DE HIERBAS DE GALICIA
- LICOR CAFÉ DE GALICIA

LA RIOJA

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

- AGUARDIENTES
- BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES
- LICORES
- PACHARÁN

MADRID

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

- CHINCHÓN

NAVARRA

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

- PACHARÁN NAVARRO ✪

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*



Aguardiente de Hierbas de Galicia (Augardente de Herbas de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege los aguardientes de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto protegido se obtiene a partir de aguardiente amparado por la DG Orujo de Galicia/Augardiente de Galicia mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de las hierbas que lo caracterizan, con un contenido en azúcares inferior a 100 gramos por litro; se emplearán un mínimo de tres plantas entre menta, manzanilla, hierbaluisa, romero, orégano, tomillo, cilantro, azahar, hinojo, regaliz, nuez moscada y canela. La coloración dependerá de la fórmula del elaborador.

DATOS BÁSICOS: La media anual de producción de estos últimos años es de 5.700 litros de producto, comercializados por 10 empresas.

Bebidas Espirituosas Tradicionales de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La DE incluye 4 producciones diferentes: Anís Paloma de Monforte del Cid, Aperitivo-Café de Alcoy, Cantueso Alicantino y Herbero de la Sierra de Mariola, todas en Alicante.

CARACTERÍSTICAS: El Anís Paloma de Monforte del Cid se elabora destilando semillas de anís verde y/o anís estrellado (40º a 55º). El Aperitivo-Café de Alcoy se obtiene por maceración de café Arábica de tueste natural en alcohol de origen agrícola (15º a 25º). El Cantueso Alicantino se elabora con la destilación en alcohol de la flor y el pedúnculo de la planta del cantueso (25º a 35º). El Herbero de la Sierra de Mariola es un anisado que puede contener desde un mínimo de 4 hasta 16 plantas de las que se recolectan en esta sierra.

DATOS BÁSICOS: 7 empresas comercializan al año 211.000 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 83.600 litros de Cantueso Alicantino, 456.000 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 50.800 litros de Herbero de la Sierra de Mariola.

Brandy de Jerez

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Brandy de Jerez ampara la elaboración de brandy obtenido de aguardiente de vino y producido en la zona de elaboración y envejecimiento constituida por el triángulo de los términos municipales de Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda, en la provincia de Cádiz.

CARACTERÍSTICAS: El envejecimiento se realiza en botas de roble con una capacidad de 500 litros que previamente han contenido vino de Jerez. Los tipos de Brandy de Jerez son: Solera, sometido a un proceso de envejecimiento superior a 6 meses; Solera Reserva, con un envejecimiento superior a un año, y Solera Gran Reserva, con un envejecimiento superior a 3 años. La graduación alcohólica en todos los casos oscila entre 36º y 45º.

DATOS BÁSICOS: Las 24 empresas inscritas comercializan una media anual de 9,2 millones de litros de brandy, de los que el 80% se destina a la exportación.

Brandy del Penedés ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de elaboración y envejecimiento del Brandy del Penedés está constituida por municipios en los que tradicionalmente se ha elaborado "Brandy del Penedés" y engloba por completo las comarcas del Alt Penedés y el Baix Penedés, así como un municipio del Tarragonés.

CARACTERÍSTICAS: El Brandy del Penedés es una bebida espirituosa de color ámbar a topacio con reflejos de oro viejo obtenido de aguardientes de vino que se envejecen en recipientes de roble. Presenta una graduación alcohólica mínima de 36% vol y un contenido de sustancias volátiles superior a 150 g/hl de alcohol a 100% vol. Presenta un aroma intenso y cálido donde se pueden encontrar vestigios de frutos secos, con un bouquet muy vivo, así como notas de especias como canela, vainilla o nuez moscada entre otras. En el paladar es rico en taninos, evolucionando hacia un final de boca persistente, en el cual se pueden manifestar los matices aromáticos del roble como por ejemplo recuerdos de caramelo, almendra tostada, vainilla, torrefactos. Es seco, fruto de su bajo contenido en azúcar ya que su contenido máximo de materias reductoras totales es de 20 g/l. Para su obtención se utiliza tanto la destilación continua como la discontinua, siendo esta última la destilación tradicionalmente más utilizada. El envejecimiento puede ser tanto estático como dinámico per en cualquier caso finaliza en recipientes de roble de menos de 500 litros, lo que permite un mayor contacto con la madera de roble que le aporta matices aromáticos.

DATOS BÁSICOS: 3 empresas han constituido el Consejo Regulador. Al ser reciente su aprobación todavía no existen datos sobre el producto comercializado.

Gin de Mahón

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración amparada se encuentra limitada a la isla de Menorca, en el archipiélago balear. Como base fundamental para la elaboración del Gin de Menorca se utiliza una planta característica de la isla: el enebro.

CARACTERÍSTICAS: Esta bebida se obtiene por destilación de alcohol etílico de origen agrícola, bayas de enebro y agua. La destilación se realiza en alambiques de cobre en contacto directo con fuego de leña. Una vez finalizado este proceso se introduce el líquido en barricas de roble blanco tipo americano de 3 a 5 días para que adquiera un ligero sabor a madera. El Gin de Menorca es transparente, con sabor a enebro y una graduación alcohólica que oscila entre los 38º y 43º.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figura inscrita una empresa, que produce y comercializa unos 312.905 litros anualmente. Un 3% de la producción se exporta.

Chinchón

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la elaboración y embotellado de anises en el término municipal de Chinchón, en el sureste de Madrid. La tradición de este producto se remonta al siglo XVII, cuando los campos de Chinchón se convierten en grandes extensiones de viñedos y se cultivan importantes superficies de anís matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: La fórmula de elaboración de esta bebida radica en la destilación en alambique de cobre de la matalahúva, matalahúga o anís verde. El producto así obtenido, alcoholato de anís, que lleva los aceites esenciales extraídos y destilados de la matalahúga, constituye la base para la elaboración de los distintos tipos y clases de Anís de Chinchón: Seco Especial, Extraseco, Seco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: La única empresa inscrita en el Consejo comercializa una media anual de 1,3 millones de litros de anís. El 15% se destina a la exportación.

Herbes de Mallorca
Hierbas de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege la elaboración y embotellado de hierbas exclusivamente en la isla de Mallorca.

CARACTERÍSTICAS: Hierbas de Mallorca es la bebida espirituosa tradicional obtenida por la mezcla de una bebida anisada con una solución hidroalcohólica aromatizada por maceración y/o destilación de plantas aromáticas como la hierbaluisa, manzanilla, naranjo, limonero, romero, toronjil e hinojo, todas ellas producidas en la isla de Mallorca. El resultado es un producto de color verde con distintas intensidades y matices, detectándose diversos aromas que envuelven el olor del anís. Los intervalos de dulzor son muy amplios, lo que permite que cada consumidor encuentre el que desea. Se elaboran tres tipos de hierbas: dulces, mezcladas y secas.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 6 empresas elaboradoras que producen y comercializan 1,2 millones de litros, de los que una parte importante es comercializada con la Denominación Geográfica.

Hierbas Ibicencas

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona amparada se circunscribe a las islas de Ibiza y Formentera, en el archipiélago balear. Esta bebida espirituosa, cuya elaboración comenzó hace más de 200 años, se obtiene básicamente mediante la extracción de aromas de diversas plantas de esas islas como el hinojo, tomillo, romero, hierbaluisa, espliego, ruda, eucalipto, manzanilla, enebro, orégano, hojas y piel de limón y naranja y salvia, junto a la badiana y el anís verde o matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndoles azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24º y 38º y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

DATOS BÁSICOS: Las 3 empresas productoras-embotelladoras registradas comercializan al año unos 300.000 litros. Un alto porcentaje de la producción se consume en las islas donde se elabora esta bebida espirituosa.

Licor Café de Galicia

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege el Licor Café elaborado en toda la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El Licor Café de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada en Galicia a partir de aguardiente amparado por la Denominación Geográfica Orujo de Galicia/ Augardente de Galicia y alcohol etílico de origen agrícola, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de café de tueste natural, con un contenido mínimo de azúcares superior a 100 gramos por litro.

DATOS BÁSICOS: En el último año 25 empresas comercializaron 39.200 litros con Denominación Geográfica.

Licor de Hierbas de Galicia (Licor de Herbas de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege los licores de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: Licor de Hierbas de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada a partir de aguardiente amparado por la Denominación Geográfica Orujo de Galicia/Augardente de Galicia, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de las hierbas que lo caracterizan, con un contenido en azúcares superior a 100 gramos por litro; emplearán un mínimo de tres plantas de entre menta, manzanilla, hierbaluisa, romero, orégano, tomillo, cilantro, azahar, hinojo, regaliz, nuez moscada y canela. La coloración dependerá de la fórmula del elaborador.

DATOS BÁSICOS: En el último año, 25 empresas comercializaron 104.300 litros con Denominación Geográfica.

Orujo de Galicia (Augardente de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica protege los aguardientes de orujo elaborados en Galicia. Hay 9 subzonas de producción con características propias: Ribeiro, Valdeorras, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Val do Miño-Ourense, Val de Monterrei, Betanzos, A Ulla y Portomarín. También están amparados otros ayuntamientos de A Coruña, Ourense y Pontevedra.

CARACTERÍSTICAS: El producto se obtiene de la destilación de bagazos y orujos resultantes de la vinificación de uvas producidas en Galicia. Su graduación oscila entre los 37,5º y los 50º, con aromas intensos, delicados, armoniosos. El color es blanco transparente y limpio en los aguardientes de orujo; ambarino tostado, traslúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 75 empresas que cumplen las normativas de la Denominación Geográfica y que comercializan una media anual de 135.000 litros de Orujo de Galicia.

Pacharán Navarro ⚬

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Específica ampara la zona de elaboración delimitada por el ámbito geográfico de la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Es una bebida alcohólica, entre 25° y 30°, elaborada por el sistema de maceración de endrinas, frutos que transmiten su aroma, sabor afrutado y color rojo. Unas pinceladas suaves de anís terminan de armonizar sus cualidades organolépticas. La maceración oscila entre 1 y 8 meses. Se emplean entre 125 y 300 gramos de endrinas maduras por litro de pacharán y un contenido de azúcares de 80 a 250 gramos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Específica figuran inscritas 6 empresas que comercializan una media anual de 3,3 millones de litros, vendidos en su práctica totalidad en el mercado interior.

Palo de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Palo de Mallorca ampara la elaboración de esta bebida espirituosa en todo el ámbito geográfico de la isla de Mallorca, en la comunidad autónoma de Baleares.

CARACTERÍSTICAS: El Palo de Mallorca es un licor elaborado mediante la maceración de quina y genciana en una mezcla hidroalcohólica de alcohol etílico natural de origen agrícola. También se puede obtener por infusión de quina y genciana en agua, con adición posterior del alcohol hasta alcanzar la graduación requerida. Una vez finalizada la maceración o infusión de quina o genciana, y ya decantada, se le añade una disolución acuosa de sacarosa y azúcar caramelizado. En la última fase del proceso se incorpora alcohol y agua hasta obtener la graduación alcohólica permitida, entre 25° y 36°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Geográfica están inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 64.252 litros anuales.

Ratafía Catalana ⚬

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica ampara la producción y elaboración de esta bebida espirituosa tradicional en todo el territorio de Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: La Ratafía Catalana es un licor elaborado por una maceración hidroalcohólica de nueces verdes con incorporación de una mezcla de plantas aromáticas maceradas o destiladas. Cada elaborador tiene su propia receta, pero como mínimo han de estar presentes la hierba luisa, la canela, el clavo y la nuez moscada. El tiempo mínimo de maceración de las nueces es de tres meses. Una vez obtenido el macerado, se decantan los líquidos, se añade azúcar, alcohol y agua hasta la graduación alcohólica conveniente que está comprendida entre 24 % vol. y 30 % vol. Se puede utilizar azúcar caramelizado para conseguir la coloración característica del color caramelo. El producto resultante se somete a envejecimiento durante un período mínimo de tres meses en recipientes de madera.

Ronmiel de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Ronmiel de Canarias ampara la producción y elaboración de este licor tradicional en toda la comunidad autónoma de Canarias.

CARACTERÍSTICAS: La elaboración del ronmiel protegido se lleva a cabo mediante la mezcla de ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

DATOS BÁSICOS: La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 l. se destinan a su exportación.

SIDRA

El mercado de la sidra en España está registrando un significativo dinamismo, gracias a la irrupción de nuevas presentaciones y sabores. En 2018, las ventas de sidra en la distribución organizada crecieron un 4% en volumen y un 6,5% en valor, llegando hasta los 15,4 millones de litros y los 34,6 millones de euros. La sidra achampanada sigue siendo la variedad más popular y acapara el 70% del total en volumen, experimentado además unos incrementos interanuales del 6% en volumen y del 10% en valor. La sidra natural, por su parte, redujo sus ventas en volumen en un poco relevante 0,1%, mientras que en valor tuvo un modesto crecimiento del 0,4%.

La desestacionalización del consumo de sidra está siendo un elemento clave para impulsar el crecimiento del mercado. Hasta ahora la sidra achampanada era vista como un producto navideño, mientras que, por contra, la sidra natural era consumida preferente en el periodo veraniego.



España es el quinto productor de sidra de Europa, superado por Reino Unido, Francia, Irlanda y Alemania. Estados Unidos es el máximo productor mundial de sidra. La DOP Sidra de Asturias tuvo también un muy buen comportamiento en el último ejercicio computado. Sus ventas se incrementaron en un 14%, logrando un record de 2,17 millones de etiquetas entregadas. Más reciente es la aparición de una sidra con certificado de calidad en el País Vasco (Euskal Sagardoa). En su primer año de actividad superó los 1,3 millones de litros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de sidra en nuestro país está sufriendo unos grandes cambios. Tradicionalmente, la sidra natural era elaborada por pequeñas empresas de carácter semiartesanal. En la DOP Sidra de Asturias están inscritos 31 lagares, 322 cosecheros y 843 hectáreas de manzanos. Durante los últimos tiempos, tanto en la sidra natural como en la achampanada, donde sí existían grupos más potentes con una fuerte presencia internacional, se han producido fuertes procesos de concentración y, también, la entrada de operadores extranjeros, relacionados con las importaciones. La primera empresa del sector produce unos 33 millones de litros de sidra y registra unas ventas de 18 millones de euros, mientras que la segunda ronda los 3 millones de litros y los 6 millones de euros, la tercera alcanza los 7,6 millones de litros y los 5,8 millones de euros, la cuarta se sitúa en 2,5 millones de litros y 4,5 millones de euros y la quinta llega a los 3,2 millones de litros y los 4,1 millones de euros. Las marcas de distribución no son muy importantes en este mercado y representan el 11,5% del total en volumen y el 9,4% en valor.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
S.A. Valle, Ballina y Fernández	17,50
Custom Drinks, S.L.	9,60
Manuel Busto Amandi, S.A.	8,00
Sidras Kopparberg, S.A.	6,10
Grupo Masaveu Bodegas *	5,00
Sidra Menéndez, S.L.	4,10
Sidra Trabanco, S.A.	4,00
S.A.T. Zapiain	2,30
Sidra Cortina Coro, S.L.	2,00
Sidra Angelon, S.L. *	1,70

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

COMERCIO EXTERIOR

Muchos de los turistas que vienen a nuestro país son de países donde se registran elevados consumos de sidra, lo que hace que las importaciones tiendan a cubrir esas demandas. Se estima que anualmente se importan cerca de 6 millones de litros de sidra. El segundo operador del sector importa sidras suecas que se comercializan, sobre todo, en las islas Canarias. También llegan partidas significativas provenientes de Reino Unido, Irlanda y Francia.

Las exportaciones españolas de sidra han crecido de manera significativa durante los últimos años. Tradicionalmente se enviaban algunas partidas de sidra achampanada a países con población emigrante o descendiente de emigrantes españoles, como Cuba, República Dominicana, México o Venezuela. Los dos grupos españoles más importantes del sector han comenzado a exportar de manera muy notable a Estados Unidos (22% del total exportado en el caso del líder sectorial) y, también, en menores cantidades, a Bélgica, Holanda y Francia, además de a los países antes citados.

Consumo y gasto en sidra

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 16,0 millones de litros de sidra y gastaron 36,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 litros de consumo y 0,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (Litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL SIDRA	16,0	0,3	36,4	0,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sidra es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sidra es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona de menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sidra, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que residen en el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos menores de 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sidra, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes).*

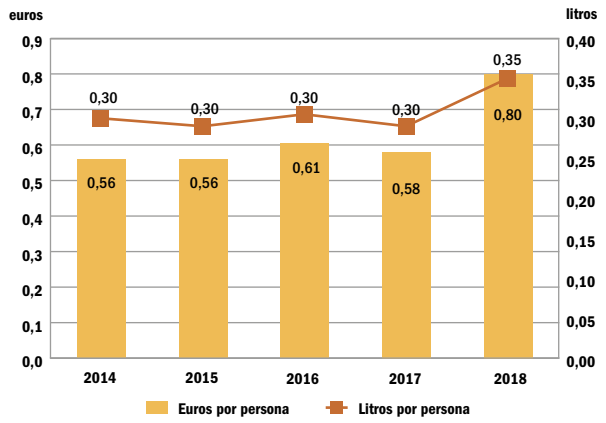


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, jóvenes y adultos independientes, entre las parejas jóvenes sin hijos y en el caso de las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Cantabria y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y Cataluña.*

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de sidra se ha mantenido estable mientras que el gasto ha experimentado un ascenso de 0,24 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2018 (0,35 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2018 (0,80 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SIDRA, 2014-2018

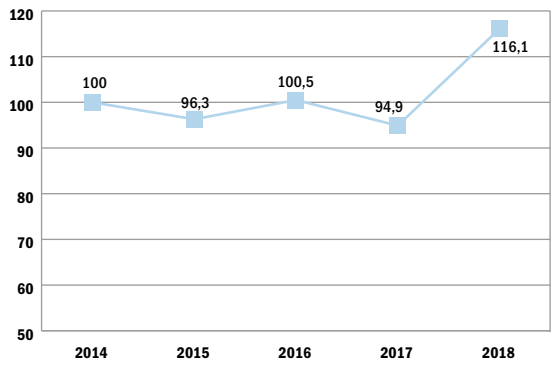




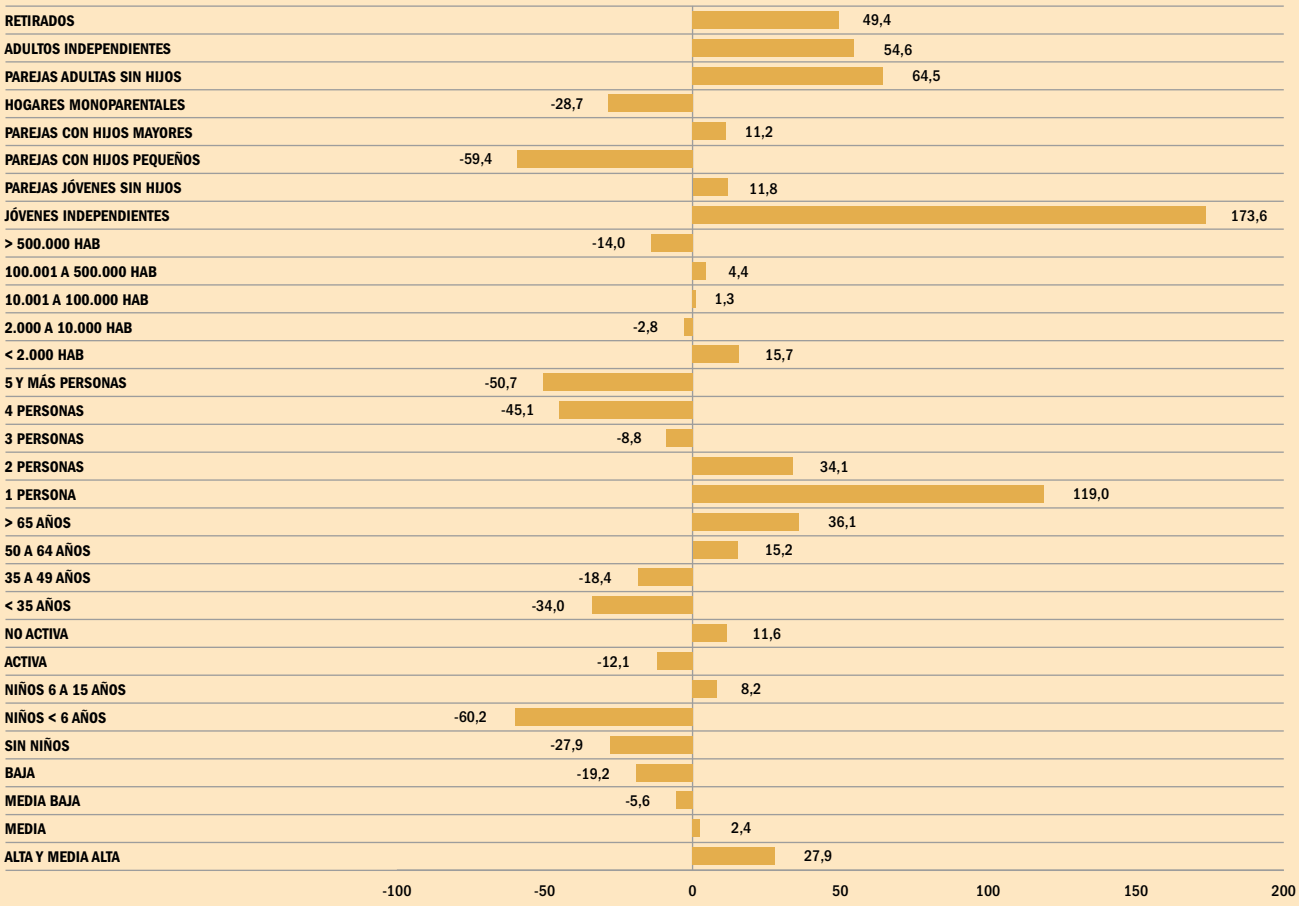


En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2014-2018, y respecto a la demanda de 2014, se observa una caída en los años 2015 y 2017, una nueva subida en 2016, y un ascenso notable en el ejercicio 2018.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SIDRA (2014=100), 2014-2018

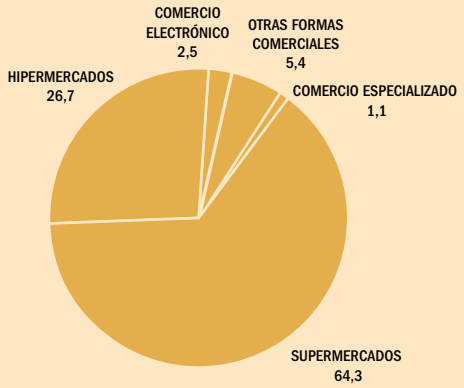


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SIDRA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 0,3 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (64,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 26,7% y los establecimientos especializados llegan al 1,1% y el comercio electrónico al 2,5%. Las otras formas comerciales concentran el 5,4% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS

ASTURIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- SIDRA DE ASTURIAS ✪

PAÍS VASCO

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

- EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKO LABEL

- SIDRA GORENAK

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Sidra de Asturias (Sidra d'Asturies) ✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito amparado es la comunidad autónoma de Asturias. Los lagares se encuentran en Oviedo, Gijón y Villaviciosa, principalmente.

Como concejos productores de manzana de sidra destacan los dos últimos más Siero, Colunga, Nava, Llanes, Langreo, Piloña, Cangas de Onís, Onís y Caravia.

CARACTERÍSTICAS: La sidra es el producto resultante de la fermentación del mosto natural fresco de manzana de sidra, que contiene exclusivamente gas carbónico de origen endógeno. Su graduación alcohólica mínima es de 4,5°. Se elaboran tres tipos de sidra: la natural, de escanciado tradicional; la denominada de nueva expresión, filtrada y clarificada, y la espumosa, que se elabora a partir de 22 tipos de manzana.

DATOS BÁSICOS: La superficie destinada al cultivo de manzano de sidra con DOP supera las 582 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 272 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 2,8 millones de litros con DOP.

VERMUT

El mercado del vermut está experimentado un gran auge en nuestro país. Los principales elaboradores del sector han duplicado la producción en cuatro años, debido, sobre todo, al auge del tapeo, a la atracción de nuevos consumidores jóvenes y a la superación de los peores efectos de la crisis. Anualmente se consumen en nuestro país alrededor de 35 millones de litros de vermut, básicamente durante la hora del aperitivo.

Para producir el vermut, se utilizan como base 400.000 Hl. de vinos blancos en su casi absoluta mayoría. La región del Penedés, en Cataluña, aporta un 30% de todos esos vinos, mientras que el restante 70% proviene de Castilla-La Mancha. El vermut representa algo más del 2,5% de toda la producción de vino blanco de mesa de nuestro país.

El sector empresarial del vermut está formado por unos 30 grupos, pero los 10 que forman la Asociación Española de Elaboradores y Distribuidores de Vermouth controlan en torno al 80% de todo el mercado. Los principales operadores del sector son algunos especialistas de capital español, junto a grandes multinacionales que suelen ser de origen italiano. Las exportaciones rondan los 20 millones de litros anuales. En Madrid y Barcelona se registran los mayores niveles de consumo de vermut en España.



BEBIDAS REFRESCANTES

El mercado de bebidas refrescantes en España se mantuvo prácticamente estable durante 2018, en torno a los 4.400 millones de litros. De hecho, las estimaciones disponibles estiman un ligerísimo crecimiento interanual del 0,1%. El impacto económico de este mercado se calcula en unos 3.806 millones de euros anuales.

Las bebidas refrescantes con gas acaparan el 73% de todo el mercado en volumen y el 68% en valor, pero tienden a perder peso. Dentro de estas bebidas, el segmento de los refrescos de cola son los más importantes, con una cuota del 62,9% del total en volumen y del 70,5% en valor, lo que supone unos retrocesos interanuales del 2,5% y del 0,9% respectivamente. El peor comportamiento lo tuvieron las presentaciones de cola regular, con caídas el 7,4% y del 6,2%, mientras que crecieron las ventas de las colas sin cafeína. Después de las colas, el segmento más importante es de los refrescos de sabor naranja, seguidos por los de sabor limón. El único segmento de los refrescos con gas que experimentó un cierto aumento fue el de las gaseosas (+2,9% en volumen, mientras que en valor cayeron en un 1,7%).

La parte más dinámica de este mercado es la formada por las bebidas light, que ya suponen el 31% del total en volumen. Estas ofertas han registrado incrementos interanuales en sus ventas que llegan al 19% en el caso de los refrescos de naranja, al 16,3% en los de limón, al 12,5% en los de tónica y



al 4,5% en los de cola. También crecieron durante 2018 las ventas de las bebidas de té (+4%), las energéticas (+3%), las bebidas para deportistas (+3%) y las tónicas (+2%). Una apuesta importante del sector está siendo la disminución de azúcar en sus productos. Desde 2005 se ha reducido, como media, el azúcar presente en los refrescos en un importante 32%, lo que muestra una apuesta clara por presentaciones más saludables.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos más característicos del sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de refrescos. Junto a estos enormes operadores internacionales aparecen algunas grandes empresas españolas de sectores afines (vino, aguas, lácteos, etc.) que incursionan con éxito en este mercado y consolidan líneas de negocio muy importantes.

El grupo principal de este mercado registró unas ventas de 2.900 millones de euros, con un incremento interanual del 3,6%, después de un periodo muy complicado provocado por un importante conflicto laboral. El segundo llega hasta los 832 millones de euros, lo que supone un importante aumento en sus ventas del 23,9%. El tercero se situó en los 534,5 millones de euros (+2,1%), el cuarto llegó hasta los 400

millones de euros (-2,4%) y el quinto superó los 229 millones de euros (+6,4%). Entre los 109 y los 215 millones de euros aparecen otras cuatro empresas.

Según la Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA), el sector genera unos 71.000 puestos de trabajo, entre empleos directos e indirectos. La innovación constituye un elemento clave para continuar arañando cuotas de mercado.

Durante 2018 se realizaron 200 nuevos lanzamientos, entre los que aparecen presentaciones de productos innovadoras y cambios en los formatos. Las inversiones para impulsar esas innovaciones son muy importantes y durante el pasado ejercicio rondaron los 350 millones de euros. Las marcas blancas no son muy importantes en este mercado y rondan el 28% del total en volumen, aunque dependen mucho de los diferentes segmentos, alcanzando su máximo en las gaseosas (64%). ○



COMERCIO EXTERIOR

No disponemos de cifras fiables sobre el comercio exterior de bebidas refrescantes, aunque, en general, se considera que éste no es muy importante, debido sobre todo a que los elevados costos de transporte no hacen aconsejable estos movimientos. También, hay que tener en cuenta que al tratarse de un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, muchos movimientos entre diferentes filiales de un mismo operador no quedan reflejadas en ninguna estadística. Se considera que las importaciones de bebidas refrescantes están muy relacionadas con las ofertas de algunas grandes cadenas de la distribución alimentaria. Un cálculo aproximado cifra esas importaciones en torno a los 80 millones de euros anuales. La práctica totalidad de las partidas importadas proviene de otros países de la Unión Europea.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE REFRESCOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coca-Cola Iberia*	2.900,00
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	831,94
Schweppes, S.A. *	534,45
Pepsico Bebidas Iberia *	400,00
Font Salem, S.L. *	229,28
Calidad Pascual, S.A.U.- División Bebidas *	215,00
Refresco Iberia, S.A.U. *	144,69
Premium Mix Group, S.L. *	121,00
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	109,30
Red Bull España, S.L. *	97,70

** Sus datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

Las exportaciones españolas de refrescos son menos importantes y se sitúan en unos 40 millones de euros anuales. Una estrategia seguida por algunas de las grandes empresas españolas de refrescos es la de instalar plantas de producción cerca de grandes núcleos de consumo en otros países. ○

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES

Durante el año 2018, los hogares españoles consumieron 1.818,4 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.514,1 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 39,7 litros de consumo y 33,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (36,7 litros por persona y año), y dentro de ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (18,2 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (4,7 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 3,0 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 97,3%, con un total de 32,2 euros por persona, mientras que la gaseosa representa menos del 3%, con 0,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2018

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	*PER CÁPITA* (Litros)	TOTAL (Millones euros)	*PER CÁPITA* (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	**1.818,4**	**39,7**	**1.514,1**	**33,1**
GASEOSAS	137,0	3,0	39,6	0,9
BEBIDAS REFRESCANTES	1.681,4	36,7	1.474,6	32,2
NARANJA	217,2	4,7	140,7	3,1
LIMÓN	120,0	2,6	76,2	1,7
COLA	832,2	18,2	725,9	15,9
NORMAL	350,2	7,6	308,0	6,7
LIGHT	350,7	7,7	300,6	6,6
SIN CAFEÍNA	17,2	0,4	16,8	0,4
LIGHT SIN CAFEÍNA	114,1	2,5	100,5	2,2
BEBIDA REFRESCANTE TÓNICA	37,0	0,8	54,4	1,2
BEBIDA REFRESCANTE TÉ Y CAFÉ	94,6	2,1	106,9	2,3
BEBIDA REFRESCANTE ISOTÓNICA	126,3	2,8	149,2	3,3
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	254,0	5,5	221,3	4,8
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	125,1	2,7	114,5	2,5



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2018 presenta distintas particularidades:

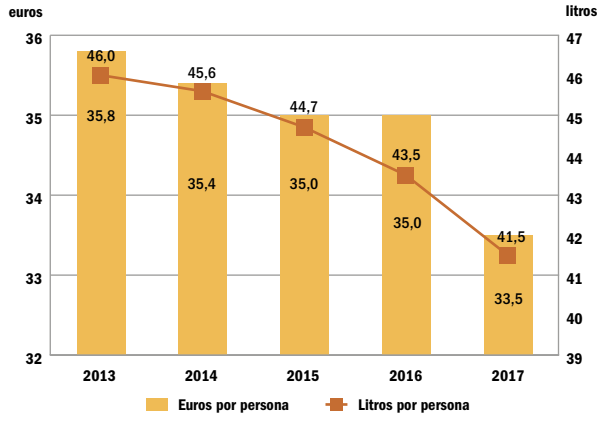
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los índices más reducidos se registran en los núcleos familiares formados por 4 miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 2.00 y 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menores de 2.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, con independencia de su edad y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y entre los retirados.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Castilla-La Mancha y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y La Rioja.* ○

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

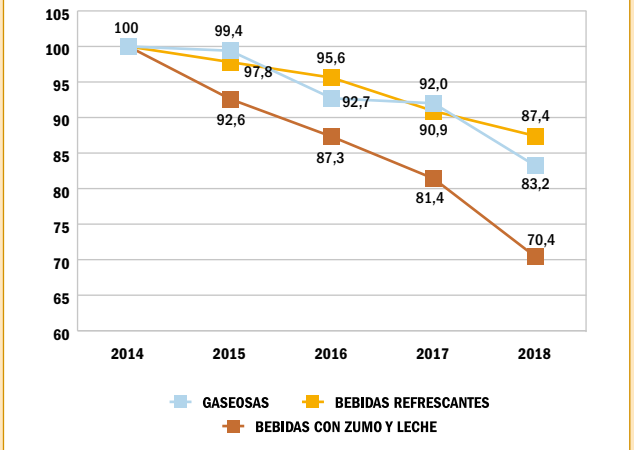
Durante los últimos cinco años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes ha caído 5,9 litros por persona y el gasto se ha reducido en 2,3 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2014 (45,6 litros y 35,4 euros por consumidor).

En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2014-2018 ha sido similar para todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2014, el consumo de bebidas con zumo y leche, bebidas refrescantes y gaseosas sufre un descenso.

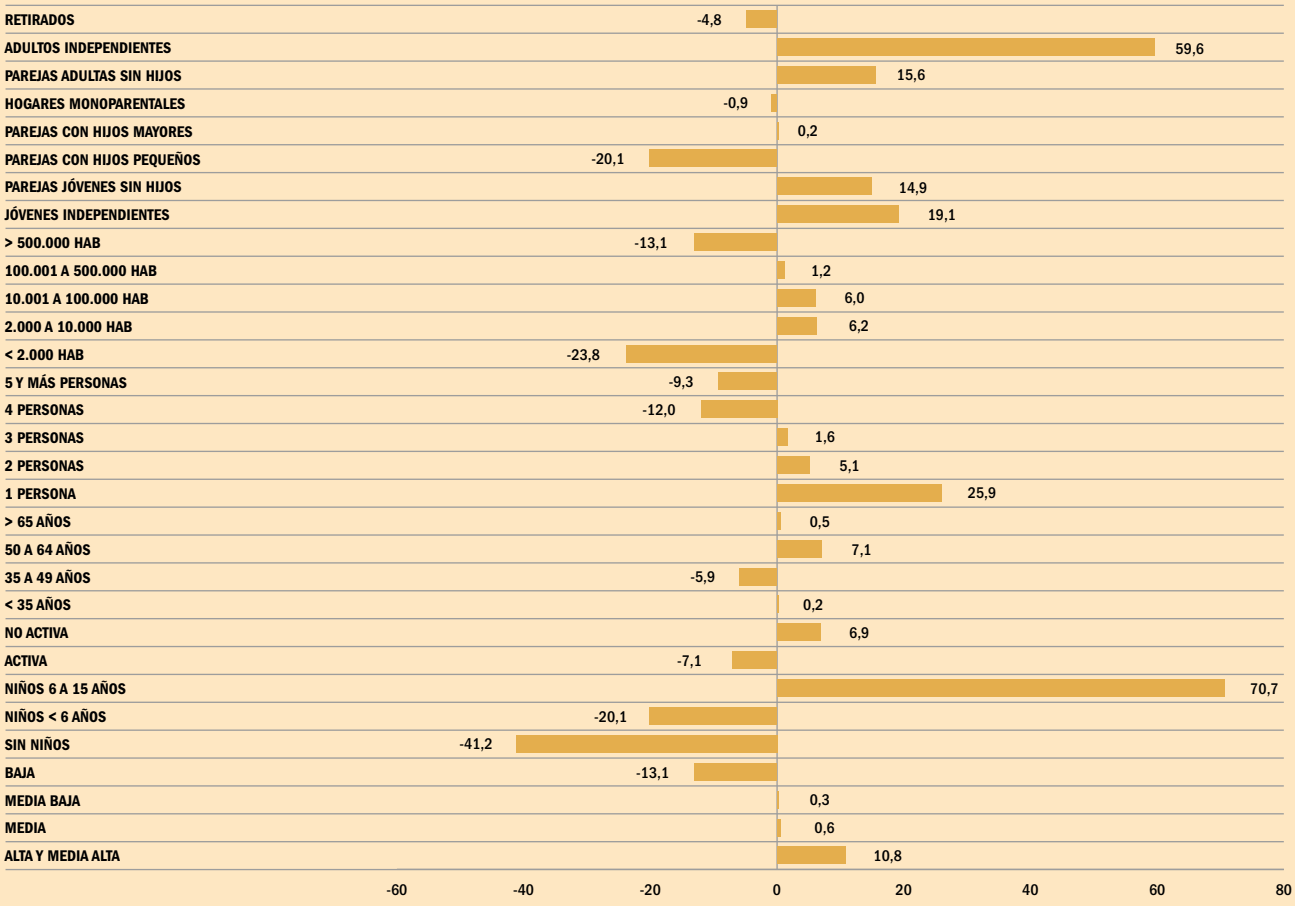
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2014=100), 2014-2018

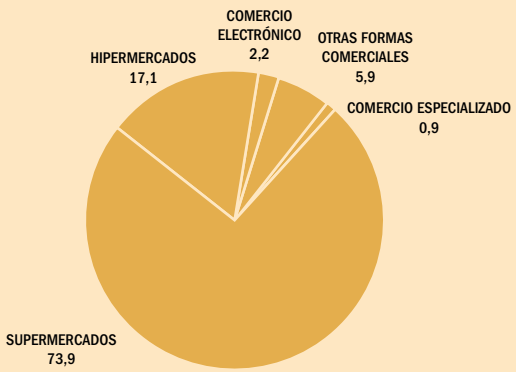


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



** Media nacional = 39,7 litros por persona*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2018



CUOTA DE MERCADO



En cuanto al lugar de compra, en 2018 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (73,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,1%, el comercio especializado el 0,9%, el comercio electrónico del 2,2% y, finalmente, otras formas comerciales representan el 5,9% restante.

PRODUCCIÓN INTEGRADA

La producción integrada de productos agrícolas está regulada por el Real Decreto 1201/2002. En él se define la producción integrada como aquella que promueve "la utilización de métodos que, teniendo en cuenta las exigencias de la sociedad, la rentabilidad del cultivo y la protección del medio ambiente, disminuyan el uso de productos químicos y permitan obtener producciones agrícolas de alta calidad, es una exigencia en la modernización de la agricultura". En 2004 se estableció el distintivo de identificación de Garantía Nacional de Producción Integrada. Algunas entidades públicas o privadas reconocidas por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) son las que otorgan las certificaciones.

La superficie inscrita en la producción integrada en España asciende a 833.000 hectáreas (datos de 2014, últimos disponibles). Andalucía es la comunidad autónoma con mayor superficie destinada a este tipo de producción (66,6% del total). A continuación, se sitúan Extremadura (14,3%), Aragón (7%), Comunidad Valenciana (4%), Cataluña (3,6%) y Murcia (2,5%).

El grado de implantación de la producción integrada es de en torno al 5% de la superficie agrícola total. Ese porcentaje supera en Andalucía el 15%, el 11% en Canarias y Extremadura y el 5% en la Comunidad Valenciana.

Por tipos de cultivo, la mayor superficie es la de olivar, que representa el 57% del total español de superficie agraria registrada como producción integrada. A continuación se sitúan los cereales (9%), el arroz (8%), el algodón (6,3%), los frutales (5,8%), los cítricos (4,2%), la vid (2,2%), las hortalizas (1,8%), los frutos secos, el tabaco y la remolacha, con el 1,1% en cada caso, la fresa (0,6%) y la patata (0,3%).

Atendiendo a la implantación de la producción integrada por cultivos destaca el tabaco, con el 85% del total. En segundo lugar aparece la fresa (73%), seguida por el algodón (65%), el arroz (60%), el plátano (39%), la remolacha azucarera (24%), el olivar y los frutales (18% en cada caso) y los cítricos (12%).

Los cultivos e industrias agroalimentarias que disponen de normas de producción integrada son los siguientes: hortalizas (acelga, ajo, alcachofa, apio, berenjena, brócoli, calabacín, calsot, cebolla, champiñón, chirivía, col, coliflor, escarola, espárrago blanco, espinaca, fresa, guisante, haba, hinojo, judía verde, lechuga, lechuga cogollo,



melón, patata, pepino, pepinillo, perejil, pimiento, pimiento para pimentón, puerro, rábano, sandía, tomate y zanahoria), frutales (cerezo, ciruelo, kiwi, manzano, melocotón, nectarina, pera, plátano y níspero), frutos secos (almendra, avellana y nogal), cereales (cereales de invierno, cereales de verano, arroz y maíz), cítricos, olivar, vid, remolacha, leguminosas, algodón, tabaco, setas aceite de oliva, conservas vegetales, hortalizas elaboradas en fresco, aceitunas de mesa, tomate de industria transformado, frutas y hortalizas para centrales hortofrutícolas, vinos, fruta seca elaborada y elaboración de arroz.



AGRICULTURA ECOLÓGICA

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la producción ecológica, también llamada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, todas las unidades envasadas, deberán llevar impreso el logotipo de la UE y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto ecológico además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

La producción ecológica se encuentra regulada en España desde 1989. En 1993 entró en aplicación el primer Reglamento comunitario que fue sustituido por el actual Reglamento 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, desarrollado por los Reglamentos de la Comisión, 889/2008 y 1235/2008".



En 2018 se publicó el nuevo Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo (CE nº 2018/848), sobre la producción ecológica y el etiquetado de los productos ecológicos. El reglamento entrará en vigor el 1 de enero de 2021 y favorecerá la armonización del modelo de producción de la Unión Europea, aumentando la confianza de los consumidores en los productos ecológicos.

LAS CIFRAS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Aunque resulta muy difícil proporcionar estimaciones muy contrastadas, todos los estudios disponibles indican el gran dinamismo del mercado de productos ecológicos. Se considera que desde 2014 las ventas crecen en más de un 10% anual y que en el último ejercicio superaron los 2.000 millones de euros, duplicando el dato registrado hace cinco años.

De acuerdo con la información que facilita el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (a partir de los datos aportados por las comunidades autónomas) en 2018 la superficie inscrita en agricultura ecológica llegó hasta casi 2,25 millones de hectáreas, lo que supone un importante incremento interanual del 7,9%. España ocupa el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la UE y quinto mundial. Un 85,9% de esa superficie se encuentra calificado, un poco más de un 7% aparece en conversión y un porcentaje similar está en su primer año de prácticas. Andalucía acapara el 45,6 % de todas las tierras en agricultura ecológica de España, seguida por Castilla-La Mancha (18,4%), Cataluña (9,4%), Comunidad Valenciana (5,1%), Extremadura (4,2%), Murcia y Navarra, con el 3,7% en cada caso, Aragón (2,7%), Castilla y León (2,2%), Baleares (1,6%), Galicia (1,5%), Asturias (0,6%), Madrid (0,5%), Canarias (0,3%), País Vasco (0,2%) y La Rioja y Cantabria, con el 0,16%. Los pastos y prados permanentes ocupan

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Almendras de Andalucía, S.L:*	95,00
Liquats Vegetals, S.A. *	65,00
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	57,00
Frías Nutrición, S.A. *	53,00
Herbex Iberia, S.L. *	43,95
Frunet, S.L. *	39,80
Soria Natural, S.A. *	38,00
Martínez Nieto, S.A. *	25,00
Laboratorios Almond, S.L. *	22,00
Nutriops, S.L. *	18,00

** Los datos incluyen actividades en otros sectores*

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2018

el 52,8% de toda la superficie de agricultura ecológica, seguido por los cultivos permanentes (25,5%) y los cultivos en tierras arables (21,7%).

Dentro de la primera categoría, los pastos permanentes representan el 63,6% del total, mientras que a continuación se sitúan las dehesas (21,2%) y los pastos pobres (15,1%). En el caso de los cultivos permanentes, los más importantes en superficie son los olivos (35%), seguidos por los frutos secos (29,4%) y los viñedos (19,8%). Por último, los cereales ocupan la mayor extensión entre los cultivos de tierras arables, con el 42% del total. A continuación, aparecen los barbechos (34,2%) y las legumbres secas (7,1%).

En la ganadería ecológica están registradas cerca de 8.000 explotaciones ganaderas, un 1,7% más que en el ejercicio anterior. Andalucía acapara el mayor número de explotaciones ganaderas ecológicas, con el 61,3% del total, seguida por Cataluña (12,4%), Extremadura (5,7%), Asturias y Baleares (4% en cada caso), Galicia (3,5%), Cantabria (2%), Canarias (1,7%), País Vasco (1,5%) y Castilla y León y Navarra, con cuotas en torno al 1,4% en cada caso.

Por orientaciones productivas, las más importantes son las explotaciones bovinas (47,5% del total), seguidas por las de ovino (26,9%), caprino (9,1%), équidos (5,7%), aves de corral (5,2 %), apicultura (3,5%), porcino (2%) y otra ganadería (0,1%). La cabaña ganadera ecológica está compuesta por algo más de 201.590 bóvidos de carne y 10.470 de leche, 585.920 ovinos de carne y 37.040 de leche, 629.510 gallinas de puesta, 387.460 pollos de carne, 13.780 de otras aves, 334.810 caprinos de carne y 41.700 de leche, 6.570 équidos, 20.200 cerdos, 1.240 conejos, 81.030 colmenas y 22.240 m^2 de granjas dedicadas a la cría de caracoles.

La producción de carne ecológica de vacuno es de más de 23.000 toneladas, a las que hay que añadir 8.570 toneladas de carne de ovino, 1.940 toneladas de carne de porcino, 1.290 toneladas de carne de aves, 510 toneladas de carne de équidos y 490 toneladas de carne de caprino. Otras producciones significativas son las cerca de 42.010 toneladas de leche cruda ecológica (el 66,3% es de leche de vaca), 2.830 toneladas de leches acidificadas, 730 toneladas de quesos ecológicos, más de 122,6 millones de huevos ecológicos y 1.220 toneladas de miel ecológica.

La acuicultura ecológica produce casi 6.330 toneladas. En volumen, destacan las partidas de mejillones (3.125 toneladas) y esturiones (1.755 toneladas). ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En 2018 se encontraban registrados algo más de 46.460 productores agrarios ecológicos, de los que el 34.412 eran productores agrícolas, algo menos de 1.810 ganaderos y los restantes 3.285 productores mixtos agrícolas y ganaderos. Además, había algo menos de 1.840 comercializadores. El 77,5% estaba compuesto por mayoristas, el 19,7% por minoristas y el restante 2,8% por otros operadores. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica casi 4.630 elaboradores y transformadores, 320 importadores y 109 exportadores. Por último, las entidades de producción acuícola ecológica eran 65. Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales eran 7.770.

El grupo más importante es el de las industrias de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, ya que representa el 35,6% del total. A continuación, aparecen las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (22,4%), las de elaboración de bebidas (16,5%), las de elaboración de aceites y grasas vegetales (12,9%), las de elaboración de productos de panadería y farináceos (8,9%), las de fabricación de piensos (2,3%) y las de fabricación de productos de molienda, almidones y productos amiláceos (1,3%). Además, se encontraban en actividad 1.216 empresas ecológicas relacionadas con las producciones animales. Las más numerosas eran las de elaboración de otros productos de origen animal (40,9% del total), seguidas por las de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (38,2%), las de elaboración de productos lácteos (14,4%), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (5,7%) y las de elaboración de aceites y grasas animales (0,7%). Un 27,7% de todas las industrias ecológicas está en Andalucía, seguida por Comunidad Valenciana (17,2%), Cataluña (14,7%), Castilla-La Mancha (10,2%), Murcia (5,1%), Castilla y León (3,4%), Galicia (2,9%), Baleares (2,4%), Aragón (2,3%) y País Vasco (2,3%) y Canarias (2,2%). ○



ANDALUCÍA

En Andalucía hay más de 1.024.910 hectáreas en agricultura ecológica, de las que casi el 91% está calificado, el 2,5% aparece en conversión y el 6,5% se encuentra en su primer año de prácticas. Los cultivos en tierras arables ocupan 147.300 hectáreas y los cultivos permanentes otras 181.370 hectáreas. Entre los primeros destacan los cereales (67.490 hectáreas), mientras que entre los segundos el más importante es el olivar (76.980 hectáreas). En Andalucía hay más de 11.910 productores agrícolas ecológicos, casi 1.120 ganaderos y 1.425 mixtos. Además, están activas 3 entidades de producción acuícola ecológica, 795 elaboradores, 307 comercializadores ecológicos, 71 importadores y 42 exportadores. En la ganadería ecológica andaluza hay 2.266 explotaciones de bóvidos de carne (107.700 cabezas), 1.412 explotaciones de ovino de carne (370.760 cabezas) y 43 de ovino de leche (9.510 cabezas), 64 explotaciones de porcino, 320 de caprino de carne, 117 de caprino de leche, 224 de équidos, 83 de apicultura y 39 de gallinas de puesta Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales son 2.127, de las que 933 se dedican a la manipulación de frutas y hortalizas y431 al aceite. Las industrias ecológicas vinculadas a la producción animal son 331 entre las que destacan 112 dedicadas a la producción y conservación de productos cárnicos. La producción acuícola ecológica es de casi 1.800 toneladas (96,6% esturión).

ARAGÓN

En Aragón hay 60.330 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 84,2% está calificado, el 5,6% en conversión y el restante 10,2% en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extienden por casi 40.050 hectáreas y los permanentes por otras 8.310. Entre los primeros destacan los cereales (19.125 hectáreas) y en los segundos el olivar (3.380 hectáreas).

Se encuentran en actividad 749 productores agrícolas ecológicos, 3 ganaderos y 41 mixtos. Además, hay 115 elaboradores y 20 comercializadores ecológicos. En la ganadería ecológica están activas 42 explotaciones, de las que 19 son de ovino de carne (11.760 cabezas), 8 de vacuno de carne (1.230 cabezas), 3 de caprino de carne (1.460 cabezas), 3 de porcino (1.310 cabezas), y 7 de gallinas de puesta (35.620 animales). Las industrias ecológicas de Aragón relacionadas con las producciones vegetales son 177, entre las que destacan las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (70), las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (44) y las de elaboración de bebidas (27). Además, hay otras 27 industrias ecológicas vinculadas con las producciones animales, de las que 14 se dedican a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y 11 a la elaboración de otros productos de origen animal.

ASTURIAS

La superficie asturiana en agricultura ecológica supera las 13.260 hectáreas, de las que el 88,2% está calificado, el 6,7% en conversión y el restante 5,1% en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica está ocupada por pastos (12.780 hectáreas). En tierras arables destacan 32 hectáreas de cereales y en cultivos permanentes hay 272 hectáreas de manzanos.

Hay 190 productores agrícolas ecológicos y 235 mixtos. Además, se encuentran en actividad 1 entidad de producción acuícola, 100 elaboradores, 1 importador y 174 comercializadores. Asturias cuenta con 298 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 176 son de vacuno de carne (9.770 cabezas) y 40 de vacuno de leche (2.400 cabezas), 30 de ovino de carne (1.760 cabezas), 20 de caprino de carne (1.620 cabezas), 15 de équidos (253 cabezas) y 12 de apicultura (1.690 colmenas). Se producen más de 85 toneladas de plantas acuáticas ecológicas.

Aparecen inscritas 75 industrias vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que 28 son de manipulación y conservas de frutas y hortalizas, 15 son de elaboración de productos de panadería y 13 de bebidas. Aparte de éstas, hay 43 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacan 19 de elaboración y conservación de productos cárnicos, 14 de otros productos de origen animal y 7 de productos lácteos.

ISLAS BALEARES

La superficie de la agricultura ecológica en Islas Baleares se acerca a las 35.850 hectáreas, de las que el 82,2% está calificado, el 9,6% en conversión y el restante 8,2% en su primer año de prácticas. Entre los cultivos ecológicos destacan los cereales (3.750 hectáreas) y los frutos secos (3.480 hectáreas). Hay 451 productores agrícolas ecológicos, 1 ganadero y 264 mixtos. Además, están registrados 77 elaboradores, 1 importador y 85 comercializadores.

En Islas Baleares hay 297 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 140 dedicadas al ovino de carne (15.250 cabezas), 47 al bovino de carne (260 cabezas), 30 al porcino (1.010 cabezas), 38 a la producción de huevos (6.970 gallinas) y 12 al caprino de carne (210 cabezas). Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal son 165. Los grupos más importantes son los de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (41), elaboración de aceites y grasas vegetales (40) y elaboración de bebidas (32). También se encuentran en actividad otras 45 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 24 están dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos ,12 a la elaboración de productos lácteos y 9 a otros productos de origen animal.

CANARIAS

En Canarias hay algo más de 7.070 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 91% está calificado, el 4,7% en conversión y el restante 4,3% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan las casi 635 hectáreas de plataneras y subtropicales, 395 hectáreas de viñedos y 185 de hortalizas.

En esta comunidad están activos 1.273 productores agrícolas ecológicos, 10 ganaderos, 65 mixtos, 104 elaboradores y 70 comercializadores. Además, están en actividad 123 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 53 de producción de huevos (7.700 gallinas y 2,2 millones de huevos), 16 de ovino de leche (1.360 cabezas), 13 al caprino de leche (303 cabezas) y 24 a la apicultura.

Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales son 166, entre las que destacan 74 que trabajan con frutas y hortalizas frescas, 36 dedicadas a la elaboración de bebidas y 30 a la elaboración de otros productos. Además, hay otras 31 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 20 se dedican a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos, 8 a carnes y productos cárnicos y 3 a productos lácteos.

CANTABRIA

La superficie de agricultura ecológica en Cantabria se acerca a las 3.490 hectáreas, de las que el 73,7% está ya calificado, el 9,8% en conversión y el restante 16,5% en su primer año de prácticas. La mayor parte de esa superficie es de permanentes, pero destacan 85 hectáreas de bayas cultivadas y 49 de hortalizas. Se encuentran en actividad 93 productores agrícolas ecológicos, 127 ganaderos y 13 mixtos, 74 elaboradores, 6 importadores y 9 comercializadores.

Aparecen registradas 146 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 68 de vacuno de carne (3.775 cabezas) y 24 de vacuno de carne (1.750 cabezas), 22de équidos (455 cabezas), 10 de ovino de carne (400 cabezas), 10 de huevos (7.700 gallinas) y 8 de apicultura (1.115 colmenas).

Hay 47 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 42 con los animales. Entre las primeras destacan las de panadería (17), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (17) y las de elaboración de bebidas (8), mientras que entre las segundas las más numerosas son las de otros productos alimenticios (13), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos 11), las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (10) y las lácteas (8).

CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha hay 413.240 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 81,9% está calificado, el 13,2% en con-

versión y el 4,9% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los cereales (76.680 hectáreas), el olivar (64.445 hectáreas) y los viñedos (56.700 . En esta comunidad hay 7.154 productores agrícolas ecológicos, 32 ganaderos y 179 mixtos. Además, están activos 2 entidades de producción acuícola ecológica, 428 elaboradores, 6 importadores, 1 exportador y 71 comercializadores. Están registradas 299 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 96 de ovino de carne (43.780 cabezas), 87 de vacuno de carne (5.995 cabezas), 34 de caprino de carne (5.125 cabezas) y 22 de caprino de leche (7.755 cabezas). Hay 833 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 71 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (201), manipulación de frutas y hortalizas (197) y elaboración de aceites (167). En las segundas destacan las de otros productos alimenticios (46), de elaboración y conservación de productos cárnicos (13) y las lácteas (11). Se producen 18,5 toneladas de truchas ecológicas.

CASTILLA Y LEÓN

La superficie castellana y leonesa de agricultura ecológica llega a las 50.590 hectáreas, de las que el 61,9% está calificado, el 11,7% en conversión y el restante 26,4% en su primer año de prácticas. Los cultivos con mayores extensiones de producción ecológica son los de cereales (11.300 hectáreas), legumbres secas (5.610 hectáreas), viñedos (5.055 hectáreas) y cultivos industriales (2.730 hectáreas). Hay 776 productores agrícolas ecológicos, 39 ganaderos y 55 mixtos. Además, están activos 162 elaboradores ecológicos, 2 importadores y 22 comercializadores.

Aparecen en actividad 105 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan las 34 de apicultura (22.800 colmenas), 24 de vacuno de carne (2.510 cabezas), 16 de huevos (50.940 gallinas), 7 de ovino de carne (4.095 cabezas) y 6 de caprino de leche (1.930 cabezas).

En Castilla y León hay 231 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 72 a animales. Dentro de las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (103), seguidas por las de otros productos alimenticios (49) y las de manipulación de frutas y hortalizas (37). Entre las segundas las más numerosas son las de otros productos cárnicos (32) y las de elaboración y conservación de productos cárnicos (23).

CATALUÑA

En Cataluña hay 210.820 hectáreas de agricultura ecológica, de las que un 79,1% está calificado, un 8,2% en conversión y el restante 12,7% en su primer año de prácticas. Destacan los cultivos de viñedos (16.680 hectáreas), olivar (8.395), cereales (5.870), y frutos secos (2.930 hectáreas). En Cataluña están activos 2.316 productores agrícolas ecológicos, 11 ganaderos y 661 mixtos. Además, aparecen inscritos 1.214 elaboradores, 110 importadores, 31 exportadores y 478 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 927 entre las que destacan 470 de vacuno de carne (40.570 cabezas), 109 de ovino de carne (46.610 cabezas), 90 de caprino de carne (6.030 cabezas), 97 de équidos (2.945 cabezas), 62 de huevos (148.270 gallinas) y 37 de pollos de carne (90.980 animales).

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 1.055, a las que hay que añadir otras 252 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalen las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (261), las de elaboración de bebidas (254) y las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (247). En las segundas hay 145 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos y 73 elaboradoras de otros productos de origen animal.

COMUNIDAD DE MADRID

La superficie madrileña en agricultura ecológica en la Comunidad de Madrid llega a 10.665 hectáreas, de las que el 81,3% se encuentra calificado, el 11,7% en conversión y el restante 7% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son el olivar (3.642 hectáreas), los viñedos (550 hectáreas), los cereales (505) y las legumbres secas (193).

Los productores ecológicos agrícolas madrileños son 254, a los que hay que añadir 20 ganaderos, 116 elaboradores, 26 importadores y 14 comercializadores. Se encuentran registradas 20 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 13 son de vacuno de carne (1.080 cabezas), 2 de apicultura (970 colmenas) y 2 de vacuno de leche (840 cabezas).

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 165, mientras que otras 27 están vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras destacan 55 de elaboración de otros productos de origen vegetal, 45 de panadería y farináceos, 39 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 12 de bebidas y 10 de elaboración de aceites. Dentro de las segundas hay 14 de elaboración de otros productos de origen animal, 10 de elaboración y conservación de otros productos cárnicos y 3 lácteas. ○

COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunidad Valenciana están registradas 114.510 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 83,5% está ya calificado, el 14,1% en conversión y el restante 2,4% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos por extensión son los viñedos (11.630 hectáreas), los frutos secos, sobre todo almendras (9.250 hectáreas), el olivar (4.610) y los cereales (3.600 hectáreas). H

ay 2.255 productores agrícolas ecológicos, 14 ganaderos y 19 mixtos, además de 3 entidades de acuicultura ecológica, 467 elaboradores, 71 importadores, 32 exportadores y 306 comercializadores.

En la Comunidad Valenciana están en actividad 33 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 11 son de vacuno de carne (510 cabezas), 9 de producción de huevos (17.970 gallinas), 5 de apicultura (1.810 colmenas), 3 de ovino de carne (270 cabezas) y 3 de caprino de carne (440 cabezas).

Están activas 1.481 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 44 a producciones animales. Entre las primeras las más numerosas son las de otros productos alimenticios (596), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (551), las de elaboración de bebidas (163), las de aceite (90) y las de panificación (60). Dentro del segundo grupo aparecen 34 de otros productos alimenticios de origen animal, 5 de elaboración y conservación de productos cárnicos y 4 lácteas. ○

EXTREMADURA

En Extremadura hay algo menos de 94.520 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 74,1% está calificado, el 16,7% en conversión y el restante 9,2% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan el olivar (28.540 hectáreas), los viñedos (1.310 hectáreas), los cereales (1.280 hectáreas) y los frutos secos (1.220 hectáreas).

En esta comunidad hay 2.546 productores agrícolas ecológicos, 74 ganaderos y 127 mixtos. Se encuentran también en actividad 138 elaboradores y 68 comercializadores.

En los registros aparecen inscritas 393 explotaciones ganaderas ecológicas entre las que destacan 176 de vacuno de carne (19.230 cabezas), 132 de ovino de carne (85.475 cabezas), 26 de équidos (170 cabezas), 22 de caprino de carne (350 cabezas) y 16 de porcino (1.100 cabezas).

Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales son 155, a las que se añaden otras 17 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras destacan las de manipulación de frutas y hortalizas (70), las de elaboración de aceites (55) y las de elaboración de bebidas (13). Entre las segundas hay 10 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos, 4 de elaboración de otros productos de origen animal y 3 lácteas. ○

GALICIA

En Galicia están registradas algo menos de 33.740 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 91,7% está calificado, el 4,3% en conversión y el restante 4% en su primer año de prácticas. El principal cultivo ecológico son los frutos secos, básicamente castañas (2.555 hectáreas).

Se encuentran activos 365 productores agrícolas ecológicos, 313 ganaderos y 66 mixtos. Además, hay 53 entidades de producción acuícola, 161 elaboradores, 17 importadores, 3 exportadores y 48 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 428, entre las que destacan 165 de vacuno de carne (6.010 cabezas), 109 de vacuno de leche (4.355 cabezas), 41 de apicultura (14.560 colmenas), 33 de ovino de carne (2.720 cabezas), 30 de aves de carne (267.115 pollos) y 21 de huevos (102.005 gallinas).

En Galicia están activas 159 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que sobresalen 50 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas, 35 de bebidas, 31 de otros productos alimenticios y 29 de panadería. Hay además 103 industrias ecológicas vinculadas a producciones animales. Las más numerosas son las de elaboración de productos cárnicos (32) y las de pescados, crustáceos y moluscos (29). Las producciones acuícolas ecológicas son muy importantes (3.125 toneladas de mejillones y 640 toneladas de plantas acuáticas).



LA RIOJA

La superficie rioja de agricultura ecológica llega a las 3.575 hectáreas, de las que el 88,4% está calificado, el 6,8% en conversión y el restante 4,8% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los viñedos (948 hectáreas), los frutos secos (690 hectáreas) y el olivar (650 hectáreas). En esta comunidad se encuentran registrados 269 productores agrícolas ecológicos, 6 ganaderos y 1 mixto, a los que hay que añadir 1 entidad de producción acuícola, 72 elaboradores y 11 comercializadores. Hay siete explotaciones ganaderas ecológicas, de las que tres son de apicultura (750 colmenas), dos son de huevos (1.940 gallinas), una de porcino (1.120 cabezas) y otra de bovino de carne (26 cabezas). En La Rioja hay 110 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 20 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (60), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (24) y las de elaboración de aceites (10). Dentro de las segundas hay 10 de elaboración de otros productos de origen animal y 9 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos. Hay también una pequeña producción acuícola ecológica de 383 toneladas de truchas arco iris.

NAVARRA

La superficie navarra en agricultura ecológica es de 83.348 hectáreas, de las que el 86,8% está calificado, el 10% se encuentra en conversión y el restante 3,2% en su primer año de prácticas. Por cultivos, destacan los cereales (4.173 hectáreas), los viñedos (1.173), el olivar (745) y las legumbres (302 hectáreas). En Navarra hay 449 productores agrícolas ecológicos, 5 ganaderos y 66 mixtos, 1 entidad de producción acuícola, 123 elaboradores, 1 importador y 22 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 106, entre las que hay 39 de équidos (1.200 cabezas), 19 de ovino de carne (2.070 cabezas), 14 de vacuno de carne (1.460 cabezas), 11 de huevos (27.645 gallinas), 6 de ovino de leche (2.190 cabezas) y 6 de caprino de carne (635 cabezas).

Las industrias ecológicas navarras relacionadas con producciones vegetales son 126, mientras que otras 35 se vinculan con producciones animales. Entre las primeras hay 48 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 29 de elaboración de bebidas y 19 de panadería. En las segundas aparecen las de otros productos de origen animal (13) y las de elaboración de productos cárnicos (12). Hay una pequeña producción de 16 toneladas de esturión en acuicultura ecológica. ○

PAÍS VASCO

En el País Vasco están registradas 4.466 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 66% está calificado, el 20,6% en conversión y el restante 13,4% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos vascos son los viñedos (744 hectáreas), las plantas para alimentación animal (386 hectáreas), los cereales (259 hectáreas), los frutales (250 hectáreas) y las hortalizas (221 hectáreas). Se encuentran en actividad 354 productores agrícolas ecológicos, 36 ganaderos y 60 mixtos. Además, hay 206 elaboradores, 4 importadores y 52 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 109, entre las que sobresalen 32 de vacuno de carne (1.330 cabezas), 19 de ovino de carne (885 cabezas), 16 de producción de huevos (23.700 gallinas), 11 de équidos (303 cabezas), 8 de vacuno de leche (280 cabezas) y 8 de ovino de leche (1.435 cabezas).

Las industrias ecológicas del País Vasco relacionadas con las producciones vegetales son 159, mientras que otras 43 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras hay 50 de elaboración de bebidas, 43 de panadería, y 37 de manipulación de frutas y hortalizas. Dentro de las segundas destacan las lácteas (15), las de carnes y productos cárnicos (12) y las de elaboración de productos pesqueros (11). ○



REGIÓN DE MURCIA

En la Región de Murcia hay 82.595 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 92% está calificado, el 4,2% en conversión y el restante 3,8% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son los frutos secos (30.790 hectáreas), los cereales (13.017), los viñedos (12.180), el olivar (4.392), las hortalizas frescas (4.265) y los cítricos (2.482 hectáreas).

Hay 3.006 productores agrícolas ecológicos y 7 mixtos. A éstos hay que añadir 275 elaboradores, 3 importadores y 80 comercializadores. Hay sólo 5 explotaciones ganaderas ecológicas, 2 de caprino de leche (2.370 cabezas), 2 de apicultura (340 colmenas) y 1 de producción de huevos (280 gallinas).

Las industrias ecológicas murcianas relacionadas con las producciones vegetales son 439, mientras que otras 13 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación de frutas y hortalizas (257), las de elaboración de otros productos alimenticios (80), las de elaboración de bebidas (46) y las de aceites (33). Dentro de las segundas las más numerosas son las de elaboración de otros productos alimenticios (7), seguidas por las lácteas (4) y las de elaboración de productos cárnicos (2). ○

Solidarios
con todas las letras



Colabora con la:

Federación Española de Bancos de Alimentos

www.fesbal.org



INFORMACIÓN POR COMUNIDADES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2019

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción de la Rama de Actividad Agraria en 2018 a precios básicos alcanzó en Andalucía un valor de 13.230 millones de euros, un 2,6% menos que en 2017. De este total, la Producción Final Vegetal (PFV) fue de 10.983 millones de euros (un 3,5% menos que en el año anterior), mientras que la Producción Final Ganadera (PFG) alcanzó un valor de 1.939 millones de euros, un 2,6% más que un año antes (valores corrientes a precios básicos).

Asimismo, el valor de la producción de servicios experimentó en 2018 un crecimiento del 2,3% (su valor fue 120,8 millones de euros) y el de las actividades secundarias, se incrementó un 12,4%, hasta los 188,1 millones de euros. Por su parte, el valor de los consumos intermedios aumentó un 3,6% respecto a 2017.

Con estos datos, el valor de la Renta Agraria 2018 en Andalucía se redujo un 4,7% respecto del año anterior, situándose en 10.006 millones de euros.

Dentro de la producción agrícola, el sector del aceite tuvo un comportamiento muy negativo en 2018 (para calcular la renta se utilizaron los datos de la campaña 2017/2018, no los de la 2018/2019, que fue mucho mejor), pues su valor registró una caída media del 26% respecto al valor alcanzado un año antes (1.965 millones de euros).

También disminuyó el valor generado en 2018 por el sector de las hortalizas y las flores (retrocedió un 1,4% hasta los 4.251 millones de euros), así como también el de las plantas industriales (cayó un 8,3%, hasta los 372,5 millones de euros) en el que se incluyen las producciones de oleaginosas, proteaginosas, remolacha, tabaco y las plantas textiles.

En sentido contrario, el sector de las frutas tuvo un comportamiento más positivo. Así, el valor generado a efectos de calcular la renta agraria ascendió a 3.531 millones de euros, un 7,6% más que en el año anterior. El mejor comportamiento lo tuvo el sector de la fruta fresca, cuyo valor se elevó a 993 millones de euros, un 11,3% más que un año antes.

Respecto al sector ganadero, como en años anteriores este subsector tuvo un buen comportamiento, tanto en producción como en precios. La producción animal (carnes, leche y huevos principalmente) representó en 2018 el 14,6% de toda la PFA. Aunque la región cuenta con producción cárnica de todas las especies, es líder nacional en carne de pollo (23% del total), carne de caprino (36,7%) y porcino ibérico (25%).



Asimismo, Andalucía también es una región con gran producción de miel y leche de cabra.

En cuanto al comercio exterior, en 2018 el valor de las exportaciones agroalimentarias andaluzas superó los 10.744 millones de euros, un 2,2% menos que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron el 22,7% del total nacional, un porcentaje superior al que representaban en 2017.

PESCA

En Andalucía la flota pesquera está compuesta por 1.472 embarcaciones, el 16,1% del total nacional, con un arqueo de 35.869 GT (10,7% del total español), una potencia de 154.793 CV (14,5%) y una eslora promedio de algo más de 12 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 27 años. La producción pesquera comercializada en las lonjas andaluzas llegó durante 2018 hasta cerca de 48.350 toneladas, un 0,5% más que el año anterior por un valor de 156 millones de euros (+4%). La partida más importante fue la de peces (39.805 toneladas), seguida por las de moluscos (5.430 toneladas) y crustáceos (3.400 toneladas). En Andalucía hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas. Las producciones acuícolas andaluzas llegaron a los 62,6 millones de euros y las 7.700 toneladas de peces (lubinas y doradas sobre todo), mientras que en el caso de los crustáceos, moluscos y plantas se acercaron a los 3,2 millones de euros y las 1.080 toneladas.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ANDALUCÍA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	1.459
ACEITUNA DE MESA	7.400 (2018/2019)
AGUACATE	79,9
AJOS	66,5
ALMENDRAS CÁSCARA	82,8
ARROZ CÁSCARA	376,6
BERENJENAS	197,6
CALABACÍN	491,3
CEBADA	398,2
CEBOLLAS	140
CEREZAS	6,5
CIRUELAS	19,5
COLIFLOR	48,4
COLZA	39,8
FRESAS-FRESONES	334,8
GARBANZOS	57,3
GIRASOL	296,8
JUDÍAS VERDES	45,8
LECHUGAS	330,7
LIMONES	133,9
MAÍZ	132,5
MANDARINAS	450,7
MELOCOTONES	51
MELONES	133,2
NARANJAS	1.724,5
NECTARINA	48,2
PATATAS	226
PEPINOS	594,6
PIMIENTOS	835,9
POMELO	28
REMOLACHA AZUCARERA	699,6
SANDÍAS	624,4
TOMATES	1.978
TRIGO	1.421
UVAS DE MESA	11
VINOS Y MOSTOS	1.258,8 (miles de hl.)
ZANAHORIAS	131,9
CARNE DE PORCINO	311
CARNE DE VACUNO	26,4
CARNE DE OVINO	6,7
CARNE DE CAPRINO	4
CARNE DE AVES	373,5
LECHE DE CABRA	223,3
LECHE DE VACA	547,7

FUENTE: MAPA

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	ANDALUCÍA Cifra de Negocio	% ANDALUCÍA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	16.608	14,9
Industria cárnica	2.024	8,4
Industria de Pescado	386	7,2
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.632	17,2
Aceites y Grasas	6.963	64,5
Productos Lácteos	519	5,9
Molinería y almidones	570	17,5
Panadería y pastas alimenticias	845	10,4
Azúcar, café, infusiones y confitería	251	4,2
Otros productos diversos	362	5,4
Productos alimentación animal	640	5,2
Bebidas espirituosas	274	28,0
Vinos	334	4,9
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	660	17,6
Bebidas no alcohólicas	1.149	22,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

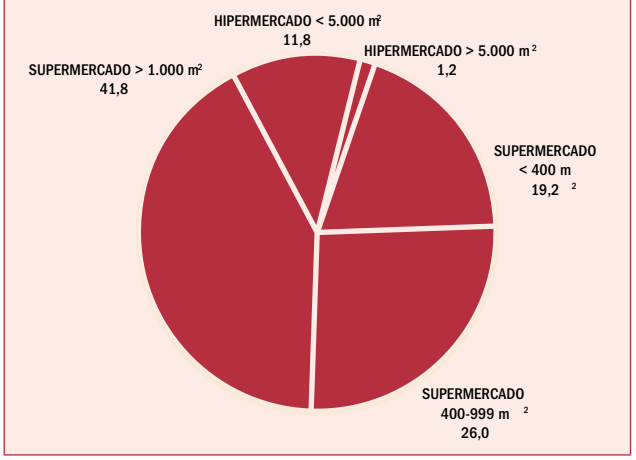
Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.384.400 habitantes, un 17,9% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km², un 17,4% del total nacional. Sevilla, Málaga y Cádiz superan el millón de habitantes. En función del gasto medio por persona, los consumidores andaluces cuentan con un poder de compra inferior en cerca de un 10% a la media nacional.

En Andalucía hay 108.675 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 21.802 especializados en la venta de alimentación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,2% de estos locales; Málaga, el 20,3% y Cádiz, el 14,0%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.466 supermercados y 76 hipermercados. Estos 4.542 establecimientos ocupan 2.460.825 m² y suponen una densidad comercial de 293,5 m² cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 8.290 actividades para comercio en puestos y mercadillos, un 20,0% sobre el total nacional, lo que convierte a esta comunidad autónoma en la primera de España en cuanto a venta ambulante.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	108.675	21.802	2.696	1.015	755	76	8.290
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	19,2	19,8	21,9	17,0	18,4	15,6	20,0

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ANDALUCÍA (%)





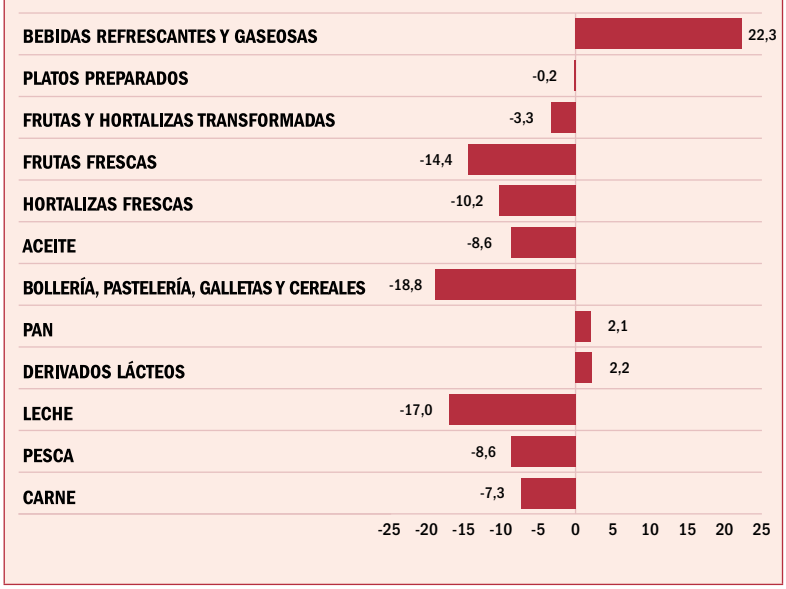
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.332,4 euros (un 11,0% inferior a la media nacional). Carne (19,9%), pescado (12,7%), derivados lácteos (8,8%), frutas frescas (8,5%), hortalizas frescas (6,5%), pan (5,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,0	1,4	-7,0
CARNE	265,0	19,9	-14,2
PESCA	169,0	12,7	-13,0
LECHE	39,3	2,9	-18,5
DERIVADOS LÁCTEOS	116,6	8,8	-6,4
PAN	72,3	5,4	-5,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	50,7	3,8	-17,8
CHOCOLATES Y CACAOS	23,0	1,7	-9,8
ACEITE	30,4	2,3	-11,8
VINO	19,2	1,4	-21,0
CERVEZAS	25,5	1,9	11,2
ZUMO Y NÉCTAR	8,9	0,7	-3,0
PATATAS	24,1	1,8	-0,5
HORTALIZAS FRESCAS	86,1	6,5	-15,8
FRUTAS FRESCAS	113,7	8,5	-18,5
FRUTOS SECOS	21,3	1,6	-8,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,6	1,9	-8,8
PLATOS PREPARADOS	62,4	4,7	-0,5
CAFÉS E INFUSIONES	22,7	1,7	-13,3
AGUA MINERAL	11,8	0,9	-9,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,5	2,8	13,5
OTROS PRODUCTOS	89,2	6,7	-6,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.332,4**	**100,0**	**-11,0**

DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2018



En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (13,5%) y cervezas (11,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en otras partidas como, por ejemplo, vino (-21,0%), frutas frescas (-18,5%), carne (-14,2%) o bollería, pastelería, galletas y cereales (-17,8%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Andalucía consumió 126 huevos, 42,8 kilos de carne, 21,1 kilos de pescado, 58,0 litros de leche, 36,3 kilos de derivados lácteos, 32,4 kilos de pan, 10,9 litros de aceite, 22,6 litros de cerveza, 51,1 kilos de hortalizas frescas, 77,5 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 59,9 litros de agua embotellada y 48,6 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	8 huevos
4 litros de cerveza	13 kilos de frutas frescas
1 kilo de derivados lácteos	12 litros de leche
2 litro de batidos de leche	6 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carnes transformadas	3 kilos de carne
1 kilo de pan	3 litros de agua mineral
	3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
	2 kilos de pescado
	1 kilo de pastas alimenticias
	1 litro de aceite de oliva
	1 litro de aceite de girasol

Tomando como referencia la media nacional, en Andalucía se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (22,3%), derivados lácteos (2,2%) y pan (2,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-18,8%), leche (-17,0%), frutas frescas (-14,4%), hortalizas frescas (-10,2%) y pescado (-8,6%).





HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 49.755 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 17,8%–; en su distribución destacan Málaga (25,3% del total regional), Sevilla (20,6%) y Cádiz (14,4%). Igualmente, en cuanto a número de establecimientos, Andalucía ocupa los primeros puestos a nivel nacional en restaurantes, bares, comedores colectivos y plazas hoteleras.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ANDALUCÍA	49.755	11.307	34.615	3.833	256.361
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	17,8	14,3	18,9	22,4	17,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- CONDADO DE HUELVA ✪
- JEREZ-XERÈS-SHERRY ✪
- MÁLAGA ✪
- MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA ✪
- MONTILLA-MORILES ✪
- SIERRAS DE MÁLAGA ✪
- VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA ✪

ACEITUNAS DE MESA

- ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA ✪



VINOS DE LA TIERRA

- ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA ✪
- BAILÉN ✪
- CÁDIZ ✪
- CÓRDOBA ✪
- CUMBRES DE GUADALFEO ✪
- DESIERTO DE ALMERÍA ✪
- LADERAS DE GENIL ✪
- LAUJAR-ALPUJARRA
- LOS PALACIOS ✪
- NORTE DE ALMERÍA ✪
- RIBERA DEL ANDARAX ✪
- SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y LOS FILABRES ✪
- SIERRA NORTE DE SEVILLA ✪
- SIERRA SUR DE JAÉN ✪
- TORREPEROGIL ✪
- VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA ✪

VINOS DE CALIDAD

- GRANADA ✪
- LEBRIJA ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

- ANTEQUERA ✪
- BAENA ✪
- ESTEPA ✪
- LUCENA ****
- MONTES DE GRANADA ✪
- MONTORO-ADAMUZ ✪
- PONIENTE DE GRANADA ✪
- PRIEGO DE CÓRDOBA ✪
- SIERRA DE CÁDIZ ✪
- SIERRA DE CAZORLA ✪
- SIERRA DE SEGURA ✪
- SIERRA MÁGINA ✪

CARNES

- CARNE DE ÁVILA **/✪
- CORDERO SEGUREÑO **/✪

VINAGRES

- VINAGRE CONDADO DE HUELVA ✪
- VINAGRE DE JEREZ ✪
- VINAGRE MONTILLA-MORILES ****

JAMONES

- JABUGO **/✪
- JAMÓN DE SERÓN
- LOS PEDROCHES ✪
- GUIJUELO **/✪

FRUTAS

- CHIRIMOYA DE LA COSTA ✪
- TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA ✪

FRUTOS SECOS

- PASAS DE MÁLAGA ****

MIEL

- MIEL DE GRANADA ✪



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA ✪
- MANTECADOS DE ESTEPA ✪

HARINAS

- PAN DE ALFACAR *

HORTALIZAS

- ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR ✪
- TOMATE LA CAÑADA ✪

JAMONES

- JAMÓN DE TREVÉLEZ ✪
- JAMÓN DE SERÓN *

LEGUMBRES

- GARBANZO DE ESCACENA *

PRODUCTOS PESQUEROS

- CABALLA DE ANDALUCÍA ✪
- MELVA DE ANDALUCÍA ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- BRANDY DE JEREZ
- ANÍS DE CAZALLA
- ANÍS DE RUTE
- ANÍS DE OJÉN
- RON DE MÁLAGA
- RON DE GRANADA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

- TORTAS DE ACEITE DE CASTILLEJA DE LA CUESTA *
- PANELLETS
- LECHE CERTIFICADA DE GRANJA
- JAMÓN SERRANO **

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA

** Denominación en tramitación* *** Denominación compartida con otras CC AA*
***** Protección Nacional Transitoria* *✪ Inscrita en el Registro de la UE*

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA



La Renta Agraria en Aragón alcanzó en 2018 un valor cercano a los 1.900 millones de euros, expresados en valores corrientes. El 60% de la Producción Final Agraria (PFA) de la región procedió del sector ganadero; el 33% de la Producción Final Vegetal (PFV) y el resto del grupo de otros servicios y producciones.

El valor estimado de la PFA en 2018 fue de 4.099 millones de euros, de los que 2.516 millones correspondieron a la PFG y 1.445 millones a la PFV.

Además, al igual que en el año precedente se observó también en 2018 un crecimiento importante del valor generado por los servicios y actividades del sector (138 millones de euros).

En 2018 aumentaron los costes intermedios, especialmente los precios de los fertilizantes, los piensos, la energía y los lubricantes.

El porcino, los cereales, el bovino de carne, los frutales, las aves y los forrajes representaron en 2018 aproximadamente el 85% de la Producción agraria aragonesa, pues son los sectores que más valor aportaron.

En 2018 Aragón contaba con la mayor cabaña de porcino de España (el 30% del total), pero no lideró la producción de carne (el 12% del total). Asimismo, aportó el 5% de la carne de vacuno, siendo la sexta comunidad en el ranking de producción.

Aunque su presencia es menor, Aragón también sobresale por su producción de carne de ovino (en 2018 contaba con el 12% de la cabaña nacional y aportó el 9,5% de la producción), conejos (el 7% del censo) y aves de puesta (11% del censo).

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ARAGÓN

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	11,2 (2018/2019)
ACEITUNA DE MESA	56 (2018/2019)
ALBARICOQUES	20,8
ALMENDRAS CÁSCARA	68
ARROZ CÁSCARA	29,4
AVENA	40
CEBADA	1537,4
CEBOLLAS	91
CEREZAS	35
GIRASOL	28,7
MAÍZ	963,8
MANZANAS MESA	94,6
MELOCOTONES	271
NECTARINA	181,4
PATATAS	16
PERAS	55,7
TOMATES	52,5
TRIGO	766
VINOS Y MOSTOS	1.444,2 (miles de hl.)
CARNE DE CONEJO	3,12
CARNE DE PORCINO	35,7
CARNE DE OVINO	13,4
CIRUELA	13,3
CARNE DE AVES	2,3
CARNE DE EQUINO	1,9
LECHE DE VACA	151,3

FUENTE: MAPA

La producción de leche de vaca quedó finalmente en 151.279 toneladas, el 2,1% de la producción total nacional. Casi el 68% de esta producción de leche de vaca se transformó en industrias de fuera de la región.

En cuanto a la agricultura, en 2018 el cereal tuvo un buen comportamiento, tras el desastroso balance del año precedente. Las cosechas de trigo y cebada fueron mucho mejores; también se cosechó menos maíz (en la campaña anterior no había perdido tanto como el resto de los cereales) y se mantuvo la cosecha de arroz. En general, los precios del cereal fueron mejores que los de un año antes.

Por su lado, a pesar de las inclemencias del tiempo mejoró la cosecha de fruta de hueso (ciruela, cereza, albaricoque, etc.), pero sin embargo los resultados para la fruta de pepita fueron malos: la cosecha de manzana se redujo un 4% y la de peras un 12%.

Todo lo contrario sucedió con los frutos secos, después de la desastrosa cosecha de 2017. En concreto, se duplicó la cosecha de almendra, con cerca de 68.000 toneladas en cáscara, y mejoró la de avellana, que es muy minoritaria.

En Aragón se produjeron en la vendimia de 2018 un total de 1,44 millones de hectolitros de vino y mosto, cuando en el año anterior no se llegó ni al millón. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen.

Además, cuenta con una producción de aceite de oliva que en la campaña 2018/2019 quedó en torno a las 11.200 toneladas.

Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2018 se batió un nuevo récord de ventas de la industria regional, con una facturación que superó los 1.727,9 millones de euros, un 11,5% más que en el año anterior.

En Aragón se produjeron en la vendimia de 2018 un total de 1,44 millones de hectolitros de vino y mosto, cuando en el año anterior no se llegó ni al millón. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	ARAGÓN Cifra de Negocio	% ARAGÓN/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.465	4,0
Industria cárnica	1.473	6,1
Industria de Pescado	218	4,0
Prep./Conservas frutas y hortalizas	135	1,4
Aceites y Grasas	25	0,2
Productos Lácteos	50	0,6
Molinería y almidones	357	11,0
Panadería y pastas alimenticias	237	2,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	84	1,4
Otros productos diversos	93	1,4
Productos alimentación animal	1.315	10,6
Bebidas espirituosas	3	0,3
Vinos	233	3,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	79	2,1
Bebidas no alcohólicas	43	0,8

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Aragón cuenta con 1.308.700 habitantes y 47.703 km² de extensión, un 2,8% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra cerca del 73% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del gasto medio por persona, es prácticamente similar a la media nacional.

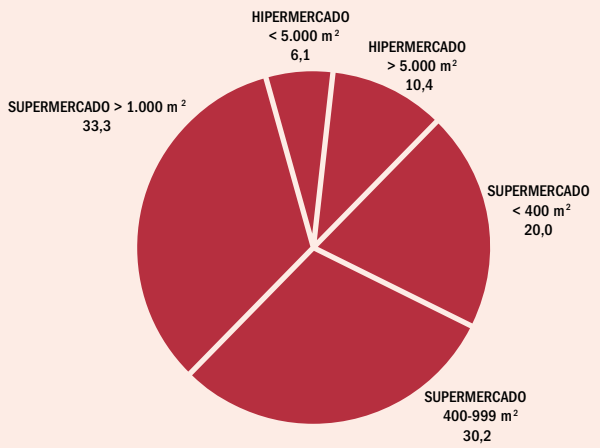
En esta comunidad autónoma hay 3.071 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Zaragoza tiene un 68,4% de los locales; Huesca, un 19,1%; y Teruel, un 12,5%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 19 hipermercados –un 3,9% del total nacional– mientras que los supermercados suman 714, un 3,2% sobre el total nacional. Los establecimientos de libreservicio ocupan 380.868 m² y la densidad comercial alcanza los 291,0 m² cada 1.000 habitantes, prácticamente similar a la media nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ARAGÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	14.820	3.071	444	180	90	19	686
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,6	2,8	3,6	3,0	2,2	3,9	1,7



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ARAGÓN (%)



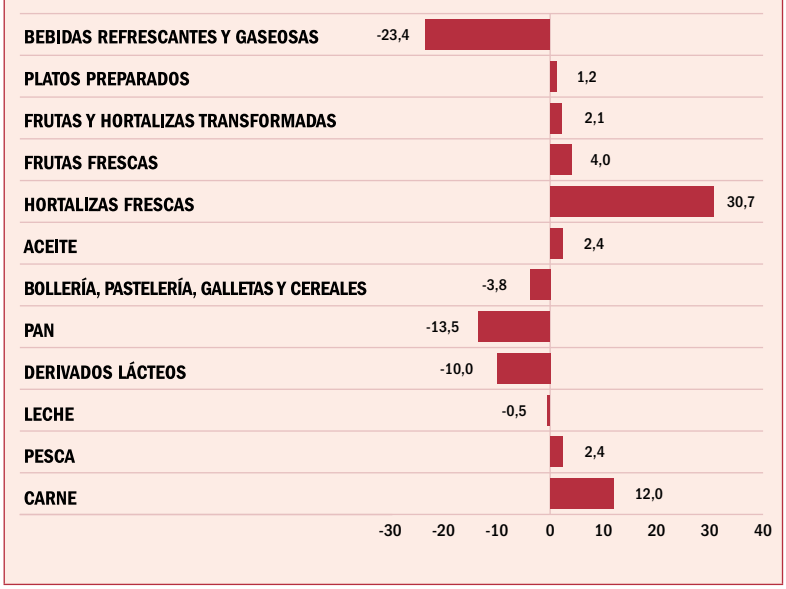
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.546,6 euros (un 3,3% superior a la media nacional). Carne (22,2%), pescado (12,8%), frutas frescas (9,2%), hortalizas frescas (8,8%), derivados lácteos (7,4%), pan (4,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,9	1,4	7,7
CARNE	344,0	22,2	11,3
PESCA	198,1	12,8	2,0
LECHE	49,6	3,2	2,8
DERIVADOS LÁCTEOS	114,8	7,4	-7,8
PAN	67,9	4,4	-10,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	59,2	3,8	-4,0
CHOCOLATES Y CACAOS	27,5	1,8	7,8
ACEITE	34,7	2,2	0,5
VINO	20,8	1,3	-14,7
CERVEZAS	19,4	1,3	-15,4
ZUMO Y NÉCTAR	8,8	0,6	-4,1
PATATAS	21,2	1,4	-12,4
HORTALIZAS FRESCAS	136,0	8,8	33,1
FRUTAS FRESCAS	142,4	9,2	2,1
FRUTOS SECOS	22,5	1,5	-3,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,4	1,8	1,4
PLATOS PREPARADOS	62,2	4,0	-0,8
CAFÉS E INFUSIONES	26,3	1,7	0,2
AGUA MINERAL	12,0	0,8	-8,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,6	1,9	-13,4
OTROS PRODUCTOS	101,4	6,6	6,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.546,6**	**100,0**	**3,3**

DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
15 unidades de huevos	9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
17 kilos de hortalizas frescas	4 kilos de pan
6 kilos de carne fresca	4 litros de cerveza
4 kilos de frutas frescas	3 litros de leche desnatada
2 kilos de aceitunas	4 kilos de derivados lácteos
2 kilos de carne de pollo	2 kilos patatas
1 kilo de carne de conejo	2 litros de vino y derivados
1 kilo de carne de cerdo	1 litro de agua mineral
1 kilo de carne de ovino y caprino	1 kilo de pescado fresco
1 kilo pescado	1 litro de leche pasterizada
	1 kilo de harinas y sémolas

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (33,1%), carne (11,3%) y chocolates y cacaos (7,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-15,4%), pan (-10,9%), patatas (-12,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (-13,4%) y vino (-14,7%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Aragón consumió 150 huevos, 51,8 kilos de carne, 23,6 kilos de pescado, 69,5 litros de leche, 31,9 kilos de derivados lácteos, 27,5 kilos de pan, 12,2 litros de aceite, 14,2 litros de cerveza, 74,3 kilos de hortalizas frescas, 94,1 kilos de frutas frescas, 14,8 kilos de platos preparados, 63,6 litros de agua embotellada y 30,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Aragón se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (30,7%), carne (12,0%), frutas y hortalizas transformadas (2,1%), y frutas frescas (4,0%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-23,4%), pan (-13,5%), derivados lácteos (-10,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (-3,8%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.602 –un 2,7% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 68,2% para Zaragoza, un 19,6% para Huesca y un 12,2% para Teruel. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Aragón ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ARAGÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ARAGÓN	7.602	1.823	5.477	302	37.021
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,7	2,3	3,0	1,8	2,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

- CALATAYUD ✪
- CAMPO DE BORJA ✪
- CARIÑENA ✪
- SOMONTANO ✪
- CAVA **/ ✪
- AYLÉS ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

- JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL ✪

FRUTAS

- MELOCOTÓN DE CALANDA ✪

ACEITES

- ACEITE DEL BAJO ARAGÓN ✪
- ACEITE SIERRA DEL MONCAYO ✪

HORTALIZAS

- CEBOLLA FUENTES DE EBRO ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- TERNASCO DE ARAGÓN ✪

HORTALIZAS

- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ ✪

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO **/ ✪

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD: (MARCA C'ALIAL)

EMBUTIDOS

- LOMO EMBUCHADO
- LONGANIZA DE ARAGÓN
- MORCILLA DE ARAGÓN
- CHORIZO

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

- ALMENDRADOS
- ALMOJABANAS
- CARQUIÑOLES
- CASTAÑAS DE MAZAPÁN
- COC DE FRAGA
- FLORENTINA
- FRUTAS DE ARAGÓN
- GUIRLACHE
- PASTEL RUSO
- MANTECADOS DEL MAESTRAZGO
- PIEDRECICAS DEL CALVARIO
- TORTA DE BALSA
- TORTAS DE ALMA
- TORTAS DE MANTECA
- TRENZA DE ALMUDÉVAR
- TURRÓN NEGRO

ACEITUNAS

- OLIVAS DE CASPE

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

- POLLOS
- CARNE DE VACUNO
- PALETA CURADA
- CECINA
- CONSERVA DE CERDO EN ACEITE
- TERNASCO AHUMADO
- CARNE DE CONEJO

HUEVOS

- HUEVOS

PASTAS ALIMENTICIAS

- PASTAS ALIMENTICIAS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- ALFALFA
- ARROZ
- CEREALES DE INVIERNO
- FRUTA DE HUESO
- FRUTA DE PEPITA
- GUISANTE
- PATATA
- TOMATE DE INDUSTRIA

QUESOS Y PRODUCTOS LÁCTEOS

- QUESO FRESCO
- QUESO MADURADO
- YOGUR DE OVEJA

FRUTAS Y HORTALIZAS

- FRUTA EN CONSERVA
- CEBOLLA DULCE DE FUENTES
- FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA
- BORRAJA

CONDIMENTOS

- AZAFRÁN DE ARAGÓN

ARROCES

- ARROZ

ACEITE

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

MIEL

- MIEL

VINAGRES

- VINAGRE DE VINO

HARINAS

- PAN

VINOS DE LA TIERRA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- VALLE DEL CINCA ✪
- BAJO ARAGÓN ✪
- VALDEJALÓN ✪
- RIBERA DEL JILOCA ✪
- RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS ✪
- RIBERA DEL QUEILES **/ ✪

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El peso económico del sector ganadero en la Producción Final Agraria (PFA) asturiana es muy superior al agrícola. De hecho, la Producción Final Ganadera (PFG) aporta el 73% de la PFA y la Producción Final Vegetal (PFV) el 25% (el resto son otros producciones y servicios).

La caída de la producción y el censo de ganado vacuno, unido al mal comportamiento de algunas producciones agrícolas, hicieron que finalmente el balance para el sector agrario no fuera positivo en 2018.

Según estimaciones, el valor de la PFA asturiana ascendió en 2018 a cerca de 622 millones de euros, de los que 451 millones de euros correspondieron a la PFG y 163 millones de euros a la PFV.

El resto (unos 8 millones de euros) lo aportaron las actividades no agrarias y la producción de servicios a la producción de la rama agraria, que cada año es mayor en Asturias.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto que, deducido a su vez de la producción de la rama agraria, arroja como resultado un monto de 208 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional.

Al igual que en el año anterior, el sector ganadero asturiano tuvo en 2018 un resultado positivo gracias al buen comportamiento de los precios en el sector cárnico (especialmente en el vacuno) y en el lácteo, que aporta el 53% de todo el valor generado por el sector ganadero a efectos de calcular la renta agraria

En concreto, la producción de leche se incrementó ligeramente hasta las 560.000 toneladas ajustadas a materia grasa, el 8% de la producción nacional. A la producción de leche de vaca se sumaron pequeñas producciones de leche de oveja y de cabra.

Por su parte, la producción de carne de vacuno creció un 8%, hasta las 15.300 toneladas, el 2% del total nacional; y la de porcino ascendió a 4.800 toneladas. Además, durante 2018 aumentó el censo de ganado ovino en Asturias, así como el número de colmenas.

En cuanto a la agricultura, las producciones se vieron afectadas por la escasez de agua. La pomarada o cosecha de manzana de sidra fue peor que la del año anterior (se produjeron sólo 9.500 toneladas, el 60% de un año antes). Igualmente, la producción de kiwi se redujo, en contra de la tendencia de años anteriores,

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ASTURIAS

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ALUBIAS (FABES)	0,5
COL-REPOLLO	0,13
KIWI	2,7
MAÍZ	1
MAÍZ FORRAJERO	325
MANZANA DE MESA	1,2
MANZANA DE SIDRA	9,5
PATATAS	9
VINOS Y MOSTOS	0,45 (miles de hl)
PUERRO	0,16
CARNE DE EQUINO	0,42
CARNE DE VACUNO	15,3
CARNE DE CAPRINO	0,03
LECHE DE VACA	560

FUENTE: MAPA



hasta las 2.700 toneladas, mientras que la de patata se mantuvo en niveles similares a los de la anterior cosecha.

En cuanto a las fabes, famosas en la gastronomía regional, la cosecha quedó por debajo de las 500 toneladas. Asimismo, la producción de vino del Principado fue inferior a la del año precedente. En total, se produjeron 450 hectolitros en el año, menos de la mitad que un año antes. La gran parte de este volumen fue amparado por una marca de calidad diferenciada.

Respecto al comercio exterior, en 2018 las exportaciones agroalimentarias asturianas alcanzaron un valor de 213,4 millones de euros, un 16% menos que el año anterior.

PESCA

La flota pesquera asturiana está formada por 264 embarcaciones, apenas el 2,9% del total nacional, con un arqueo de 4.873 GT (1,4% de toda España), una potencia de 21.867 CV (2%) y una eslora promedio de 10,8 años. La antigüedad media de esos barcos es de 21 años. Las capturas pesqueras subastadas en las lonjas asturianas llegaron durante 2018 a las 21.942 toneladas de peces, entre las que destacaron las caballas, merluzas, bacaladillas y bonitos, y los 55,7 millones de euros. También se vendieron 321,7 toneladas de moluscos (sobre todo pulpo y pota) por un valor de 2,5 millones de euros y 105,5 toneladas de crustáceos (percebes, bueyes y centollos como capturas principales), por casi 2 millones de euros. En Asturias hay 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de primera venta. Las producciones acuícolas asturianas son poco importantes y llegan a los 3,6 millones de euros y 987 toneladas de peces y 280.000 euros y 33 toneladas de crustáceos, moluscos y plantas.



En Asturias hay 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de primera venta. Las producciones acuícolas asturianas son poco importantes y llegan a los 3,6 millones de euros y 987 toneladas de peces y 280.000 euros y 33 toneladas de crustáceos, moluscos y plantas

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	ASTURIAS Cifra de Negocio	% ASTURIAS/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.878	1,7
Industria cárnica	93	0,4
Industria de Pescado	8	0,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	4	-
Productos Lácteos	1.101	12,6
Panadería y pastas alimenticias	89	1,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	127	2,1
Otros productos diversos	145	2,2
Productos alimentación animal	170	1,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	64	1,7
Bebidas no alcohólicas	4	0,1
Bebidas espirituosas	3	0,3
Vinos	233	3,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	79	2,1
Bebidas no alcohólicas	43	0,8

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Asturias tiene 1.028.250 habitantes y 10.604 km² de extensión, lo que representa un 2,2% de la población y poco más del 2% del territorio sobre el total nacional. Los asturianos tienen un poder de compra, en función del gasto medio por persona prácticamente similar a la media nacional.

Asturias cuenta con 2.093 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan 481 supermercados y 11 hipermercados que alcanzan conjuntamente 384.040 m². La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 373,5 m² cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 552 actividades para la venta ambulante o en mercadillos, un 1,3% sobre el total nacional.

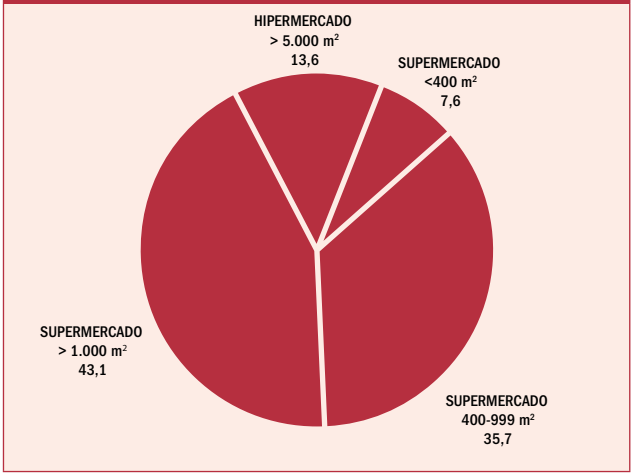


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	12.189	2.093	145	212	113	11	552
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,2	1,9	1,2	3,5	2,7	2,3	1,3



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ASTURIAS (%)



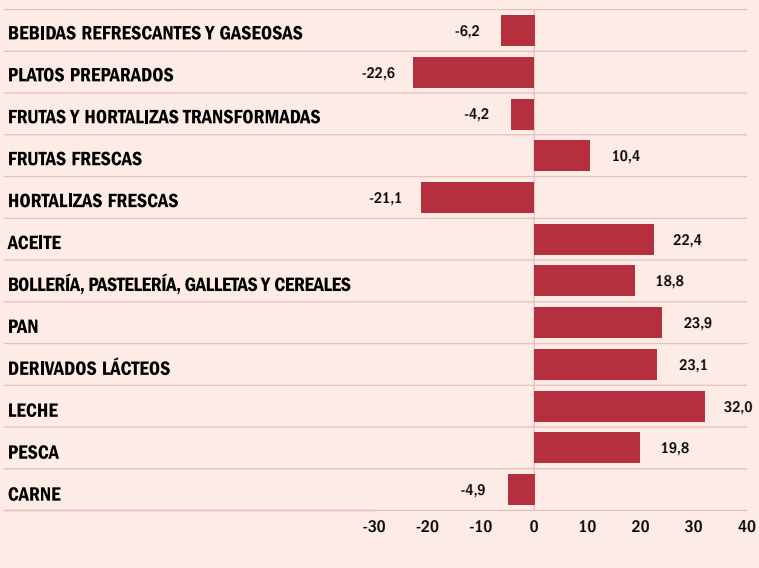
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.606,7 euros (un 7,3% superior a la media nacional). Carne (18,8%), pescado (14,0%), frutas frescas (10,1%), derivados lácteos (9,5%), pan (5,9%), hortalizas frescas (5,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,6%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,0	1,3	8,1
CARNE	301,5	18,8	-2,4
PESCA	224,4	14,0	15,6
LECHE	63,8	4,0	32,3
DERIVADOS LÁCTEOS	152,2	9,5	22,2
PAN	94,7	5,9	24,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	73,3	4,6	18,8
CHOCOLATES Y CACAOS	33,9	2,1	32,7
ACEITE	40,5	2,5	17,4
VINO	33,3	2,1	36,6
CERVEZAS	17,6	1,1	-23,3
ZUMO Y NÉCTAR	8,1	0,5	-12,4
PATATAS	25,6	1,6	5,7
HORTALIZAS FRESCAS	84,2	5,2	-17,6
FRUTAS FRESCAS	161,7	10,1	15,9
FRUTOS SECOS	22,2	1,4	-4,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,0	1,8	3,6
PLATOS PREPARADOS	48,5	3,0	-22,6
CAFÉS E INFUSIONES	29,0	1,8	10,8
AGUA MINERAL	13,0	0,8	-1,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,9	1,8	-12,5
OTROS PRODUCTOS	100,5	6,3	5,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.606,7**	**100,0**	**7,3**

DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
23 litros de leche esterilizada	12 kilos de hortalizas frescas
22 litros de leche envasada	7 litros de cerveza
9 kilos de frutas frescas	14 litros de agua mineral
6 unidades de huevos	2 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
8 kilos de pan	3 kilos de platos preparados
8 kilos de derivados lácteos	2 litros de zumo y néctar
5 kilos de pescado	2 kilos de carne de vacuno
3 litros de vino	1 kilo de carne de pollo
5 kilos de yogurt	1 kilo de carne congelada
3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas
2 kilos de azúcar	1 kilo de pastas
1 litros de aceite de oliva	1 kilo carne trasnformada

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (36,6%), chocolates y cacaos (32,7%), leche (32,3%), pan (24%), derivados lácteos (22,2%) y pescado (15,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-23,3%), zumo y néctar (-12,4%), platos preparados (-22,6%), hortalizas frescas (-17,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-12,5%). En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Asturias consumió 140 huevos, 43,9 kilos de carne, 27,7 kilos de pescado, 92,2 litros de leche, 43,7 kilos de derivados lácteos, 39,4 kilos de pan, 14,6 litros de aceite, 11,4 litros de cerveza, 44,9 kilos de hortalizas frescas, 99,9 kilos de frutas frescas, 11,3 kilos de platos preparados, 49,2 litros de agua embotellada y 37,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en Asturias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (32,0%), aceite (22,4%), pescado (19,8%), pan (23,9%) y derivados lácteos (23,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-22,6%), hortalizas frescas (-21,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-6,2%), carne (-4,9%) y frutas y hortalizas transformadas (-4,2%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.018, lo que supone un 2,5% respecto del total nacional. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	7.018	1.416	5.370	232	24.365
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,5	1,8	2,9	1,4	1,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- CABRALES ✪
- AFUEGA'L PITU ✪
- GAMONEDO (GAMONÉU) ✪
- QUESO CASÍN ✪

SIDRAS

- SIDRA DE ASTURIAS ✪

VINO

- CANGAS ✪











INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESOS

- QUESO LOS BEYOS **/✪

CARNES

- TERNERA ASTURIANA ✪

EMBUTIDOS

- CHOSCO DE TINEO ✪

LEGUMBRES

- FABA ASTURIANA ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- AGUARDIENTE DE SIDRA DE ASTURIAS ✪

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS (COPAE) ✪



** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Canarias en 2018 alcanzó un valor estimado de 895 millones de euros a precios corrientes, de los que del subsector agrícola (Producción Final Vegetal o PFV) aportó unos 702 millones de euros, mientras que la aportación del subsector ganadero (Producción Final Ganadera) se situaba en 159 millones de euros. El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 34 millones de euros.

De acuerdo con estas cifras, y una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se alcanzó una Renta Agraria regional cuyo valor rondó los 509 millones de euros.

Dentro de la PFV, los sectores más importantes desde el punto de vista social y económico son las frutas (con el plátano a la cabeza y con mucha diferencia sobre el resto), las hortalizas (entre las que destaca el tomate), la patata o papa canaria y el viñedo.

La producción de plátanos tuvo un saldo negativo en 2018 (un 7% menos que en el año anterior), con cerca de 387.500 toneladas producidas. A la caída de producción se sumó una bajada de precios, como consecuencia de la pérdida de mercados en favor de las importaciones de países terceros. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupaba en 2018 unas 9.900 hectáreas.

Por su parte, la producción de patata canaria mejoró bastante tras la crisis del año precedente provocada por la aparición de polilla guatemalteca en los campos. La cosecha final rondó las 84.000 toneladas, por debajo de la media regional.

Entre las hortalizas producidas en Canarias hubo descensos de producción más relacionados con la menor superficie cultivada que con la pérdida de rendimientos. La cosecha de tomate descendió a 72.500 toneladas, muy por debajo de la producción de un año antes.

Además de plátanos, en Canarias se producen otras frutas como el aguacate, que cada año van ganando terreno. En 2018 la producción canaria casi llegó a 10.000 toneladas. Asimismo, se mantienen producciones de frutas de hueso y de frutos secos, que tuvieron unos resultados similares a anteriores campañas.

La evolución de la uva fue positiva y al final la producción de vino casi llegó a superar en un 60% a la del año precedente. Se produjeron finalmente 76.200 hectolitros, de los cuales la mayor parte se destinó a la producción de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

Respecto a la ganadería de Canarias, en 2018 destacaron las producciones de leche (especialmente la de cabra), los huevos y las carnes de caprino y de ovino. La producción de leche de vaca ronda las 35.000 toneladas, mientras que la de oveja quedó en 600 toneladas y la de cabra en 26.500 toneladas. En todos los casos, las producciones fueron mejores que las del año precedente en volumen. En cuanto a las carnes, la mayor en volumen es la producción de aves. En 2018 se superaron las 12.200 toneladas de carne de pollo.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2018 las exportaciones alcanzaron un valor de 246 millones de euros, el 0,5% del total nacional y un 0,4% menos que un año antes.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANARIAS

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
AGUACATE	9,8
CEBOLLAS	8
NARANJAS	13,6
PATATAS	84
PEPINOS	41,7
PLÁTANOS	387,5
TOMATE	72,5
VINOS Y MOSTOS	76,3 (miles de hectolitros)
CARNE DE PORCINO	5,6
CARNE DE VACUNO	2,9
CARNE DE CAPRINO	1,93
CARNE DE CONEJO	0,17
CARNE DE AVES	12,2
LECHE DE CABRA	26,5
LECHE DE OVEJA	0,6

FUENTE: MAPA

PESCA

La flota pesquera canaria está compuesta por 774 embarcaciones, lo que supone el 8,5% del total español. Su arqueo llega hasta 22.628 GT (6,8%) y su potencia alcanza los 69.990 CV (6,6%), mientras que su eslora promedio supera los 9,9 metros. La antigüedad promedio de todos estos barcos es de 39 años, la mayor de toda España. La actividad pesquera ha ido perdiendo importancia en el Archipiélago y ahora representa menos del 0,5% del PIB canario. Dentro de la pesca realizada en aguas de Canarias, destacan las capturas de distintas especies de túnidos, seguidos por las sardinas, chicharros, caballas, bogas, pargos y burros. En la pesca artesanal, la 'vieja', sargos, galanas y palometas son las capturas principales. La producción acuícola de peces llega a los 50 millones de euros y las 8.000 toneladas, mientras que la de crustáceos y moluscos apenas ronda los 81.890 euros y las 3 toneladas. En Canarias hay 58 puertos pesqueros, 26 cofradías de pescadores y 28 lonjas.



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	CANARIAS Cifra de Negocio	% CANARIAS/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.418	1,3
Industria cárnica	154	0,6
Industria de Pescado	11	0,2
Prep./Conservas frutas y hortalizas	52	0,5
Aceites y Grasas	1	-
Productos Lácteos	276	3,2
Molinería y almidones	39	1,2
Panadería y pastas alimenticias	196	2,4
Azúcar, café, infusiones y confitería	59	1,0
Otros productos diversos	22	0,3
Productos alimentación animal	80	0,6
Bebidas espirituosas	53	5,4
Vinos	27	0,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	143	3,8
Bebidas no alcohólicas	303	5,9

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

En la pesca artesanal, la 'vieja', sargos, galanas y palometas son las capturas principales. La producción acuícola de peces llega a los 50 millones de euros y las 8.000 toneladas, mientras que la de crustáceos y moluscos apenas ronda los 81.890 euros y las 3 toneladas



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Canarias tiene 2.128.000 habitantes y una extensión de 7.450 km², un 4,6% y un 1,5% sobre el total nacional, respectivamente. Las pernoctaciones anuales superan los 69 millones (un 61,6% en Las Palmas y un 38,4% en Santa Cruz de Tenerife). Comparando con los niveles nacionales, los consumidores canarios cuentan con un poder de compra inferior a la media nacional (cerca de un 20%).

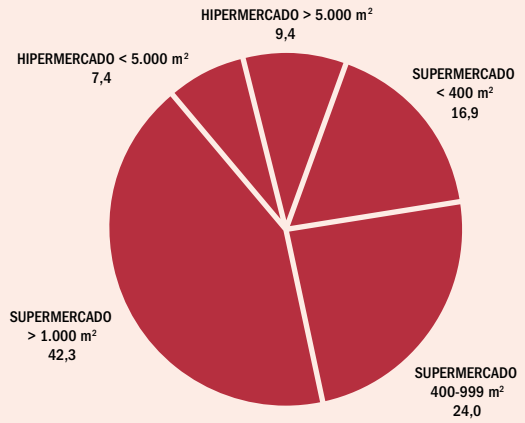
En Canarias se cuantifican 3.672 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación (Las Palmas tiene el 51,3% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,7%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 982 supermercados y 38 hipermercados; estos 1.020 establecimientos ocupan 626.113 m² y suponen una densidad comercial de 294,3 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.478, un 6,0% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	27.881	3.672	539	256	187	38	2.478
CANARIAS/ESPAÑA (%)	4,9	3,3	4,4	4,3	4,5	7,8	6,0



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CANARIAS (%)



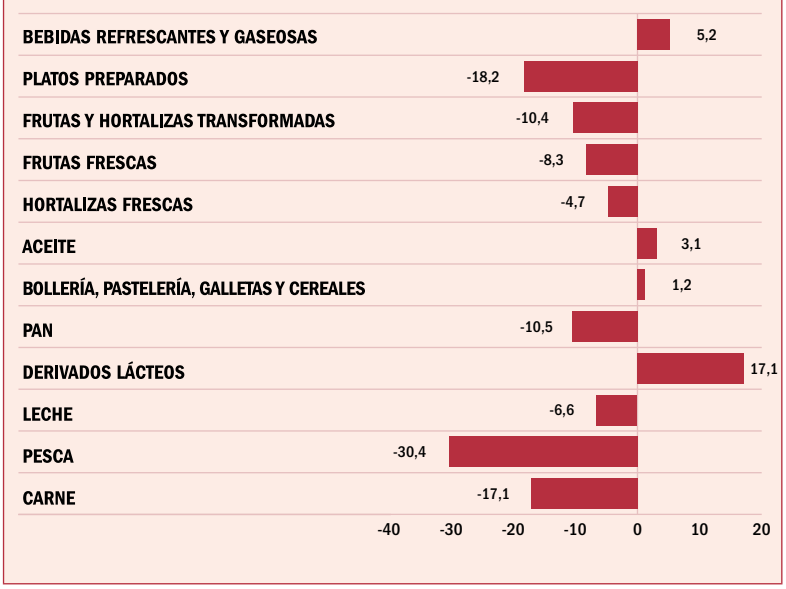
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.368,6 euros (un 8,6% inferior a la media nacional). Carne (17,6%), derivados lácteos (10,8%), pescado (9,4%), frutas frescas (9,9%), hortalizas frescas (7,3%), pan (4,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,7	1,4	1,6
CARNE	240,7	17,6	-22,1
PESCA	128,9	9,4	-33,6
LECHE	44,3	3,2	-8,0
DERIVADOS LÁCTEOS	148,1	10,8	18,9
PAN	64,5	4,7	-15,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,9	4,3	-4,5
CHOCOLATES Y CACAOS	28,4	2,1	11,3
ACEITE	34,5	2,5	0,0
VINO	25,6	1,9	5,1
CERVEZAS	17,1	1,2	-25,5
ZUMO Y NÉCTAR	11,9	0,9	29,0
PATATAS	27,5	2,0	13,5
HORTALIZAS FRESCAS	99,2	7,3	-2,9
FRUTAS FRESCAS	135,4	9,9	-2,9
FRUTOS SECOS	25,0	1,8	7,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,4	1,9	-5,6
PLATOS PREPARADOS	51,9	3,8	-17,2
CAFÉS E INFUSIONES	24,4	1,8	-7,0
AGUA MINERAL	25,0	1,8	90,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,9	2,2	-9,7
OTROS PRODUCTOS	101,4	7,4	6,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.368,6**	**100,0**	**-8,6**

DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
67 litros de agua mineral	12 unidades de huevos
3 litros de bebidas refrescantes	12 kilos de carne fresca
4 litros de zumo y néctar	7 kilos de pescado
4 kilos de carne congelada	5 litros de leche
6 kilos de derivados lácteos	7 kilos de frutas frescas
3 kilos de queso	3 kilos de pan
3 kilos de pan industrial	3 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de yogurt	3 litros de cerveza
1 kilo de azúcar	3 kilos de platos preparados
1 litro de vinos tranquilos	1 kilo de aceitunas
1 kilo de harinas y sémolas	1 litro de vinos y derivados

En comparación con la media nacional, los consumidores de Canarias cuentan con un gasto superior en agua mineral (90,6%), zumo y néctar (29,0%), derivados lácteos (18,9%) y patatas (13,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-33,6%), carne (-22,1%), cervezas (-25,5%) platos preparados (-17,2%), pan (-15,3%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Canarias consumió 123 huevos, 38,3 kilos de carne, 16,1 kilos de pescado, 65,2 litros de leche, 41,5 kilos de derivados lácteos, 28,4 kilos de pan, 12,3 litros de aceite, 14,9 litros de cerveza, 54,2 kilos de hortalizas frescas, 83,0 kilos de frutas frescas, 12,0 kilos de platos preparados, 129,3 litros de agua embotellada y 41,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (5,2%), derivados lácteos (17,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (1,2%) y aceite (3,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-30,4%), platos preparados (-18,2%), pan (-10,5%), frutas y hortalizas transformadas (-10,4%) y hortalizas frescas (-4,7%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Canarias cuenta con 16.140 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,8% sobre el conjunto de España. El equipamiento en restaurantes y hoteles es elevado en comparación con la media nacional (el tercero mayor en plazas hoteleras y el quinto mayor en restaurantes y comedores colectivos). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANARIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANARIAS	16.140	7.283	8.000	857	243.594
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,8	9,2	4,4	5,0	16,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ABONA ✪
- EL HIERRO ✪
- GRAN CANARIA ✪
- LANZAROTE ✪
- LA GOMERA ✪
- LA PALMA ✪
- TACORONTE-ACENTEJO ✪
- VALLE DE GÜIMAR ✪
- VALLE DE LA OROTAVA ✪
- YCODEN-DAUTE-ISORA ✪
- ISLAS CANARIAS ✪



DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- QUESO MAJORERO ✪
- QUESO PALMERO ✪
- QUESO DE FLOR DE GUÍA ✪ /
  QUESO DE MEDIA FLOR DE GUÍA ✪ /
  QUESO DE GUÍA

CONDIMENTOS Y DERIVADOS

- COCHINILLA DE CANARIAS

FRUTAS Y HORTALIZAS

- PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS ✪

MIEL

- MIEL DE TENERIFE ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HARINAS Y PANES

- GOFIO CANARIO

FRUTAS Y HORTALIZAS

- PLÁTANO DE CANARIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- RONMIEL DE CANARIAS ✪

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS ✪







✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria fue en 2018 de 386 millones de euros, expresadas en precios básicos. De este total, unos 102 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 270 millones de euros de la Producción Final Ganadera (PFG).

El resto de la PFA (cerca de 14 millones de euros) fueron las aportaciones del grupo de otras producciones (como por ejemplo la forestal) y los servicios agrarios.

Si del valor de la PFA restamos los consumos intermedios y las amortizaciones, añadiendo las subvenciones no vinculadas a la producción, se obtiene la Renta Agraria, que en el caso de Cantabria en el año 2018 se aproximó a 200 millones de euros a precios básicos.

La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada por la evolución de los precios de la carne de vacuno y de la leche de vaca, que en esta ocasión fue positiva, aunque menos que en el año precedente. Los precios de la leche subieron de media sólo un 1,8% y la producción (430.330 toneladas) quedó por debajo de los niveles del año precedente. No obstante, con relación a la producción nacional, la leche de vaca producida en Cantabria siguió representando el 6,3%.

Junto con la leche de vaca, la otra gran producción agraria de Cantabria es la carne. En 2018 la producción cárnica la encabezó el sector del bovino con 10.500 toneladas (volumen ligeramente inferior al del año anterior), seguida del equino (sumando asnos y mulos). Asimismo, se produjeron unas 60 toneladas de carne de porcino y cantidades menores de carne de ovino y caprino.

En general, las producciones vegetales están destinadas a la alimentación animal, o bien son para autoconsumo. En 2018 el balance no fue bueno para la patata, porque se redujo la cosecha hasta las 3.000 toneladas. Aunque la cosecha fue mala, los buenos precios de la patata compensaron la pérdida de producción.

Por su parte, se mantuvieron las producciones de cultivos forrajeros (maíz, etc.), así como también las pequeñas cosechas de cereales y de oleaginosas, como es el caso del girasol.

Además de estas producciones, también se recoge anualmente una pequeña cosecha de fruta, especialmente de pepita, y se produce vino, aunque cada vez menos (160 hectolitros en el año 2018, la mitad que en el año anterior).

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANTABRIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
AVENA	0,06
CARNE DE EQUINO	0,23
CARNE DE VACUNO	10,5
CEBADA	0,2
GIRASOL	0,04
KIWI	0,14
LECHE DE VACA	430,3
MAÍZ FORRAJERO	94
MANZANA DE SIDRA	0,04
PATATAS	3
PUERRO	0,16
VINOS Y MOSTOS	0,6 (miles de hl)

FUENTE: MAPA



La agricultura cántabra se ha ampliado en los últimos años con cultivos como el del kiwi, que se adapta muy bien a las condiciones climáticas de estas tierras. En 2018 la producción se elevó a 140 toneladas.

Respecto al comercio exterior, el valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria fue de 314,6 millones de euros un 3,3% menos que en 2017.

PESCA

Las embarcaciones pesqueras de Cantabria son 133, apenas el 1,4% del total nacional. Su arqueo llega hasta los 7.124 GT (2,1%) y su potencia se acerca a los 24.680 GT (2,3%), mientras que su eslora media ronda los 17,2 metros. La antigüedad promedio de esta flota es de 20 años. La pesca subastada en esta comunidad se concentra principalmente en Santoña (40% del total), seguido por Laredo (19,4%) y San Vicente de la Barquera (16,5%). Además de estos, los otros puertos pesqueros son Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Santander y Suances. Las principales especies capturadas son anchoa, chicharro, sardina, caballa, bonito, merluza y rape. La producción acuícola de peces en Cantabria supera los 1,5 millones de euros y las 18,7 toneladas, mientras que la de crustáceos, moluscos y planta ronda los 370.000 euros y 15,6 toneladas. Las producciones más importantes son las de truchas, doradas, lubinas, rodaballos y ostiones.



La pesca subastada en esta comunidad se concentra principalmente en Santoña (40% del total), seguido por Laredo (19,4%) y San Vicente de la Barquera (16,5%). Además de estos, los otros puertos pesqueros son Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Santander y Suances

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	CANTABRIA Cifra de Negocio	% CANTABRIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.438	1,3
Industria cárnica	33	0,1
Industria de Pescado	197	3,6
Prep./Conservas frutas y hortalizas	2	-
Productos Lácteos	297	3,4
Molinería y almidones	2	0,1
Panadería y pastas alimenticias	174	2,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	578	9,5
Otros productos diversos	9	0,1
Productos alimentación animal	109	0,9
Bebidas Espirituosas	1	0,1
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	1	-

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

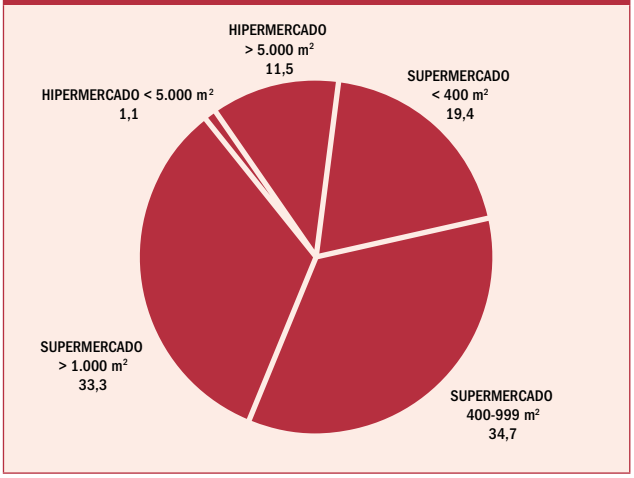
Cantabria tiene 580.300 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km². Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es superior a la media nacional (6,7% superior).
En Cantabria se contabilizan 6.598 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.341. Esta comunidad autónoma cuenta con 420 supermercados y 6 hipermercados. Estos 426 establecimientos ocupan 200.553 m² y generan una densidad comercial de 345,6 m² cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 429 actividades (en torno al 1,0% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	6.598	1.341	258	110	52	6	429
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,2	1,2	2,1	1,8	1,3	1,2	1,0



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CANTABRIA (%)



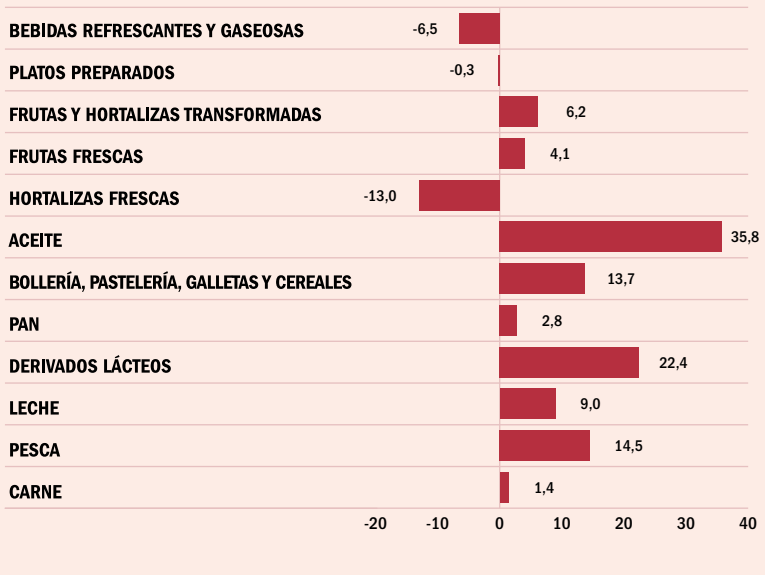
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.576,1 euros (un 5,3% superior a la media nacional). Carne (20,3%), pescado (13,4%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (9,4%), hortalizas frescas (5,7%), pan (4,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2018

SECTOR	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,1	1,5	24,1
CARNE	320,0	20,3	3,6
PESCA	211,1	13,4	8,7
LECHE	52,7	3,3	9,3
DERIVADOS LÁCTEOS	147,6	9,4	18,5
PAN	75,0	4,8	-1,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	65,6	4,2	6,3
CHOCOLATES Y CACAOS	29,9	1,9	17,0
ACEITE	53,1	3,4	53,9
VINO	29,1	1,8	19,6
CERVEZAS	17,4	1,1	-23,9
ZUMO Y NÉCTAR	7,3	0,5	-20,5
PATATAS	24,3	1,5	0,5
HORTALIZAS FRESCAS	89,6	5,7	-12,3
FRUTAS FRESCAS	145,3	9,2	4,2
FRUTOS SECOS	20,7	1,3	-11,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	33,6	2,1	19,8
PLATOS PREPARADOS	54,2	3,4	-13,5
CAFÉS E INFUSIONES	21,3	1,4	-18,6
AGUA MINERAL	11,8	0,8	-9,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,9	2,3	11,4
OTROS PRODUCTOS	105,5	6,7	10,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.576,1**	**100,0**	**5,3**

DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
35 unidades de huevos	3 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
4 kilos de frutas frescas	12 litros de agua mineral
3 kilos de pescado	6 litros de cervezas
8 kilos de derivados lácteos	7 litros de leche semidesnatada
5 kilos de yogur	2 litros de zumo y néctar
2 kilos de carne de vacuno	7 kilo de hortalizas frescas
2 kilos de patatas	1 kilo de carne de pollo
4 litros de aceite	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
6 litros de leche líquida	2 litros de vino sin DOP
1 litros de vinos y derivados	
1 kilo de pan industrial	
2 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en aceite (53,9%), huevos (24,1%), derivados lácteos (-18,5%), vino (19,6%), pescado (8,7%) y frutas y hortalizas transformadas (19,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-20,5%), cervezas (-23,9%), cafés e infusiones (-18,6%) y platos preparados (-13,5%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Cantabria consumió 170 huevos, 46,8 kilos de carne, 26,4 kilos de pescado, 76,1 litros de leche, 43,4 kilos de derivados lácteos, 32,7 kilos de pan, 16,2 litros de aceite, 12,3 litros de cerveza, 49,5 kilos de hortalizas frescas, 94,2 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 50,5 litros de agua embotellada y 37,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pescado (14,5%) aceite (35,8%), derivados lácteos (22,4%), bollería, pastelería, galletas y cereales (13,7%) y frutas frescas (4,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-6,5%), hortalizas frescas (-13,0%), y platos preparados (-0,3%).



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.686 (un 1,3% sobre el total nacional). Respecto a otras comunidades autónomas, Cantabria cuenta con un equipamiento de restaurantes, bares y hoteles reducido (por ejemplo, ocupa el décimo quinto lugar en número de bares y el décimo cuarto en número de restaurantes).

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANTABRIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANTABRIA	3.686	912	2.672	102	15.598
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,2	1,5	0,6	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- PICÓN BEJES-TRESVISO ✪
- QUESO-NATA DE CANTABRIA ✪
- QUESUCOS DE LIÉBANA ✪

MIEL

- MIEL DE LIÉBANA ****

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- CARNE DE CANTABRIA ✪

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- SOBAO PASIEGO ✪

VINOS DE LA TIERRA

- LIÉBANA
- COSTA DE CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- MIEL
- PATATA
- PIMIENTO DE ISLA
- PUERRO
- TOMATE
- QUESO DE OVEJA CURADO
- EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS
- AGUARDIENTE DE ORUJO
- BERZA "ASA DE CÁNTARO"
- LECHE PASTEURIZADA
- CARICO MONTAÑÉS
- ARÁNDANO
- SEMICONSERVA DE FILETES DE ANCHOA EN ACEITE
- LIMÓN
- HUEVOS DE GALLINAS CAMPERAS

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*
**** *Protección nacional transitoria*







PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

Castilla-La Mancha tuvo en 2018 buenas cosechas de cereales y uva de vinificación. Un 70% la Producción Final Agraria (PFA) procede de las producciones vegetales, entre las que destacan las hortalizas (que aportan un 30% de esa Producción Vegetal Final), las frutas y el vino, con porcentajes que rondan el 17% respectivamente.

Expresada en precios básicos, la PFA ascendió en 2018 a 6.326 millones de euros. La Producción Final Vegetal (PFV) contribuyó con 2.923 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 2.350 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 231 millones de euros.

El gasto en consumos intermedios creció en 2018 por el encarecimiento de los fertilizantes, los piensos y el combustible. Finalmente, la Renta Agraria se situó en 2.862 millones de euros.

Castilla-La Mancha es la primera región vitivinícola de España y también de la Unión Europea. En 2018 se llegó a una producción récord de 28,7 millones de hectolitros de vino y mosto, un volumen superior en un 48% al de la campaña precedente, lo que supuso un aumento considerable de valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria.

El sector de las hortalizas también tuvo un buen balance, pues en general las cosechas resultaron mucho mejores que las del año precedente, especialmente las de cebollas, melón y sandía. La cosecha de ajos, una de la más representativas entre las hortalizas, tuvo sin embargo un saldo negativo (en 2017 creció sensiblemente).

La campaña de aceite de oliva (2017/18) fue peor que la anterior, pero la siguiente (2018/19) arrojó muy buenos resultados, con una producción estimada de 182.000 toneladas.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA-LA MANCHA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	181,9 (2018/2019)
AJOS	156,6
ALMENDRA CÁSCARA	69,6
AVENA	407
CEBADA	2430
CEBOLLAS	740
CHAMPIÑÓN	58,6
COLZA	29
GIRASOL	150,7
LECHUGA	62
LENTEJAS	29,4
MAÍZ	245,8
MELOCOTÓN	42,4
MELONES	244,3
PATATAS	72
PIMIENTOS	40,7
SANDÍAS	178,4
TOMATE	81
TRIGO	761,4
VINOS Y MOSTOS	28.746 (miles de hl)
ZANAHORIAS	21
CARNE DE VACUNO	52,7
CARNE DE PORCINO	364,8
CARNE DE OVINO	16,5
CARNE DE AVES	55,4
CARNE DE CONEJO	4,15
LECHE DE CABRA	83,3
LECHE DE OVEJA	145,5
LECHE DE VACA	268
BRÓCOLI	35

FUENTE: MAPA

En general, la campaña de cereales de siembras de invierno fue muy buena, con aumentos en las cosechas de trigo (34%) y cebada (19%). Asimismo, la cosecha de girasol fue un 6% mayor que la de 2017, mientras que la producción de maíz resultó también inferior.

Al igual que el ajo, el champiñón es otra producción agrícola muy representativa de Castilla-La Mancha. En 2018 el balance de este cultivo fue bueno y la cosecha total superó las 58.600 toneladas.

En el mismo sentido, la producción de almendra fue mucho mejor que la del año anterior y entre las frutas de hueso (como por ejemplo el melocotón) se produjeron importantes caídas de cosecha.

Con respecto al sector ganadero, que aporta el 29% de la PFG, el 65% lo aporta la producción de carne y dentro de este grupo la mayor aportación la hace el sector del porcino, seguido del ovino-caprino. En 2018 la producción de carne de porcino se elevó a casi 365.000 toneladas, mientras que la de ovino quedó en 16.500 toneladas.

El otro 35% de la PFG lo aportan los productos animales, liderados por la leche. En general, las producciones de leche en 2018 fueron superiores en volumen y también consiguieron mejores precios, lo que dio lugar a un aumento



de su valor de cara a calcular la renta agraria regional. Así, se produjeron 268.000 toneladas de leche de vaca; 145.000 toneladas de leche de oveja y 83.300 toneladas de leche de cabra.

Por lo que respecta a las exportaciones agroalimentarias, el valor de las ventas superó los 2.566,7 millones de euros, un 2,6% más que un año antes. Las exportaciones agroalimentarias de Castilla-La Mancha representaron el 5,4% del total nacional.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	CASTILLA-LA MANCHA Cifra de Negocio	% CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	7.494	6,7
Industria cárnica	1.995	8,3
Industria de Pescado	97	1,8
Prep./Conservas frutas y hortalizas	390	4,1
Aceites y Grasas	378	3,5
Productos Lácteos	1.285	14,7
Molinería y almidones	196	6,0
Panadería y pastas alimenticias	316	3,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	230	3,8
Otros productos diversos	151	2,3
Productos alimentación animal	500	4,0
Vinos	1.239	18,3
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	101	2,7
Bebidas no alcohólicas	428	8,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla-La Mancha cuenta con 2.027.000 habitantes y 79.409 km² de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional (un 16,8%).

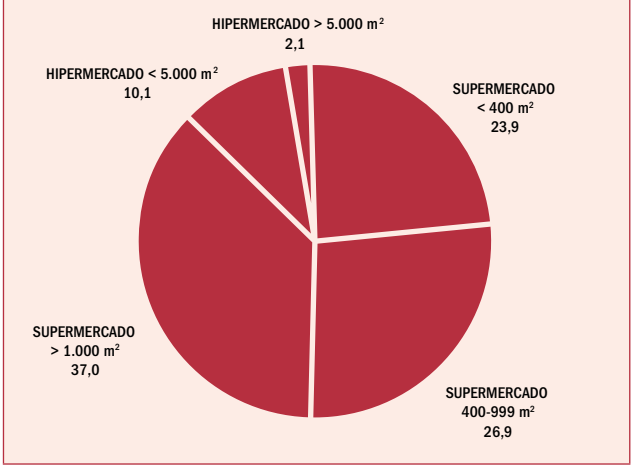
En Castilla-La Mancha hay 24.683 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.675. Toledo tiene el 32,3%; Ciudad Real, el 27,5%; Albacete, el 20,6%; Cuenca, el 11,1%; y Guadalajara, el 8,5%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.166 supermercados y 22 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 579.352 m² y una densidad comercial de 282,8 m² por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 1.969 actividades, un 4,8% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	24.683	4.675	765	241	160	22	1.969
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	4,4	4,2	6,2	4,0	3,9	4,5	4,8



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CASTILLA-LA MANCHA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

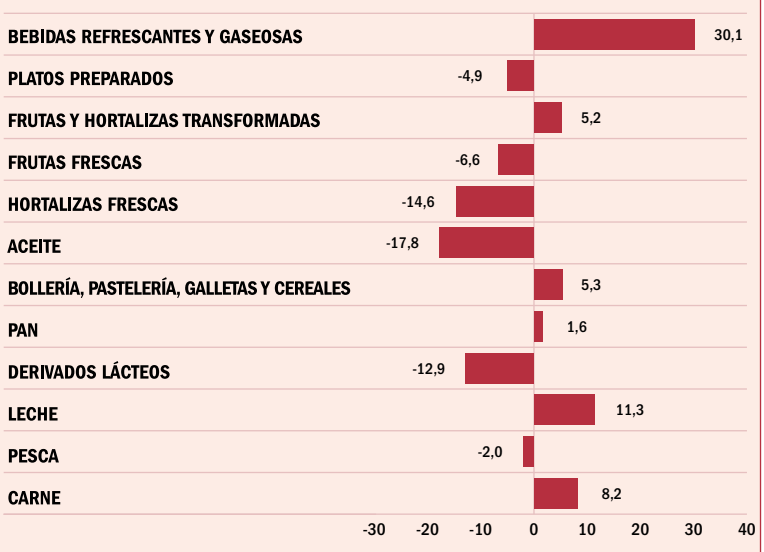
Durante el año 2018, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.343,8 euros (un 10,2% inferior a la media nacional). Carne (23,1%), pescado (13,3%), frutas frescas (8,7%), derivados lácteos (7,2%), pan (5,4%), hortalizas frescas (6,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	15,5	1,2	-19,9
CARNE	309,8	23,1	0,3
PESCA	178,7	13,3	-8,0
LECHE	52,5	3,9	9,0
DERIVADOS LÁCTEOS	96,9	7,2	-22,2
PAN	72,8	5,4	-4,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,5	4,4	-5,2
CHOCOLATES Y CACAOS	21,0	1,6	-17,7
ACEITE	24,2	1,8	-29,9
VINO	12,4	0,9	-49,0
CERVEZAS	23,3	1,7	1,9
ZUMO Y NÉCTAR	7,7	0,6	-15,8
PATATAS	21,0	1,6	-13,1
HORTALIZAS FRESCAS	83,1	6,2	-18,7
FRUTAS FRESCAS	117,5	8,7	-15,7
FRUTOS SECOS	17,4	1,3	-25,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,0	1,9	-7,2
PLATOS PREPARADOS	57,3	4,3	-8,6
CAFÉS E INFUSIONES	18,2	1,4	-30,7
AGUA MINERAL	12,3	0,9	-6,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,8	2,8	14,2
OTROS PRODUCTOS	79,8	5,9	-16,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.343,8**	**100,0**	**-10,2**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CASTILLA-LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
12 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	8 kilos de hortalizas frescas
8 litros de leche esterilizada	6 kilos de frutas frescas
8 litros de leche envasada	14 unidades de huevos
8 litros de leche líquida	5 kilos de derivados lácteos
6 litros de agua mineral	3 kilos de patatas
1 kilos de pan	2 litros de leches fermentadas
4 kilos de carne	2 kilos de queso
1 kilo de carne de cerdo	2 litros de aceite
2 litro de cervezas	2 litros de vino y derivados
2 kilo de carne trasformadas	1 kilo de arroz
	1 kilo de platos preparados

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (14,2%), leche (9,0%), cervezas (1,9%) y carne (0,3%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-49,0%), frutos secos (-25,6%), aceite (-29,9%) y café e infusiones (-30,7%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 121 huevos, 50,0 kilos de carne, 22,6 kilos de pescado, 77,7 litros de leche, 30,9 kilos de derivados lácteos, 32,3 kilos de pan, 9,8 litros de aceite, 20,5 litros de cerveza, 48,6 kilos de hortalizas frescas, 84,5 kilos de frutas frescas, 13,9 kilos de platos preparados, 68,8 litros de agua embotellada y 51,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla-La Mancha se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (30,1%), leche (11,3%), bollería, pastelería y cereales (5,3%), frutas y hortalizas transformadas (5,2%) y carne (8,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-14,6%), aceite (-17,8%), derivados lácteos (-12,9%), frutas frescas (-6,6%) y platos preparados (-4,9%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 10.458 (un 3,7% sobre el total nacional) y se distribuyen principalmente en Toledo (31,0%), Ciudad Real (24,4%) y Albacete (20,5%). Castilla-La Mancha ocupa el noveno lugar en número de bares y el décimo en plazas hoteleras. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA-LA MANCHA	10.458	2.015	7.896	547	32.084
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	3,7	2,6	4,3	3,2	2,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ALMANSA
- JUMILLA **
- LA MANCHA
- MANCHUELA
- MÉNTRIDA
- MONDÉJAR
- UCLÉS
- RIBERA DEL JÚCAR
- VALDEPEÑAS

PAGOS

- CALZADILLA
- CAMPO DE LA GUARDIA
- CASA DEL BLANCO
- DEHESA DEL CARRIZAL
- DOMINIO DE VALDEPUSA
- FINCA ÉLEZ
- GUIJOSO
- PAGO FLORENTINO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- CARNE DE ÁVILA **/✪
- CORDERO MANCHEGO ✪
- CORDERO SEGUREÑO **/✪

HORTALIZAS

- AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS ✪
- BERENJENA DE ALMAGRO ✪
- MELÓN DE LA MANCHA ✪

TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

- MAZAPÁN DE TOLEDO ✪

HARINAS

- PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL ✪

VINOS

- VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA









DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

- ACEITE CAMPO DE CALATRAVA ✪
- ACEITE CAMPO DE MONTIEL ✪
- ACEITE DE LA ALCARRIA ✪
- MONTES DE TOLEDO ✪

QUESOS

- QUESO MANCHEGO ✪

CONDIMENTOS

- AZAFRÁN DE LA MANCHA ✪

JAMONES

- GUIJUELO **/✪

MIEL

- MIEL DE LA ALCARRIA ✪

ARROCES

- CALASPARRA **/✪

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- JAMÓN SERRANO ✪

MARCA DE CALIDAD

- ACEITE CAMPO DE HELLÍN
- ACEITE VALLE DE LA ALCUDIA
- ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ
- CEBOLLA DE LA MANCHA
- CORDERO DE LA ALCARRIA
- CUEVA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA-LA MANCHA

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
**** Denominación en proyecto*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor alcanzado por la Renta Agraria de Castilla y León en 2018 fue de 2.771 millones de euros. Esta cifra, mucho mayor que el del año precedente, fue consecuencia de la buena marcha de la Producción Final Vegetal (PFV), con los cereales a la cabeza, que en el ejercicio anterior perdieron mucho valor como consecuencia de la sequía.

Más en concreto, la Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 6.291 millones de euros, de los que 2.923 millones de euros correspondieron a la PFV y 2.998 millones a la Producción Final Ganadera (PFG).

La aportación a la renta de los servicios y las otras producciones agrarias rondó los 3.570 millones de euros.

Como suele ser habitual, los cereales generaron el 50% de la PFA. En 2018 su valor fue de 1.456 millones de euros, muy por encima del año anterior. El segundo grupo de cultivos en importancia económica fueron las plantas industriales, en el que se incluyen la remolacha y las oleaginosas. En 2018 este grupo generó unos ingresos aproximados a los 308 millones de euros, y justo por detrás de ellos se situaron los cultivos forrajeros.

El sector vitivinícola es el cuarto en importancia, de cara al cálculo de la renta agraria regional. Este subsector alcanzó en 2018 un valor, a efectos de la renta, de casi 243 millones de euros. Por su lado, en la vendimia de 2018 se superaron los 2,3 millones de hectolitros, que en su mayor parte fueron producidos en bodegas amparadas por alguna de las denominaciones de origen de la región.

Entre las hortalizas y tubérculos destacó la cosecha de patata, que superó las 811.000 toneladas, un volumen inferior al del año precedente. Otros cultivos hortícolas importantes para la región fueron las cebollas, las zanahorias y los ajos.

Castilla y León tiene también una pequeña producción de aceite de oliva, que cada año se va incrementando poco a poco. En la campaña 2018/19 se produjeron en la región 930 toneladas, casi la mitad que en la campaña anterior que fue muy buena.

De cara a la renta agraria, la importancia de la agricultura y de la ganadería en la región está muy equilibrada. El sector ganadero que más aportó a al renta agraria regional fue el porcino con un valor de 1.096 millones de euros, el 36% de todo el valor generado por la PFG. El segundo fue



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA Y LEÓN

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	0,93 (2018/2019)
AJOS	19,7
ALUBIA-JUDÍAS SECA	10,7
AVENA	221,7
CEBADA	973
CEBOLLAS	64
COLZA	52
GARBANZOS	8,7
GIRASOL	409,5
GUISANTES SECOS	76,6
LECHUGAS	13,7
LENTEJAS	12,5
MAÍZ	932
MANZANAS MESA	48,5
PATATAS	811
PUERRO	37,6
REMOLACHA AZUCARERA	1.908
TRIGO	1.505
VINOS Y MOSTOS	2.332 (miles de hl)
ZANAHORIAS	187,8
CARNE DE AVES	115,7
CARNE DE CAPRINO	0,9
CARNE DE CONEJO	11,3
CARNE DE OVINO	28,57
CARNE DE PORCINO	633,2
CARNE DE VACUNO	111,2
LECHE DE CABRA	28,1
LECHE DE OVEJA	297
LECHE DE VACA	909,2

FUENTE: MAPA

el vacuno de carne (646 millones de euros) y el tercero, el sector de la producción de leche (vaca, oveja y cabra), que generó en 2018 un monto de 545 millones de euros.
Por su lado, la producción de leche de vaca aumentó respecto a 2017 y ascendió a 909.000 toneladas, el 13% de la producción nacional.

La producción de leche de vaca aumentó respecto a 2017 y ascendió a 909.000 toneladas, el 13% de la producción nacional.
También se produjeron 297.000 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España, aunque fue inferior a la de un año antes)

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	CASTILLA Y LEÓN Cifra de Negocio	% CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	9.676	8,7
Industria cárnica	2.425	10,1
Industria de Pescado	251	4,7
Prep./Conservas frutas y hortalizas	520	5,5
Aceites y Grasas	29	0,3
Productos Lácteos	1.476	16,8
Molinería y almidones	331	10,2
Panadería y pastas alimenticias	1.305	16,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	602	9,9
Otros productos diversos	395	5,9
Productos alimentación animal	1.323	10,7
Vinos	759	0,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	24	0,7
Bebidas no alcohólicas	173	3,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

También se produjeron 297.000 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España, aunque fue inferior a la de un año antes) y 28.100 toneladas de leche de cabra, muy por debajo de 2017.
También fueron importantes las aves y los huevos en su conjunto, que alcanzaron un valor total de 434 millones de euros.
Con respecto al comercio exterior, las exportaciones agrarias de Castilla y León crecieron un 7,3% en 2018 hasta alcanzar un valor de 2.110,8 millones de euros (el 4,5% del total nacional). ●



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla y León tiene 2.410.000 habitantes y una extensión de 93.900 km², un 5,2% y un 18,6% sobre el total nacional, respectivamente. León, Valladolid, Salamanca y Burgos son las cuatro provincias que superan los 300.000 habitantes. En función del gasto medio por persona, y comparado con los niveles nacionales, Castilla y León tiene un poder de compra ligeramente inferior a la media nacional (cerca de 1,5 puntos).

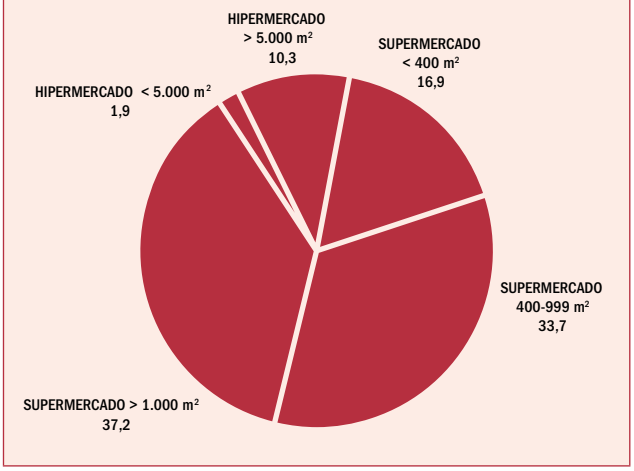
En Castilla y León se cuantifican 6.487 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valladolid tiene el 20,0%; León llega al 19,1%; Salamanca cuenta con un 13,9%; Burgos tiene el 14,3%; Palencia un 7,0%; Ávila un 7,3%; Zamora un 8,0%; Segovia un 6,7%; y, por último, Soria un 3,7%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.213 supermercados y 23 hipermercados (estos 1.236 establecimientos ocupan 689.748 m² y suponen una densidad comercial de 286,3m² por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.752 actividades de comercio ambulante y mercadillos, cerca del 4,2% en el total nacional. ○

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	30.215	6.487	663	360	190	23	1.752
CASTILLA Y LEÓN /ESPAÑA (%)	5,3	5,9	5,4	6,0	4,6	4,7	4,2



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)



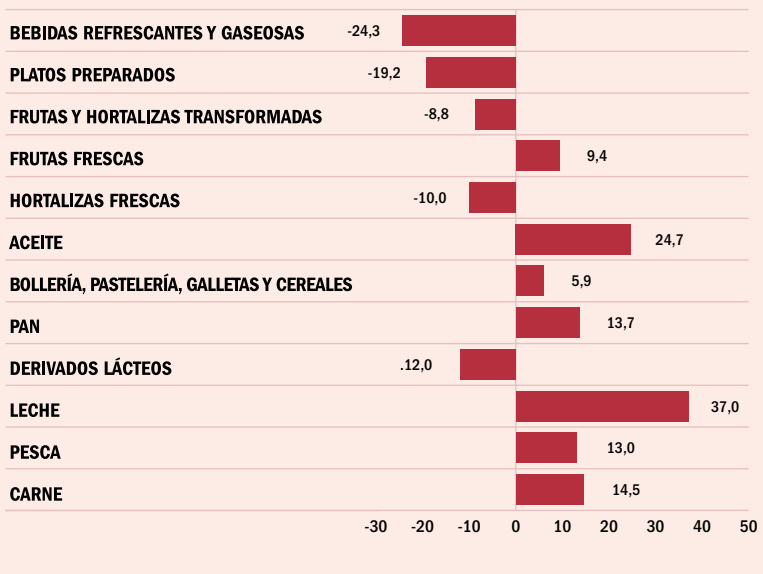
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.481,4 euros (un 1,0% inferior a la media nacional). Carne (23,9%), pescado (14,1%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (7,1%), pan (5,6%), hortalizas frescas (6,0%) y leche (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,5	1,3	0,5
CARNE	353,7	23,9	14,5
PESCA	209,3	14,1	7,8
LECHE	64,3	4,3	33,4
DERIVADOS LÁCTEOS	105,0	7,1	-15,7
PAN	82,6	5,6	8,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	59,8	4,0	-2,9
CHOCOLATES Y CACAOS	24,8	1,7	-2,7
ACEITE	41,5	2,8	20,2
VINO	17,7	1,2	-27,4
CERVEZAS	16,4	1,1	-28,5
ZUMO Y NÉCTAR	7,0	0,5	-23,7
PATATAS	18,1	1,2	-25,2
HORTALIZAS FRESCAS	89,1	6,0	-12,8
FRUTAS FRESCAS	144,3	9,7	3,5
FRUTOS SECOS	20,0	1,4	-14,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,5	1,7	-8,9
PLATOS PREPARADOS	49,5	3,3	-21,0
CAFÉS E INFUSIONES	19,9	1,3	-24,0
AGUA MINERAL	8,4	0,6	-35,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	24,0	1,6	-27,4
OTROS PRODUCTOS	80,9	5,5	-15,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.481,4**	**100,0**	**-1,0**

DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (33,4%), aceite (20,2%), carne (14,5%), pescado (7,8%) y pan

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
26 litros de leche	11 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
9 unidades de huevos	16 litros de agua mineral
9 kilos de frutas frescas	6 kilos de hortalizas frescas
9 kilos de derivados lácteos	6 kilos de patatas
7 kilos de carne fresca	6 litros de cerveza
4 kilos de pan	4 kilos de derivados lácteos
3 kilos de pescado fresco	3 kilos de platos preparados
3 litros de aceite	1 kilo de batidos de leche
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de queso
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de pan industrial
1 kilo de azúcar	1 kilo de arroz
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	2 litro de zumo y néctar
1 litro de gaseosas	

(8,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-27,4%), cervezas (-28,5%), agua mineral (-35,7%), zumo y néctar (-23,7%), patatas (-25,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-27,4%) y platos preparados (-21,0%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Castilla y León consumió 144 huevos, 52,9 kilos de carne, 26,1 kilos de pescado, 95,7 litros de leche, 31,2 kilos de derivados lácteos, 36,1 kilos de pan, 14,9 litros de aceite, 12,5 litros de cerveza, 51,2 kilos de hortalizas frescas, 99,0 kilos de frutas frescas, 11,9 kilos de platos preparados, 46,4 litros de agua embotellada y 30,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla y León se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (37,0%), aceite (24,7%), pan (13,7%), carne (14,5%) y pescado (13,0%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-24,3%), platos preparados (-19,2%), hortalizas frescas (-10,0%), derivados lácteos (-12,0%), y frutas y hortalizas transformadas (-8,8%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 16.507 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 5,9% sobre el conjunto del país, lo que sitúa a Castilla y León como la sexta comunidad autónoma con mayor número de establecimientos. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Castilla y León ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA Y LEÓN	16.507	2.767	13.248	492	57.711
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,9	3,5	7,2	2,9	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ARLANZA
- ARRIBES
- BIERZO
- CIGALES
- RIBERA DEL DUERO
- RUEDA
- TIERRA DE LEÓN
- TIERRA DEL VINO DE ZAMORA
- TORO

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

- GUIJUELO **/✪

QUESOS

- QUESO ZAMORANO ✪

FRUTAS

- MANZANA REINETA DEL BIERZO ✪

PRODUCTOS LÁCTEOS

- MANTEQUILLA DE SORIA ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

LEGUMBRES

- ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN ✪
- GARBANZO DE FUENTESAÚCO ✪
- JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA ✪
- LENTEJA DE LA ARMUÑA ✪
- LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS ✪

HORTALIZAS

- PIMIENTO ASADO DEL BIERZO ✪
- PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE ✪

EMBUTIDOS

- BOTILLO DEL BIERZO ✪
- CHORIZO DE CANTIMPALOS

SALAZONES

- CECINA DE LEÓN ✪

BOLLERÍA Y DULCES

- MANTECADAS DE ASTORGA ✪

QUESOS

- QUESO DE VALDEÓN ✪
- QUESO LOS BEYOS **

CARNES

- CARNE DE ÁVILA **/✪
- CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA ✪
- LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN ✪
- TERNERA DE ALISTE

MARCAS DE CALIDAD

CARNES

- CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
- COCHINILLO DE SEGOVIA
- LECHAZO DE LA MESETA CASTELLANOLEONESA
- TERNERA CHARRA

BOLLERÍA Y DULCES

- TORTA ARANDA
- HORNAZO DE SALAMANCA

VINOS

- VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

HARINAS Y DERIVADOS

- HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
- PAN DE VALLADOLID

FRUTAS Y HORTALIZAS

- AJO DE VALLELADO
- CASTAÑA DEL BIERZO
- CEREZA DE LAS CADERECHAS
- ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO
- PERA CONFERENCIA DEL BIERZO
- MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS
- LECHUGA DE MEDINA
- SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

LEGUMBRES

- GARBANZO DE PEDROSILLO
- JUDIÓN DE LA GRANJA

SALAZONES Y EMBUTIDOS

- CECINA DE VILLARRAMIEL
- CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
- CHORIZO ZAMORANO
- IBÉRICOS DE SALAMANCA
- CHORIZO DE LEÓN
- TORREZNO DE SORIA

QUESOS

- QUESO CASTELLANO
- QUESO ARRIBES DE SALAMANCA





AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSEJO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE LA TIERRA

- VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

- SIERRA DE SALAMANCA
- VALLES DE BENAVENTE
- VALTIENDAS

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña, medido a precios básicos, ascendió en 2018 a 4.950 millones de euros, de acuerdo con estimaciones realizadas. La Producción Final Vegetal (PFV) aportó a la PFA 1.995 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) 2.840 millones de euros.

El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector servicios agrarios (unos 119 millones de euros aproximadamente). Los precios de los consumos intermedios, especialmente los de los piensos animales y fertilizantes, subieron considerablemente.

Una vez descontados los consumos intermedios se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió en 2018 a 2.380 millones de euros.

El sector ganadero lidera la PFA catalana, aportando el 60% del total. El sector que lidera la producción ganadera catalana es, con mucha diferencia respecto al resto, el sector del porcino, pues aporta el 58% de toda la PFG. En 2018 se produjo una caída importante de los precios en el sector del porcino de carne, que se vio compensada por un aumento de la producción, que llegó a superar los 1,8 millones de toneladas, un 4% más que en el año anterior. Cataluña aportó un 41% de la producción total de España en 2018.

Por detrás del sector porcino, y a mucha diferencia, se situó el sector de la carne de aves, con una producción de 391.000 toneladas en 2018, y tras éste, el de la carne de vacuno con 136.600 toneladas.

La producción de leche de vaca retrocedió tras varios años de crecimiento continuado. Finalmente se produjeron 742.500 toneladas, el 10,4% de la producción nacional total.

Por su parte, en la PFV -que representa el 34% de la PFA regional- la producción de frutas es la más destacada (37% de la PFV), por delante de la de hortalizas y cereales.

La cosecha de estos últimos fue especialmente buena, pues se registraron incrementos del 18% en el caso de la cebada (que es la mayor cosecha) o del 25% en el del trigo.

Las frutas, que son el subsector que encabeza la PVF, tuvieron un balance desigual, pues las cosechas de hueso fueron mejores (melocotón y nectarina especialmente), mientras que las de pepita (manzana y pera) y la de naranja dulce resultaron peor que un año antes.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CATALUÑA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	20,6 (2018/2019)
ACEITUNA DE MESA	123,7 (2018/2019)
ALCACHOFAS	9
ALMENDRAS CÁSCARA	16,3
ARROZ CÁSCARA	150,1
AVELLANA CÁSCARA	4,9
CALABACÍN	8,5
CEBADA	715,1
CEBOLLAS	34
CEREZAS	8,8
COLIFLORES	7,6
COLZA	36
JUDÍAS VERDES	5,6
LECHUGAS	22,5
MAÍZ	320
MANDARINAS	69,2
MANZANA DE MESA	273,1
MELOCOTONES	247,6
MELONES	5,5
NARANJAS	23,2
NECTARINAS	185,2
PATATAS	19,4
PERAS	135,7
PIMIENTOS	7
SANDÍAS	8,1
TOMATES	46
TRIGO	380,6
VINOS Y MOSTOS	3.344,5 (miles de hl.)
CARNE DE VACUNO	136,6
CARNE DE PORCINO	1.868
CARNE DE EQUINO	1,7
CARNE DE CAPRINO	0,55
CARNE DE CONEJO	13,6
CARNE DE AVES	391,2
CARNE DE OVINO	17,7
CARNE DE CAPRINO	0,55
LECHE DE OVEJA	0,9
LECHE DE CABRA	5,4
LECHE DE VACA	742,5

FUENTE: MAPA

Las hortalizas en general tuvieron también un mal año, con pérdidas importantes de cosecha en el caso de las verduras de ensalada (tomates, lechuga y cebolla) o de las judías verdes. Igualmente, también fue mucho menor la cosecha de patata.

En 2018 se produjeron 3,3 millones de hectolitros de vino y mosto en Cataluña, por encima del año anterior. En el mismo sentido, la producción de aceite (campaña 2017/2018) resultó mucho mejor que la anterior, pero en la siguiente campaña se redujo la producción.

En cuanto al comercio exterior agroalimentario, en 2018 se registró un retroceso de las exportaciones agroalimentarias del orden del 2,3% hasta alcanzar un valor de 9.842,3 millones de euros, el 20,8% del total nacional.

PESCA

La flota pesquera catalana está compuesta por 727 embarcaciones, lo que representa el 7,9% del total español. Su arqueo llega a 19.646 GT (5,9%) y su potencia a los 115.656 CV (10,9%), mientras que su eslora media se sitúa en 13,9 metros. La antigüedad promedio de todas estas embarcaciones llega hasta los 31 años. Las capturas de la flota pesquera de Cataluña llegaron en 2018 a 26.857 toneladas, entre las que destacan el boquerón, la sardina, el rape, la merluza y el salmonete. En esta comunidad autónoma hay 40 puertos pesqueros y 24 lonjas de primera venta, pero los puertos más importantes son los de Tarragona, Vilanova y la Geltrú, Barcelona y Blanes. Las producciones acuícolas catalanas llegaron durante 2018 hasta las 8.435 toneladas, un 17,2% más que en el ejercicio anterior. Las producciones acuícolas de peces rondaron las 4.980 toneladas y las de moluscos otras 3.455 toneladas. Destacan las producciones de mejillón (3.200 toneladas) y trucha (1.995 toneladas).

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	CATALUÑA Cifra de Negocio	% CATALUÑA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	26.288	23,6
Industria cárnica	8.452	35,1
Industria de Pescado	236	4,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	983	10,4
Aceites y Grasas	2.288	21,2
Productos Lácteos	889	10,1
Molinería y almidones	561	17,2
Panadería y pastas alimenticias	1.673	20,7
Azúcar, café, infusiones y confitería	2.413	39,9
Otros productos diversos	2.023	30,3
Productos alimentación animal	3.893	31,4
Vinos	1.324	19,6
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	258	6,9
Bebidas no alcohólicas	957	18,6

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

En 2018 se produjeron 3,3 millones de hectolitros de vino y mosto en Cataluña, por encima del año anterior. En el mismo sentido, la producción de aceite (campaña 2017/2018) resultó mucho mejor que la anterior, pero en la siguiente campaña se redujo la producción





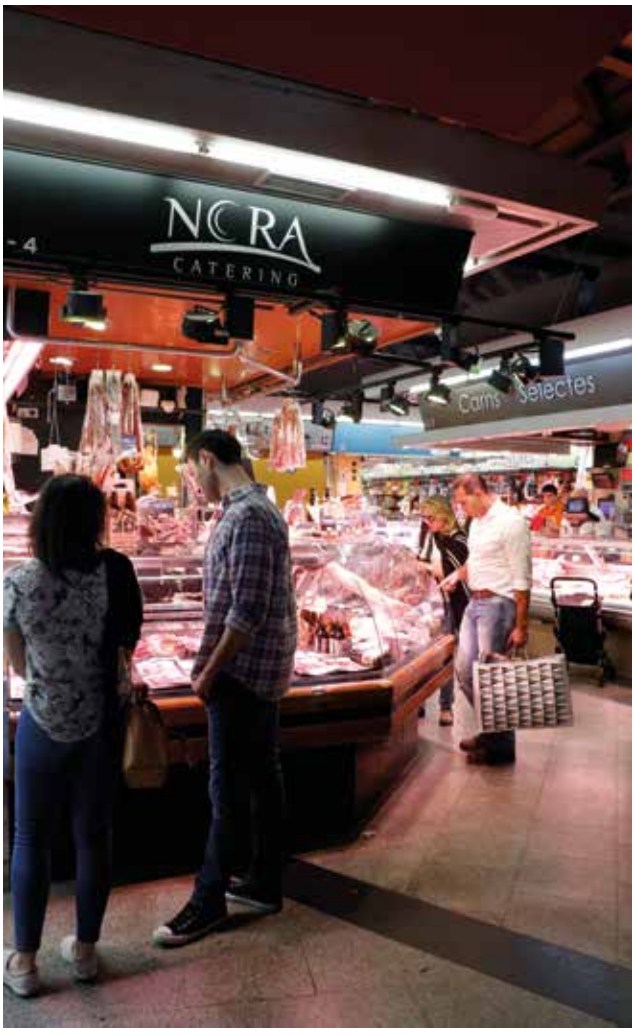
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –7.600.000, un 16,3% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km². El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está un 9,5% por encima de la media nacional.

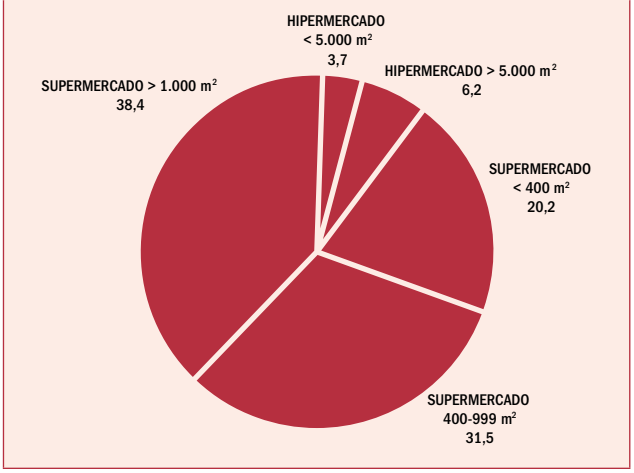
Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 20.493 (un 18,6% sobre el total nacional); Barcelona tiene el 72,8%; Girona, el 11,4%; Tarragona, el 9,9%; y Lleida, el 5,9%. Cataluña cuenta con 3.925 supermercados y 69 hipermercados; estos 3.994 establecimientos ocupan 2.181.038 m² y suponen una densidad comercial de 287,0 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 6.944, un 16,8% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	92.711	20.493	2.232	1.050	643	69	6.944
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,4	18,6	18,2	17,6	15,6	14,2	16,8



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CATALUÑA (%)



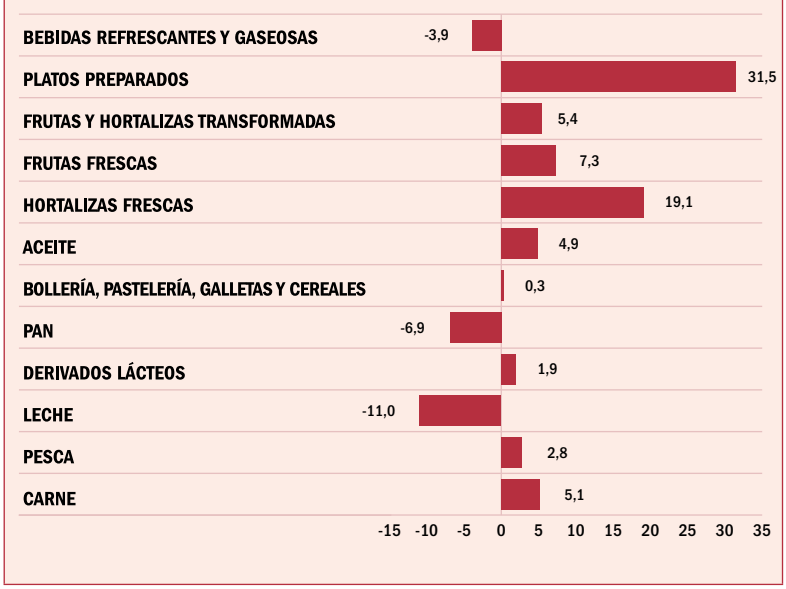
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.717,5 euros (un 14,7% superior a la media nacional). Carne (20,5%), pescado (12,8%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (8,1%), hortalizas frescas (7,4%), pan (4,6%) y platos preparados (4,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.
En comparación con la media nacional, los consumidores de Cataluña cuentan con un gasto superior en agua mi-

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,8	1,2	7,0
CARNE	352,5	20,5	14,1
PESCA	219,1	12,8	12,8
LECHE	44,0	2,6	-8,7
DERIVADOS LÁCTEOS	139,3	8,1	11,9
PAN	78,8	4,6	3,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,0	4,0	11,8
CHOCOLATES Y CACAOS	26,6	1,5	4,2
ACEITE	38,4	2,2	11,4
VINO	35,2	2,0	44,5
CERVEZAS	25,1	1,5	9,4
ZUMO Y NÉCTAR	10,8	0,6	17,8
PATATAS	28,1	1,6	16,0
HORTALIZAS FRESCAS	126,4	7,4	23,7
FRUTAS FRESCAS	157,3	9,2	12,8
FRUTOS SECOS	28,7	1,7	23,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,4	1,8	8,6
PLATOS PREPARADOS	84,4	4,9	34,6
CAFÉS E INFUSIONES	35,7	2,1	36,2
AGUA MINERAL	19,6	1,1	49,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,9	2,0	5,6
OTROS PRODUCTOS	112,5	6,5	18,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.717,5**	**100,0**	**14,7**

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
23 litros de agua mineral	8 litros de leche líquida
11 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche desnatada
7 kilos de frutas frescas	2 litros de leche semidesnatada
5 kilos de platos preparados	2 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 unidades de huevos	2 kilos de pan
4 litros de vino y derivados	1 litros de cerveza
3 kilos de carne fresca	
2 litros de vinos sin Denominación de Origen	
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	
1 kilo de pastas alimenticias	
1 kilo de carne de cerdo	
1 kilo de aceitunas	

neral (49,4%), vino (44,5%), platos preparados (34,6%) y cafés e infusiones (36,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-8,7%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Cataluña consumió 141 huevos, 48,5 kilos de carne, 23,7 kilos de pescado, 62,2 litros de leche, 36,2 kilos de derivados lácteos, 29,6 kilos de pan, 12,5 litros de aceite, 17,4 litros de cerveza, 67,7 kilos de hortalizas frescas, 97,1 kilos de frutas frescas, 19,3 kilos de platos preparados, 85,9 litros de agua embotellada y 38,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (31,5%), hortalizas frescas (19,1%), frutas frescas (7,3%), carne (5,1%) y frutas y hortalizas transformadas (5,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-11,0%), bebidas refrescantes y gaseosas (-3,9%) y pan (-6,9%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 44.036 locales –un 15,8% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 69,5% para Barcelona, 12,2% para Girona, 12,1% para Tarragona y 6,2% para Lleida. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CATALUÑA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CATALUÑA	44.036	15.031	25.645	3.360	247.085
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	15,8	19,0	14,0	19,6	16,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ALELLA
- CATALUÑA
- CAVA **
- CONCA DE BARBERÀ
- COSTERS DEL SEGRE
- EMPORDÀ
- PENEDÈS
- PLA DE BAGES
- PRIORAT (DOCa)
- TARRAGONA
- TERRA ALTA
- MONTSANT

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- POLLASTRE I CAPÓ DEL PRAT ✪ (POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)
- VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS ✪ (TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES) ✪
- GALL DEL PENEDES ✪

EMBUTIDOS

- LLONGANISSA DE VIC ✪ (SALCHICHÓN DE VIC)

FRUTAS

- POMA DE GIRONA ✪ (MANZANA DE GIRONA)
- CLEMENTINES DE LES TERRES DE L' EBRE ✪ (CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

HARINAS

- PA DE PAGÈS CATALÀ ✪

HORTALIZAS

- CALÇOT DE VALLS ✪
- PATATES DE PRADES ✪ (PATATAS DE PRADES)

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

- TORRÓ D'AGRAMUNT ✪ (TURRÓN DE AGRAMUNT)



INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- RATAFÍA CATALANA ✪
- BRANDY DEL PENEDÉS ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- ACEITUNAS
- CÍTRICOS
- FRUTAS DE PEPITA
- FRUTOS SECOS
- FRUTA DE HUESO
- PRODUCTOS HORTÍCOLAS
- PRODUCTOS DE LA VIÑA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ AGRÀRIA ECOLÒGICA

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA

MARCA «Q»

- BOMBONES DE CHOCOLATE
- CAPÓN
- CERDO
- CONEJO
- CORDERO
- GALLETAS
- PESCADO AZUL
- POLLO
- QUESO
- TERNERA
- TURRONES DE PRALINÉ Y TRUFADOS DE CHOCOLATE





DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

- LES GARRIGUES ✪
- SIURANA ✪
- OLI DE TERRA ALTA ✪ (ACEITE DE TERRA ALTA)
- OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ ✪ (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)
- OLI DE L'EMPORDÀ ✪ (ACEITE DEL EMPORDÁ)

ARROCES

- ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE ✪ (ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

FRUTAS

- PERA DE LLEIDA ✪

FRUTOS SECOS

- AVELLANA DE REUS ✪

QUESOS

- FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA CERDANYA ✪ (QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

PRODUCTOS LÁCTEOS

- MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA CERDANYA ✪ (MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

LEGUMBRES

- MONGETA DEL GANXET ✪
- FESOLS DE SANTA PAU ✪

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

- PANELLETS ✪
- JAMÓN SERRANO ✪

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE
DOCa: Denominación de Origen Calificada

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad de Madrid ascendió en 2018 a 278 millones de euros, de los que 123 millones de euros correspondieron a la aportación de la Producción Final Vegetal (PFV) y 138 a las producciones ganaderas (PFG). El resto de la PFA (17 millones de euros) son aportaciones de otras producciones y servicios agrarios.

Considerados los consumos intermedios, añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones no vinculadas a los productos agrícolas y ganaderos, resultó una Renta Agraria cercana a los 154 millones de euros expresados a precios corrientes.

A nivel de Renta Agraria, el sector ganadero aporta anualmente el 60% de la PFA y el agrícola el 40% restante. Dentro de la ganadería destaca la producción de carne, y dentro de ésta, el sector del vacuno lidera con mucha diferencia respecto al resto.

En el año 2018, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid ascendió a 33.800 toneladas y los precios de estas producciones se mantuvieron prácticamente estables. El valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria regional se acercó a los 70 millones de euros.

El segundo sector en importancia económica dentro de la PFG es el de la leche, que aportó más de 31 millones de euros a la renta agraria regional En la campaña 2018 aumentó la producción de leche de vaca hasta las 59.800 toneladas y también subieron los precios (un 1,8% como media), por lo que el balance final resultó muy positivo.

También la producción de carne de ovino y caprino es importante en Madrid, pues el cuarto sector que más aporta a la renta agraria regional, por detrás de la carne de vacuno, la leche y la producción de huevos.

Las cosechas de cereal fueron mucho mejores que las del año precedente y la de hortalizas no variaron mucho, pues en el año anterior tampoco cayeron como consecuencia de la sequía Entre todas las producciones hortícolas destacaron la cebollas (más de 16.000 toneladas producidas), los melones (7.600 toneladas) y los pepinos (5.000 toneladas).

Por su lado, la producción de vino y mosto aumentó un 58% y llegó a 120.000 hectolitros, de los que más de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	6,4 (2018/2019)
CEBADA	86,3
CEBOLLAS	16
MAÍZ	72,2
MELONES	7,6
PATATAS	3
PEPINO	4,9
TRIGO	65,7
VINOS Y MOSTOS	120 (miles de hl)
CARNE DE OVINO	1,2
CARNE DE CAPRINO	0,26
CARNE DE PORCINO	66,4
CARNE DE VACUNO	33,8
CARNE DE AVES	54,4
LECHE DE VACA	59,8
LECHE DE OVEJA	12,5
LECHE DE CABRA	5,6

FUENTE: MAPA



la mitad fueron vino amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Vinos de Madrid.

En 2018 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de Madrid y alcanzaron un valor de 1.619 millones de euros, con un crecimiento del 4,6% respecto al año anterior.



En el año 2018, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid ascendió a 33.800 toneladas y los precios de estas producciones se mantuvieron prácticamente estables. El valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria regional se acercó a los 70 millones de euros

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MADRID

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	MADRID Cifra de Negocio	% MADRID/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	5.866	5,3
Industria cárnica	1.543	6,4
Industria de Pescado	60	1,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	78	0,8
Aceites y Grasas	112	1,0
Productos Lácteos	590	6,7
Molinería y almidones	50	1,5
Panadería y pastas alimenticias	854	10,5
Azúcar, café, infusiones y confitería	134	2,2
Otros productos diversos	337	5,1
Productos alimentación animal	574	4,6
Vinos	94	1,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	1.400	37,3
Bebidas no alcohólicas	3	0,1

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.578.000 habitantes que tiene representan un 14,1% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km², aproximadamente, unos 811. La distribución de los ingresos, en función del gasto medio por persona, indica que el poder de compra de los madrileños es superior a la media nacional en 16,9 puntos.

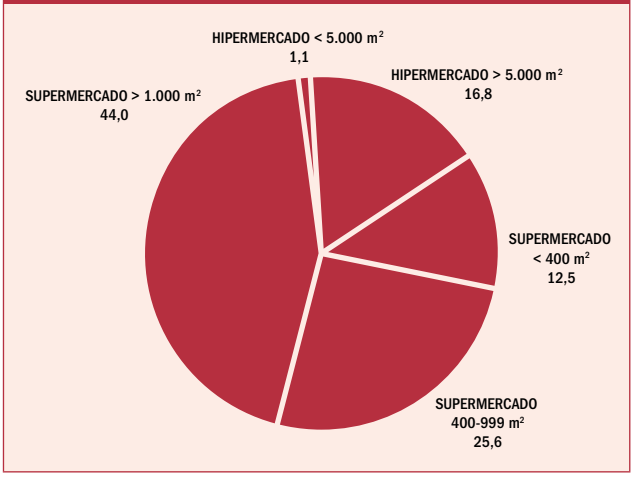
En esta comunidad autónoma se alcanzan 11.720 establecimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 2.033 establecimientos que suponen 1.492.944 m²; con ello, la densidad comercial llega a los 227,0 m² por cada 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional-. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.860, un 6,9% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. MADRID	65.969	11.720	909	599	469	56	2.860
C. MADRID/ESPAÑA (%)	11,6	10,6	7,4	10,0	11,4	11,5	6,9



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA COMUNIDAD DE MADRID (%)



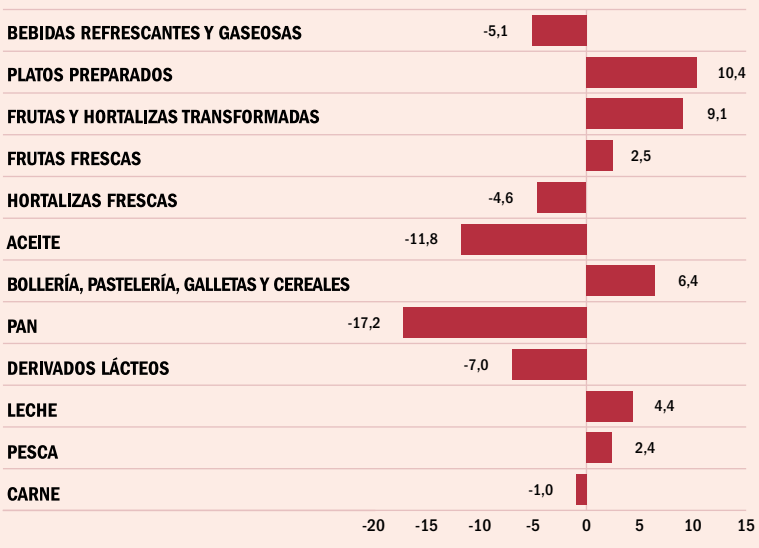
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.495,8 euros (un 0,1% inferior a la media nacional). Carne (21,7%), pescado (13,9%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (6,6%), platos preparados (4,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,8	1,2	-8,2
CARNE	325,0	21,7	5,2
PESCA	207,8	13,9	7,0
LECHE	50,4	3,4	4,5
DERIVADOS LÁCTEOS	118,3	7,9	-5,0
PAN	61,1	4,1	-19,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	65,0	4,3	5,5
CHOCOLATES Y CACAOS	23,0	1,5	-9,9
ACEITE	33,0	2,2	-4,5
VINO	24,3	1,6	0,0
CERVEZAS	26,1	1,7	13,8
ZUMO Y NÉCTAR	9,0	0,6	-2,2
PATATAS	21,5	1,4	-11,0
HORTALIZAS FRESCAS	98,0	6,6	-4,1
FRUTAS FRESCAS	144,1	9,6	3,3
FRUTOS SECOS	21,4	1,4	-8,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,7	2,1	9,6
PLATOS PREPARADOS	68,7	4,6	9,6
CAFÉS E INFUSIONES	24,9	1,7	-5,1
AGUA MINERAL	5,2	0,3	-60,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,8	2,2	-0,8
OTROS PRODUCTOS	87,8	5,9	-7,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.495,8**	**100,0**	**-0,1**

DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
3 litros de leche líquida	44 litros de agua mineral
3 litros de leche esterilizada	8 unidades de huevos
1 litros de leche entera	6 kilos de pan fresco y congelado
3 litros de leche envasada	2 kilos de patatas
2 kilos de frutas frescas	2 kilos de derivados lácteos
2 kilos de platos preparados	3 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carne de vacuno	1 litro de aceite
1 kilo de pescado fresco	2 kilos de carne de cerdo
1 kilo de pan industrial	1 litro de vino y derivados
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de yogur
1 litro de cervezas	1 kilo de queso
1 kilo de frutas y hortalizas transformadas	2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas
1 kilo de chocolate y cacao	

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (9,6%), cervezas (13,8%), frutas y hortalizas transformadas (9,6%), pesca (7,0%) y carne (5,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-60,6%), pan (-19,7%), patatas (-11,0%) y chocolates y cacaos (-9,9%). En términos medios, durante el año 2018 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 127 huevos, 45,7 kilos de carne, 23,6 kilos de pescado, 72,9 litros de leche, 33,0 kilos de derivados lácteos, 26,3 kilos de pan, 10,5 litros de aceite, 18,9 litros de cerveza, 54,3 kilos de hortalizas frescas, 92,7 kilos de frutas frescas, 16,2 kilos de platos preparados, 18,9 litros de agua embotellada y 37,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad de Madrid se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (10,4%), frutas y hortalizas transformadas (9,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (6,4%), leche (4,4%) y frutas frescas (2,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-17,2%), aceite (-11,8%), derivados lácteos (-7,0%), hortalizas frescas (-4,6%) y carne (-1,0%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 31.095 actividades relacionadas con servicios de hostelería y restauración –un 11,1% del total nacional–, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en la cuarta a nivel nacional con mayor dotación en este tipo de establecimientos. El equipamiento de restaurantes, bares y hoteles sitúan a esta comunidad autónoma entre las primeras del país (por ejemplo, cuarta en bares). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. MADRID	31.095	9.224	19.346	2.525	110.962
C. MADRID/ESPAÑA (%)	11,1	11,7	10,6	14,7	7,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

VINOS DE MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA ✪

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID





DENOMINACIONES DE CALIDAD

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID
HUERTA DE VILLA DEL PRADO
M PRODUCTO CERTIFICADO

ALIMENTOS TRADICIONALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN
ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ
HORTALIZAS DE MADRID
HUEVOS DE MADRID
LECHE PASTEURIZADA DE MADRID
LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID
MIEL DE LA SIERRA DE MADRID
MELONES DE VILLACONEJOS
QUESO DE CABRA DE MADRID
QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2018 a 3.421 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.632 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 714 millones. El resto de la PFA (76 millones de euros) procedió de las aportaciones del grupo de otros servicios y de otras producciones agrarias.
El valor del consumo de medios de producción aumentó un 5,8% debido principalmente a la subida de precios de la energía, los fertilizantes y los piensos, mientras que las subvenciones recibidas por el sector agrario se incrementaron un 1,17%.
Finalmente, la Renta Agraria se situó en unos 1.763 millones de euros, un 5,8% menos que en 2017. Sin embargo, en términos corrientes por UTA, la renta agraria disminuyó un 8,4%.
En la Comunidad Valenciana, el 80% del valor generado por el sector agrario corresponde a la agricultura y el 20% restante a la ganadería, de ahí que un mal año agrícola lastre tanto la renta agraria regional.
En 2018, la PFA disminuyó en valor un 0,46% como consecuencia de la caída de los precios (un 2,21%), pues el volumen producido aumentó en un 1,79%.



El valor del consumo de medios de producción aumentó un 5,8% debido principalmente a la subida de precios de la energía, los fertilizantes y los piensos, mientras que las subvenciones recibidas por el sector agrario se incrementaron un 1,17%

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	17,4 (2018/2019)
AGUACATE	2,2
ALBARICOQUE	22,9
ALCACHOFAS	58,9
ALMENDRAS CÁSCARA	34,8
ARROZ CÁSCARA	127,2
BERENJENA	12,7
BRÓCOLI	60
CALABACÍN	14,3
CEBADA	32
CEBOLLAS	94
CIRUELAS	12,5
COLIFLORES	31,5
LECHUGAS	59,3
LIMONES	327,6
MANDARINAS	1.650
MANZANA DE MESA	9,3
MELOCOTONES	19,3
MELONES	37
NARANJAS	1.893,7
PATATAS	62
PEPINOS	7,1
PIMIENTOS	61
POMELO	23
SANDÍAS	71,9
TOMATES	86
TRIGO	10,4
UVAS DE MESA	91,7
VINOS Y MOSTOS	2.566 (miles de hl.)
ZANAHORIAS	10,2
CARNE DE AVES	174,1
CARNE DE CAPRINO	0,24
CARNE DE OVINO	9,6
CARNE DE PORCINO	123,8
CARNE DE VACUNO	66,3
LECHE DE VACA	78,8
LECHE DE CABRA	11

FUENTE: MAPA

Dentro de la PFA, tuvo mejor comportamiento la Producción Vegetal (PFV), que la ganadera (PFG). En el primer caso se produjo un aumento del 0,3% en el valor generado, como resultado del ascenso del 2,2% en la cantidad producida y también de la caída de los precios en un 1,95%.
En el caso de la PFG, subió también en volumen la producción (0,21%), pero los precios cayeron un 3,5% y finalmente el valor de subsector se redujo un 3,3% a efectos de calcular la renta agraria regional.
Dentro de la PFV, la mayor aportación es la que hace el subsector de las frutas, con los cítricos a la cabeza. El valor generado por este subsector tan importante para la agricultura valenciana sumó 1.518 millones de euros, el 57% de toda la PFV.
Los cítricos aportaron al subsector de las frutas 1.161 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria regional, un 4,3% menos que en 2017.
Respecto a las producciones animales, en 2018 descendió el valor generado por todas los subsectores de la carne, excepto por el ovino-caprino que aumentó un 1,2%. Asimismo, bajó en valor la aportación del sector de los huevos, pero por el contrario aumentó el valor generado por la producción de leche hasta los 33 millones de euros (un 3,6% más).
Durante 2018 las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana alcanzaron un valor de 5.969,6 millones de euros, el 12,6% del total nacional.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

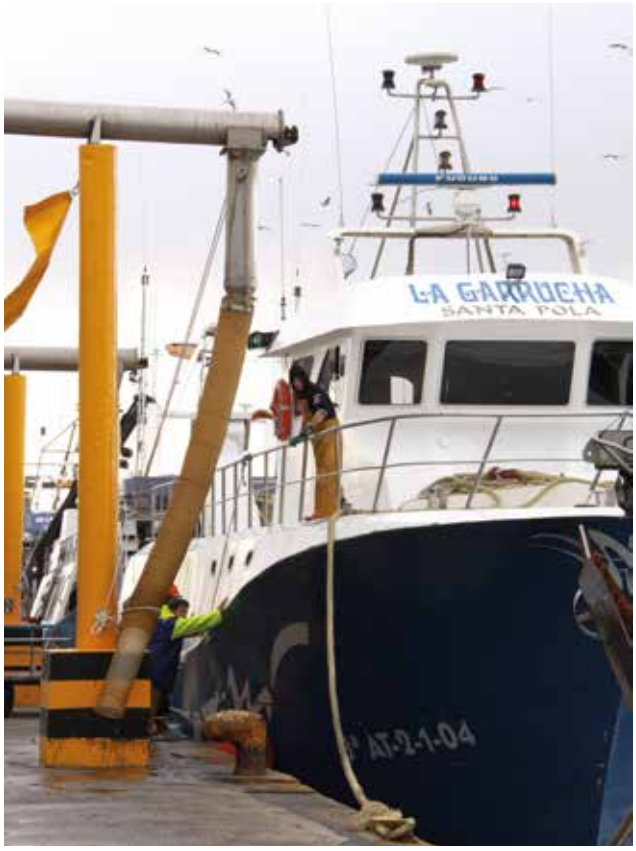
(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	COMUNIDAD VALENCIANA Cifra de Negocio	% COMUNIDAD VALENCIANA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	9.142	8,2
Industria cárnica	1.467	6,1
Industria de Pescado	346	6,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.694	17,9
Aceites y Grasas	127	1,2
Productos Lácteos	634	7,2
Molinería y almidones	855	26,3
Panadería y pastas alimenticias	1.049	12,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	832	13,7
Otros productos diversos	473	7,1
Productos alimentación animal	309	2,5
Bebidas espirituosas	32	3,2
Vinos	358	5,3
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	275	7,4
Bebidas no alcohólicas	647	12,6

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

PESCA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana está formada por 577 embarcaciones (6,3% del total español), con un arqueo de 17.865 GT (5,3%), una potencia de 87.436 CV (8,2%) y una eslora promedio de 14,7 metros. La antigüedad media de esta flota es de 25 años. Las capturas pesqueras desembarcadas en los puertos de la Comunidad Valenciana en 2018 alcanzaron un valor de 112,6 millones de euros y 29.555 toneladas. Por el volumen desembarcado destacan el boquerón, la sardina y la merluza. Atendiendo a su valor, las principales especies son el boquerón, la gamba blanca, la sardina, la merluza y la gamba roja. Los puertos pesqueros de esta comunidad autónoma son 28 y hay 20 lonjas de primera venta. Las producciones acuícolas de peces llegan a los 90,8 millones de euros y las 14.450 toneladas, sobre todo de dorada, anguila, corvina y lubina. Las producciones acuícolas de crustáceos y moluscos rondan los 2,6 millones de euros y las 996 toneladas.



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Comunidad Valenciana cuenta con 4.964.000 habitantes y 23.254 km² de extensión, un 10,6% de la población y un 4,6% del territorio sobre el total nacional. Valencia tiene más de la mitad de los habitantes de la comunidad. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores valencianos está un 5,5% por debajo de la media nacional.

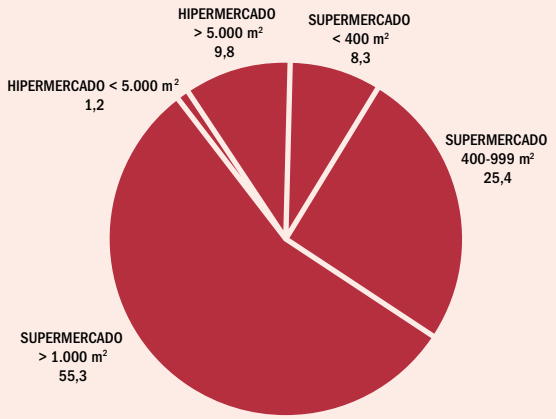
Esta comunidad autónoma tiene 11.253 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 46,6%; Alicante, con el 41,8%; y Castellón, el 11,6%. En la Comunidad Valenciana hay 1.939 supermercados y 43 hipermercados –estos 1.982 establecimientos generan una densidad comercial de 330,9 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 6.287 (un 15,2% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	61.616	11.253	693	595	651	43	6.287
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	10,9	10,2	5,6	10,0	15,8	8,8	15,2



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (%)



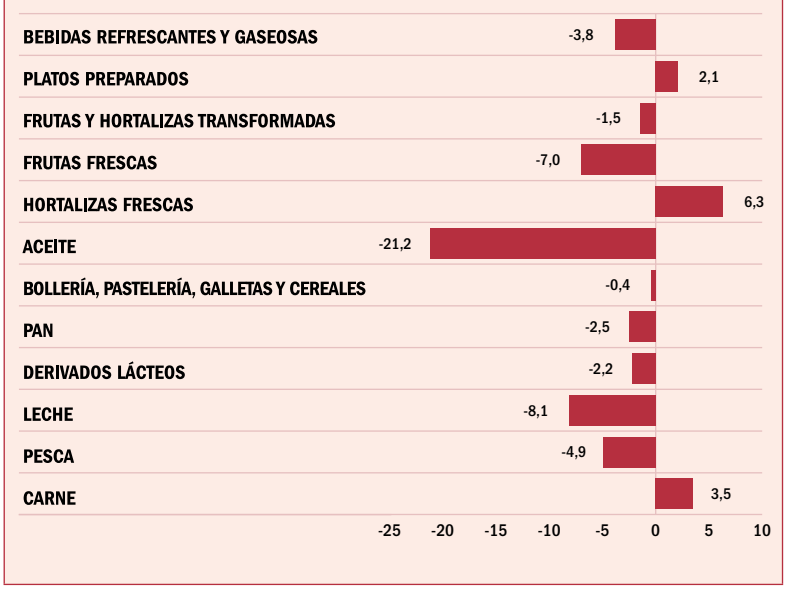
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.467,5 euros (un 2,0% inferior a la media nacional). Carne (20,9%), pescado (12,3%), derivados lácteos (8,8%), frutas frescas (8,5%), hortalizas frescas (7,3%), pan (5,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,0	1,3	-2,0
CARNE	307,0	20,9	-0,6
PESCA	181,2	12,3	-6,7
LECHE	43,9	3,0	-8,9
DERIVADOS LÁCTEOS	128,4	8,8	3,1
PAN	78,7	5,4	3,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,4	4,1	-2,0
CHOCOLATES Y CACAOS	21,9	1,5	-14,2
ACEITE	25,4	1,7	-26,3
VINO	20,0	1,4	-17,9
CERVEZAS	23,6	1,6	2,8
ZUMO Y NÉCTAR	9,9	0,7	7,9
PATATAS	23,6	1,6	-2,5
HORTALIZAS FRESCAS	107,4	7,3	5,1
FRUTAS FRESCAS	124,3	8,5	-10,9
FRUTOS SECOS	26,9	1,8	15,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,7	1,8	-8,2
PLATOS PREPARADOS	61,8	4,2	-1,4
CAFÉS E INFUSIONES	28,6	1,9	9,0
AGUA MINERAL	16,9	1,2	29,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,6	2,2	-4,5
OTROS PRODUCTOS	101,3	6,9	6,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.467,5**	**100,0**	**-2,0**

DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018



En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad Valenciana cuentan con un gasto superior en agua mineral (29,2%), frutos secos (15,6%), cafés e infusiones (9,0%) y zumos y néctares (7,9%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-26,3%), vino (-17,9%), chocolates y cacaos (-14,2%), frutas y hortalizas transformadas (-8,2%) y frutas frescas (-10,9%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 140 huevos, 47,8 kilos de carne,



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
24 litros de agua mineral	6 kilos de frutas frescas
5 unidades de huevos	6 litros de leche líquida
4 kilos de hortalizas frescas	5 litros de leche envasada
3 litros de cerveza	2 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
2 kilos de carne fresca	2 kilos de pescado fresco
2 kilos de carne de pollo	2 litros de leches fermentadas
1 litros de leche desnatada	1 kilos de pan
1 kilos de arroz	2 litros de aceite de oliva
1 litro de batidos de leche	1 kilo de derivados lácteos
1 kilo de queso	2 kilo de yogurt
	1 litro de vino y derivados

21,9 kilos de pescado, 64,2 litros de leche, 34,7 kilos de derivados lácteos, 31,0 kilos de pan, 9,4 litros de aceite, 20,8 litros de cerveza, 60,4 kilos de hortalizas frescas, 84,2 kilos de frutas frescas, 15,0 kilos de platos preparados, 87,0 litros de agua embotellada y 38,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (6,3%), carne (3,5%) y platos preparados (2,1%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-21,2%), frutas frescas (-7,0%), leche (-8,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-3,8%) y pescado (-4,9%).



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 32.317 –un 11,6% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 44,4% para Valencia, un 44,0% para Alicante y un 11,6% para Castellón. La Comunidad Valenciana ocupa los primeros lugares a nivel nacional en equipamiento de restaurantes, bares y hoteles. Las pernoctaciones anuales en establecimientos hoteleros para el conjunto de la comunidad autónoma suman en torno a 29,6 millones.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. VALENCIANA	32.317	10.548	19.554	2.215	125.619
C. VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,6	13,4	10,7	12,9	8,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ALICANTE
- CAVA **
- UTIEL-REQUENA
- VALENCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

- KAKI DE LA RIBERA DEL XUQUER ✪
- NÍSPEROS DE CALLOSA D EN SARRIÀ ✪
- UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPÓ ✪
- GRANADA MOLLAR DE ELCHE ✪

HORTALIZAS

- ALCACHOFA DE BENICARLÓ ✪
- CHUFA DE VALENCIA ✪

ARROCES

- ARROZ DE VALENCIA ✪

ACEITES

- ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA *

VINO DE PAGO

- EL TERREAZO
- PAGO DE LOS BALAGUESES
- PAGO CHOZAS CARRASCAL *
- PAGO VERA DE ESTENAS *



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TURRÓN, BOLLERÍA, DULCES

- JIJONA ✪
- TURRÓN DE ALICANTE ✪

FRUTAS

- CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE ✪
- CÍTRICOS VALENCIANOS ✪

EMBUTIDOS

- EMBUTIDO DE REQUENA: *
  - · LONGANIZA
  - · MORCILLA

VINOS

- CASTELLÓ

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE

- ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID
- APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY
- CANTUESO ALICANTINO
- HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA



MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

- ALAJÚ
- BOTIFARRA DE CEBA
- CARNE DE CORDERO GUIRRO
- CARNE DE CONEJO
- CEREZA
- CLOCHINA
- COENT DE BURRIANA
- EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
- JAMÓN CURADO
- LONGANIZA AL AJO
- LONGANIZA DE PASCUA
- LONGANIZA MAGRA
- LONGANIZA SECA
- MIEL DE AZAHAR
- MIEL DE ROMERO
- MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
- MORCILLA DE PAN
- MORCILLETA DE CARNE
- PERUSA
- PIMIENTO SOL DEL PILAR
- PLANTA ORNAMENTAL
- QUESO BLANQUET
- QUESO DE CASSOLETA
- QUESO DE LA NUCÍA
- QUESO DE SERVILLETA
- QUESO TRONCHÓN
- TOMATA DE PENJAR
- TORTA DE GAZPACHO

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida en otras CC AA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) extremeña en 2018 fue de 3.114 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 1.660 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.334 millones de euros. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones no contempladas en la PFV y en la PFG, que sumaron unos 112 millones de euros, según las mismas estimaciones.

Una vez considerados los costes de producción, que subieron considerablemente, las amortizaciones y las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó para Extremadura una Renta Agraria en 2018 de 1.940 millones de euros.

Prácticamente la mitad de la PFA regional corresponde a la aportación del sector agrícola y un poco menos de la otra mitad al subsector ganadero. En 2018, el balance general para el sector agrícola fue muy bueno, comparado con el anterior. Las producciones agrícolas que más aportan a la renta agraria regional son, por orden, las frutas, las hortalizas, los cereales y el aceite de oliva.

Dentro de las frutas sobresalen sin duda las producciones de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza: la región produce el 40% de la cereza nacional y el 50% de la ciruela. En 2018 las producciones tanto de una como de otra fueron peores que las de la anterior campaña.

Dentro de las hortalizas, el tomate lidera el ranking regional de producción. La cosecha de tomates resultó finalmente peor que la del año precedente (8% menos) y lo mismo sucedió con el pimiento, que es otra de las producciones agrícolas emblemáticas de esta región. También son importantes en la región las producciones de sandía y de melón, que cerraron el año con mejores producciones.

Los cereales por su lado sufrieron un importante incremento de la producción, tras la desastrosa campaña precedente. La cosecha de maíz, que es la más importante, alcanzó las 610.000 toneladas, un 2% más que en la anterior campaña y la de cebada se duplicó hasta las 235.000 toneladas.

También se registró un aumento importante de la producción de vino y mosto, que superó en un millón de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EXTREMADURA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	73 (2018/2019)
ACEITUNAS DE MESA	436 (2018/2019)
ARROZ CÁSCARA	146
BRÓCOLI	74
CEBADA	235
CEBOLLAS	6
CEREZAS	36,2
CIRUELAS	70,5
GIRASOL	15,5
GUISANTES SECOS	8,8
MAÍZ	610
MELOCOTÓN	48
MELONES	22
NECTARINA	63
PIMIENTOS	59
SANDÍAS	11,5
TOMATE	1.918
TRIGO	299,3
VINOS Y MOSTOS	3.768 (miles de hl).
CARNE DE PORCINO	81,3
CARNE DE VACUNO	35,8
CARNE DE OVINO	3,2
CARNE DE CAPRINO	0,17
CARNE DE AVES	82,2
LECHE DE OVEJA	11,7
LECHE DE VACA	27,5
LECHE DE CABRA	38,3

FUENTE: MAPA



hectolitros a la del año 2017 (se produjeron finalmente 3,7 millones de hectolitros).

El sector del olivar igualmente registró incrementos importantes de producción en la cosecha 2018/2019. Especialmente relevante es la cosecha de aceituna de mesa, cuya comercialización se vio muy afectada por el veto de Estados Unidos a las importaciones procedentes de la Unión Europea.

Con relación al sector ganadero, el balance general resultó negativo por la caída de los precios en el subgrupo de la carne, que es el que lidera la PFG. La producción de carne de porcino, la que más aporta a la renta agraria regional de todo el subsector ganadero, alcanzó las 81.300 toneladas, mientras que la de vacuno (la segunda en importancia) sumó 35.800 toneladas.

En cuanto al vacuno de leche, la producción extremeña de leche de vaca se redujo un año más hasta 25.500 toneladas (ajustadas por materia grasa). La producción extremeña supuso el 0,4% de la producción de leche nacional. En sentido contrario, en esta región aumentó la producción de leche de oveja (11.700 toneladas en 2018) y se disparó la de cabra (38.300 toneladas). Estas producciones son la base de una potente industria quesera, que cuenta con varia marcas de calidad diferenciada.

Las exportaciones agroalimentarias de Extremadura en 2018 ascendieron a 990,3 millones de euros, un 2,3% menos que en 2017.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	EXTREMADURA Cifra de Negocio	% EXTREMADURA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	2.949	2,6
Industria cárnica	797	3,3
Industria de Pescado	12	0,2
Prep./Conservas frutas y hortalizas	545	5,7
Aceites y Grasas	530	4,9
Productos Lácteos	24	0,3
Molinería y almidones	45	1,4
Panadería y pastas alimenticias	62	0,8
Azúcar, café, infusiones y confitería	22	0,4
Otros productos diversos	315	4,7
Productos alimentación animal	342	2,8
Vinos	242	3,6
Bebidas no alcohólicas	13	0,2

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

En cuanto al vacuno de leche, la producción extremeña de leche de vaca se redujo un año más hasta 25.500 toneladas (ajustadas por materia grasa). La producción extremeña supuso el 0,4% de la producción de leche nacional. En sentido contrario, en esta región aumentó la producción de leche de oveja (11.700 toneladas en 2018) y se disparó la de cabra (38.300 toneladas)



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Extremadura tiene 1.073.000 habitantes y una extensión de 41.634 km². La provincia de Badajoz concentra más del 60% de la población. El poder de compra de los consumidores extremeños, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 21 puntos.

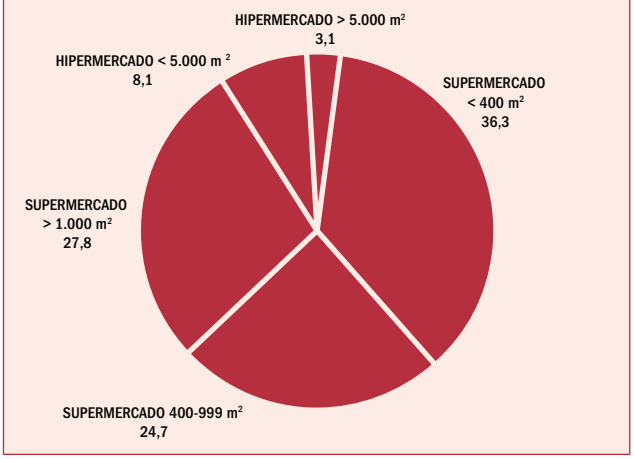
En Extremadura se contabilizan 2.745 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Badajoz cuenta con un 62,6% mientras que Cáceres tiene el 37,4% restante. Hay instalados 965 supermercados y 11 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 325.180 m² y generan una densidad comercial de 303,1 m² por cada 1.000 habitantes. Hay 1.199 actividades de venta ambulante y en mercadillos, un 2,9% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	14.453	2.745	765	134	66	11	1.199
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,5	2,5	6,2	2,2	1,6	2,3	2,9



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN EXTREMADURA (%)



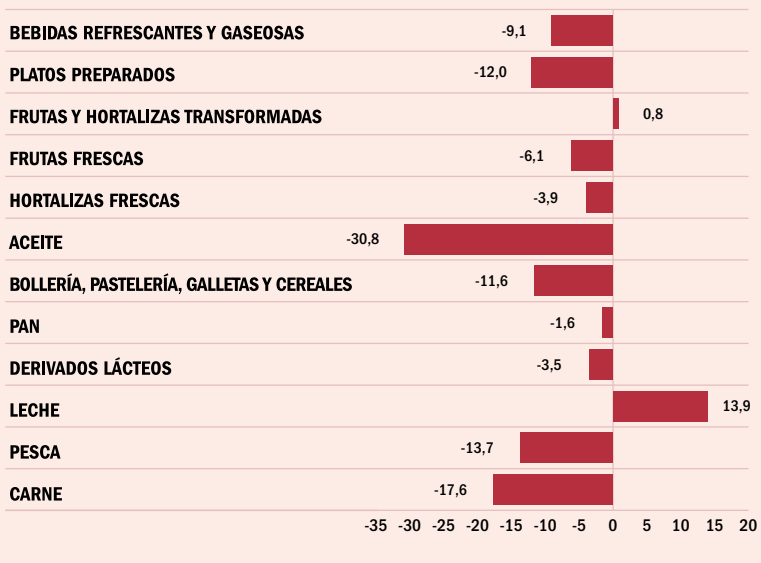
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.220,9 euros (un 18,5% inferior a la media nacional). Carne (19,0%), pescado (12,7%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (7,8%), pan (5,8%) y leche (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,7	1,4	-9,0
CARNE	232,0	19,0	-24,9
PESCA	154,5	12,7	-20,4
LECHE	52,0	4,3	7,9
DERIVADOS LÁCTEOS	106,2	8,7	-14,7
PAN	71,3	5,8	-6,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	47,5	3,9	-22,9
CHOCOLATES Y CACAOS	20,7	1,7	-19,0
ACEITE	22,4	1,8	-35,0
VINO	12,1	1,0	-50,4
CERVEZAS	19,5	1,6	-14,9
ZUMO Y NÉCTAR	6,0	0,5	-34,8
PATATAS	20,0	1,6	-17,2
HORTALIZAS FRESCAS	95,0	7,8	-7,0
FRUTAS FRESCAS	119,5	9,8	-14,3
FRUTOS SECOS	20,3	1,7	-12,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,4	2,1	-9,4
PLATOS PREPARADOS	49,0	4,0	-21,8
CAFÉS E INFUSIONES	15,1	1,2	-42,5
AGUA MINERAL	9,1	0,7	-30,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,0	2,4	-12,2
OTROS PRODUCTOS	76,4	6,3	-19,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.220,9**	**100,0**	**-18,5**

DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
10 litros de leche semidesnatada	13 unidades de huevos
11 litros de leche esterilizada	8 kilos de carne
10 litros de leche líquida	12 litros de agua mineral
4 litros de leche entera	2 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de queso fresco	4 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
	6 kilos de frutas frescas
	3 litros de vino y derivados
	2 kilos de pescado fresco
	2 kilos de platos preparados
	4 litros de aceite

En comparación con la media nacional, los consumidores de Extremadura cuentan con un gasto superior en leche (7,9%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-50,4%), cafés e infusiones (-42,5%), zumos y néctares (-34,8%) y aceite (-35,0%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Extremadura consumió 122 huevos, 38,1 kilos de carne, 19,9 kilos de pescado, 79,6 litros de leche, 34,2 kilos de derivados lácteos, 31,3 kilos de pan, 8,3 litros de aceite, 18,1 litros de cerveza, 54,7 kilos de hortalizas frescas, 84,9 kilos de frutas frescas, 12,9 kilos de platos preparados, 51,1 litros de agua embotellada y 36,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Extremadura se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (13,9%) y frutas y hortalizas transformadas (0,8%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-30,8%), pescado (-13,7%), carne (-17,6%), platos preparados (-12,0%), bollería, pastelería y cereales (-11,6%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-9,1%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 6.278 locales, un 2,2% del total nacional, de los que el 58,7% está en Badajoz y el 41,3% restante en Cáceres. Extremadura ocupa el decimotercer lugar en el ranking de comunidades autónomas por número de bares y número de plazas hoteleras. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EXTREMADURA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	6.278	874	5.090	314	18.564
EXTREMADURA/ESPAÑA (%)	2,2	1,1	2,8	1,8	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- QUESO DE LA SERENA ✪
- QUESO IBORES ✪
- TORTA DEL CASAR ✪

JAMONES Y PALETAS

- DEHESA DE EXTREMADURA ✪
- GUIJUELO **/✪
- JAMÓN DE JABUGO **/✪



FRUTAS

- CEREZA DEL JERTE ✪



CONDIMENTOS

- PIMENTÓN DE LA VERA ✪

ACEITES

- ACEITE MONTERRUBIO ✪
- GATA-HURDES ✪

MIEL

- MIEL VILLUERCAS-IBORES ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- RIBERA DEL GUADIANA ✪
- CAVA **/✪





INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- TERNERA DE EXTREMADURA ✪
- CARNE DE ÁVILA **/✪
- CORDERO DE EXTREMADURA ✪

VINOS DE LA TIERRA

- EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- OLIVAR PARA ELABORACIÓN DE ACEITE DE OLIVA
- ARROZ
- CEREZO
- PIMIENTO PARA PIMENTÓN
- FRUTALES DE HUESO
- FRUTALES DE PEPITA
- TABACO
- TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
- MAÍZ
- MAÍZ FORRAJERO
- BRÓCOLI
- PUERRO
- GIRASOL
- ESPÁRRAGO
- CACAHUETE

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)



*** Denominación compartida con otras CC AA en la zona de producción y en elaboración*
✪ Inscrita en el Registro de la UE
*****Protección Nacional Transitoria*

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de Producción Final Agraria (PFA), a precios corrientes, ascendió en Galicia a 3.819 millones de euros en 2018. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG) con 2.100 millones de euros, las agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) con 1.608 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 111 millones de euros, según las mismas estimaciones.

Los consumos intermedios están constituidos fundamentalmente por piensos y productos zoosanitarios, que registraron un aumento considerable de los precios, al igual que la energía y los fertilizantes.

Teniendo en cuenta estos datos, así como también las subvenciones y las amortizaciones, la Renta Agraria regional se elevó a 1.650 millones de euros.

La producción de leche de vaca se elevó a 2,7 millones de litros, el 38% de toda la producción de leche de vaca de España.

En cuanto a la producción de carne, el balance fue desigual pues se produjo un aumento en el subsector porcino (6%) y en el de la carne de pollo (2%), al tiempo que descendió la producción de carne de conejo (19% menos) y de vacuno (5% menos):

La producción de patatas (371.000 toneladas) y hortalizas descendió en 2018, pero los precios subieron. Entre las cosechas de hortalizas destacaron las judías verdes, la col y el repollo.

Entre las frutas, las más representativas son las de pepita. En 2018, tanto la cosecha de manzana de mesa, como la destina a sidra y la de pera fueron peores que las del año anterior.

También fueron malas las cosechas de castañas (10% menos que en el año anterior) y de nueces (un 7% menos), mientras que la cosecha de kiwi aumentó un 30% hasta superar las 15.800 toneladas. La producción gallega de esta fruta supone casi el 60% de toda la producción nacional.

Por su parte, la producción de vino superó los 459.000 hectolitros, por encima del año anterior.

En cuanto a las exportaciones agroalimentarias gallegas, alcanzaron en 2018 un valor de 3.065 millones de euros, el 6,5% del total nacional.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE GALICIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
CASTAÑAS CÁSCARA	137,1
CEBOLLAS	37
COL-REPOLLO	56
JUDÍAS VERDES	45,4
KIWI	15,8
MAÍZ	107,5
MANZANAS DE MESA	50,4
MANZANAS DE SIDRA	59,7
NABOS	73
PATATAS	371
PIMIENTOS	72,1
TOMATES	91,7
TRIGO	34,2
VINOS Y MOSTOS	459 (miles de hectolitros)
CARNE DE AVES	201,8
CARNE DE CONEJO	11,42
CARNE DE VACUNO	91,1
CARNE DE PORCINO	92,3
CARNE DE OVINO	0,32
LECHE DE VACA	2.730

FUENTE: MAPA

PESCA

En Galicia se encuentran en actividad 4.466 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 48,8% del total nacional. Su arqueo llega hasta 143.155 GT (42,9%), mientras que su potencia ronda los 379.270 CV (35,6%) y su eslora promedio se sitúa en 8,8 metros, la más reducida de toda España. La antigüedad media de la flota pesquera gallega es de 34 años. El sector pesquero está compuesto por más de 3.740 empresas, con un volumen de ingresos de 8.860 millones de euros y da empleo a unas 36.530 personas. Su aportación al PIB regional es de un 2,1%, mientras que contribuye con el 3,2% de todo el empleo de la comunidad autónoma. En Galicia hay 82 puertos pesqueros, 63 cofradías de pescadores y otras tantas lonjas para la venta de pescado. Las cofradías de pescadores gallegas tienen más de 12.730 afiliados. También se encuentran en actividad 65 empresas conserveras que generan unos 11.950 puestos de trabajo. La pesca fresca desembarcada en los puertos de esta comunidad autónoma ronda las 215.000 toneladas anuales, por un valor de 510 millones de euros. Las principales especies capturadas en valor son merluza, rape, gallo, almeja japonesa y jurel. Las producciones acuícolas gallegas son muy importantes y en el caso de las de peces llegan a los 84 millones de euros y las 11.737 toneladas, con el rodaballo como principal especie producida. En el caso de la acuicultura de crustáceos, moluscos y plantas se alcanzan los 139,4 millones de euros y 238.460 toneladas. Las producciones más importantes son las de mejillón, almeja japonesa, berberecho y ostra. ○

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	GALICIA Cifra de Negocio	% GALICIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	8.249	7,4
Industria cárnica	1.223	5,1
Industria de Pescado	3.093	57,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	32	0,3
Aceites y Grasas	197	1,8
Productos Lácteos	964	11,0
Molinería y almidones	5	0,2
Panadería y pastas alimenticias	327	4,0
Azúcar, café, infusiones y confitería	83	1,4
Otros productos diversos	582	8,7
Productos alimentación animal	897	7,2
Vinos	203	3,0
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	375	10,0
Bebidas no alcohólicas	240	4,6

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE



En Galicia hay 82 puertos pesqueros, 63 cofradías de pescadores y otras tantas lonjas para la venta de pescado. Las cofradías de pescadores gallegas tienen más de 12.730 afiliados. También se encuentran en actividad 65 empresas conserveras que generan unos 11.950 puestos de trabajo

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Galicia tiene 2.700.000 habitantes y 29.574 km² de extensión, un 5,8% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña y Pontevedra concentran el mayor volumen de población. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, se sitúa 6 puntos por debajo de la media nacional.

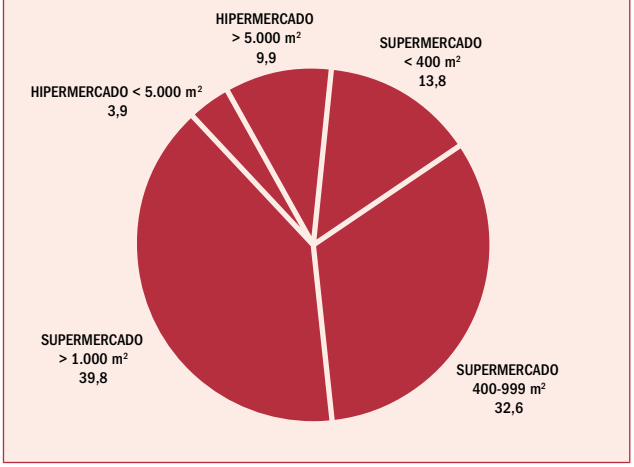
En Galicia hay 6.200 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,2%; Pontevedra, el 35,3%; Lugo, el 12,7%; y Ourense, el 11,8%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.451 supermercados y 40 hipermercados, con un total de 940.382 m², que suponen una densidad comercial de 348,1 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 3.049, un 7,4% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	36.289	6.200	703	491	257	40	3.049
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,4	5,6	5,7	8,2	6,3	8,2	7,4



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN GALICIA (%)



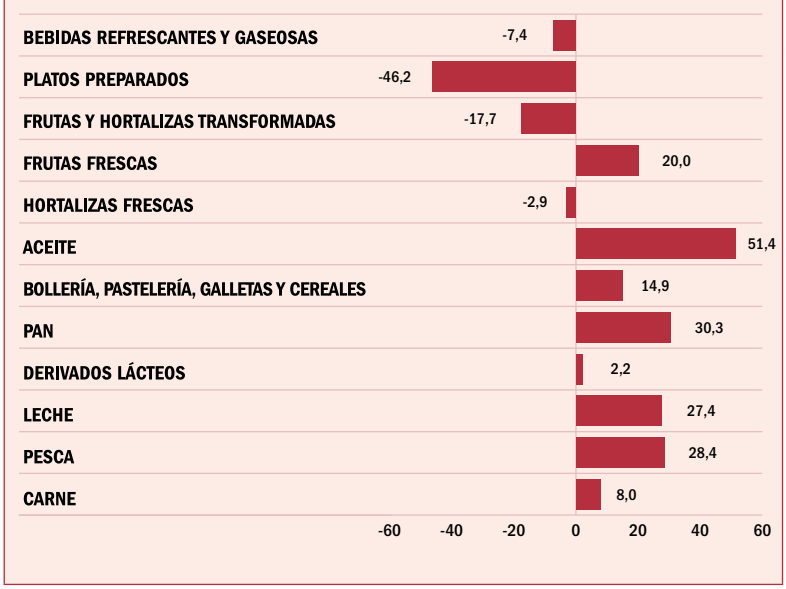
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.625,1 euros (un 8,5% superior a la media nacional). Carne (19,9%), pescado (14,4%), frutas frescas (10,7%), derivados lácteos (7,9%), pan (6,3%), hortalizas frescas (6,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,7	1,5	22,3
CARNE	323,7	19,9	4,8
PESCA	233,9	14,4	20,5
LECHE	61,4	3,8	27,4
DERIVADOS LÁCTEOS	127,8	7,9	2,6
PAN	102,2	6,3	34,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	70,5	4,3	14,3
CHOCOLATES Y CACAOS	34,6	2,1	35,4
ACEITE	50,0	3,1	45,0
VINO	29,8	1,8	22,6
CERVEZAS	17,5	1,1	-23,7
ZUMO Y NÉCTAR	7,8	0,5	-15,7
PATATAS	28,9	1,8	19,4
HORTALIZAS FRESCAS	101,3	6,2	-0,9
FRUTAS FRESCAS	173,7	10,7	24,6
FRUTOS SECOS	23,1	1,4	-1,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,0	1,5	-10,8
PLATOS PREPARADOS	35,6	2,2	-43,2
CAFÉS E INFUSIONES	26,2	1,6	-0,1
AGUA MINERAL	10,1	0,6	-23,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	30,5	1,9	-7,8
OTROS PRODUCTOS	87,9	5,4	-7,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.625,1**	**100,0**	**8,5**

DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 litros de leche líquida	17 litros de agua mineral
18 kilos de frutas frescas	7 litros de cerveza
10 kilos de pan fresco y congelado	7 kilos de platos preparados
7 kilos de pescado	3 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 kilos de patatas	2 litros de zumo y néctar
3 litros de aceite de girasol	2 kilos de hortalizas frescas
6 litros de aceite	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
5 kilos de pescado fresco	2 litros de batidos de leche
4 kilos de carne	1 kilo de carne de pollo
2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de pan industrial
2 kilos de harinas y sémolas	
2 litro de vinos sin Denominación de Origen	

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en chocolates y cacaos (35,4%), aceite (45,0%), pan (34,2%), leche (27,4%), frutas frescas (24,6%) y huevos (22,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-43,2%), agua mineral (-23,1%), zumos y néctares (-15,7%) y cervezas (-23,7%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Galicia consumió 136 huevos, 49,9 kilos de carne, 29,6 kilos de pescado, 89,0 litros de leche, 36,2 kilos de derivados lácteos, 41,4 kilos de pan, 18,1 litros de aceite, 11,2 litros de cerveza, 55,2 kilos de hortalizas frescas, 108,5 kilos de frutas frescas, 7,9 kilos de platos preparados, 46,0 litros de agua embotellada y 36,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Galicia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (51,4%), pan (30,3%), pescado (28,4%), leche (27,4%) y frutas frescas (20,0%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-46,2%), frutas y hortalizas transformadas (-17,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (-7,4%) y hortalizas frescas (-2,9%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 19.052 locales, lo que supone un 6,8% sobre el conjunto de España. A Coruña cuenta con un 42,0%; Pontevedra, un 33,3%; Lugo, un 12,1%; y Ourense, un 12,6%. El equipamiento en restaurantes, bares y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el quinto y el séptimo puesto. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	19.052	3.862	14.499	691	58.835
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,8	4,9	7,9	4,0	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO

- ARZÚA-ULLOA
- CEBREIRO
- QUEIXO TETILLA (QUESO TETILLA)
- SAN SIMÓN DA COSTA

HORTALIZAS

- PEMENTO DE HERBÓN

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

- MEXILLÓN DE GALICIA (MEJILLÓN DE GALICIA)

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- MONTERREI
- RÍAS BAIXAS
- RIBEIRA SACRA
- RIBEIRO
- VALDEORRAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- ORUJO DE GALICIA
- AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA
- LICOR DE HIERBAS DE GALICIA
- LICOR CAFÉ DE GALICIA









INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

- LACÓN GALLEGO
- TERNERA GALLEGA
- VACA GALLEGA / BUEY GALLEGO
- CAPÓN DE VILALBA

MIEL

- MEL DE GALICIA (MIEL DE GALICIA)

HARINAS Y PANES

- PAN DE CEA
- TARTA DE SANTIAGO

HORTALIZAS

- GRELOS DE GALICIA
- PATACA DE GALICIA (PATATA DE GALICIA)
- PEMENTO DA ARNOIA
- PEMENTO DO COUTO
- PEMENTO DE OIMBRA
- PEMENTO DE MOUGÁN

FRUTAS

- CASTAÑA DE GALICIA

LEGUMBRES

- FABA DE LOURENZÁ

VINOS

- RIBEIRAS DO MORRAZO
- BETANZOS
- VAL DO MIÑO-OURENSE (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)
- BARBANZA E IRIA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓXICA DE GALICIA (CRAEGA)

***** Protección Nacional Transitoria*

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de las Islas Baleares alcanzó en 2018 un valor superior a los 300 millones de euros, de los que cerca de 218 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 64 millones a la Producción Final Ganadera (PFG).

El resto de aportaciones a la PFA procedieron de otras producciones agrarias y del sector de los servicios agrarios, que en total sumaron unos 19 millones de euros, de acuerdo con las mismas estimaciones.

Los consumos intermedios unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios arrojaron una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, supone un monto de 205 millones de euros, correspondientes a la Renta Agraria generada por el sector.

En Baleares hay producciones de todas las cabañas ganaderas, aunque minoritarias. Asimismo, la nutrida representación de producciones agrícolas tuvo un balance muy positivo, tras la desastrosa cosecha del año anterior que se vio afectada por la sequía.

El sector vegetal aportó cerca del 73% de la PFA, con el vino, el cereal, las frutas y el aceite como principales aportaciones. En concreto, la producción de vino y mosto rondó los 54.100 hectólitros, un 15% más que en el año anterior. La mayor parte de la producción estuvo amparada por una marca de calidad diferenciada, entre las que destacó los Vinos de la Tierra de Mallorca con el 45% de esa producción, seguidos de los vinos de DOP Pla i Llevant. También se incrementó la comercialización de aceite de oliva con marca de calidad diferenciada, debido a la buena cosecha 2017/18. En la siguiente, 2018/19, la producción fue muy pequeña. Por su lado, las cosechas de cereal fueron excelentes, tras los malos resultados del año anterior cuando los campos se vieron afectados por la falta de agua.

Otro tanto sucedió con la almendra, que es un cultivo muy representativo de Baleares y que en los últimos años ha visto como se recuperaba su precio. La producción de almendra creció, como lo hizo también otra producción agrícola balear: la alcaparra.

En cuanto a la ganadería, la producción de leche de vaca quedó unas 51.600 toneladas, que en su mayor parte se destina a la industria quesera, en la que sobresalen las queserías de la Denominación de Origen Mahón-Menorca,

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ISLAS BALEARES

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	0,29 (2018/2019)
ALMENDRA CÁSCARA	6,1
CEBADA	28,5
CEBOLLAS	4
MAÍZ	0,7
MELONES	5,5
NARANJAS	9,2
PATATAS	62
PIMIENTO	2,5
SANDÍAS	10,1
TOMATES	13,3
TRIGO	8,1
VINOS Y MOSTOS	54,1 (miles de hl)
CARNE DE AVES	0,2
CARNE DE PORCINO	3,6
CARNE DE VACUNO	2,1
CARNE DE OVINO	1,5
LECHE DE VACA	51,6

FUENTE: MAPA



que es el alimento de calidad de Baleares más demandado. En 2018 aumentó la producción y la comercialización, que superó las 2.560 toneladas (un 2,7% más). Además de leche de vaca, también se produce leche de oveja y de cabra.

En cuanto a las exportaciones agroalimentarias de Baleares, en 2018 alcanzaron un valor de 94,2 millones de euros, un 6% más que en el año anterior, con aumentos en las ventas de vino, aceite y licores.

PESCA

En Islas Baleares hay 339 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 3,7% de toda España. Su arqueo llega a los 3.250 GT (1% del total nacional), con una potencia de 25.032 CV, lo que supone el 2,3% del conjunto de la flota pesquera, y una eslora promedio menor a los 9,7 metros. La edad media de esta flota es de 35 años. Las capturas desembarcadas en los cinco puertos principales de las islas (Alcúdia, Eivissa, Palma, Maó y la Savina) superan las 3.175 toneladas, de las que más de 2.500 toneladas son de peces, entre los que destacan las especies de roca, unas 350 de moluscos y 240 de crustáceos. El valor total de esas capturas ronda los 20 millones de euros. Las producciones acuícolas de las islas Baleares llegan a los 9,4 millones de euros en el caso de los peces y los 400.000 euros en el de crustáceos, moluscos y plantas. Las principales son las producciones de carpa, escupiña y mejillón. ○



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LAS ISLAS BALEARES

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	ISLAS BALEARES Cifra de Negocio	% ISLAS BALEARES/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	572	0,5
Industria cárnica	91	0,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1	-
Aceites y Grasas	4	-
Productos Lácteos	82	0,9
Molinería y almidones	26	0,8
Panadería y pastas alimenticias	100	1,2
Azúcar, café, infusiones y confitería	22	0,4
Otros productos diversos	61	0,9
Productos alimentación animal	30	0,2
Bebidas espirituosas	29	3,0
Vinos	28	0,4
Bebidas no alcohólicas	99	1,9

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

Las capturas desembarcadas en los cinco puertos principales de las islas (Alcúdia, Eivissa, Palma, Maó y la Savina) superan las 3.175 toneladas, de las que más de 2.500 toneladas son de peces, entre los que destacan las especies de roca, unas 350 de moluscos y 240 de crustáceos



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.129.000 habitantes y cerca de 5.000 km² de superficie, un 2,4% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística: se registran en torno a 53,3 millones de pernoctaciones anuales. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función del gasto medio por persona, es superior a la media nacional (casi un 8,5%)

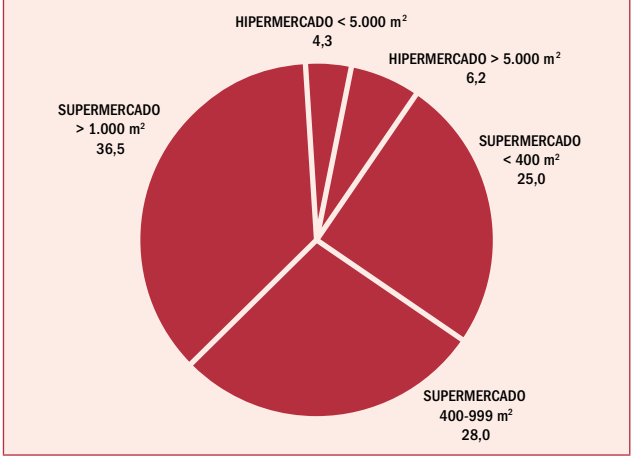
En Islas Baleares hay 1.938 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 660 supermercados y 12 hipermercados, que suman 348.839 m². La densidad comercial se sitúa en 309,0 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.224 un 3,0% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
BALEARES	14.048	1.938	393	160	95	12	1.224
BALEARES/ESPAÑA (%)	2,5	1,8	3,2	2,7	2,3	2,5	3,0



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ISLAS BALEARES (%)



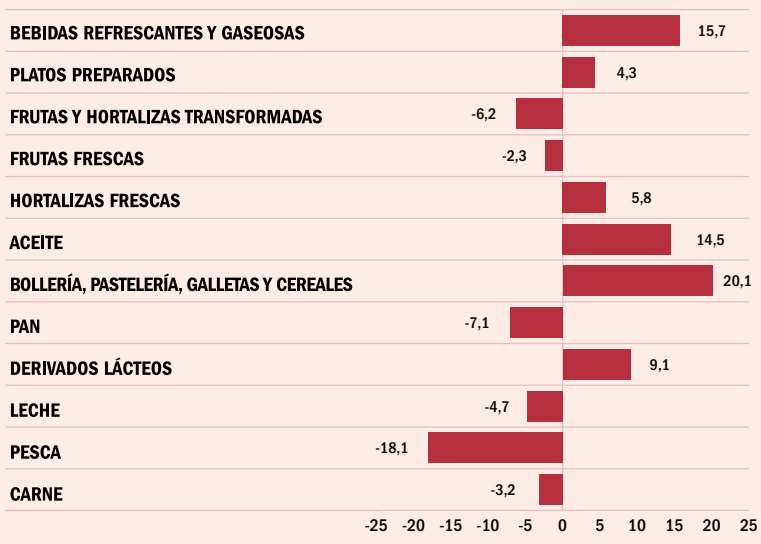
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.574,3 euros (un 5,2% superior a la media nacional). Carne (18,7%), pescado (10,4%), frutas frescas (9,3%), derivados lácteos (9,1%), hortalizas frescas (7,3%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,6%) y pan (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ISLAS BALEARES (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,7	1,2	1,3
CARNE	294,5	18,7	-4,7
PESCA	163,4	10,4	-15,8
LECHE	47,0	3,0	-2,5
DERIVADOS LÁCTEOS	143,6	9,1	15,3
PAN	69,2	4,4	-9,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,4	4,6	17,4
CHOCOLATES Y CACAOS	26,6	1,7	4,1
ACEITE	41,9	2,7	21,5
VINO	41,5	2,6	70,3
CERVEZAS	26,5	1,7	15,9
ZUMO Y NÉCTAR	10,6	0,7	15,5
PATATAS	28,0	1,8	15,9
HORTALIZAS FRESCAS	115,4	7,3	12,9
FRUTAS FRESCAS	146,9	9,3	5,3
FRUTOS SECOS	26,3	1,7	12,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,4	1,7	-6,0
PLATOS PREPARADOS	62,8	4,0	0,2
CAFÉS E INFUSIONES	33,9	2,2	29,2
AGUA MINERAL	24,9	1,6	89,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	41,1	2,6	24,4
OTROS PRODUCTOS	111,7	7,1	17,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.574,3**	**100,0**	**5,2**

DESVIACIÓN DE ISLAS BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2017





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ISLAS BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
55 litros de agua mineral	5 kilos de pescado
8 litros de bebidas refrescantes	3 litros de leche
4 litros de vino	3 kilos de pescado fresco
3 kilos de derivados lácteos	2 kilos de pan
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilos de carne
3 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de frutas frescas
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas
2 litros de aceite de girasol	1 litro de vinos sin Denominación de Origen
1 kilo de queso	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo de helados y tartas	1 kilo de carne de cerdo
1 kilo de pastas alimenticias	
1 litro de aceite de oliva	

En comparación con la media nacional, los consumidores de las Islas Baleares cuentan con un gasto superior en agua mineral (89,6%), vino (70,3%), cafés e infusiones (29,2%) y bebidas refrescantes y gaseosas (24,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-15,8%), pan (-9,1%), frutas y hortalizas transformadas (-6,0%) y carne (-4,7%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Islas Baleares consumió 138 huevos, 45,1 kilos de carne, 18,4 kilos de pescado, 66,7 litros de leche, 38,6 kilos de derivados lácteos, 29,8 kilos de pan, 14,7 litros de aceite, 19,9 litros de cerveza, 59,9 kilos de hortalizas frescas, 89,0 kilos de frutas frescas, 14,3 kilos de platos preparados, 118,1 litros de agua embotellada y 47,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Islas Baleares se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales (15,6%), bebidas refrescantes y gaseosas (20,2%), aceite (23,0%), derivados lácteos (8,7%) y hortalizas frescas (5,3%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-20,4%), pan (-6,2%), frutas y hortalizas transformadas (-4,0%), leche (-4,4%) y frutas frescas (-1,6%).



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Para los servicios de restauración y bares hay 9.462 locales, un 3,4% del total nacional. Islas Baleares es una de las comunidades autónomas que tienen un mayor número de plazas hoteleras: un 13,5% del total de España.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.462	5.019	3.838	605	201.363
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,4	6,4	2,1	3,5	13,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- BINISSALEM
- PLA I LLEVANT

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

- OLI DE MALLORCA ✪

ACEITUNAS

- OLIVA DE MALLORCA *

FRUTOS SECOS

- ALMENDRA DE MALLORCA *

QUESOS

- MAHÓN-MENORCA ✪

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- HERBES DE MALLORCA
- HIERBAS IBICENCAS
- GIN DE MAHÓN
- PALO DE MALLORCA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDOS

- SOBRASSADA DE MALLORCA ✪

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- ENSAIMADA DE MALLORCA ✪

FRUTOS SECOS

- ALMENDRA DE MALLORCA









VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA

- FORMENTERA
- IBIZA
- ILLES BALEARS
- ISLA DE MENORCA
- MALLORCA
- SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

MARCAS DE GARANTÍA

- ALMENDRA MALLORQUINA (A)
- AIXÒ ÉS MEL
- ANYELL D'E
- CARNE DE CORDERO (MMS)
- CARNE DE CERDO (PMS)
- CÍTRICS SES MARJADES
- ÉS MEL
- FET NOSTRO
- FLAÓ D'E
- MEL D'M

MARCA GRÁFICA

- TOMÀTIGA DE RAMELLET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSELL BALEAR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

** Denominación en tramitación*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de La Rioja ascendió en 2018 a 753 millones de euros, de los que 640 millones de euros fueron aportados por las producciones agrícolas (Producción Final Vegetal) y 102 millones de euros por las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera). El resto fueron las aportaciones de otras producciones y servicios agrícolas.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones no vinculadas a la producción, se desprende una Renta Agraria para La Rioja de unos 507 millones de euros en términos corrientes en 2018.

Dentro de la producción vegetal, el subgrupo que más aporta es el de la uva de vinificación (más del 60% de la PFA). En 2018, el valor generado por este subsector superó los 325 millones de euros, pues la vendimia fue muy buena.

Así, la vendimia terminó con una producción de vino y mosto de 2,5 millones de hectolitros, muy lejos de los 1,6 millones de hectolitros del año precedente.

Las producciones hortícolas representan en La Rioja el 30% de la PFA y el 40% de la PFV, aproximadamente. En 2018, el balance para las hortalizas fue bueno en cuanto a precios, pero no tanto en producción, pues algunas de las cosechas fueron peores que las del año precedente.

Asimismo, la producción de patata de la región resultó inferior a la del año precedente, pero los buenos precios que se consiguieron en general hicieron posible que el balance final fuera positivo.

Para el champiñón, el resultado del ejercicio fue bueno también pues la producción se mantuvo.

En cuanto a la fruta, se produjeron caídas de cosecha tanto en fruta de pepita (pera especialmente), como en la de hueso (ciruela y cereza).

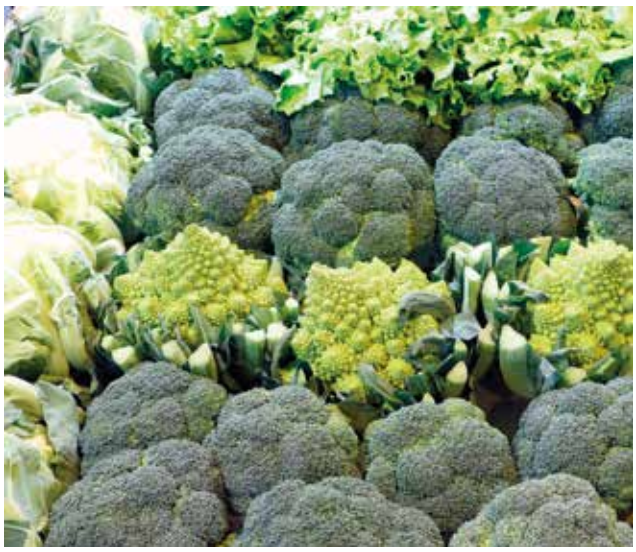
Los cereales sí tuvieron un buen año tanto en precios como en producciones, pues venían de un ejercicio anterior muy negativo. Finalmente, la cosecha de aceituna de almazara (campaña 2017/2018) se cerró con una producción de aceite de 2,5 millones de toneladas, similar a la de la anterior campaña.

Con respecto al sector ganadero, el balance fue positivo porque aunque hubo caídas generales de los precios de la

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA RIOJA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	2,5 (2018/2019)
ALCACHOFAS	2,3
CEBADA	93
CHAMPIÑÓN	70
COLIFLORES	9,6
JUDÍAS VERDES	16,5
MAÍZ	4,8
MELOCOTONES	10,3
PATATAS	42
PERAS	56,5
PIMIENTOS	5
REMOLACHA AZUCARERA	111,7
TOMATES	13
TRIGO	158,2
VINOS Y MOSTOS	2.465 (miles de hl)
ZANAHORIAS	6,6
CARNE DE PORCINO	1,5
CARNE DE VACUNO	4
CARNE DE OVINO	3,59
CARNE DE EQUINO	0,11
LECHE DE OVEJA	2
LECHE DE VACA	22
CEBOLLA	3

FUENTE: MAPA



carne, no afectaron a los sectores que más peso tienen en la economía agraria. El valor generado por este subsector de la carne se acercó a los 100 millones de euros, de los cuales casi un tercio correspondió a la carne de pollo. Los otros dos grandes sectores de producción de carne son el vacuno (4.000 toneladas en 2018) y el porcino (que sí registró caídas de precios y mantuvo una producción de 1.500 toneladas).



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	LA RIOJA Cifra de Negocio	% LA RIOJA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.968	1,8
Industria cárnica	213	0,9
Prep./Conservas frutas y hortalizas	348	3,7
Aceites y Grasas	17	0,2
Productos Lácteos	14	0,2
Molinería y almidones	34	1,1
Panadería y pastas alimenticias	76	0,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	9	0,2
Otros productos diversos	57	0,9
Productos alimentación animal	5	-
Vinos	956	14,1

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

Las producciones ganaderas (leche, huevos y otras de origen animal), generaron más de 16 millones de euros, pues los precios fueron mejores. La mayor parte de este valor correspondió a la aportación del sector lácteo. En la campaña 2018 la producción de leche de vaca aumentó hasta las 22.000 toneladas, un volumen de nuevo superior al del año precedente. A la producción de leche de vaca se sumaron otras 2.000 toneladas de leche de oveja (inferior a la producción de 2017) y un volumen similar de leche de cabra.

Respecto al comercio exterior, después las exportaciones crecieron en valor un 1,9, alcanzando un importe de 603,8 millones de euros, el 1,3% del total nacional. Los vinos, las hortalizas y las frutas, fueron los productos más exportados, aunque en los últimos años han ido ganando peso las exportaciones de carnes.

Las producciones ganaderas (leche, huevos y otras de origen animal), generaron más de 16 millones de euros, pues los precios fueron mejores. La mayor parte de este valor correspondió a la aportación del sector lácteo



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km² y tiene 316.000 habitantes. Logroño cuenta con más de la mitad de la población. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es similar a la media nacional.

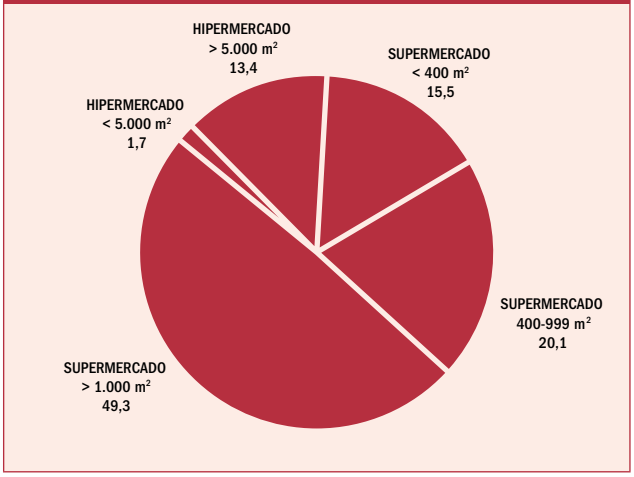
En esta comunidad hay 3.999 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 892. La Rioja cuenta con 144 supermercados, 4 hipermercados y 183 actividades de comercio ambulante o mercadillos.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	3.999	892	79	30	35	4	183
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,8	0,6	0,5	0,9	0,8	0,4



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA RIOJA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

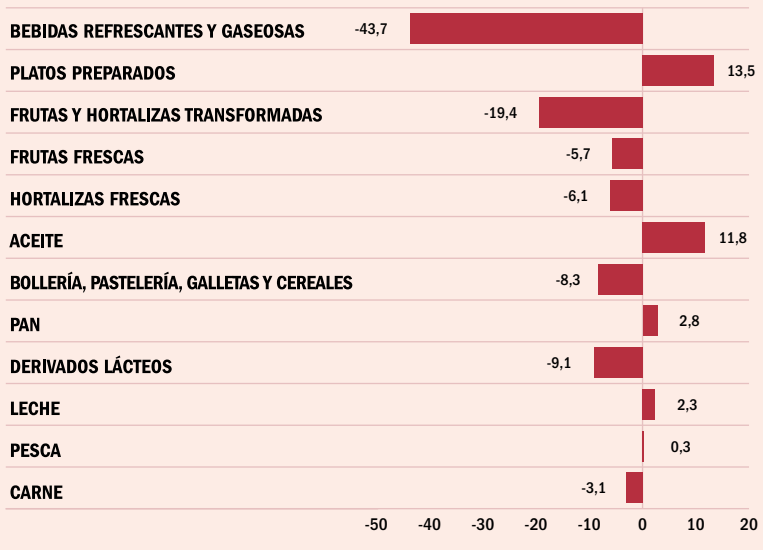
Durante el año 2018, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.395,3 euros (un 6,8% inferior a la media nacional). Carne (21,7%), pescado (13,7%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (7,3%), pan (5,8%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de La Rioja cuentan con un gasto superior en pan (6,9%), aceite

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,1	1,3	-6,9
CARNE	302,1	21,7	-2,2
PESCA	191,0	13,7	-1,6
LECHE	50,1	3,6	3,9
DERIVADOS LÁCTEOS	110,0	7,9	-11,6
PAN	81,4	5,8	6,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	51,4	3,7	-16,6
CHOCOLATES Y CACAOS	23,2	1,7	-9,2
ACEITE	36,8	2,6	6,7
VINO	17,4	1,2	-28,4
CERVEZAS	16,4	1,2	-28,3
ZUMO Y NÉCTAR	6,0	0,4	-34,3
PATATAS	17,6	1,3	-27,3
HORTALIZAS FRESCAS	101,7	7,3	-0,5
FRUTAS FRESCAS	134,7	9,7	-3,4
FRUTOS SECOS	17,4	1,2	-25,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,2	1,9	-6,4
PLATOS PREPARADOS	60,1	4,3	-4,1
CAFÉS E INFUSIONES	21,7	1,6	-17,3
AGUA MINERAL	10,4	0,7	-20,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	19,6	1,4	-40,7
OTROS PRODUCTOS	81,9	5,9	-14,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.395,3**	**100,0**	**-6,8**

DESVIACIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 litros de leche desnatada	7 unidades de huevos
2 litros de leche esterilizada	15 litros de agua mineral
2 litros de leche líquida	17 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
2 kilos de carne fresca	5 kilos de frutas frescas
1 kilo de carne de ovino/caprino	9 kilos de patatas
1 kilo de despojos de carne	3 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carne de cerdo	3 kilos de carne transformada
1 kilo de pescado fresco	5 litros de cerveza
1 kilo de azúcar	4 litros de zumo y néctar
2 kilos de platos preparados	1 kilo de carne
	3 kilos de derivados lácteos
	2 litros de batidos de leche
	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas

(6,7%) y leche (3,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-34,3%), vino (-28,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (-40,7%), patatas (-27,3%) y cervezas (-28,3%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en La Rioja consumió 128 huevos, 44,7 kilos de carne, 23,1 kilos de pescado, 71,4 litros de leche, 32,2 kilos de derivados lácteos, 32,7 kilos de pan, 13,4 litros de aceite, 12,9 litros de cerveza, 53,4 kilos de hortalizas frescas, 85,4 kilos de frutas frescas, 16,7 kilos de platos preparados, 47,5 litros de agua embotellada y 22,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.



Tomando como referencia la media nacional, en La Rioja se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (13,5%), aceite (11,8%), leche (2,3%) y pan (2,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-43,7%), frutas y hortalizas transformadas (-19,4%), frutas frescas (5,7%), hortalizas frescas (-6,1%), derivados lácteos (-9,1%) y bollería, pastelería y cereales (8,3%). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.898, un 0,7% sobre el total nacional. La participación del equipamiento de la Rioja en el conjunto de restaurantes y hoteles resulta ser la menor en el conjunto del país. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA RIOJA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
LA RIOJA	1.898	405	1.436	57	6.270
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,3	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

CAVA **

RIOJA (DOCa) **

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO ✪

ACEITES

ACEITE DE LA RIOJA ✪

QUESOS

QUESO CAMERANO ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/✪

HORTALIZAS

COLIFLOR DE CALAHORRA ✪

PIMIENTO RIOJANO ✪

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪

EMBUTIDOS

CHORIZO RIOJANO ✪

VINOS

VALLES DE SADACIA ✪

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO ✪

*** Denominación compartida con otras CC AA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE



MARCAS DE GARANTÍA

MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA

ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

AGUA MINERAL

CAFÉ

CARAMELOS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

EMBUTIDOS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS EN SALAZÓN O EN ACEITE

FARDELEJOS

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

GALLETAS

MAZAPÁN DE SOTO

MIEL

PACHARÁN, AGUARDIENTES, LICORES Y OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES

PLATOS PREPARADOS TRADICIONALES

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

QUESOS

VINAGRES VÍNICOS



AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE LA RIOJA

MARCAS COLECTIVAS

CARNES

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA

TERNOJA

FRUTAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

FRUTOS SECOS

NUEZ DE PEDROSO

LEGUMBRES

ALUBIA DE ANGUIANO

HARINAS

PAN SOBAO DE LA RIOJA



PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Navarra alcanzó en 2018 un valor estimado superior a 1.192 millones de euros, de los que unos 607 millones correspondieron a la aportación del sector agrícola (Producción Final Vegetal, PFV), 540 millones al ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) y el resto (45 millones de euros) a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios.

En 2018, la Renta Agraria de Navarra se aproximó a 690 millones de euros, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones, así como también la aportación de otras producciones no agrarias como la transformación de la leche o la silvicultura.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE NAVARRA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	5,6 (2018/2019)
ALCACHOFAS	17
ARROZ CÁSCARA	11,3
BRÓCOLI	76
CEBADA	334,7
CEBOLLAS	18
COLIFLORES	39,5
GIRASOL	7,5
MAÍZ	162,1
MELOCOTONES	11,5
PATATAS	11
PIMIENTOS	29,9
REMOLACHA AZUCARERA	40
TOMATES	148
TRIGO	384,4
VINOS Y MOSTOS	840 (miles de hl)
CARNE DE PORCINO	2,1
CARNE DE VACUNO	5,4
CARNE DE OVINO	3,3
CARNE DE AVES	93,5
CARNE DE EQUINO	3,2
LECHE DE OVEJA	12
LECHE DE VACA	249,5

FUENTE: MAPA

Dentro de la agricultura, el cultivo del cereal es el que ocupa una mayor superficie y en el año 2018 tuvo buenos resultados, tras los problemas por la escasez de agua que se detectaron un año antes. El mayor incremento de la cosecha se apreció en el cultivo del trigo, con una producción de 384.000 toneladas.

La aportación del sector del cereal a la PFA es de aproximadamente el 15%, con un valor de 165 millones de euros estimados en el año 2018.

Por delante de los cereales en su aportación a la PFA están las hortalizas con el 21% del total. En 2018 las cosechas en general fueron mejores que las del año precedente, aunque también hubo excepciones en verduras muy representativas de Navarra, como son la alcachofa, el pimiento o el brócoli.

Otra producción importante es la patata. En 2018 se produjeron 11.000 toneladas, muy por debajo del volumen que se alcanzó en el año anterior, pero los precios fueron mucho mejores.

El sector de las frutas tuvo un balance desigual, pues mientras las cosechas de hueso (cereza, ciruela, etc.) fueron superiores al año precedente, las de manzana y pera no lo fueron tanto.

Al finalizar la vendimia se habían producido 840.000 hectolitros de vino y mosto, un 30% más que un año antes, de los que la mayor parte correspondieron a vinos con marca de calidad diferenciada.



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	NAVARRA Cifra de Negocio	% NAVARRA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.473	3,1
Industria cárnica	635	2,6
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.213	12,8
Aceites y Grasas	45	0,4
Productos Lácteos	117	1,3
Molinería y almidones	140	4,3
Panadería y pastas alimenticias	257	3,2
Azúcar, café, infusiones y confitería	27	0,4
Otros productos diversos	162	2,4
Productos alimentación animal	296	2,4
Bebidas Espirituosas	54	5,5
Vinos	239	3,5
Bebidas no alcohólicas	121	2,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el del aceite, que saldó la campaña 2017/18 con resultados positivos, pues se produjeron 5.900 toneladas. En la campaña 2018/19, la producción se redujo a 5.600 toneladas.

Con respecto al sector ganadero, que aporta el 42% de la PFA, el balance general fue positivo, a pesar de que el porcino, que es el primer sector en importancia económica, sufrió una caída de precios. La producción de leche de vaca rondó las 249.500 toneladas, a las que se sumaron otras 12.000 toneladas de leche de oveja.

Las exportaciones crecieron sólo un 0,5% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.222 miles de euros, el 2,6% del total nacional.

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el del aceite, que saldó la campaña 2017/18 con resultados positivos, pues se produjeron 5.900 toneladas. En la campaña 2018/19, la producción se redujo a 5.600 toneladas



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Navarra tiene 647.000 habitantes y una superficie de 9.801 km², poco más de un 1,4% y casi un 2% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores navarros, tomando como referencia el gasto medio por persona, es casi 14 puntos superior a la media nacional. En Navarra hay 1.736 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación. Esta comunidad cuenta con 375 supermercados y 10 hipermercados –estos 385 establecimientos suponen 198.280 m² que generan una densidad comercial de 306,2 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 502, un 1,2% del total nacional.

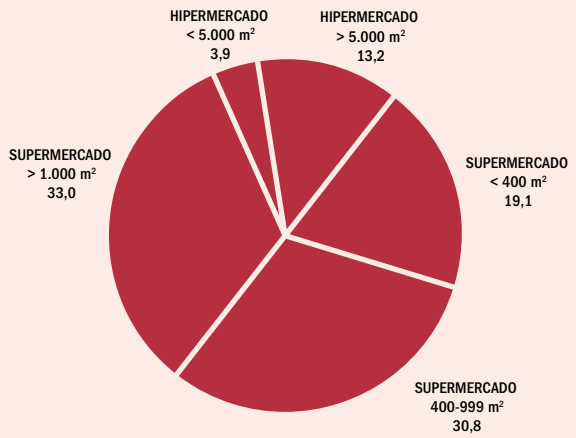


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	7.710	1.736	233	95	47	10	502
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,4	1,6	1,9	1,6	1,1	2,1	1,2



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN NAVARRA (%)



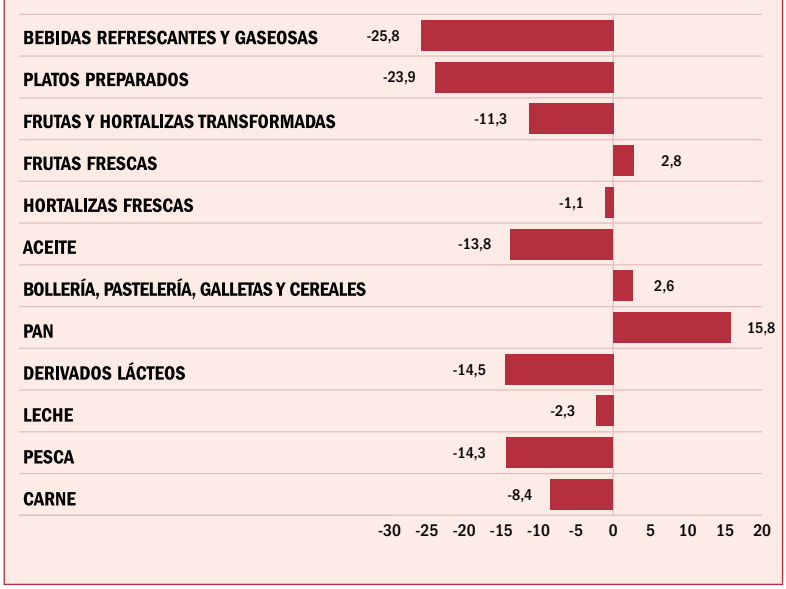
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.423,3 euros (un 4,9% inferior a la media nacional). Carne (21,2%), pescado (12,0%), frutas frescas (10,2%), hortalizas frescas (7,3%), derivados lácteos (8,0%),

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,3	1,1	-15,8
CARNE	301,6	21,2	-2,4
PESCA	170,6	12,0	-12,1
LECHE	48,8	3,4	1,2
DERIVADOS LÁCTEOS	113,2	8,0	-9,1
PAN	94,6	6,6	24,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	64,5	4,5	4,5
CHOCOLATES Y CACAOS	28,0	2,0	9,6
ACEITE	33,3	2,3	-3,4
VINO	17,0	1,2	-30,3
CERVEZAS	17,2	1,2	-24,8
ZUMO Y NÉCTAR	7,9	0,6	-14,0
PATATAS	21,9	1,5	-9,7
HORTALIZAS FRESCAS	103,7	7,3	1,4
FRUTAS FRESCAS	145,2	10,2	4,1
FRUTOS SECOS	18,2	1,3	-22,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,4	2,0	1,4
PLATOS PREPARADOS	52,1	3,7	-17,0
CAFÉS E INFUSIONES	25,0	1,8	-4,4
AGUA MINERAL	6,1	0,4	-53,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	30,9	2,2	-6,6
OTROS PRODUCTOS	78,8	5,5	-17,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.423,3**	**100,0**	**-4,9**

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018



pan (6,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Navarra cuentan con un gasto superior en pan (24,3%), frutas frescas



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
3 kilos de frutas frescas	14 unidades de huevos
6 kilos de pan fresco y congelado	33 litros de agua mineral
1 kilo otras carnes frescas	10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
5 litros leche desnatada	6 litros de cerveza
	4 kilos de carne
	3 kilos de pescados frescos
	2 kilos de queso
	5 kilos de derivados lácteos
	3 litros de vinos y derivados
	2 litros de aceite
	3 kilos de patatas
	2 kilos de carne transformada
	1 kilo de yogurt

(4,1%), bollería, pastelería y cereales (4,5%), chocolates y cacaos (9,6%), hortalizas frescas (1,4%) y leche (1,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-53,5%), vino (-30,3%), cervezas (-24,8%), frutos secos (-22,1%), huevos (-15,8%), pesca (12,1%), derivados lácteos (-9,1%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-6,6%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Navarra consumió 120 huevos, 42,3 kilos de carne, 19,8 kilos de pescado, 68,2 litros de leche, 30,3 kilos de derivados lácteos, 36,8 kilos de pan, 10,3 litros de aceite, 12,3 litros de cerveza, 56,2 kilos de hortalizas frescas, 93,0 kilos de frutas frescas, 11,2 kilos de platos preparados, 30,2 litros de agua embotellada y 29,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en Navarra se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pan (15,8%), frutas frescas (21%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (2,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-25,8%), platos preparados (-23,9%), aceite (-13,8%), frutas y hortalizas transformadas (-11,3%) y derivados lácteos (-14,5%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Navarra, hay 2.977 actividades para servicios de restauración y bares, en torno a un 1,1% sobre el conjunto nacional. La participación del equipamiento de Navarra en el total de restaurantes, bares y hoteles es una de las más reducidas a nivel nacional –por ejemplo, es la penúltima comunidad autónoma en cuanto a número de bares y plazas de hotel-. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN NAVARRA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
NAVARRA	2.977	725	2.133	119	11.659
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,1	0,9	1,2	0,7	0,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

- NAVARRA ✪
- RIOJA (DOCa) **/✪
- CAVA **/ ✪
- PAGO ARÍNZANO ✪
- PAGO OTAZU ✪
- PRADO DE IRACHE ✪
- FINCA BOLARDIN
- LARRAINZAR

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- IDIAZÁBAL **/ ✪
- RONCAL ✪

ACEITES

- ACEITE DE NAVARRA ✪

HORTALIZAS

- PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA ✪



*** Denominación compartida con otras CC AA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE

MARCAS DE CALIDAD

- ALIMENTOS ARTESANOS
- PRODUCCIÓN INTEGRADA

MARCA DE GARANTÍA

- REYNO GOURMET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA







INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- PACHARÁN NAVARRO ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HORTALIZAS

- ALCACHOFA DE TUDELA ✪
- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪

CARNES

- TERNERA DE NAVARRA ✪
- CORDERO DE NAVARRA ✪

VINOS

- VINOS DE LA TIERRA 3 RIBERAS ✪



PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en el País Vasco subió en 2018 un 4% en términos corrientes con respecto a 2017. Sin tener en cuenta al sector forestal, que tiene mucha importancia en el País Vasco, la renta habría subido un 5%.

El aumento de la renta fue consecuencia de la positiva evolución de las producciones vegetales, gracias a que las principales producciones (viñedo, patata y hortalizas), tuvieron buenos precios y mayor volumen de producción.

Así, la PFA alcanzó un valor de 571 millones de euros, con un crecimiento del 2,3% respecto al valor alcanzado un año antes. Dentro de la PFA, la Producción Vegetal Final (PFV), creció un 5,9% hasta alcanzar los 304 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) se redujo un 2,7% hasta alcanzar un valor de 189 millones de euros.

A estas cantidades se añadieron el valor generado por la producción forestal (que creció hasta alcanzar un valor de 78 millones de euros) y por el grupo de otras producciones y servicios, que sumaron 36 millones de euros.

Asimismo, el valor de los consumos intermedios (gastos) en 2017 disminuyó un 0,1% y también lo hicieron las subvenciones totales a la explotación (1,7%).

Con todos estos datos, la Renta Agraria resultante tuvo un valor de 359 millones de euros.

En volumen producido, la PFA total experimentó un descenso en cuanto a producciones de 2,1%, mientras que los precios aumentaron un 5,3%. Así, el valor generado fue superior en un 3,1% al valor del año 2017. A este respecto, la PVF aumentó en valor un 7%, mientras que la PFG bajó un 1,5%.

Dentro de la PVF, uno de los sectores que más aportó fue el del viñedo pues registró un aumento de la producción en volumen (alcanzó los 8012.000 hectolitros) y de los precios, especialmente en la zona de la DOP Rioja.

Por su parte, las producciones hortícolas vascas tuvieron un mal balance, con caídas de cosechas en pimiento y tomate principalmente. También fueron peores que en el año precedente las cosechas de manzana de sidra, trigo, patata y remolacha azucarera.

Con respecto a las producciones ganaderas, el balance de cara a la renta agraria fue negativo debido al descenso de la cantidades producidas (2,8%), ya que los precios medios subieron (1,3%). Los tres subsectores que más aportan a la PFG son el de la carne de vacuno, el de la leche de vaca y el de la producción de huevos.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EL PAÍS VASCO

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
AVENA	33,6
CARNE DE OVINO	0,45
CARNE DE VACUNO	12,6
CEBADA	60,2
KIWI	1,7
LECHUGA	10
MAÍZ	0,5
MANZANAS DE MESA	2,8
MANZANAS DE SIDRA	7,7
NUEZ	0,5
PATATAS	42
REMOLACHA AZUCARERA	111,2
TOMATE	7
TRIGO	132,1
VINOS Y MOSTOS	812 (miles de hl.)
LECHE DE VACA	173
LECHE DE OVEJA	3,7

FUENTE: MAPA



En cuanto a la leche de vaca, en 2018 se produjeron 173.000 toneladas, a las que se sumaron otras 3.700 toneladas más de leche de oveja.

Las exportaciones agroalimentarias del País Vasco alcanzaron en 2018 un valor de 990,3 millones de euros, el 2,1% del total nacional y un 4,6% más que en 2017.

PESCA

En el País Vasco hay 201 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 2,2% del total español. Su arqueo llega hasta 68.880 GT (20,6%9 y su potencia ronda los 157.160 CV (14,8%). La eslora promedio es de algo más de 28 metros, la mayor de todo nuestro país, mientras que su antigüedad promedio es de 17 años, la menor de España. En esta comunidad autónoma hay 24 puertos pesqueros, siendo los más importantes los de Ondarroa y Guetaria. Están activas algo menos de 90 empresas transformadoras de productos pesqueros. La pesca de bajura subastada en las lonjas del País Vasco llega a las 50.690 toneladas, por un valor de 89,3 millones de euros. Por volumen, destacan las capturas de anchoa (16.755 toneladas), verdel (13.000 toneladas), sardina y bonito. Las producciones acuícolas vascas de peces apenas llegan a 373.740 euros y 95 toneladas. Tan solo hay 6 establecimientos de producción acuícola que generan unos 20 puestos de trabajo.

La pesca de bajura subastada en las lonjas del País Vasco llega a las 50.690 toneladas, por un valor de 89,3 millones de euros. Por volumen, destacan las capturas de anchoa (16.755 toneladas), verdel (13.000 toneladas), sardina y bonito

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN PAÍS VASCO

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	NAVARRA Cifra de Negocio	% NAVARRA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.185	3,7
Industria cárnica	131	0,5
Industria de Pescado	331	6,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	32	0,3
Productos Lácteos	326	3,7
Molinería y almidones	1	-
Panadería y pastas alimenticias	433	5,4
Azúcar, café, infusiones y confitería	156	2,6
Otros productos diversos	230	3,4
Productos alimentación animal	915	7,4
Vinos	597	8,8
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	21	0,6
Bebidas no alcohólicas	945	18,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE





Ongi jateak mesede egiten digu
Comer bien nos hace mejores

EUSKO LABEL

Goi-mailako elikagaiak
Alimentos de calidad superior

Ongi jatea ez da soilik kalitatezko elikagaiak aukeratzea.
Ongi jatea gure baserritar, abeltzain, arrantzale eta elikagai industriari bultzada ematea ere bada.
Era jasangarrian jaki naturalak ekoitz ditzaten gure ingurune eta ekonomiarekin bat.

Horixe da ongi jatea!

Comer bien no sólo consiste en seleccionar alimentos de calidad.
Comer bien también es impulsar a quienes trabajan en la agricultura, la ganadería, la pesca o la industria alimentaria para que continúen produciendo de manera sostenible, creando alimentos compatibles con el entorno y la economía.

¡Eso es comer bien!



hazi
LANDA, ITSASERTZ ETA ELIKAGAIEN SUSTAPENA
DESARROLLO RURAL, LITORAL Y ALIMENTARIO

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El País Vasco cuenta con 2.200.000 habitantes y 7.089 km² de extensión, un 4,7% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 21 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 6.538 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 52,1%; Guipúzcoa, el 35,1%; y Álava, el 12,8%. En el conjunto de la comunidad hay 916 supermercados y 31 hipermercados, que suman un total de 598.005 m² y suponen una densidad comercial de 271,9 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 665, un 1,6% sobre el total nacional.

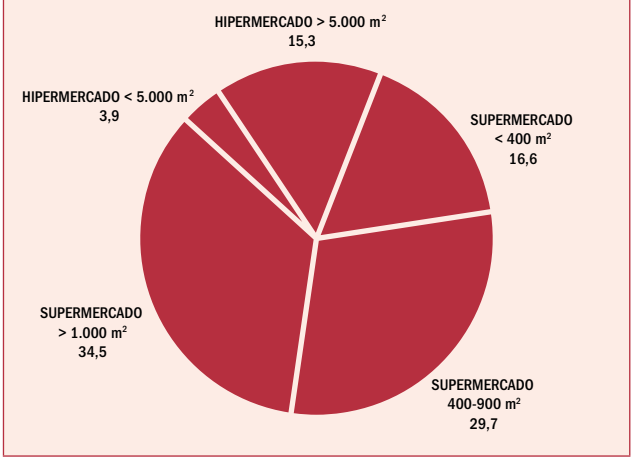


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAíS VASCO	24.566	6.538	487	276	153	31	665
PAíS VASCO/ESPAÑA (%)	4,3	5,9	4,0	4,6	3,7	6,4	1,6



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN PAÍS VASCO (%)



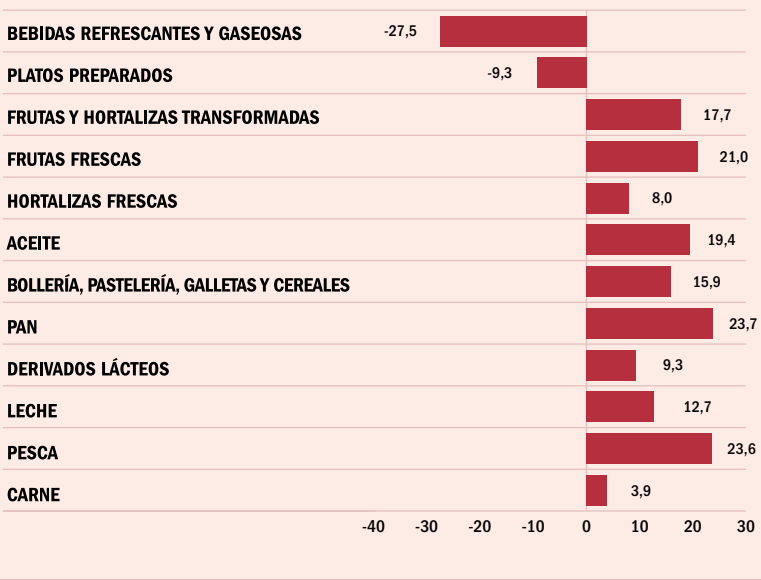
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.752,3 euros (un 17,0% superior a la media nacional). Carne (20,5%), pescado (14,3%), frutas frescas (10,2%), derivados lácteos (7,5%), hortalizas frescas (6,8%), pan (5,5%) y bollería, pastelería, galletas y

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,6	1,3	21,9
CARNE	359,8	20,5	16,5
PESCA	251,1	14,3	29,3
LECHE	57,3	3,3	18,8
DERIVADOS LÁCTEOS	131,9	7,5	5,9
PAN	97,2	5,5	27,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,1	4,1	15,2
CHOCOLATES Y CACAOS	34,1	1,9	33,6
ACEITE	46,7	2,7	35,3
VINO	32,8	1,9	34,8
CERVEZAS	20,7	1,2	-9,5
ZUMO Y NÉCTAR	10,2	0,6	10,8
PATATAS	26,1	1,5	7,9
HORTALIZAS FRESCAS	119,3	6,8	16,8
FRUTAS FRESCAS	179,1	10,2	28,4
FRUTOS SECOS	24,1	1,4	3,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	39,2	2,2	39,8
PLATOS PREPARADOS	62,8	3,6	0,1
CAFÉS E INFUSIONES	26,4	1,5	0,7
AGUA MINERAL	6,2	0,4	-53,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,4	1,6	-14,2
OTROS PRODUCTOS	104,3	5,9	9,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.752,3**	**100,0**	**17,0**

DESVIACIÓN DEL PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores del País Vasco cuentan con un gasto superior en vino (34,8%), pescado

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
25 unidades de huevos	41 litros de agua mineral
19 kilos de frutas frescas	11 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
9 litros de leche líquida	3 litros de cerveza
9 litros de leche envasada	1 kilo de platos preparados
5 kilos de pescado	1 kilo de helados y tartas
5 kilos de pescado fresco	1 kilo de queso
9 litros de leche esterilizada	1 litro de batidos de leche
8 kilos de pan	1 kilo de carne congelada
1 litro de vino y derivados	1 kilo de carne de cerdo
2 kilos de carne	1 litro vino sin DOP
5 kilos de hortalizas frescas	1 kilo harinas y sémolas
3 kilos de yogurt	
2 litros de aceite	

(29,3%), frutas y hortalizas transformadas (39,8%) y chocolates y cacaos (33,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-53,1%), cervezas (-9,5%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-14,2%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona del País Vasco consumió 160 huevos, 48,0 kilos de carne, 28,5 kilos de pescado, 78,7 litros de leche, 38,8 kilos de derivados lácteos, 39,3 kilos de pan, 14,3 litros de aceite, 14,7 litros de cerveza, 61,4 kilos de hortalizas frescas, 109,5 kilos de frutas frescas, 13,3 kilos de platos preparados, 22,0 litros de agua embotellada y 28,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en el País Vasco se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pescado (23,6%), frutas frescas (21,0%), pan (23,7%), aceite (19,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (15,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-27,5%) y en platos preparados (-9,3%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 12.568 locales –un 4,5% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 54,0%, el 31,3% Guipúzcoa y el 14,7% Álava. El equipamiento de restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles del País Vasco oscila entre el séptimo y el décimocuarto lugar a nivel nacional. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
PAÍS VASCO	12.568	3.804	8.495	269	29.043
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,5	4,8	4,6	1,6	1,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE ÁLAVA) ✪
BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE VIZCAYA) ✪
CAVA **/✪
GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE GETARIA) ✪
RIOJA (DOCa) **/✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/✪

OTRAS BEBIDAS

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ✪

HORTALIZAS

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) ✪

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA DE EUSKADI (ENEEK)

MARCA DE GARANTÍA

FRUTAS Y HORTALIZAS

EUSKAL BASERRI
(PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

PESCADO

CONSERVAS
ANCHOA DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO
BONITO DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO









EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CARNES

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)
EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)
EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ✪
EUSKAL BASERRIKO TXERRIA (CERDO DE CASERÍO) ✪

FRUTAS Y HORTALIZAS

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)
IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)
EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)
EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)
GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) ✪

LEGUMBRES

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)
TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)
ARABAKO BABARRUN ARROZINA
(ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

MIEL

EZTIA (MIEL)

OTRAS BEBIDAS

SIDRA GORENAK

PESCADO

HEGALUZEA
(BONITO DEL NORTE)

LÁCTEOS

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

HUEVOS

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)

*** Denominación compartida con otras CC AA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2018 fue de 2.794 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.099 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 740 millones de euros. El resto de la PFA (unos 40 millones) fueron aportaciones de otros sectores y servicios agrarios.

Los inputs pagados por el sector agrario murciano subieron sensiblemente con respecto al año anterior, especialmente en el caso de los fertilizantes, los piensos y la energía. Con todo ello, finalmente la Renta Agraria regional se situó en unos 1.352 millones de euros.

El 75% de la PFA procede de producciones vegetales. El valor generado por las hortalizas representa el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportan el 17%, los cítricos el 14% y las flores-plantas el 5% (el resto son otras producciones).

Murcia lideró la cosecha nacional de frutas y hortalizas, sobresaliendo por la producción de albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.

El subsector de las hortalizas tuvo un balance positivo en cuanto a precios, pero más negativo en relación con el volumen producido. Los frutos de ensalada (tomate, lechuga, pimiento, etc.) vieron mermada su producción entre un 5 y un 10% con relación a la campaña precedente. Sin embargo, otras producciones en las que la Región de Murcia destaca, como el brócoli o la alcachofa, tuvieron resultados positivos en cuanto a cosecha.

Igualmente, la producción de cítricos de la campaña 2018/2019 fue muy buena en producción, especialmente en el caso del limón. La Región de Murcia aportó el 60% de la cosecha nacional aproximadamente, con una cosecha de 652.000 toneladas. A esta producción se sumaron otras 158.000 toneladas de pomelo.

Por su lado, la producción de vino y mosto se incrementó un 34% sobre la vendimia anterior al llegar a 908.000 hectolitros, de los que la mayor parte eran vinos con Denominación de Origen Protegida.

En cuanto al aceite de oliva, la producción murciana de la campaña 2017/18 rondó las 15.800 toneladas, más del doble que en el año precedente, pero la de la campaña 2018/19 el aceite se redujo a la mitad.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE REGIÓN DE MURCIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2018**
ACEITE DE OLIVA	7,4 (2018/2019)
ALBARICOQUES	104,4
ALCACHOFAS	99,2
ALMENDRA CÁSCARA	23,9
APIO	70,7
BRÓCOLI	213
CEBADA	28,2
CEBOLLAS	58
CIRUELAS	11,5
COLIFLORES	26,8
LECHUGAS	388,5
LIMONES	652
MANDARINAS	124
MELOCOTONES	226,4
MELONES	219,7
NARANJAS	146,2
NECTARINAS	72
PATATAS	147
PEPINO	20
PERAS	26,3
PIMIENTOS	153,9
POMELO	28,7
SANDÍAS	157,9
TOMATES	199,3
TRIGO	9,8
UVAS DE MESA	165
VINOS Y MOSTOS	908 (Miles de hl)
CARNE DE CAPRINO	1,37
CARNE DE OVINO	11,7
CARNE DE VACUNO	33,8
CARNE DE PORCINO	321,8
CARNE DE AVES	33,1
CARNE DE CONEJO	0,53
LECHE DE CABRA	52,1
LECHE DE VACA	63,2

FUENTE: MAPA

Dentro del sector ganadero el subsector que más aporta es el porcino, que supera en valor los 400 millones de euros anuales, el 60% de todo la PFG. En 2018 bajaron mucho los precios de las carnes y la producción regional (casi 322.000 toneladas) se resintió. Muy por detrás del porcino quedó la producción de bovino (33.800 toneladas en 2018) y la de carne de pollo (33.100 toneladas).



Por su lado, la aportación del sector lácteo a la renta agraria superó los 55 millones de euros gracias a la subida de los precios y al aumento de los volúmenes producidos. El grueso de la producción fue leche de vaca (63.200 toneladas, un 6% más que en 2017), aunque también hay producciones de leche de cabra (52.000 toneladas en 2018) y de oveja (mucho más minoritaria), que abastecen a la industria quesera.

La cabaña ganadera más importante de Murcia es la porcina, que ronda los 2 millones de cabezas. Las demás cabañas se sitúan a muy larga distancia de ésta.

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones de la Región de Murcia crecieron un 4,4% en 2018, hasta alcanzar un valor de 4.995,4 millones de euros, el 10,5% del total nacional.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MURCIA

(MILLONES DE EUROS)

Subsectores	MURCIA Cifra de Negocio	% MURCIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	5.901	5,3
Industria cárnica	1.304	5,4
Industria de Pescado	113	2,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.827	19,3
Aceites y Grasas	39	0,4
Productos Lácteos	121	1,4
Molinería y almidones	45	1,4
Panadería y pastas alimenticias	98	1,2
Azúcar, café, infusiones y confitería	265	4,4
Otros productos diversos	798	12,0
Productos alimentación animal	983	7,9
Bebidas espirituosas	81	8,3
Vinos	126	1,9
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	62	1,7

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE

PESCA

La flota pesquera murciana está compuesta por 170 embarcaciones, lo que supone algo menos del 1,9% del total nacional. Su arqueo llega a 2.457 GT (0,8%), su potencia a 13.220 CV (1,2%) y su eslora promedio se sitúa en 10,5 metros. La antigüedad media de todas esas embarcaciones es de 35 años. En esta comunidad hay cuatro cofradías de pescadores y 30 empresas de transformación de productos pesqueros. Dentro de los peces vendidos en las lonjas destacan el boquerón, la caballa y la alacha.

La acuicultura aporta el 86,4% de la producción pesquera regional, con 108 millones de euros y algo más de 14.000 toneladas, sobre un total de 125 millones de euros. Murcia es la primera región en engorde de atún y la segunda en producción absoluta de las diferentes especies de pescado. La producción de dorada llega hasta las 370.000 toneladas. Existen 14 instalaciones de cultivos marinos y una planta de producción de alevines que generan cerca de 1.000 puestos de trabajo directos.



La acuicultura aporta el 86,4% de la producción pesquera regional, con 108 millones de euros y algo más de 14.000 toneladas, sobre un total de 125 millones de euros. Murcia es la primera región en engorde de atún y la segunda en producción absoluta de las diferentes especies de pescado

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

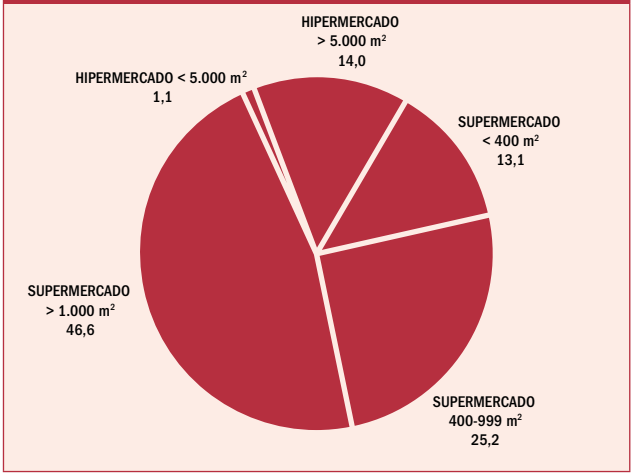
La Región de Murcia tiene 1.479.000 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km², un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en cerca de 6,7 puntos. En esta comunidad autónoma hay 17.528 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.883. En la Región de Murcia hay 581 supermercados y 14 hipermercados –estos 595 establecimientos suponen 411.992 m² y generan una densidad comercial de 278,7 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 1.958, un 4,7% del total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA REGIÓN DE MURCIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	17.528	2.883	275	167	139	14	1.958
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	3,1	2,6	2,2	2,8	3,4	2,9	4,7



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA REGIÓN DE MURCIA (%)



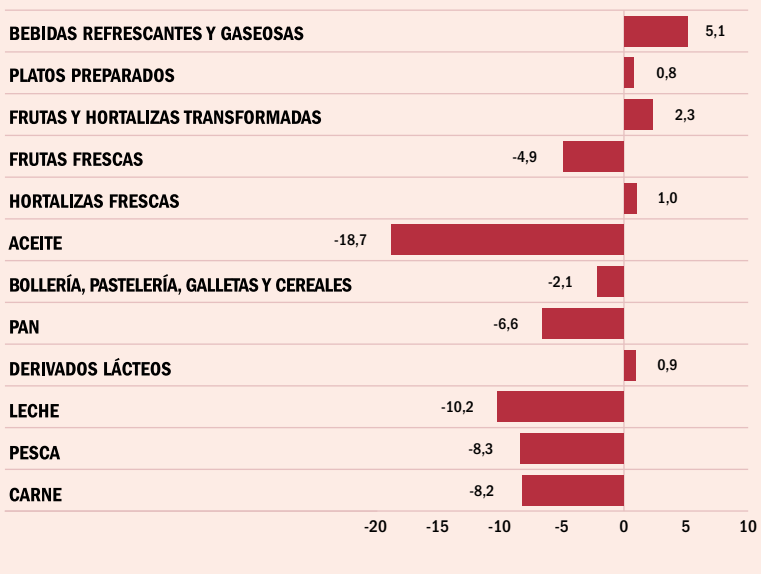
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2018, la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.425,5 euros (un 4,8% inferior a la media nacional). Carne (18,9%), pescado (12,6%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (8,9%), hortalizas frescas (6,9%), pan (4,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA REGIÓN DE MURCIA (HOGARES), 2018

	Gasto *per cápita* (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,5	1,3	-4,9
CARNE	269,2	18,9	-12,9
PESCA	179,7	12,6	-7,4
LECHE	43,9	3,1	-8,9
DERIVADOS LÁCTEOS	126,6	8,9	1,6
PAN	67,8	4,8	-11,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,4	4,2	-2,1
CHOCOLATES Y CACAOS	25,6	1,8	0,5
ACEITE	25,5	1,8	-26,0
VINO	18,3	1,3	-24,9
CERVEZAS	27,4	1,9	19,6
ZUMO Y NÉCTAR	9,2	0,6	0,4
PATATAS	23,0	1,6	-5,1
HORTALIZAS FRESCAS	98,2	6,9	-4,0
FRUTAS FRESCAS	134,0	9,4	-3,9
FRUTOS SECOS	22,9	1,6	-1,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,4	1,9	-2,2
PLATOS PREPARADOS	65,1	4,6	3,8
CAFÉS E INFUSIONES	28,6	2,0	9,2
AGUA MINERAL	18,0	1,3	37,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	35,8	2,5	8,1
OTROS PRODUCTOS	100,5	7,1	5,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.425,5**	**100,0**	**-4,8**

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO *PER CÁPITA* (%), 2018





CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA REGIÓN DE MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2018

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
3 unidades de huevos	4 kilos de frutas frescas
23 litros de agua mineral	7 litros de leche líquida
2 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	7 litros de leche envasada
7 litros de cerveza	2 kilos de pan
1 kilo de conservas de pescado	4 kilos de carne
1 kilo de hortalizas frescas	2 kilos de pescado
1 kilo de queso	2 litros de leches fermentadas
1 kilo de arroz	2 litros de aceite de oliva
1 litro de zumo y néctar	2 litros de vinos y derivados
	1 kilo de yogurt
	1 kilo de carne de cerdo

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (37,0%), cervezas (19,6%), platos preparados (3,8%), cafés e infusiones (9,2%), derivados lácteos (1,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (8,1%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-24,9%), aceite (-26,0%), carne (-12,9%), leche (-8,9%) y pescado (-7,4%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en la Región de Murcia consumió 137 huevos, 42,4 kilos de carne, 21,1 kilos de pescado, 62,7 litros de leche, 35,8 kilos de derivados lácteos, 29,7 kilos de pan, 9,7 litros de aceite, 25,1 litros de cerveza, 57,4 kilos de hortalizas frescas, 86,1 kilos de frutas frescas, 14,8 kilos de platos preparados, 86,2 litros de agua embotellada y 41,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Región de Murcia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (5,1%), platos preparados (0,8%), hortalizas frescas (1,0%) y derivados lácteos (0,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-18,7%), pescado (-8,3%), leche (-10,2%), carne (-8,2%) y frutas frescas (-4,9%). ○



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Murcia hay 7.926 actividades para servicios de restauración y bares, un 2,8% sobre el conjunto nacional. El equipamiento en restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el puesto nueve y el catorce. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MURCIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
REGIÓN DE MURCIA	7.926	1.820	5.531	575	17.382
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	2,8	2,3	3,0	3,4	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2019) e INE (2019).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA REGIÓN DE MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ARROCES

CALASPARRA **/✪

CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE MURCIA ✪

FRUTAS

PERA DE JUMILLA ✪

QUESOS

QUESO DE MURCIA ✪

QUESO DE MURCIA AL VINO ✪

VINOS

BULLAS

JUMILLA **

YECLA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

VINOS DE LA TIERRA

MURCIA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMONES

JAMÓN SERRANO ✪









PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALGODÓN

ALMENDRO

APIO

BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES

CÍTRICOS

ESCAROLA

FRUTALES DE HUESO

LECHUGA

MELÓN Y SANDÍA

OLIVO

PERAL

PIMIENTO DE INVERNADERO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

VID

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

AGUA MINERAL NATURAL

LONGANIZA IMPERIAL DE LORCA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

*** Denominación compartida en otras CC AA ✪ Inscrita en el Registro de la UE*

Índice de anunciantes

ANECOOP SDAD. COOP. 141

ASPROCAN plátano de canarias 151

ATRIAN BAKERS S.L. 105

CASA SOMORROSTRO, S.L. PÁGINA RÍGIDA

CBL INFORMÁTICA, S.L. 253

CENTRAL LECHERA ASTURIANA - CAPSA 215

CENTRO SUR, S.COOP.AND. 181

CMR GROUP DESPLEGABLE PORTADA

CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA 153

DRONAS 2002, S.L. (INTEGRA2) 13

EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A. 261

ENAC 17

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS (FESBAL) 486

FUNDACIÓN HAZI 580 y 581

GIROPOMA COSTA BRAVA, S.L. 145

GRUPO NUFRI 147

IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA) 173

INDUSTRIAS CÁRNICAS VILLAR S.A. 265

LORD SÁNDWICHES, S.L. (TENTEBIEN) 381

MERCABARNA 10

MERCAMADRID 27

QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P. 237

QUESO DE MURCIA Y QUESO DE MURCIA AL VINO, C.R.D.O.P. 239

REAL CASA DE LA MONEDA- FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE 439

RIJK ZWAAN IBERICA, S.A. (SWEET PALERMO) 163

SCANFISK SEAFOOD S.L. 299

STEF IBERIA, S.A.U. 169

TERNERA DE ALISTE, I.G.P. 271

TORTA DEL CASAR, C.R.D.O.P. 229

TOYOTA MATERIAL HANDLING ESPAÑA, S.A. 19

UNICA GROUP, S.C.A. (UNICA FRESH) 149

UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ D.O.P. 199

UVASDOCE CONTRAPORTADA

frutas y verduras. en su mejor momento

10 consejos básicos para el consumo de frutas y verduras

1. Las frutas y verduras siempre son apetecibles. Pero mucho más si son frescas y de temporada.
2. Prestar atención a las etiquetas de la frutería: variedad, origen, calibre... son la identidad de cada fruta y verdura.
3. Aprovechar el conocimiento y la experiencia de los profesionales que venden fruta y verdura. Comprar bien es sinónimo de comer bien.
4. Una buena conservación garantiza un buen consumo. El frigorífico, sólo cuando es necesario. Sacar de la nevera las frutas y verduras un tiempo antes de comerlas mejora el sabor y la textura.
5. Cuando se pelan las frutas con cuchillo, evitar cortes profundos. Lo más nutritivo y sabroso está cerca de la piel.

frutas

Aguacate	Mayo-noviembre
Albaricoque	Mayo-julio
Caqui	Octubre-enero
Cereza y picota	Abril-julio y junio-agosto
Chirimoya	Octubre-diciembre
Ciruela	Junio-septiembre
Frambuesa	Junio-agosto
Fresón	Febrero-mayo
Granada	Septiembre-noviembre
Higo	Julio-septiembre
Breva	Junio-julio
Kiwi	Octubre-mayo
Limón	Noviembre-junio
Mandarina	Octubre-mayo
Mango	Agosto-noviembre
Manzana	Agosto-junio
Melocotón y nectarina	Mayo-octubre
Melón	Junio-septiembre
Membrillo	Agosto-octubre
Naranja	Octubre-junio
Níspero	Abril-junio
Paraguayo	Julio-septiembre
Pera	Todo el año
Plátano	Todo el año
Piña	Todo el año
Pomelo	Noviembre-mayo
Sandía	Junio-septiembre
Uva	Septiembre-diciembre



frutas y verduras. en su mejor momento

6. Imaginación sin límites. Las frutas y verduras son una compañía perfecta para todo tipo de alimentos y bebidas. Mezclar, maridar, jugar en la cocina y en la mesa.
7. A comer también se aprende. Educar el gusto en la infancia y la adolescencia es básico para el resto de la vida.
8. Consumir frutas y verduras favorece la cultura alimentaria de la dieta mediterránea, con un peso equilibrado de vegetales, pescados, carnes, aceite de oliva, pan, etc.
9. Reducir el desperdicio alimentario es una responsabilidad de todos. Las frutas y verduras muy maduras, los restos de platos y guisos siempre tienen una segunda oportunidad.
10. Comer frutas y verduras es un placer, no una obligación.

Si quieres saber más, entra en www.mercasa.es y consulta la Guía práctica de Frutas y Hortalizas.

verduras

Acelga	Noviembre-mayo
Ajo	Todo el año
Alcachofa	Octubre-mayo
Apio	Noviembre-marzo
Berenjena	Todo el año (las mejores en invierno)
Brócoli	Octubre-abril
Calabacín	Todo el año
Calabaza	Todo el año (las mejores en otoño-invierno)
Cardo	Noviembre-febrero
Cebolla	Todo el año (según variedades)
Coliflor	Todo el año
Escarola	Octubre-marzo
Endibia	Octubre-mayo
Espárrago	Verde: Marzo-junio. Blanco: Abril-junio
Espinaca	Octubre-mayo
Guisante	Noviembre-abril
Haba	Enero-marzo
Judía Verde	Todo el año
Lechuga	Todo el año
Lombarda	Noviembre-marzo
Nabo	Todo el año
Patata	Todo el año (según variedades)
Pepino	Todo el año
Pimiento	Todo el año
Puerro	Septiembre-mayo
Rábano	Todo el año
Remolacha	todo el año
Repollo y berza	Septiembre-mayo
Tomate	Todo el año
Zanahoria	Todo el año



SOMOS RED MERCASA

frutas y verduras.
frescas y de temporada



Esta campaña
7 nuevas variedades, 7 nuevos sabores





Fresca









CANDIES









divertida

dulce









-La chuche más sana-

nuevo producto



200gr de la uva más dulce



descarga

nuestro videoJuego

START

uvasdoce

grapes producer exporter importer

uvasdoce @Uvasdoce facebook.com/Uvasdoce